

STRATEJİ



ŞİRKET ZİYARETİ

30 Ekim 2002

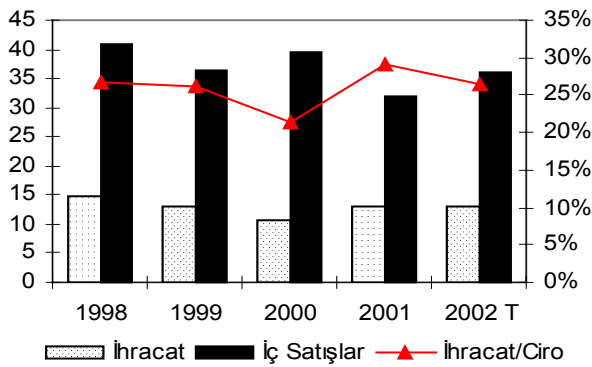
İZOCAM (IZOCM.IS)

Şirket: Arif Nuri Bulut (Genel Müdür)
Hasan Basri Eröktem (Genel Müdür Yardımcısı, Mali-İdari)
Analist: Hayrettin Büyükgizgi
Tarih: 23 Ekim 2002

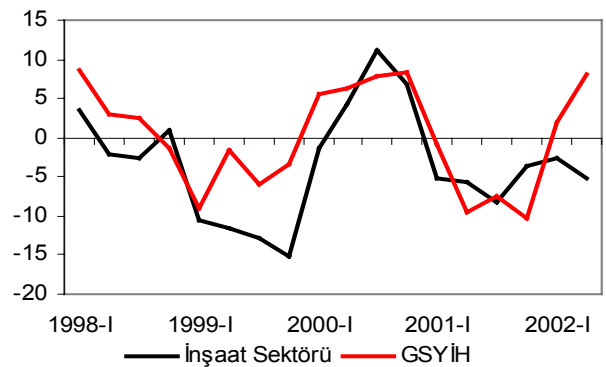
Sektör... İzolasyon sektörü inşaat sektöründeki gelişmelerden birebir etkilenen sektörler arasında yer alıyor gibi gözükmesine rağmen, sektör 1999 ve 2000 yıllarında başladığı büyümesini devam ettirmektedir. 2001 yılı ekonomik krizini küçük kayıplarla atlatan **izolasyon sektörü 2002 yılını %15'lik bir büyümeyle kapatmayı hedeflemektedir. 2001 ve 2002 yıllarında ısı yalıtım pazarında kayıp verilmemesinin ardında TS 825'in zorunlu standart olarak yürürlüğe girmesinin önemli bir payı olduğu söylenebilir.**

Haziran 2000 tarihinde çıkarılan **TS 825* Binalarda ısı Yalıtımı Standartına** göre bu tarihten itibaren inşa edilecek bütün yapılarda ısı yalıtımı yapılması zorunluluğu getirilmiştir. Türkiye'de konutlarda harcanan enerjinin, toplam enerji tüketimi içerisinde %30-32 arasında bir pay aldığı tahmin edilmektedir. Bu oranın %85'inin ise ısı amaçlı kullanılıyor olması bu yasanın önemini daha da arttırmaktadır. Bu yasanın yürürlüğe girmesiyle birlikte yıllık USD1.5 ile 2 milyar arasında enerji tasarrufu sağlanması planlanıyor. Ancak bakıldığında; Türkiye genelinde 2000 yılında tamamlanan 4. bina sayımında, toplam bina sayısı 8,063 bin olarak belirlenmiştir. Buna göre 2000 yılından sonra yapılmış bina sayısı, 2000 yılından önce yapılmış olan bina sayısının yalnızca %1.6'sı kadardır. 2000 yılından önce yapılmış yapıların %74.9'u yalnız konut, %12.1'i hem konut hem de konut dışı amaçlı kullanılmakta ve toplam konut sayısı ise 16,235 bin olarak saptanmıştır. Hızlı nüfus artışı ve şehirleşme ile artan bu yapılaşma, yılda yaklaşık 110 bin yeni ve ilave binanın, 250 bin yeni konutun tamamlanmasıyla gelişmesine devam ederken, konutların ısı amaçlı enerji talepleri de artış göstermektedir. Ülkemizde kişi başına yalıtım malzemesi tüketimi 0.035 m³/kişi seviyelerinde iken bu oran Avrupa'da ortalama 0.4 m³/kişi civarındadır. Hala son derece yetersiz olan kişi başına kullanım oranları sektörün katedeceği çok fazla yol olduğunu göstermektedir.

İzocam Satışlar US\$ milyon



İç Pazarda Durum



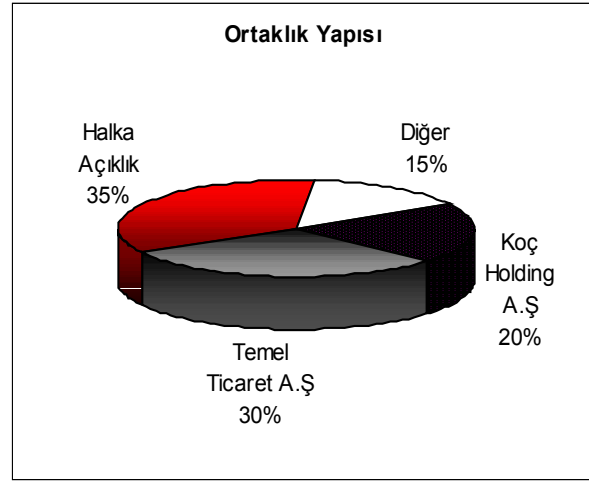
Kaynak: Strateji Menkul Değerler, İMKB

Analist: Hayrettin Büyükgizgi

hbuyukizgi@strateji.com.tr

0212 288 55 21 Dah:130

Şirket... İzocam 1965 yılında camyünü üretmek ve satmak üzere kurulmuştur. İlk camyünü tesisi, Gebze'de 1967'de üretime geçmiştir. 1986 yılında Tarsus'da ikinci bir camyünü fabrikası 10,000 ton/yıl kapasite ile kurulmuş, 1992 yılında bu kapasite iki katına çıkarılmıştır. **2002 yılı Mayıs ayı içerisinde tamamlanan yatırımlar ile birlikte cam yünü kapasitesi %50 arttırılarak 20,000 ton/yıl'dan 30,000 ton/yıl'a çıktı.** Tarsus'taki fabrikanın camyünü kapasite tevisi nedeniyle Gebze tesislerindeki camyünü üretimi 1993 yılında taşıyününe çevrilmiştir. 10,000 ton/yıl taşıyünü kapasitesi, 1997 yılında 15,000 ton/yıl kapasiteye çıkarılmıştır. **2002 yılının Aralık ayında tamamlanması planlanan yatırımlarla birlikte taşıyünü kapasitesi %67 arttırılarak 15,000 ton/yıl'dan 25,000 ton/yıl'a çıkartılacaktır.** Böylece tamamlanacak olan yatırımlar ile birlikte İzocam'ın kapasitesi toplam 55,000 ton/yıl'a çıkarak, Ortadoğu ve Balkanlar'ın en büyük mineral yün üreticisi durumuna gelecektir.



İzocam soğuk ortam yalıtımı için, 1982 yılında **Gebze'de kurulan tesis ile geliştirilmiş polistren (EPS)** malzeme pazarına girmiş, **bu teknolojinin uzantısı olan dayanıklı tüketim malları ambalaj takviyeleri pazarında** da faaliyet göstermeye başlamıştır. 1989'da Beylikdüzünde ve 1998 yılında Bolu'da olmak üzere **iki EPS tesisi** daha kurulmuştur.

İzocam 1995 yılında Gebze'deki yeni tesislerde Owens Corning USA Hydrovac Lisansı ile ekstrüde polistren (XPS) üretimine başlamış olup yıllık kapasite 100,000 m³'tür. İzocam son olarak **2000 yılında Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulan tesislerinde elastomerik kauçuk esaslı ısı yalıtım malzemeleri üretimine de başlamıştır.** İzocam; ısı, ses, ısı ve yangın yalıtımı alanında üretim, satış ve danışmanlık hizmetleri de vermektedir.

Cam yünü, taş yünü, polistiren, elastomerik kauçuk, su yalıtım malzemeleri İzocam'ın satış yelpazesi içinde olup, yurt içi (İstanbul, Ankara, Adana, İzmir) ve yurt dışı bayileri aracılığı ile (**Mısır, Yunanistan, Makedonya, Yugoslavya, Bulgaristan, Pakistan, Lebanon, Syria, Jordan**) müşterilerine ulaştırmaktadır.

Yatırımlar... Mineral fırınlarının beş yıl ömrü bulunmaktadır. Şirket yetkilileri hem üretimlerine sorunsuz devam etmek hem de ileride piyasanın büyüyeceğini düşünerek kapasite arttırmaya karar vermişlerdir. **2001 yılında Tarsus camyünü tesislerinde başlanan modernizasyon, yenileme ve kapasite arttırımı çalışmaları 2002 Mayıs ayında tamamlandı.** USD 8.5 milyon sabit kıymet yatırımı gerçekleştiren fabrika ile birlikte Şirket'in cam yünü kapasitesi %50 artarak 20,000 ton'dan 30,000 ton'a çıktı. Ayrıca bu yatırım ile birlikte yeni bir ihtisas hattı ilavesiyle üretimde esneklik sağlanmış ve ürün kalitesini artırıcı elyaflama ve ambalajlama yatırımları gerçekleştirilmiş oldu. Şirket şu an için kapasitesinin altında üretim gerçekleştirdiğinden bu esneklik maliyetler üzerindeki baskıyı ileriki dönemlerde hafifletecektir.

Gebze taş yünü tesislerindeki yatırımlar ise modernizasyon ve kapasite arttırıcı yatırımlar olup 2001 sonunda başlanılmış olup 2002 Aralık ayı itibariyle tamamlanacaktır. USD5 milyon sabit kıymet yatırımı planlanmaktadır. Bu yatırım sonrası taş yünü kapasitesi %67 artacak ve kapasite 15,000 ton/yıl'dan 25,000 ton/yıl'a çıkacaktır. **İkinci bir hat ve fırın için mühendislik çalışmaları tamamlanmış, ekipman ve makinalar için anlaşmaya varılmış olup alt yapı çalışmalarına başlanmıştır.** Kurulacak olan yeni hat sayesinde müşteri taleplerinin daha seri bir şekilde karşılanması amaçlanmaktadır. Ayrıca Şirket yatırımların tamamlanmasının ardından artacak üretim kapasitesini destekleyecek 6,000 m²'lik bir depo yapmıştır.

2001 yılında iki yeni ürün piyasaya sürülmüştür. Bunlardan birincisi **taşıyünü prefabrik boru'dur.** Bu ürün yüksek sıcaklığa dayanabilen boru yalıtım malzemesidir. İkinci ürün ise **İğneli Şilte Ürünüdür** (Kokusuz fırınlarda kullanılmaktadır.)

2002 yılı içinde üretimi gerçekleşen ürünler:

- Optima-Arabölme Şilteleri (İşyerlerinde ısı, ses ve yangın yalıtımı sağlar)
- Yalı Baskı Ürünleri (Dış Cephe Altı, Ferdi konut ve yalılarda kullanılmak üzere tasarlanmış)
- İzocam Akustik
- İzocam Manto (4 çeşit olup binaların dış yalıtımında kullanılıyor)
- İzocam Armaflex Split (soğuk yalıtımda kullanılıyor)

Çalışmaları devam eden yatırımlar:

- Topraksız tarım ürünleri (Sera Üretimi için tasarlanmış bir ürün)

Satışlar... 2002 yılının ilk dokuz ayında İzocam'ın extruded polistiren, expanded polistiren ve izocamflex kauçuk satışları sırasıyla %70, %109, %40 oranında artmıştır. Şirket'in mineral yün satışları ise 2002 yılının birinci ve ikinci çeyreklerine göre toparlanma göstermiş, sonuç olarak kayıplar telafi edilerek

Satışlar	2002/09	2001/09	Değişim
Extured Polistiren (m3)	89,679	52,769	70%
Camyünü+Taşyünü	23,331	23,370	0%
Expanded Polistiren (Ton)	3,299	1,578	109%
İzocamflex Kauçuk (Ton)	308	220	40%

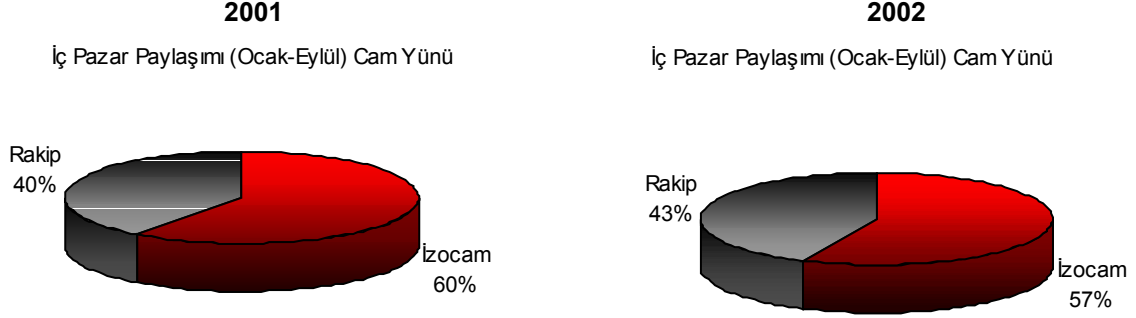
ilk dokuz ay sonunda 23,331 ton satış rakamına ulaşılmıştır. Minarel yün satışlarındaki toparlanmanın sebebi izolasyon bilincinin artması, enerji fiyatlarında görülen artış ve deprem sonrası kalıcı konutların yapımının 2002 yılında devam edilmesi olmuştur. Extured polistren satışlarının ise ilk dokuz ayda %70 artış göstermesinin temel sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz; binalarda dış izolasyon talebinin artış göstermesi, mevcut binaların bir çoğunda izolasyonun kullanılmamış olması, bilinçlenmenin artması ve son olarak Haziran 2000 tarihinde TS 825 binalarda ısı yalıtım standartının yürürlüğe girmesidir. Satış gelirleri, sektördeki fiyat rekabetinden dolayı İzocam'ın ürünlerine istediği oranda zam yapamamasına neden olmuş sonuç olarak miktardaki artış satış gelirlerine yansıyamamıştır. İzocam 2002 yılının ilk dokuz ayında USD11.4 milyon'u yurt dışından olmak üzere toplam USD36.7 milyon net satış gelirin'e ulaşmıştır. İhracat'ın toplam satışlar içindeki payı 3 puanlık bir düşüşle %31 olarak gerçekleşmiştir. Miktar bazında ihracatta %11'lik bir artış olsa da geçen yıl devalüasyonun etkisiyle dolar karşılığı alınan TL'nin fazlalığı ihracatın payının 2002 yılında azalmış gibi gözükmesine sebep olmuştur.

İzocam'ın Pazar Payı... Türkiye yalıtım pazarının USD100 milyon'luk bir büyüklüğe ulaştığı düşünüldüğünde, **İzocam'ın 2001 yılındaki USD45 milyon'luk ciro ile pazarın yarısına hakim olduğunu görülmektedir.** Cam yünü pazarında lider olan Şirket'in tek büyük rakibi İzotoprak'tır. İzotoprak pazarın yaklaşık %40'ına sahip olup 11,000 ton üretim kapasitesine sahiptir.

Mineral Yünler... Mineral yünler sınıfına giren cam yünü ve taş yününün ısı izolasyonu pazarındaki payı yaklaşık %60'dır. Sektörün cam yünü satışları 2002 yılının ilk dokuz ayında %3 küçülerek yaklaşık 13,000 ton seviyelerine gerilemiştir.

Cam Yünü Silis kumunun yüksek sıcaklıklarda erгіtilerek elyaf haline getirilmesi ile elde edilen bir ısı yalıtım malzemesidir. Şilte ve levha halinde kullanılabilir. İzocam'ın pazar payına bakıldığında, "**cam yünü**" pazar payının 2001 yılına göre 3 puan daralmıştır. Ancak 2002 yılının ilk çeyreği ile karşılaştırıldığında pazar payında 5 puanlık bir iyileşme söz konusudur. Sektöre yeni giren firmalar kalite yada ürün farklılaştırmasına giderek rakipleri ile rekabet etmek yerine fiyat rekabeti içerisine girmeyi tercih etmektedirler. Bu nedenle Cam yünü pazarındaki pazar payları sürekli değişiklik göstermektedir.

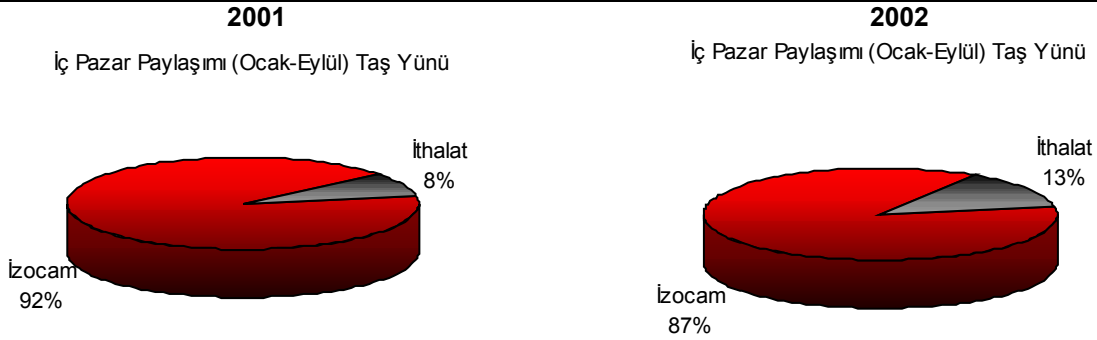
Tablo 1: İzocam'ın Cam Yünü İç Pazar Payı



Kaynak: Şirket

2001 yılının ilk dokuz ayında sektörde toplam 9,018 ton taşıyıcı satılmıştır. **2002 yılına** gelindiğinde sektördeki **taş yünü satışları yaklaşık %7 artarak 9,650 ton'a ulaşmıştır. Yurt içi pazarda tek "taş yünü" üreticisi** konumunda olan İzocam'ın pazar payı 2002 yılının ilk dokuz ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre %92'den %87'ye düşmüştür. Ancak iç pazar paylaşımının ilk çeyreğe göre değişimine bakıldığında 7 puanlık bir iyileşme görülmektedir. TL'nin ilk çeyrekte değer kazanması ithalatı cazip hale getirirken, ikinci ve üçüncü çeyrekte bu durumun tersine dönmesi Şirket'in eski pazar payını yakalamaya başlamasına sebep olmuştur. İkinci sebep ise; Şirket'in iç pazara dönük yoğun satış yapmak yerine dış pazarlara yönelmiş olmasıdır. Diğer taraftan taş yünü pazarının cam yünü pazarına göre bir miktar daha fazla büyümesinin nedeni bu dönemde artan dış cephe izolasyon talebi ve TS 825 yasasıdır.

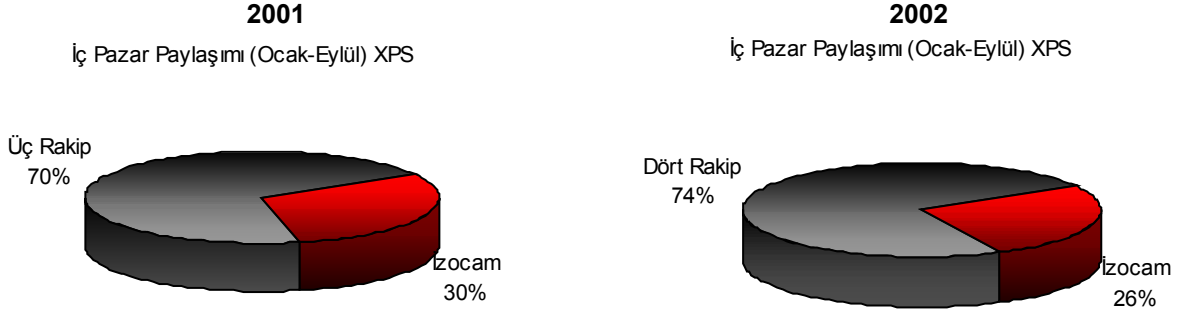
Tablo 2: İzocam'ın Taş Yünü İç Pazar Payı



Kaynak: Şirket

XPS Satışları... Sektörde XPS (dış cephe izolasyonu) satışları 2002 yılının ilk dokuz ayında %49 büyüyerek yaklaşık 230,000 satış rakamına ulaşılmıştır. Bu artışın en önemli sebebi mevcut yasanın dış cephe yalıtımı konusunda getirdiği zorunluluktur. XPS pazarında ise yeni bir rakibin girmesiyle birlikte İzocam'ın pazar payı %30'dan %24'e gerilemiştir. Ancak İzocam halen pazardaki en büyük paya sahip üreticidir. İlk çeyrek ile karşılaştırıldığında Şirket'in pazar payında 2 puanlık bir iyileşme söz konusudur. Şirket'in ilk dokuz ay sonunda kapasite kullanımı %90 olmuştur. Yılın son çeyreği satışların genellikle durgun geçtiği bir dönem olsa da Şirket'in yıl sonunda tam kapasiteye ulaşacağını tahmin ediyoruz.

Tablo 3: İzocam XPS Pazar Payı

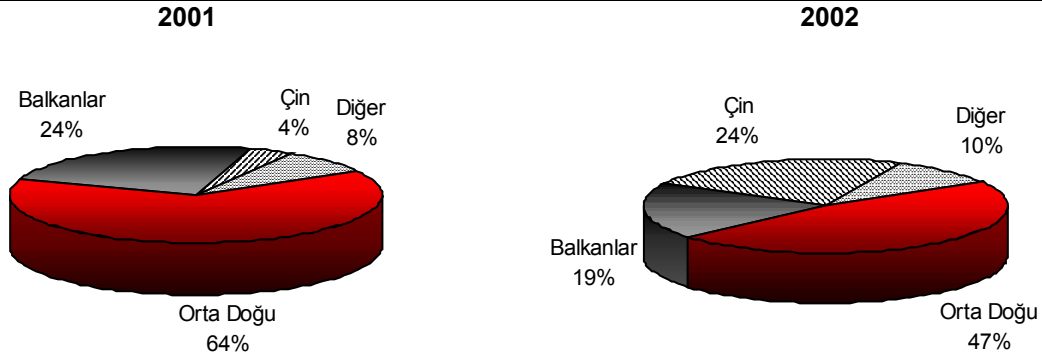


Kaynak: Şirket

İhracat Pazarı... Ortadoğu'daki sorunlar nedeniyle Şirket'in bu bölgeye olan ihracatı 2002 yılının ilk dokuz ayında %64'den %47'ye gerilemiştir. Bölge'deki karışıklıklardan olumsuz etkilenen Şirket, bundan dolayı dış satışlarını Çin Pazarına yöneltme kararı almıştır.

2001 yılından itibaren Çin pazarına ihracat yapan İzocam, ilk dokuz ay sonunda Çin pazarına USD2.2 milyon'luk satış gerçekleştirmiştir. İzocam 2002 yılı sonuna kadar sadece bu ülkeye USD2.5 milyon ihracat yapmayı hedeflemektedir. Aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi İzocam 2001 yılındaki ihracatının yalnızca %4'ünü Çin pazarına yaparken 2002 yılında bu oran %24'e çıkmıştır. Nakliye maliyetinin yüksek olmasından ötürü uzak yerlere ihracatı mümkün olmayan ürünlerin Çin pazarına girişi Uzak Doğudan gelen büyük gemi konteynırların dönüşte İzocam ürünlerini alması sayesinde mümkün olmaktadır. Çin dışında Şirket Romanya, Sırbistan, Bulgaristan, Makedonya, Yunanistan, Mısır, Suriye, Ürdün ve İran'a ihracat yapmaktadır. Ayrıca Şirket yetkilileri Afrika pazarına girmek için çalışmalarına başladıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4: Dış Pazarlar (FOB \$, Ocak-Eylül)



Kaynak: Şirket

Şirket yetkililerinin verdiği bilgilere göre Arap Birliği Anlaşmaları çerçevesinde Suudi Arabistan ve Kuveyt'li rakipler Mısır'da %15 daha az gümrük vergisi ödemektedirler. Buna rağmen İzocam, Mısır camyünü pazarının %64'üne sahiptir. Ayrıca Şirket İsrail camyünü pazarında %45'lik pazar payıyla lider konumu sürdürürken, Yunanistan cam yünü pazarının %40'ına hakimdir. Bugün için yukarıda bahsettiğimiz üç pazar Şirket için karlı pazarlar olmasa da kriz dönemlerinde ihracatın azalmasını önleyen stratejik ülkelerdir. Şirket şuan Pakistan ve Doğu Bloku Ülkeleri'nin yeniden yapılandırılmasını yakından takip etmektedir. İzocam'ın tüm Ortadoğu ülkeleri içindeki payı ortalama %33, Balkanlarda ortalama %23'tür.

Maliyetler... Satılan malın maliyeti 2002 yılında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre dolar bazında %29 artış göstermiştir. Ancak Şirket'in 2002 yılında toplam USD13.5 milyon'luk yatırım gerçekleştirilmesi amortisman yükünü %111 arttırmıştır. Amortismandan arındırılmış brüt kar marjı ise 2002 yılının ilk dokuz ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre değişmeyerek %48 ile sabit kalmıştır. Çeyrekler itibariyle bakıldığında brüt kar marjının birinci çeyrekte %55, ikinci çeyrekte %50 ve üçüncü çeyrekte %42'ye düştüğü görülmektedir. Bu düşüş trendinin üç nedeni vardır. Bunlardan ilki izolasyon sektöründeki dönemselliktir. Yaz döneminde binalarda yalıtım yapılmasının daha kolay oluşu satışları arttırmakta bu da marjları yukarı çekmektedir. İkinci olarak toplam satışlar içerisinde plastik ve petrol türevi ürünlerin satışlarının artmış olmasıdır. Son olarak sektördeki artan fiyat rekabetidir. Böylece daha fazla ürün satılmasına rağmen fiyatlar istenildiği düzeyde arttırılamamış bu da marjların daralmasına sebep olmuştur. Şirket yetkilileri 2002 yılı sonunda yaklaşık 9 trilyon'luk bir amortismanın birikeceğini belirtmişlerdir.

(Milyon \$)	2002/09	2001/09	Değişim
Satılan Mal Maliyeti	23.4	18.2	29%
- Amortisman	4.4	2.1	111%
NSMM	19.1	16.1	18%
Net Satışlar	36.7	31.2	18%
NSMM/Net Satışlar	52%	52%	
Brüt Kar Marjı	48.0%	48.2%	

Faaliyet Giderleri... Genel yönetim giderlerinde birinci ve ikinci çeyreklerde yaşanan artışlar üçüncü çeyrekte törpülenmiştir. Satışlardaki miktarsal artışa rağmen satış pazarlama ve dağıtım giderlerinin net satışlar içerisindeki payı ise 1.7 puan daralarak %8.9'a düşmüştür. Kıdem tazminatından arındırılmış olarak incelediğimizde faaliyet giderlerinin net satışlar içerisindeki payı 2 puan daralarak %16'ya gerilemiştir. 2002 ilk dokuz ayında 11 yeni işçi istihdam edilmiştir.

(Milyon \$)	2002/09	2001/09	Değişim
Faaliyet Giderleri	6.4	6.2	4%
Satış, Paz ve Dağ.	3.3	3.3	-1%
Genel Yön Gd.	3.1	2.9	9%
Net Satışlar	36.7	31.2	18%
Kıdem	0.4	0.5	
Faaliyet Gid/Net Satışlar	16%	18%	

Operasyonel Karlılık... İzocam'ın esas faaliyet karı 2002 yılının ilk dokuz ayında %1 artarak USD6.9 milyon'a ulaştı. Brüt kar marjının korunması ve faaliyet giderlerinde sağlanan tasarruf ile FVAÖK marjı 2 puan artarak %32'ye yükseldi.

(Milyon \$)	2002/09	2001/09	Değişim
Esas Faaliyet Karı	6.9	6.8	1%
+ Amortisman	4.4	2.1	111%
+ Kıdem	0.4	0.5	-10%
FVAÖK	11.6	9.3	25%
Net Satışlar	36.7	31.2	
FVAÖK Marjı	32%	30%	

Hazır Değerler ve Faaliyet Dışı Gelirler... Şirket'in kasa banka hesabında 459 milyar bulunmaktadır. 3 ay vadeli satış yapan Şirket'in alacakları ise USD18.1 milyon'dur. Alacaklarının yaklaşık USD3 milyon'u yabancı para cinsindedir. Şirket yabancı para cinsinden olan alacaklarından ve mevcut kasa banka hesabında 1,408,309 milyon TL faaliyet dışı gelir elde etmiştir.

Finansal Borç ve Giderler... Şirket'in uzun vadeli borçları 10.1 trilyon (USD6.1 milyon) gözükmektedir. Şirket yıl sonunda borçlarını 5 trilyon T.L.'na indirmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda **Şirket cam yünü tesisi için 2+5 yıl vadeli, EURO4.6 milyon kredi sağlamıştır.** Kredinin **faizi LIBOR+1.8'dir.** Şirket sağlanacak yeni kaynaklarla birlikte borçlarını uzun vadeye yaymaya çalışmaktadır. **Şirket taş yünü fabrikası için yaklaşık EURO3.4 milyon kredi sağlamayı planlamaktadır,** alınacak kredi ithal makina alımında kullanılacaktır. Ayrıca taş yünü fabrikasının inşaat kısmı tamamlanmıştır. USD1 milyon kısa vadeli kredilerin tamamı ise Eximbank kredilerinden oluşmaktadır.

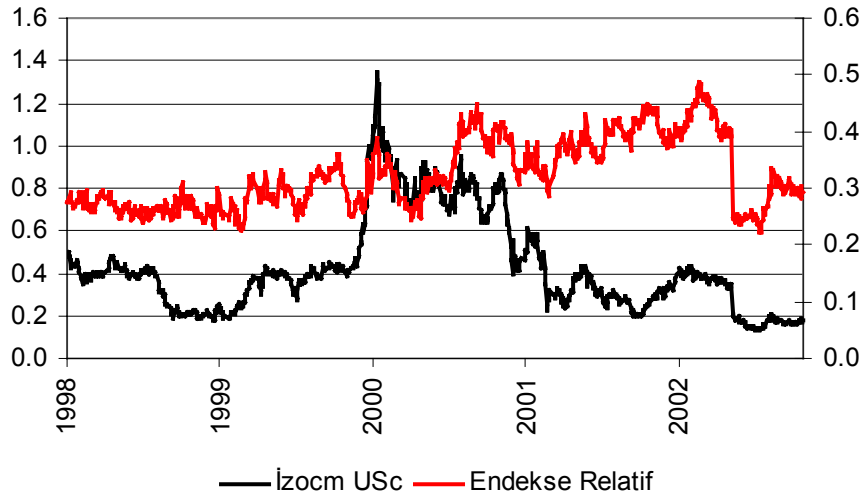
Kârlılık... 2002 yılının ilk çeyreğinde Tarsus fabrikasının 60 gün üretim dışında tutulması nedeniyle oluşan çalışmayan kısım giderleri ve zararlarının 2 trilyon TL'ye ulaşmıştır. Diğer taraftan yatırım yapılmasından dolayı ayrılan 800 milyar'lık amortismandan dolayı **net kar dolar bazında %52.2 azalarak USD 1.8 milyon'a düşmüştür.**

Beklentiler... Önümüzdeki yıllar için Şirket yetkilileri satışlarında Türkiye büyümesinin iki katı bir büyüme hedeflemektedir. Bunun için yeni pazarlar bulmaya çalışılmakta ve mevcut pazarlarda satış miktarlarını arttırmayı hedeflenmektedir. 2002 yılı sonunda %15 büyümesini beklediğimiz yalıtım sektörü için önümüzdeki yıllarda daha da iyi performans sergileneceğini düşünmekteyiz. Ayrıca TS 825 ısı yalıtım yasasının mevcut binalar için de zorunlu hale getirilmesi pazarın büyümesinin tetikleyicisi olacaktır. Şirket yetkilileri satışlarının önümüzdeki beş yıl içerisinde 55,000 ton/yıl olan kapasite rakamını yakalayacağını belirttiler. **İzocam'ın 2002 yılı sonunda USD13 milyon ihracat USD 37 milyon iç satışlardan olmak üzere toplam USD50 milyon gelir elde etmeyi hedeflemektedir. 2002 yılı sonunda Şirket'in USD13 milyon FVAÖK ve USD2 milyon net kara ulaşacağını öngörüyoruz.**

Tavsiye... Ülkemizde kişi başına yalıtım malzemesi tüketimi 0.035 m³/kişi seviyelerinde iken bu oran Avrupa'da ortalama 0.4 m³/kişi civarındadır. Hala son derece yetersiz olan kişi başına kullanım oranları sektörün katedeceği çok fazla yol olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan ileri yıllarda mevcut TS 825 yasasının 2000 yılından önce inşa edilmiş yapıları kapsayacak şekilde revize edilmesi izolasyon sektörünü canlandıracaktır.

İzocam gerek satış gerekse kapasite olarak sektörün en büyük kuruluşu olup yukarıda bahsettiğimiz olumlu gelişmelerden yararlanacak şirketlerin de başında gelmektedir. Ayrıca Şirket'in 2002 yılında yatırım yükünden kurtulacak olmasının ileriki dönemlerde karlılığa pozitif yönde yansıtacağını düşünürüz. **Şirket için yatırım görüşümüz pozitifdir.**

Tablo 5: İzocam Endekse Relatif



Kaynak: Strateji Menkul Değerler

* TS 825 Yasasının Amacı

Bu standardın amacı ülkemizdeki binaların ısıtılmasında kullanılan enerji miktarlarını sınırlamayı, dolayısıyla enerji tasarrufunu arttırmayı ve enerji ihtiyacının hesaplanması sırasında kullanılacak standard hesap metodunu ve değerlerini belirlemektir. Bu standard ayrıca aşağıdaki amaçlarla da kullanılabilir:

- Yeni yapılacak bir binaya ait çeşitli tasarım seçeneklerine bu standardda açıklanan hesap metodunu ve değerlerini uygulayarak, ideal enerji performansını sağlayacak tasarım seçeneğini belirlemek,

- Mevcut binaların ısıtma enerjisi tüketimlerini belirlemek,
- Mevcut bir binaya yenileme projesi uygulamadan önce, uygulanabilecek enerji tasarruf tedbirlerinin sağlayacağı tasarruf miktarlarını belirlemek,
- Bina sektörünü temsil edebilecek muhtelif binaların enerji ihtiyacını hesaplayarak, bina sektöründe gelecekteki enerji ihtiyacını milli seviyede tahmin etmek.

Yasanın Uygulama Alanı

- Konut olarak kullanılacak binalar,
- Büro ve idari binalar, tiyatrolar, kongre ve konser salonları, kültür merkezleri,
- Eğitim yapıları, kütüphaneler, spor tesisleri, öğrenci yurtları,
- Hastaneler, huzur evleri, bakım evleri, doğum evleri ve kreşler,
- Ceza evleri ve kışla binaları,
- Konaklama tesisleri,
- Alışveriş merkezleri, iş hanları, banka ve borsa binaları,
- Genel kullanım amaçları dolayısıyla iç sıcaklıkları asgari 15°C olacak şekilde ısıtılan iş yerleri,
- Yukarıda belirtilen amaçların birkaçına yönelik olarak veya bunlara benzer amaçlar için kullanılan binalar.

Bu raporda yer alan tüm bilgi ve veriler güvenilir olduğuna inanılan, halka açık kaynaklardan alınmıştır. Raporda yer alan bilgilerin doğru ve eksiksiz olması amacıyla gereken tüm dikkat ve özen gösterilmiştir. Bu bilgilerin kullanılması sonucu doğabilecek sonuçlardan, bilgilerdeki eksiklik ya da yanlışlıktan Strateji Menkul Değerler A.Ş. sorumlu tutulamaz. Bu yayında yer alan görüş ve düşüncelerin Strateji Menkul Değerler A.Ş. yönetimi için hiçbir bağlayıcılığı yoktur.

Bu bilgi ve verilerin amacı, profesyonel yatırımcılara enformasyon vermek olup, kişilerin yatırım kararlarını söz konusu bilgilere bağlı kalmadan verdikleri varsayılar. Bu nedenle, yayınlanan hiçbir görüş ya da düşünce bir yatırım önerisinde bulunma hedefi ya da adı geçen hisselerin alınıp satılması tavsiyesi niteliğinde değildir. Strateji Menkul Değerler A.Ş.'nin bağlı kuruluşları, çalışanları, yöneticileri, ortakları, hakkında rapor yazılan şirket ile danışmanlık niteliğinde zaman zaman doğrudan ya da dolaylı olarak birbirleriyle ilişkiye girmiş olabilir ya da herhangi bir hisse senedi işlemi gerçekleştirmiş olabilirler.

2002 Strateji Menkul Değerler A.Ş.

Tüm hakları saklıdır. Strateji Menkul Değerler'in izni alınmadan, elektronik, mekanik, fotokopi, kayıt cihazı veya başka bir yöntemle, bu yayınların bir kısmı ya da tamamının kopyası çıkarılamaz, bilgisayar sistemlerine aktarılamaz.