

■ haber / news

## HER İKİ KİŞİDEN BİRİ ÇEVRECİ ÜRÜN SEÇİYOR

**İklim değişikliğinin gün geçtikçe daha çok hissedilmesi ve artan farkındalık, alışkanlıkları da değiştiriyor. Bir araştırmaya göre her iki kişiden biri sürdürülebilir ürünleri satın alıyor. Seramiksan Direktörü M. Süreyya Çağlar da sürdürülebilirlik kriterlerine göre üretim yaptıklarını söylüyor.**

İklim krizinin gün geçtikçe hissedilmeye başlaması tüketici alışkanlıklarını değiştirmeye devam ediyor. PwC'nin konuya dair gerçekleştirdiği Küresel Tüketici İçgörülerini Nabız Anketi'nde, 2019'da yalnızca üç kişiden biri (yüzde 35) çevreyi korumaya yardımcı olmak için sürdürülebilir ürünleri tercih ederken, 2021'de tekrarlanan araştırmada ise iki kişiden birinin (yüzde 50) seçimlerini sürdürülebilir ürünlerden yana kullandığı ortaya çıktı. Çevreye duyarlı ürün tercihinin artması, sektörel trendlere ve özellikle de B2C iş yapan şirketlerin ürün geliştirme süreçlerine yön veriyor. Özellikle pandemi döneminde, evler başta olmak üzere kapalı

mekarlarda daha fazla zaman geçirilmesiyle, doğaya duyulan özlemin dekorasyon trendlerini doğrudan etkilediğine dikkat çeken Seramiksan Direktörü M. Süreyya Çağlar, "Evlerde her anlamda yeşile alan açıldı. Kapalı mekanda daha fazla bitki yetiştirme eğilimi gösteren kullanıcılar, yaşam alanlarında doğaya dair unsurları, doğal ürünleri ve çevreye duyarlı seçimleri ön plana çıkardı. İklim krizinin etkilerini daha fazla hissettikçe, doğanın ikinci bir seçeneğinin olmadığını anlayan tüketiciler, artık her alanda sürdürülebilir ürünlere daha fazla rağbet ediyor. Dekorasyon ise bu değişimin ilk basamağını oluşturuyor" dedi.

### Sürdürülebilirlik karolarla yaşam biçimine dönüşüyor

Sürdürülebilir iş modelinin günümüz iş dünyası için bir kriter olduğunu belirten Süreyya Çağlar, "Elbette 'yeşil duyarlılık' konforlu bir yaşamı geride bırakmak anlamına gelmiyor. Sürdürülebilirliği entegre ettiğimiz ürünlerimizde gerek ev gerekse işletme sahipleri için malzemesiyle dayanıklı, temizlenebilirliğiyle ise kullanışlı ve konforlu bir ürün yelpazesi sunuyoruz. Seramiksan olarak modern baskı tekniklerimiz sayesinde hiçbir ağaç kesilmeden, ahşabın güzelliğini dayanıklı porselen yüzeylere taşıyoruz. Bu şekilde hem doğayı koruyor, hem de ürünlerimizi birer tasarım unsuruna dönüştürerek kullanıcılarımızın estetik ihtiyaçlarını karşılıyoruz" diye konuştu.

Çağlar ayrıca, doğa ve çevre odaklı geniş bir ürün portföyüne sahip olduklarını aktararak, 1994'ten bu yana çevreye duyarlı seriler tasarladıklarını vurguladı. Sagano, Monte Verde ve Classwood porselen karo serileri de markanın doğanın renklerini hem zemin hem de duvarlara yansıttığı koleksiyonlardan.

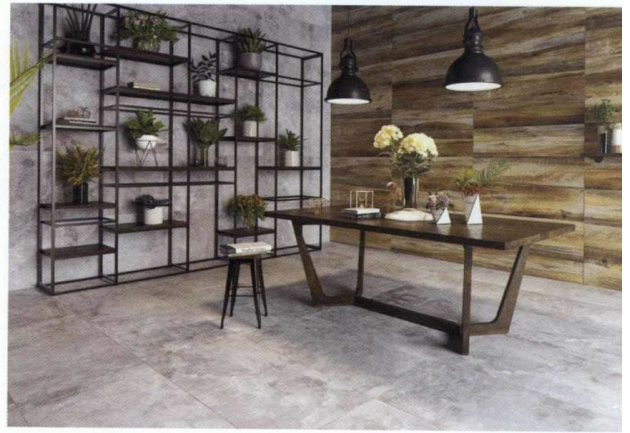


## EVERY OTHER PERSON CHOOSES THE ECO-FRIENDLY PRODUCT

*Climate change being felt more and more every day and the raising awareness, are changing also the habits. According to a research, every other person buys sustainable products. And Seramiksan Director M. Sureyya Caglar also says that they manufacture according to sustainability criteria.*

*The climate crisis beginning to be felt more every day, is continuing to change the consumer habits. In the Global Consumer View Pulse Survey made by PwC regarding this subject, only one out of three people (35 percent) prefers sustainable products to help protect the ecology in 2019, while in the same research repeated in 2021, it's found out that every other person (50 percent) make their choices towards sustainable products. The increasing product preferences intended for ecology, is guiding the sectoral trends and particularly the work processes of companies doing B2C business.*

*Remarking that the longing to nature directly influences the decoration trends by spending more time indoor particularly at homes especially during the pandemic, Seramiksan Director M. Sureyya Caglar said. "A space is opened for green at homes in every sense. Users who tend to grow plants indoor more, have put elements regarding the nature, natural products and eco-friendly*



*choices forward in their living spaces. As they fell the impacts of the climate change more and more, the consumers understood that nature hasn't got a second option, are now demanding sustainable products in every area. And decoration is setting off the first step of this change."*

### **Sustainability becomes a life style with tiles**

*Stating that sustainable business model is a criteria for today's business World, Sureyya Caglar continued his words: "But of course, 'green awareness' doesn't mean leaving a comfortable life back. In our products which we integrated sustainability into, we offer a product range that's durable with their materials and practical and comfortable with their cleaning both for home and business owners. As Seramiksan, we bring the beauty of wood onto the durable porcelain surfaces thanks to our modern press techniques. This way, we both protect the nature and turn our products into a design element and meet our consumer's aesthetical needs."*

*Caglar also informs that they have a nature and environment oriented wide product range and underlined that they are designing environment-friendly series since 1994. Sagano, Monte Verde and Classwood porcelain tile series are the company's collections which they reflect the colors of nature both onto the floors and onto the walls.*

