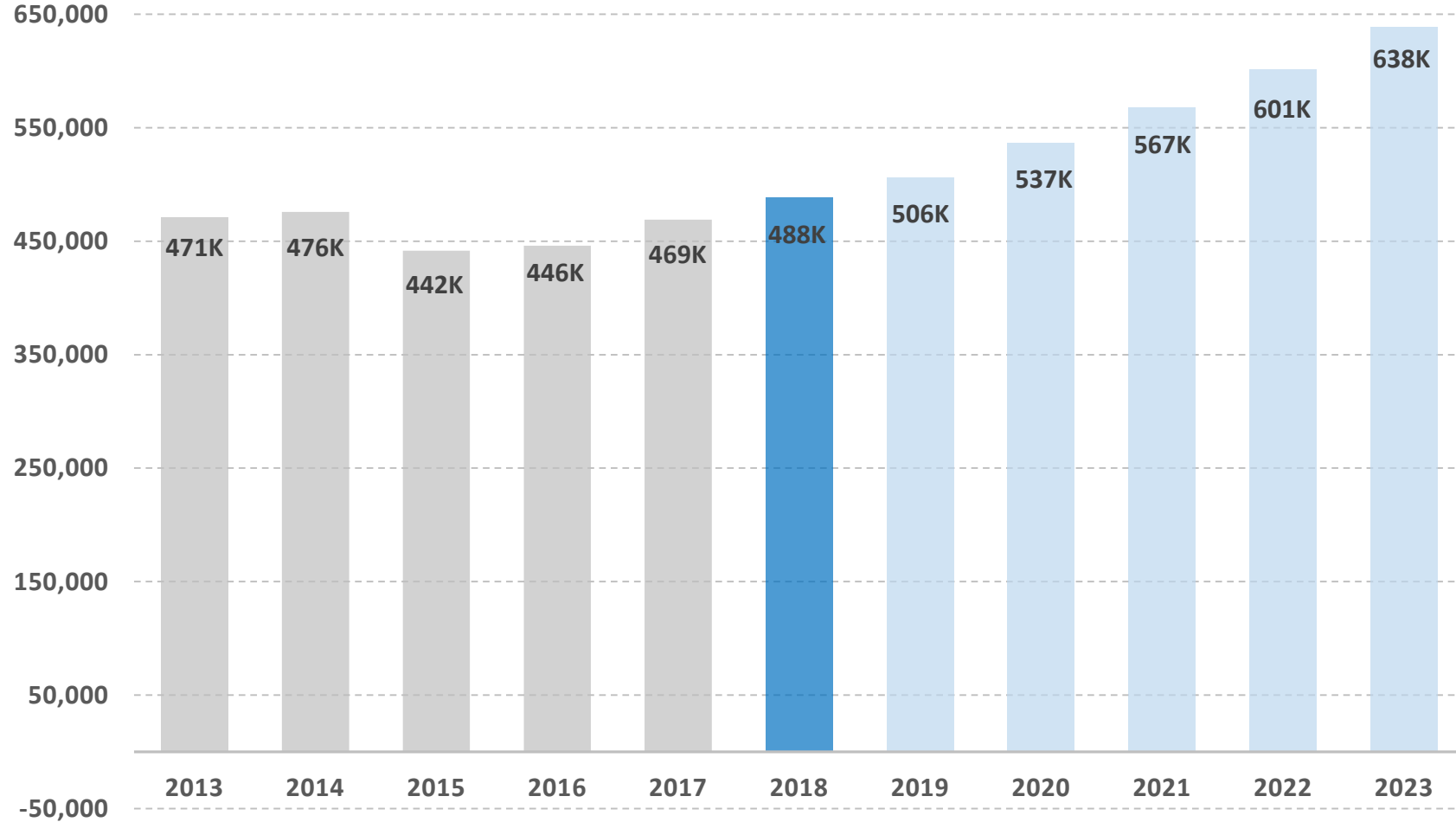




MEHMED EVYAP
Evyap Holding
İcra Kurulu Başkanı

Global Güzellik ve Kişisel Bakım Pazarı

USD 000 milyon



Kaynak : Euromonitor

2019



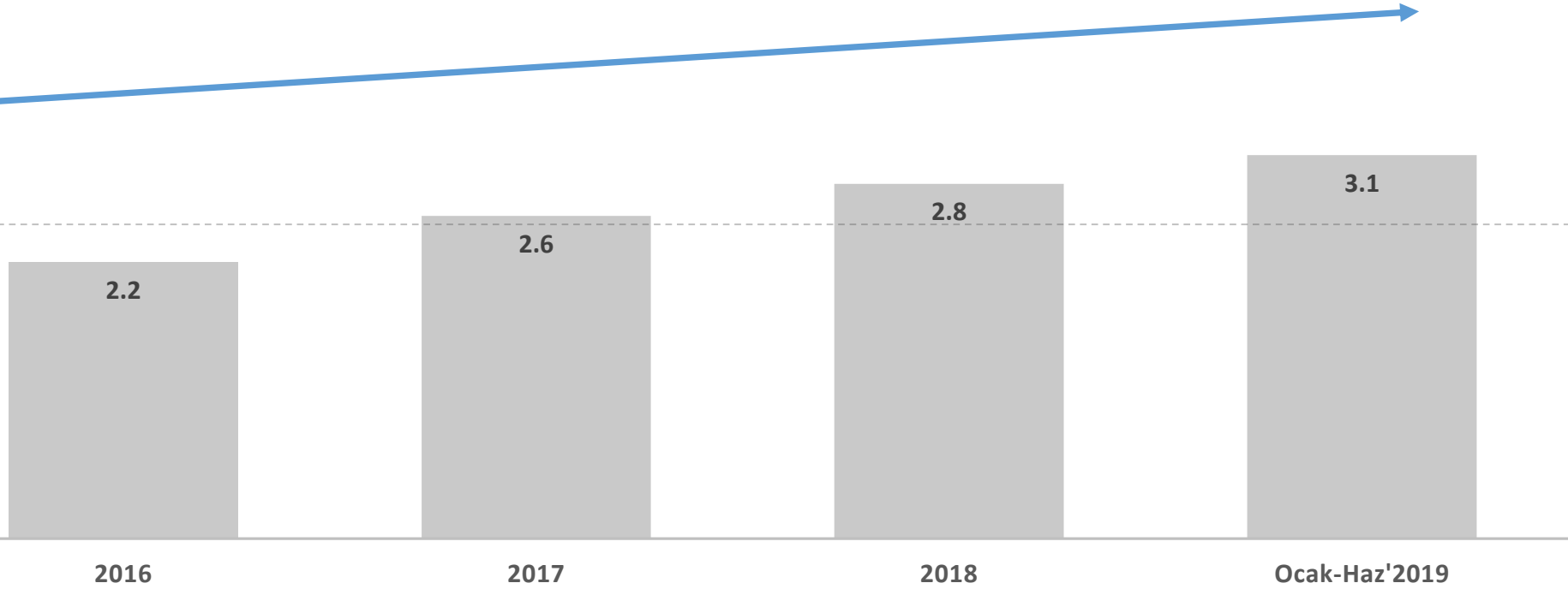
Türkiye Toplam Ticaret Pazarı – Ciro Payı

Ciro Payı (%)

5.0

2.5

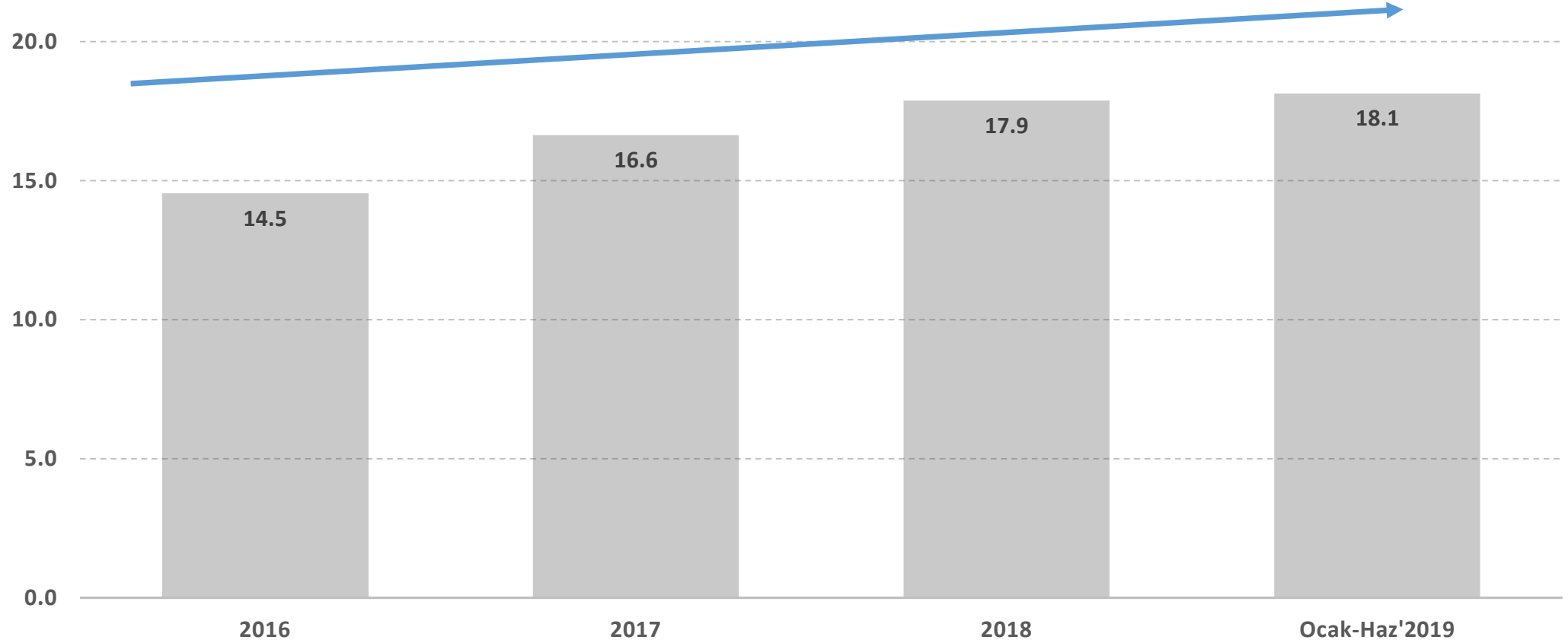
0.0



Kaynak : Nielsen FMCG Track

Türkiye Kişisel Bakım Pazarı- Parfümeri Kanalı Ciro Payı

Ciro Payı (%)



Kaynak : Nielsen FMCG Track

2019



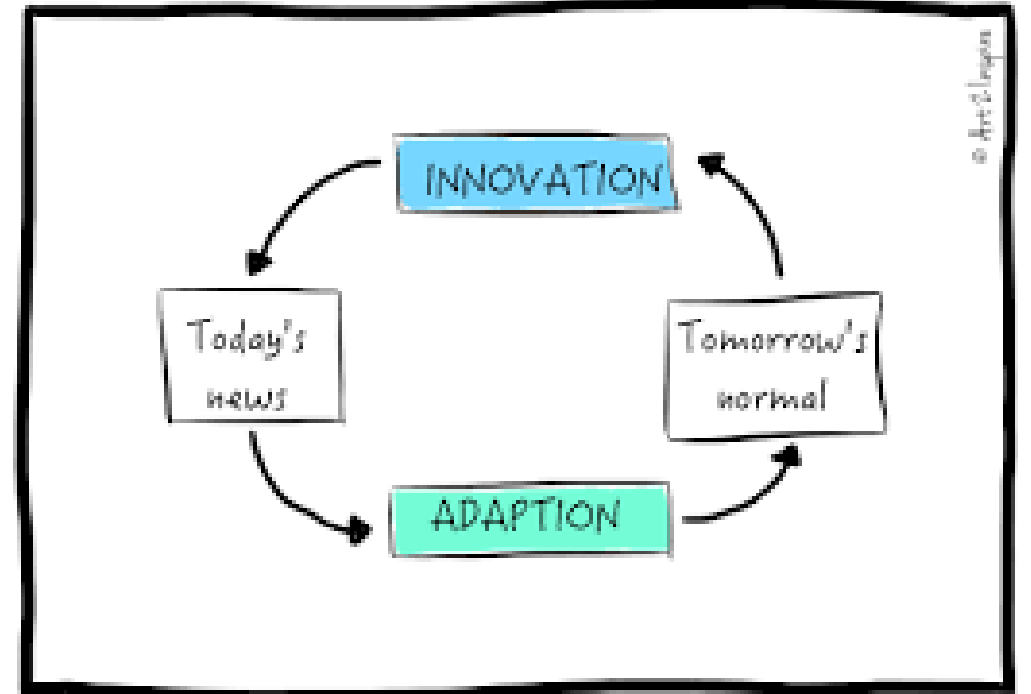
Üreticinin Penceresinden Mevcut Durum

- Standart endüstri bilgisine ve teknolojiye ulaşım kolay
- Yeni ürün farklılaşma getirmiyor
- Tüm dünyada ve tüm sektörlerde kapasite fazlası var
- Ürün yağmuru beraberinde emtialaşmayı getiriyor
- Zero profit



Çıkış Yolu: İnovasyon - Farklılaşma - Sürdürülebilirlik

- Sıra dışı düşünmek, sıra dışı üretmek, sıra dışı uygulamalar
- Yenilikçi bakış açısı
- Tüketicilerin marj ödemeye razı olacakları inovatif ürünler
- İnovasyon döngüsü:
 - Her inovasyon en geç **2 yıl** içinde takip edilebilir



Çıkış Yolu: İnovasyon - Farklılaşma - Sürdürülebilirlik

- İnovasyon her zaman teknolojik bir buluş olmak zorunda değildir;
 - Performans arttıran
 - Kullanım kolaylığı getiren
 - Doğal içerikli
 - Daha önce hiç kullanılmamış bir ürün formatı

da marj getiren bir inovasyon olabilir.



Çıkış Yolu: İnovasyon- Farklılaşma - Sürdürülebilirlik

- Tüm sektörler gibi biz de yenilikçi olmak zorundayız



Çıkış Yolu: İnovasyon- Farklılaşma - Sürdürülebilirlik

- Dünyada doğallık anlayışı:
 - Kişiyeye iyi ve zararsız
 - Gezegene iyi ve zararsız



Çıkış Yolu: İnovasyon- Farklılaşma - Sürdürülebilirlik

➤ Evyap'ta ambalaj alanında sürdürülebilirlik çalışmaları:

➤ Son 3 yılda plastik malzeme azaltma*

- ✓ Sıvı sabun grubunda **9%** ile **%15** arasında,
- ✓ Krem grubunda **%15**,
- ✓ Kolonya grubunda **%8** ile **%15** arasında

daha az plastik kullanarak üretim.

*Malzeme azaltma son 3 yıl için lt/gr olarak hesaplanmıştır.

➤ Enerji tasarruflu teknolojilerin kullanımı

Teşekkürler...

