

# Selpak

## Pazar

Tuvalet kâğıdı, kâğıt havlu, peçete, mendil ve kutu mendil olmak üzere beş farklı kategoriyi içinde barındıran Türkiye temizlik kâğıtlan pazar, ciro bazında son iki yıldır %10'un üzerinde büyümeye devam ediyor. 2016 yılı Nielsen verilerine göre Türkiye'de temizlik kâğıtlan pazarı için yılda 1.6 milyar TL harcama yapılıyor. Temizlik kâğıtlan pazarının %50'sini tuvalet kâğıdı kategorisi, %31'ini kâğıt havlu kategorisi, %15'ini peçete, %4'ünü ise kutu mendil ve mendil kategorisi oluşturuyor.

Türkiye'de 2016 yılında kişi başına düşen yıllık temizlik kâğıdı tüketimi yaklaşık 5.7 kg. Bu oran Avrupa'da ortalama 15.6 kg iken, Kuzey Avrupa'da ise bu miktar 18.4 kg'a kadar çıkıyor. Tüketim oranlarına bakıldığında kişi başına düşen yıllık tüketim az gibi görünse de 1975 yılında kişi başına düşen yıllık temizlik kâğıdı tüketimi sadece 84 gr'dı.

Temizlik kağıdı kategorisinde Türkiye'nin büyüme potansiyeli halen devam ediyor. Tuvalet kâğıdı her 100 evden 73'üne giriyor. Kağıt havlu penetrasyonu ve büyümesi en hızlı artan kategori olmaya devam ediyor. Peçete ise her 100 evden 83'üne girerek penetrasyonu en yüksek kategori olarak dikkat çekiyor.

## Başarılar

Kişi başına düşen yıllık temizlik kâğıdı tüketiminin 5.7 kg'a çıkmasında Selpak'ın rolü oldukça yüksek. Selpak markasının bu başarısının arkasında, yenilikçi ürünleri ve kalite sürekliliği kadar yıllardır sürdürülen tutarlı marka iletişim stratejileri önemli rol oynuyor. Türkiye temizlik kâğıdı sektörüne büyük katkılar sağlayan Selpak, sektöre getirdiği yeniliklerle Türkiye'yi modern temizlik kâğıdı ile tanıştıran marka olma özelliğini koruyor.

İpek Kâğıt, 1970 senesinde üretime başlayan ve tam verimlilikle faaliyet gösteren Yalova Fabrikası'nın ardından 1991 ve 2000 senelerinde yapılan kapasite artışlarına ek olarak Kazakistan ve Orta Asya bölgesindeki büyüme hedeflerini gerçekleştirmek adına 2006 senesinde Kazakistan'da yeni bir temizlik kâğıdı fabrikası kurdu. Yirmi üç sene süren başarılı Georgia-Pacific ortaklığı süresince kapasitesini 11 kat artırarak 110 bin tona ulaştıran İpek Kağıt, 2012 senesinde Georgia-Pacific'e ait %50 hissesini satın aldı. Bu satın almayla

**SEL PAK mendil**

1972

**Selpak**

1989

**Selpak**

1991

**Selpak**

2002

**AKATLI Selpak selpak**

1985

**Selpak**

1995

**Selpak**

1995

**Selpak**

2012

birlikte yeniden %100 Eczacıbaşı kuruluşu olan İpek Kağıt, Türkiye'nin en yenilikçi temizlik kağıdı üreticisi olarak, sınıfının en iyi kalitesine sahip ürünlerini tüketicileriyle buluşturmaya devam etti. 2015 yılında 300 milyon TL'lik yatırım hamlesini tamamlayan İpek Kağıt, toplam kapasitesini %65 arttırdığı Manisa fabrikası ve Kazakistan'daki yeni üretim tesisiyle bölgesel güç olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

Türkiye'yi temizlik kağıdı ile tanıştıran Selpak da aynı değerlerle çalışmalarını günümüze kadar taşımaya başardı. Yenilikçi bir ruh ile çalışmalarını sürdüren Selpak, sektörde ilklerin markası oldu. 1971 yılında üretilen ilk kâğıt mendil ve mentollü mendil, 1971 yılında ilk yumuşak tuvalet kâğıdı, 1981 yılında peçete, 1982 yılında küçük boy kâğıt havlu ve 1995 yılında cep mendil Selpak'ın ilkleri arasında yer alıyor.

Selpak, Türkiye'nin en beğenilen ve bilinen temizlik kâğıdı markası olmaya yıllardır devam ediyor. MediaCat Dergisi ve IPSOS KMG iş birliği ile gerçekleştirilen En Sevilen Markalar 2016 araştırması sonuçlarına göre Selpak, "Temizlik Kâğıtlan" kategorisinde en sevilen marka olarak seçildi. Selpak en sevilen ve bilinen marka olmanın yanı sıra, markalı pazarda toplam kâğıt kategorisi içinde ise ciro bazında lider marka konumunda yer alıyor ve pazan yeni ürünleri ile büyümeye devam ediyor.

Selpak, çağdaş yaşamın en önemli gerekerlerinden "kişisel hijyen" bilincinin toplumda gelişmesi için de temizlik kağıdı sektöründe "Selpak İlköğretim Okullan Kişisel Hijyen Eğitimi" projesi ile eğitim çalışması yapan ilk ve tek kuruluş olma özelliğini taşıyor. Bu projeye bugüne kadar 65 ilde, 8.500 okulda, 6 milyon aşkın öğrenciye kişisel hijyen eğitimi veren Selpak; 2011 yılında çocuklara doğru kişisel hijyen alışkanlıklar kazandırmak ve tuvalet eğitimi vermek için "Selpak Tuvalete Merhaba" projesini hayata geçirdi. Günümüze kadar Selpak'ın Facebook'taki sayfasından 55 binden fazla anneye, AVM'lerde kurulan geçici Tuvalete Merhaba Evleri ile de yaklaşık 2000 anne-babaya tuvalet eğitimi verildi. Selpak, Tuvalete Merhaba platformu ile 2012 yılında Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin düzenlediği DPİD ödülleriinde "Roadshow" kategorisinde birincilik elde etti. Selpak, 2013 yılında Selpak Tuvalete Merhaba Platformu ile temizlik ürünleri kategorisinde "Bronz Effie Reklam Etkinliği Ödülü"nü sahibi olurken, 2016 yılında ise aynı kategoride "Altın Effie Reklam Etkinliği Ödülü"nü almaya hak kazandı.

Günümüzde beş kıtada 60'tan fazla ülkeye ürün ve yan ürün ihracatı yapan İpek Kağıt, Selpak ile uluslararası pazarda önemli bir oyuncu konumunda bulunuyor. İpek Kağıt, Selpak ile stratejik pazarlardaki ortaklıklar, değişen tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni teknoloji, kapasite yatırımları ve markaları için verdiği yoğun pazarlama desteğinin gücüne inanarak beş yıl içerisinde yurt dışında dört kat büyümeyi ve toplam cirosunu ikiye katlamayı hedefliyor.

## Tarihçe

Temelleri 1942 yılında Dr. Nejat F. Eczacıbaşı tarafından atılan Eczacıbaşı Topluluğu, 1969 yılında Türkiye'deki yaşam standartlarını yükseltme hedefiyle, özel sektöre ait ilk kâğıt üretim tesisinin



temelini attı. Eczacıbaşı Topluluğu; çağdaş ve sağlıklı bir yaşamın gereği olan temizlik kâğıdı ürünlerini üretmek ve kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla Yalova Altınova'daki kâğıt fabrikasını 1970 yılında faaliyete geçirdi. 1970 yılında, Nemo ve Maro markaları ile sarğılık kâğıt üretimi yapıldı. 1971 yılında, Selpak Mendil üretimi ile Selpak markası tüketicilerle buluştu. 1980 yılında İpek Kağıt'ın yıllık üretim kapasitesi yapılan teknolojik yatırımlar ile 6 bin tondan 11 bin tona çıkarıldı. Peçete ve küçük boy kâğıt havlu kategorilerinde Selpak markası ile ilk kez üretim yapılmaya başlandı. Aynı yıl, İpek Kağıt ürünlerini ihracat yolu ile farklı ülkelere satmaya başladı. 1989 yılında, İpek Kağıt Avrupa'nın en büyük temizlik kağıdı üreticisi olan James River'in Avrupa'daki temizlik kağıdı üretim kuruluşu ile yan yanya ortaklık kurdu. 1991 yılında İpek Kağıt ve James River ortaklığı ile yıllık üretim kapasitesi, ikinci kağıt üretim tesisi yatırımını sayesinde 37 bin tona çıkarıldı. 2000 yılında Georgia Pacific, Fort James ile birleşerek İpek Kağıt'ın yeni ortağı oldu ve İpek Kağıt'ın toplam yıllık üretim kapasitesi, üçüncü kağıt üretim tesisi yatırımını ile 87 bin tona çıkarıldı, 2006 yılına gelindiğinde ise İpek Kağıt'ın yıllık üretim kapasitesi 100 bin tona ulaştı. 2015'te Manisa fabrikasındaki yeni kağıt üretim tesisi devreye alındı ve kağıt üretim kapasitesi 180 bin tona çıkarıldı.

## Ürün

Birçok ilkin yaratıcısı olan Selpak, pazar liderliğini sürdürebilmek için öncü çalışmalarına tüm hızıyla devam ediyor. 2009'da mutfaklarda geniş çapta kullanılan bezler yerine kağıt bezleri hayata geçirdi. Benzer şekilde 1971'de üretimine başlanan Selpak Kağıt Mendil, 2010'da yenilenerek pamuk katkısı ile zenginleştirildi. Selpak mendil serisine; temiz koku sevenler için bahar kokulu mendil, nezle sırasında burundaki kızanklığı önlemek için E vitamini losyonlu mendil, antibakteriyel mendil ve son olarak mikro kapsüllü mentollü mendil eklenerek ürün yelpazesi genişletildi.



## En Son Gelişmeler

Temizlik kâğıtlan kategorisinde inovatif ürün çeşitleri geliştirmeyi hedefleri arasında ilk sıralarda tutan Selpak, yeni ürünlerini tüketicilere sunmaya devam ediyor. Türkiye'nin ilk kağıt markası olan Selpak, Pudra Kokulu tuvalet kağıdını Selpak ürün ailesine ekledikten sonra, 2016 yılında Selpak Yağ Emici Havlu ürününü lanse ederek bir ilke daha imza attı. Türkiye'de ilk ve tek olan Selpak Yağ Emici Havlu, tek yaprağıyla 180 kaloriye kadar yağ emici özelliğiyle kızartmalardaki yağı içine hapsediyor.



## Promosyon

İnovasyona her zaman önem veren Selpak, geçmişten bugüne ürünlerin özelliklerini çeşitli reklam filmleriyle tüketicilerine aktardı. İletişimine mendil ile başlayan Selpak'ın ilk reklam filmi 1970'te yayımlanan ve Karadeniz aksanıyla gerçekleştirilen "At o çaputu ... al buni" oldu. Bu reklam bugün bile siyah beyaz TV'nin yayına başladığı dönemlerde ilk yayınlanan reklamlardan biri olarak anılıyor.

1990'lı yıllann ilk yansında fabrika kapasitesinin artırılması ile birlikte tuvalet kağıdı, havlu, peçete, mendil ve kutu mendil kategorileri çoklu katman teknolojsi ile üretilmeye başlandı. Bu teknoloji tekniği ile üretilen kağıt ürünler, eskisine göre çok daha yumuşak olma özelliği ile öne çıktı. Bununla birlikte, tüketiciye faydası "yumuşaklık" olan Super Soft Tuvalet kağıdı lansmanı yapıldı. Yeni tuvalet kağıdının en önemli iddiası isminden de anlaşılacağı gibi yumuşaklık oldu. Selpak Super Soft lansmanı ile 1990'ların başında farklı bir iletişim stratejisi izlemeye başlayan Selpak, Ali ve Murat'ın konu olduğu Selpak Super Soft reklam filminde Murat'ın aile içinde yarattığı krizlerin Selpak markasının



yumuşatıcı ve emici özelliği sayesinde çözülmesini konu aldı. Selpak Super Soft reklam kampanyası, tuvalet kağıdının yumuşaklığını tüketicilere farklı mecralarda tanıttı.

Ali ve Murat hikâyeleri Selpak'ın uzun süre sözcülüğünü üstlendi ve 1991-1998 yılları arasında iletişime devam edildi. Bu seride sadece tuvalet kağıdı değil, havlu, peçete hatta mendil reklamlarına da yer verildi. Selpak, Ali ve Murat hikâyelerinde Selpak Havlu'nun emicilik özelliğini "hayali fil" üzerinden 1992 yılında vurgulamaya başladı. İlk kez "hayali fil" kullanılan bu reklamda, filler hem suyu hem de emiciliği tüketicilere kolaylıkla aktardı. Selpak, Havlu filmi ile 6. Kristal Elma'da TV dalında "Ev Bakım ve Temizlik Ürünleri" kategorisinde ödül sahibi oldu.

1990'ların ikinci yansında ürün formülasyonunda değişikliğe giden ve yeni bir teknoloji kullanmaya başlayan İpek Kağıt, bu yeni yatırım sonucunda Selpak Aqua Lansmanını yaptı. İletişimde, yeni Selpak Aqua ve rakibin tuvalet kağıdı islatılarak karşılaştırıldı ve Selpak Aqua'nın suya üç kat daha fazla dayanıklılığı vurgulandı.

1995 yılında yabancı bir ortak ile birleşmesiyle yabancı ortağın logosunda bulunan ve yumuşaklığı temsil eden lotus çiçeği çizimleri Selpak logosunda kullanılmaya başlandı. 1996 yılında "Suya Doymayan Süper Emici Halkalar" Selpak Havlu için geliştirildi. Bu söylem o kadar popüler oldu ki iletişimde kullanılan "Onlar halka değil, fil" söylemi mizah dergilerine kadar taşındı. 1999 yılında ise "Suya Doymayan Süper Emici Halkalar" kampanyasında mutfak tezgahının üzerine şişne suyu döken Aslı, filler sayesinde sakarlığını annesine fark ettirmeden atlattı.

2000 yılında yumuşaklığı temsil eden "bulut" teması etrafında iletişim yapıldı. Bu temada çekilen tuvalet kağıdı, havlu, kutu mendil filmleri dublaj yapılarak Azerbaycan, Gürcistan ve Kazakistan'da yayınlandı. 2001'de "Eee... Selpak başka" söylemi kullanılmaya başlandı. 2006 yılında Selpak Havlu için relansman yapıldı ve yine filler yardımıyla "Süper Emici Dev Halkalar" tüketicieye anlatıldı. Artık halkalar dev diye tanımlandı çünkü halkalar daha büyük ve emici hale getirildi.

Selpak, 2000 yılında cep mendilini "Selpak her zaman farklı" sloganlı reklam filmi ile tüketiciye sundu. Bu reklam filmi ile Selpak 12. Kristal Elma'da TV alanında "Ev Bakım ve Temizlik Ürünleri" kategorisinde ödüle layık görüldü. 2009'da "Hijyen hiç bu kadar pratik olmamıştı" sloganıyla Selpak Kağıt Bez, 2010'da ise "Yeni nesil Selpak mendiller ile sevdiğinizizi koruyun" sloganıyla mentollü mendil reklam filmleri ekranlardaki yerini aldı.

2012'de biten yabancı ortaklık ile logo ve ambalaj değişikliğine tekrar gidildi ve lotus çiçeği kullanımına son verildi. Tamamen yerli sermayeye geçildikten sonra, Selpak markasının yeni logosu kullanılmaya başlandı. Selpak fili ise tüm Selpak Ailesi'nin marka ikonu oldu.

2014 yılında ise Selpak, "Banyo Havlusu" reklam iletişimi ile Selpak havlunun kullanım alanını genişletmeye dair bir iletişim kampanyası hayata geçirdi.

## Marka Değerleri

1970'den beri temizlik kağıdı sektöründeki gelişmelerin tüketicilere yansıtılması misyonunu üstlenen Selpak, bugün, tüketicilerin nezdinde; en yenilikçi, en uzman, en sevilen ve ilk akla gelen temizlik kağıdı markası olmasının yanı sıra, tüketici için gerçek anlamda değer yaratan 'ilklerin de markası' konumunda yer alıyor.



Sadece adıyla özdeşleşen kağıt mendil ile değil tuvalet kağıdı, havlu, kağıt bez, peçete ve kutu mendil gibi tüm ürün kategorilerinde "en üstün kaliteli" ürünler sunan ve sektörde lider konumda olan Selpak, temizlik kağıdı sektöründeki gelişmelerin Türk tüketicisine yansıtılması misyonunu kaliteli ve yenilikçi bakış açısı ile üstleniyor.

Selpak, "kişisel hijyen" bilincinin toplumda gelişmesi için temizlik kağıdı sektöründe gerçekleştirdiği eğitim çalışmaları ve doğayı koruyan yapısıyla öne çıkıyor.

Selpak, sürdürülebilirlik alanında sektöre öncülük ediyor ve "Sürdürülebilir Orman Yönetimi"ni destekliyor. İpek Kağıt, "Yanlarla Sözümlüz" sloganıyla kağıt ürünlerinin hammaddesi olan selülozun %100'ünü, kestikleri ağaçtan daha fazlasını diken ve yetiştiren sertifikalı tedankçilerden satın alıyor. İpek Kağıt'ın iş ortaklarına ve tüketicieye verdiği bu taahhüdün Türkiye temizlik kağıdı sektöründe başka bir örneği bulunmuyor.

Selpak ayrıca temizlik kağıdı kategorisinde Türkiye'nin ilk ve tek "doğada çözünür ambalajı"na da sahip. Standart plastik ambalaj malzemelerinin doğada çözünme süresi malzemenin özelliğine göre 100 ile 1000 yıl arasında değişirken; Selpak Tuvalet Kağıdı ve Selpak Havlu paketlerinde kullanılan malzeme bir ile beş yıl arasında doğada çözünüyor.

**www.selpak.com.tr**

**BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?**

## Selpak

► "Selpak", selülozun "Sel"i ile temizliği çağrıştıran "Pak" kelimelerinin birleşimi ile oluşturuldu. Marka adını belirlemek için fabrika çalışanları arasında bir yarışma düzenlendi ve yarışmayı "Selpak" kazandı.

► Türkiye'yi temizlik kağıdı ile tanıştıran ilk marka oldu.

► Selpak Mendil'in 1970'te yayımlanan ilk reklamı "At o çaputu ... al buni" oldu. Bu reklam filmimin sözleri gazeteci ve romancı Halit Çapın'a ait iken reklamda Cevat Kurtuluş ve Erol Günaydın rol aldı.

► Tuvalet kağıdı kullanım alışkanlığının çok yaygın olmadığı yıllarda, Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından tuvalet kağıdı kullanımında sakınca olmadığına dair bir fetva yayınlandı.

► 1996 yılında Suya Doymayan Süper Emici Halkalar Selpak Havlu için geliştirildi. Bu söylem o kadar popüler oldu ki "onlar halka değil fil" söylemi mizah dergilerine kadar taşındı.

► 2000'de Türkiye'nin hem önden hem de yandan açılabilen ilk ve tek kutu mendilini Selpak üretti.