



TURKISH MARKET IS VERY INTERESTING

TÜRKİYE İLGİNÇ BİR PİYASA

Underwater areas of ships if not protected will become covered with weed and animal fouling which can negatively affect the speed and fuel consumption of the vessel. Antifouling paint for the underwater area helps ships to stay clean and maintain design operating speeds with fuel efficiency.

Gemilerin su altında kalan kısımları korunmadığı takdirde, yosun ve kabuklu deniz hayvanlarıyla kaplanır, bu da geminin hızını ve yakıt tüketimini olumsuz etkiler. Bunları önlemek için anti-fouling denen boyalar kullanılıyor. Bu boyalar gemilerin bu kısımlarının temiz kalmasını ve seyir hızlarının korunmasının yanı sıra yakıt verimliliğini de artırıyor.



Mark Allen

“What is there today compared to what was there in the past is quite amazing. The development of ship repair and newbuilding is quite dramatic. The newbuilding sector is moving to the top 5 or 6 worldwide and it speaks for itself.” These are Mark Allen’s words who is the General Manager of Eastern Europe, International Paint. He continues, “Shipping industries are always subject to global shipping markets and Turkish market has developed itself so much and it will continue developing. There are a lot of people, expertise and financial strength in the market which in turn speed up productivity. The rapid growth of the Yachting industry is quite remarkable as well. Turkish yacht builders have started to make themselves globally known in a positive way.”

Since 1984, Mark Allen has been with International Paint. He worked in different segments, various parts in the company like marine coatings, yacht painting and protective coatings. He came to Turkey in 1992, to look after the Turkish business. Since

“Geçmişte var olanlarla kıyaslandığında bugün var olanlar oldukça şaşırtıcı. Gemi onarım ve yeni inşaat sektörlerinin gelişimi son derece çarpıcı. Yeni inşaat sektörü dünyada beşinci veya altıncılığa yükseliyor.” Bu sözler, International Paint firmasının Doğu Avrupa Genel Müdürü Mark Allen’a ait. Allen sözlerini şöyle sürdürüyor: “Denizcilik sektörleri her zaman global denizcilik piyasalarına tabidir. Türkiye, kendisini çok geliştiren ve geliştirmeye devam eden bir piyasa. Birçok insan, büyük uzmanlık ve mali güç var. Bunlar verimliliğe ivme kazandırıyor. Yat sektörünün hızlı gelişimi de son derece dikkate değer, bu kadar hızlı büyümesine inanmıyorum. Türk yat inşacılar dünyada olumlu bir şekilde tanınmaya başladı.”

International Paint firmasında 1984 yılından bu yana çalışan Mark Allen, deniz boyaları, yat boyaları ve koruyucu boyalar gibi şirketin farklı segmentlerinde, çeşitli bölümlerde görev almış biri. Türkiye’ye 1992 yılında şirketin ülkemizdeki faaliyetlerini yönetmek için gelen Allen, o zamandan bu yana Türkiye’de deniz boyalarıyla başlayıp yat boyaları ve koruyucu boyalar alanlarında büyüdüklerini söylüyor; “Türkiye’deyken özellikle petrol ve gaz sektörlerine yönelik olarak Azerbaycan ve Kazakistan olmak üzere Orta Asya piyasasını da incelemeye başladık. 4 yıl önce Rusya, Polonya, Baltık bölgesi, Romanya, Ukrayna, Türkiye ve Orta Asya dahil Doğu Avrupa Genel Müdürü oldum. Bu yüzden de yerleştim, ancak diğer pazarlara da sık sık seyahat ediyorum. Şu sıralar daha çok deniz boyalarına yoğunlaşıyorum.” diyor Mark Allen’la denizcilik sektörü, International Paint firması ve en son ürünleri hak-

then they grow up in Turkey, starting with marine paint, then yacht paint business and protective coatings. "When we are in Turkey, we started looking to the Central Asian market, especially Azerbaijan and Kazakhstan particularly for the oil and gas sectors. 4 years ago I became the General Manager for Eastern European area, including Russia, Poland, Baltics, Romania, Bulgaria, Ukraine, Turkey and Central Asia. So I am based here but I travel around the other markets. My focus is now on marine paint." says Mark Allen. We talked with him about marine sector, International Paint and their latest product. Captain Cengiz Karabüber, Sales Manager for Marine Coatings also gave information about their new projects.

You experienced in different segments and you cover many countries. Can you make a comparison among the marine sectors of the countries in your area?

Different countries develop different strategies and they develop in different rates. Marine business is global and wherever you go, you find similarities one way or another. It is striking that some countries have developed very dramatically and quickly in the marine market. The geographical spread of business has changed over the years. Korea, China, Japan have grown quickly and currently make up 40 percent share in the global marine coatings market and the development continues.

The Turkish market is very interesting. When I came here first, dry docks on the Bosphorus were still there. It has changed a lot, very dramatically indeed. Both from ship repair, shipbuilding and ship owning sides, these sectors developed so much. In Eastern Europe, a lot of activity is going on as well with moves of the new building and repair businesses from Western Europe to Eastern Europe markets. Former Eastern Block countries are developing fast both in capacity and people skills. In terms of production capacity and ability, a lot is going on and there is a good command of workforce and local management.

What is the market share of your company in Turkey? What can be done to increase the share?

We can always say that our position can be better. It is also true for every market. We always have to try, if we rest then it means that we will go backwards. Market share is one thing but not the main aim. We rather focus on the quality of the business adopting our leading principles.. Comparatively our market share in Turkey is about 30 percent but it is always difficult to say precisely since there are various sectors in the market. Newbuilding, fishing, coastal, deep sea... etc. So we look at different sectors from different perspectives; specifically and carefully.

Since it is a global business, we have global strategies. Our business is globally spread. We cannot be in the shipping business without being everywhere our customers are. We have to be able to supply our paint globally to ship owners and to new building yards. Also it is very important to supply it with a

kında konuştuk. Deniz Boyaları bölümü Satış Müdürü Kaptan Cengiz Karabüber de yeni projeleri hakkında bilgi verdi.

Farklı segmentlerde tecrübe sahibisiniz ve birçok ülkeyi kapsıyorsunuz. Bölgenizdeki denizcilik sektörleri arasında bir karşılaştırma yapabilir misiniz?

Her ülke farklı stratejiler geliştirir ve farklı hızlarda gelişir. Denizcilik küresel bir iştir ve nereye giderseniz gidin, şu veya bu şekilde benzerlikler bulursunuz. Bazı ülkelerin denizcilik alanında önemli ölçüde ve hızlı bir şekilde geliştiğini görmek gerçekten çok şaşırtıcı bir durum. Coğrafi yayılım, bu alanın geçmişinde olduğu gibi değil, yıllar boyunca oldukça değişim gösterdi. Kore, Çin, Japonya çok hızlı büyüdü. Eskiden küresel pazar payının yüzde 20'sine sahipken, şimdi küresel deniz boyaları piyasasının yüzde 40'ına sahipler diyebiliriz ve bu gelişimleri de sürüyor. Orada büyük bir gelişim söz konusu.

Türkiye piyasası oldukça ilginç. Buraya ilk geldiğimde, Boğazda kuru havuzlar hala yerindeydi. Çok şey değişti, hem de son derece şaşırtıcı bir şekilde. Hem gemi onarım ve gemi inşa hem de armatörlük açılarından bu sektörler çok gelişti. Doğu Avrupa'da da birçok faaliyet gerçekleşiyor, yeni inşa ve onarım sektörleri Batı Avrupa'dan Doğu Avrupa'ya birçok piyasada çok iyi işler yapıyor. Eski Doğu Bloğu ülkeleri hızla gelişiyor ve kapasitelerini aşıyor. Üretim kapasitesi ve kabiliyet açısından birçok gelişim söz konusu ve iş gücü ile yerel yönetim konusunda iyi bir hakimiyet var.

Firmanızın Türkiye'deki pazar payı nedir? Bu payın artırılması için neler yapılabilir?

Her zaman konumuzun daha iyi olabileceğini söyleyebiliriz. Bu her piyasa için geçerlidir. Her zaman denemek zorundayız, eğer soluklanmak için durursak, o zaman geri gideriz. Pazar payı önemli, ancak tek amaç değil. Biz daha çok kendi prensiplerimizi belirleyip işimizin kalitesine yoğunlaşıyoruz. Bu işin içinde olan insanlarla pazarda olanlar şirketi geliştiriyor. Türkiye'deki pazar payımızı yaklaşık yüzde 30 civarında, ancak bunu kesin olarak söylemek zor, zira piyasada çok fazla sektör var. Yeni inşa, balıkçı tekneleri, kıyı gemileri, derin deniz gemileri, vb. Bu yüzden farklı sektörlerde farklı perspektiflerden bakıyoruz. Özel olarak ve dikkatli bir şekilde.

Bu global bir iş olduğundan, global stratejilerimiz var. Bizim faaliyetlerimiz global olarak yayılmış durumda. Müşterilerimizin olduğu her yerde olmadan denizcilik işinde var olamayız. Boyalarımızı global olarak armatörlere, müşterilerimize ve yeni inşa tersanelerine, ikmal şirketlerine temin etmek zorundayız. Ayrıca bu ürünleri tutarlı bir kaliteyle temin etmek de çok önemli. Örneğin belirli bir ürünün kalitesi Çin, İngiltere, Türkiye veya ABD'de yerel piyasaya göre farklılıklar gösterebilir, ancak denizcilik piyasasında bu olamaz, zira insanlar her yerde aynı kaliteyi bekliyor. Yüksek kalite ve yüksek teknik hizmetler de başarının kilit faktörleri, bu yüzden birer strateji olarak benimsenmeli. Kısa vadede pazar payını arttırmak için kaliteden ödün vermeyiz ve ayrıca ürün-

consistent quality. For example a product and its quality in China, UK, Turkey or in the United States, can start varying according to the local market but this cannot happen in marine business since people expect the same quality everywhere. High quality, high technical service are also key factors to be successful and needs to be adopted as a strategy. We don't compromise to chase short term market share nor we do not commoditise products to local situations or prices. Following the quality, we want to grow on a stable ground.

As all markets, marine sector here is very competitive and open to all suppliers. We can look at the competition from two sides. There are some competitors who work on a global basis but there are not so many companies of that sort. On the other hand, there are some local and regional manufacturers & it is sometimes harder for them since there are various regulations, and environmental standards to comply with, both for industry and local standards.

We cover most of the market sectors and geographical areas. One of the big challenges for the marine paint business are environmental legislation and legislative issues. There is a lot of standardisation being developed in various sectors and also Turkey is adopting EU legislation. We concentrate on compliance issues, for example biocidal product directives, MED and REACH. Sustainability in a safe environment are very important issues for the business.

What is the newest product of the company and what are the advantages of it?

Intersleek 900, a developed version of a silicone underwater coating for foul release is our newest product and it has a lot of advantages.

Underwater areas of ships if not protected will become covered with weed and animal fouling which can negatively affect the speed and fuel consumption of the vessel. Antifouling paint for the underwater area helps ships to stay clean and maintain design operating speeds with fuel efficiency. Typically the market is dominated by paints with biocides in them. As use of biocides becomes more restricted, we wanted to develop alternatives to these kind of products. And more than 15 years ago we launched the first silicon type of underwater coating which has no biocide and relies on low surface energy to prevent fouling. It is very smooth and fouling does not fasten on to the surface easily. It also has a better environmental profile than biocidal products as nothing is released into the water. The brand name of these products is Intersleek. Initially the products were used by fast ferries. İDO was the first to apply Intersleek in Turkey and uses it on their fleet since it provides fuel savings in excess of 10 percent for their vessels. They have been using these products for more than 5 years now. The Intersleek range is also widely used on higher speed, scheduled vessels such a container ships, Ro-Ro's and Cruise vessels.

When it comes to slower vessels trading below 14-15 knots, the effectiveness of the silicone products is reducing in

leri yerel koşullara veya fiyatlara uyarlamayız. Kaliteye önem vererek sağlam bir temel üzerinde büyümek istiyoruz.

Tüm piyasalarda olduğu gibi denizcilik sektörü de son derece rekabetçi ve tüm tedarikçilere adil bir şekilde açık. Rekabete iki açıdan bakabiliriz. Jotun ve Hempel gibi global düzeyde rekabet edebilen rakipler var, ancak bu tip şirketlerin sayısı çok fazla değil. Diğer yandan bazı yerel ve bölgesel üreticiler de söz konusu. Bu iş bazen onlar için zor olabilir, zira uyulması gereken birçok kural, düzenleme, mevzuat ve çevre standartları var, hem sektörel hem de yerel standartlar ortaya çıkıyor.

Piyasadaki sektörlerin birçoğunu kapsıyoruz ve birçok coğrafi bölgede faaliyet gösteriyoruz. Deniz boyaları alanındaki en büyük zorluklardan biri de çevre mevzuatının yanı sıra sağlık ve güvenlik mevzuatları. Dünyanın birçok yerinde çeşitli sektörlerde birçok standardizasyon mevzuatı geliştiriliyor ve Türkiye de AB mevzuatını benimsiyor. Örneğin biyosidal ürün yönergeleri, MED ve REACH gibi uyum sorunlarına yoğunlaşıyoruz. Güvenli bir çevrenin sürdürülebilirliği, ileride işletmeler için çok önemli bir mesele haline gelecek.

Şirketin en yeni ürünü nedir ve ne gibi avantajları var?

Gemilerin deniz altında kalan bölümlerinde kullanılan silikon boyanın geliştirilmiş bir versiyonu olan Intersleek 900 en yeni ürünümüz ve birçok avantajı bulunuyor.

Gemilerin su altında kalan kısımları korunmadığı takdirde, yosun ve kabuklu deniz hayvanlarıyla kaplanır, bu da geminin hızını ve yakıt tüketimini olumsuz etkiler. Bunları önlemek için anti-fouling denen boyalar kullanılıyor. Bu boyalar gemilerin bu kısımlarının temiz kalmasını ve seyir hızlarının korunmasının yanı sıra yakıt verimliliğini de artırıyor. Tipik olarak piyasaya zehirli biyositlerin kullanıldığı boyalar hakim. Bunlar biyosit içeriyorlar. Biyosit kullanımı gittikçe sınırlandırıldığından, bu ürünlere alternatifler geliştirmeye başladık. 15 yıldan fazla bir süre önce, ilk silikon tipi deniz altı boyalarımızı piyasaya sunduk. Bu boya temel olarak hiç biyosit içermiyor ve deniz canlılarının oluşmasını önlemek için düşük bir yüzey enerjisi sağlıyor, ayrıca oldukça da kararlı bir ürün. Son derece pürüzsüz bir yüzey sağlıyor ve bu tür deniz canlıları da böyle yüzeylere kolaylıkla tutunamıyor. Ayrıca biyosit içeren ürünlere kıyasla daha iyi bir çevre profiline sahip bir ürün bu, zira suya salınan hiçbir zararlı madde söz konusu değil. Bu ürünlere Intersleek adını verdik. Ürünler ilk olarak hızlı feribotlarda kullanıldı. Intersleek ürününü Türkiye'de ilk uygulayan kuruluş İDO oldu. İDO filosundaki deniz araçlarına bu ürünü sık sık uyguluyor ve yüzde 10'dan fazla yakıt tasarrufu sağlıyor. Bu ürünleri 5 yıldan fazla bir süredir kullanıyorlar. Intersleek ürün yelpazesi ayrıca daha hızlı konteyner gemileri, ro-ro gemileri ve kruvaziyer gemileri gibi tarifeli gemilerde de kullanılıyor. 14-15 deniz mili gibi daha düşük hızlarda seyreden gemiler söz konusu olduğunda, silikon ürünlerin etkinliği fouling koruması açısından azalıyor. Bu yüzden ihtiyaç duyduğumuz şey yavaş seyreden gemilerde kullanılacak bir üründü. Intersleek 900 yaklaşık 1 sene kadar önce piyasaya sürüldü. Düşük hıza sahip yük gemileri dahil, her tip gemide kullanılabilir. Ürün patentli floropolimer teknolojisi üzerine kurulu benzersiz bir gelişimi temsil ediyor. Oldukça iyi bir satış



The northern wind...

✓ New building ✓ Maintenance, repair

✓ 31,000 m² area ✓ 130 m long slipways

✓ Access to the shipyard without passing the strait

KARADENİZ SHIP BUILDING INDUSTRY AND TRADE CO.

Tel: +90 452 321 14 14 Fax: +90 452 321 14 03 Unye Port, Ordu TURKEY

çilbar PR

NEW ERA IN AIS



i-ais-TB CS Class-B CS AIS Transponder

► Additional Domestic Functions

*Advanced SAR Messages for Security, Health, Fire and Mechanical Emergency Situations,
Adaptive Marine Traffic Management Messages, Adaptive Output Power Setting,
Power Failure Protection, Black Box Feature, DSC Channel 70 Listening,
Smart Card Integration, Application Specific Rules for Fishing Vessels,
NMEA 0183 Communication Port, Collision Prevention Warning*

- 3.5" / 7" / 15" Display Options
- CE Mark, International Approval
- Compatible with IEC, ITU-R, IMO International Standards



+90 (210) 500 07 07
www.dealteknoloji.com
info@dealteknoloji.com



Capt. Cengiz Karabüher, Sales Manager Marine Coatings // Deniz Boyaları Satış Müdürü

Of course, we have not had projects only with IDO. Previously, we used the product on coast guard boats in military projects at Yonca Onuk Shipyards. We used Intersleek 700 on two 22,700 dwt vessels of Arkas built at Peenewerft shipyard in Germany. We have new Ro-Ro projects for Intersleek 900 in Turkey in July. The rising fuel prices increase the importance of our product to a large extent. Fuel saving around 10% provide considerable savings to users. They are important particularly for the passenger ships that pay the fuel costs themselves, as well as for Ro-Ro vessels and other owners. The product pays for itself within one to two years depending on the fuel consumed. And this provides considerable profits through a period of 5 years. A Ro-Ro vessel that consumes 60 tons of fuel with 70 per cent activity on a daily basis saves around 3.5 million dollars, which is a very considerable figure.

Currently, we have two ro-ro projects, and our projects with IDO still continue. On the other hand, we also have similar projects with Kocaeli Sea Buses. We expect the use of the product to increase in the course of time. We believe that the Intersleek products, which are widely used in the world, will not only be used on fast vessels, but also on other general cargo vessels, dry bulk carriers and tankers. We have examples of the use of the product on a wide variety of ships from 445,000 dwt vessels to service boats.



Intersleek ile sadece İDO'ya yönelik projelerimiz olmadı elbette. Daha önce Yonca Onuk Tersanesi'nde askeri projelerde sahil güvenlik botlarında kullandık. Intersleek 700'ü de Arkas'ın Almanya'daki Peenewerft tersanesinde yapılan 22,700 dwt'lik iki gemisinde kullandık. Intersleek 900 ile Temmuz'da Türkiye'de uygulamasını yapacağımız yeni ro-ro projelerimiz var. Yakıt fiyatlarının günümüzde oldukça artması ürünümüzün önemini daha da arttırıyor. %10 civarındaki yakıt tasarrufu, kullanıcılara ciddi bir sevinç sağlıyor. Özellikle yakıt maliyetini kendileri üstlenen yolcu gemileri, ro-ro'lar ve diğer armatörler için önemli oluyor. Bir veya iki sene içerisinde geminin harcadığı yakıtı göre bir geri dönüş var ve bu 5 yıllık dönemde ciddi karlar sağlayabiliyor. Günde 60 ton yakan ve %70 aktiviteyle çalışan bir ro-ro'da 3.5 milyon dolar civarında bir tasarruf demek çok ciddi bir rakam.

Şu anda 2 adet ro-ro projesi var. IDO ile projelerimiz devam ederken, Kocaeli Deniz Otobüsleri ile de bu ürüne yönelik paralel projelerimiz var. Zaman içinde kullanımın artacağını ümit ediyoruz. Dünyada şu an çok yoğun kullanılan Intersleek uygulamalarının sadece süratli gemilerde değil, diğer genel kargo gemilerinde, dökme yük ve tankerlerde de kullanımının artacağını düşünüyoruz. Ürünün 445,000 dwt'lik bir gemiden, bir servis botuna kadar kullanılan örnekleri var elimizde.

terms of fouling protection. So what we needed was something that works in the slower vessels as well. Intersleek 900, launched over a year ago, is that product. It is for all vessel types, including those with lower speed and activity. The product is a unique development based on patented fluoropolymer technology. It is going very well. We launched the product in London last January 2007 and since then we passed 100 ships coated with the product, including some of the biggest ships in the world like the OSG owned ULCC TI Africa and AP Moller's container vessels Elly Maersk and Edith Maersk. The list of vessels coated so far varies from smaller coastal ships up to major sized cargo ships. Feedback in terms of performance and fuel savings reported has been very positive from all companies which have used it to date. This product provides 50% greater fuel saving than the silicone products.

The advantages of the product are that, it lasts for a long time, it pays for itself in a very short time in terms of fuel saving. If a customer invests in this product, compared to traditional antifouling products, then he is probably getting a payback within less than 12 months. That much fuel saving brings increased income to the ship owners & operators.. The benefits are; reduced fuel consumption, reduced sulphur dioxide, reduced nitrous oxide and reduction of the vessel's environmental footprint. &

performansına sahip. Ürünü ilk kez 2007 yılının Ocak ayında Londra'da piyasaya çıkardık ve o zamandan bu yana ürün yaklaşık 100 gemiye uygulandı. Bunların arasında ULCC TI Africa'nın sahibi olduğu dünyanın en büyük tankeri OSG ve AP Moller'in dünyanın en büyük konteyner gemileri olan Elly Maersk ve Edith Maersk, New Maersk serisi gemileri gibi çok büyük gemiler de bulunuyor. Şimdiye kadar bu boyanın uygulandığı gemi listesi, küçük kıyı gemilerinden devasa yük gemilerine kadar birçok gemiyi içeriyor. Performans ve yakıt tasarrufu açılarından ürünü bugüne kadar kullanmış şirketlerden alınan geri bildirimler oldukça olumlu. Ürün silikon ürünlere kıyasla yüzde 50 daha yüksek yakıt tasarrufu sağlıyor.

Ürünün avantajları arasında, daha uzun ömürlü olması ve yakıt tasarrufu açısından kendisini kısa sürede amorti etmesi sayılabilir. Bu ürüne yatırım yapan müşterileri, geleneksel zehirli boyalara kıyasla yaptığı yatırımı 12 aydan daha kısa bir sürede amorti edebilir. Bu kadar yüksek düzeyde yakıt tasarrufu ayrıca armatör ve işletmecilerin gelirlerini de arttırmasına imkan sağlar. Bu yatırımın geri dönüşü çok kısa ve performansı çok iyidir. Faydaları arasında düşük yakıt tüketimi, düşük kükürt dioksit ve azot protoksit emisyonu bulunuyor. Birçok armatör ve gemi işletmecisi, artık önemli bir pazarlama unsuru haline gelen çevreci anlayışlarını göstermek istiyor. &

**Have you booked your pages in the *SPECIAL ISSUE* due to
SMM 2008
ÖZEL SAYIsında sayfanızı ayırttınız mı?**



Monthly international shipping magazine
Aylık uluslararası denizcilik dergisi

**Wholly at the web...
Tamamı internette...**

Dildar Tanıtım, Halkla İlişkiler ve Turizm Ltd. Şti. // Dildar Public Relations & Tourism Co Ltd
ADRES // ADDRESS : Zekeriyaköy Vişne 2 Mah. 1. Cadde 2. Sokak No:16 Sarıyer 34450 İstanbul TURKEY
Phone: +90 212 202 99 02 (pbx) / 280 41 41 Fax: +90 212 202 99 05
E-mail: info@dildarpr.com, info@marineandcommerce.com Web: www.marineandcommerce.com