

SAINT-GOBAIN, 360. YILDÖNÜMÜNÜ “360 YILLIK GENÇ” KAMPANYASIYLA KUTLUYOR

Türkiye’de 15 marka ve 22 tesisi ile faaliyet gösteren, sürdürülebilir ve hafif inşaat çözümlerinde dünya lideri olan Saint-Gobain, 2025 yılında kuruluşunun 360. yılını kutluyor. Saint-Gobain 2025 yılı boyunca 161.000 çalışanı ve paydaşlarıyla birlikte birçok etkinlik ve aktivasyon gerçekleştirecek olan Grup, sürdürülebilir inşaatın iklim değişikliği, kaynak yönetimi ve kentleşme gibi küresel sorunlara çözüm sunduğunu vurguluyor. Bu kampanya, Saint-Gobain’in temel değerlerini ve daha sürdürülebilir bir dünya inşa etme kararlılığını gözler önüne seriyor.

Saint-Gobain, 2025 yılında kuruluşunun 360. yılını “360 Yıllık Genç” isimli küresel bir iletişim kampanyasıyla kutluyor. Bu kampanya, grubun tarihi mirasını onurlandırırken, geleceğe yönelik cesur vizyonunu da paylaşıyor.

Ocak 2025 itibarıyla Saint-Gobain, 161.000 çalışanı ve dış paydaşları için yıl boyunca birçok etkinlik ve aktivasyon gerçekleştirecek. Kampanya, grubun temel değerlerini, önemli başarılarını ve daha sürdürülebilir bir dünya kurma hedefini öne çıkaracak. Ayrıca, sürdürülebilir inşaatın, iklim değişikliği, kaynak yönetimi ve kentleşme gibi küresel sorunlara yönelik çözüm sunduğunu vurguluyor.

Yıl boyunca sürecekt kapsamlı kutlama programının amacı grubun temel değerlerini, ikonik başarılarını ve daha sağlıklı, daha adil ve daha kapsayıcı bir dünya inşa etme taahhüdünü geniş kitlelerle paylaşmak. Aynı zamanda, sürdürülebilir inşaatın çağdaş küresel sorunlara – iklim değişikliği, kaynakların korunması ve artan kentleşme ile birlikte herkes için onurlu konut sağlanması – stratejik bir çözüm olarak rolünü yeniden vurgulamak.

Kampanyanın birden fazla hedefi arasında Saint-Gobain’in mirasını kutlamak, sürdürülebilir inşaat alanındaki küresel liderlik imajını güçlendirmek ve çalışanları ortak bir vizyon etrafında bir araya getirmek. Programın bir başka hedefi de Türkiye’nin de içinde yer aldığı tüm piyasalarda geleceğin yeteneklerini çekmeyi, stratejik paydaşlarla etkileşimi artırmayı ve grubun müşterileri ve iş ortaklarıyla ilişkilerini derinleştirmek.

Saint-Gobain, Türkiye’deki güçlü varlığını 360. yılında da sürdürüyor

Saint-Gobain, kuruluşunun 360’uncu yılını kutlarken, Türkiye’deki faaliyetlerinde önemli bir yer edinmeye devam ediyor. 1998 yılında Weber’in İzmir fabrikası ile Türkiye pazarına giriş yapan Saint-Gobain, bugün 15 marka ve 22 tesisi ile yapı malzemeleri sektöründe lider konumda bulunuyor. Weber, Chryso, Saint-Gobain Aşındırıcılar, Vetrotech, Ecophone ve Saint-Gobain Glass gibi markaların yanı sıra İzocam ve Dalsan gibi iştirakleri ile geniş bir ürün yelpazesi sunan Grup, Türkiye genelinde 2.000’den fazla kişiye istihdam sağlıyor. Son olarak, 2024 yılında Diyarbakır’da yeni bir Weber fabrikasını devreye alan ve Terrawool markasını İzocam bünyesine katan Saint-Gobain, Türkiye’deki varlığını her geçen gün daha da güçlendiriyor.

“360 Yıllık Genç”: Mirasımıza Sahip Çıkararak Geleceği İnşa Ediyor

Saint-Gobain Grup İletişim Direktörü Laurence Pernot, 360'ıncı yıldönümü kutlamaları ile ilgili açıklamasında şunları söyledi. “ 360 Yıllık Genç kampanyamız, mirasımıza sahip çıkarken kendimizi yeniden keşfetme yeteneğimizi yansıtıyor. Bu kampanya, öncü olma ruhumuzu ve daha sürdürülebilir, kapsayıcı bir gelecek inşa etme konusundaki kararlılığımızı yansıtıyor. 360 Yıllık Genç adı altında gerçekleştirdiğimiz kutlamalarımız küresel etkimizi artırmak ve dünyayı daha güzel, daha sürdürülebilir bir ortak yuva haline getirme vizyonumuzu paylaşmak için benzersiz bir fırsat.”

Kampanyayı benzersiz kılmak amacıyla, Saint-Gobain iki uluslararası elçi seçti: İklim uzmanı ve Hükûmetlerarası İklim Değişikliği Paneli'ne (IPCC) temsilcisi François Gemenne ile dünya çapında insan odaklı hikayeleriyle tanınan gazeteci Charlotte Kan. Her ikisi de kampanyanın ruhunu somutlaştırarak, önemli etkinliklerde deneyimlerini paylaşacak, grubun girişimlerini anlatacak ve sosyal medya ile uluslararası medya görünürlüğünü artıracak.

Kampanyanın öne çıkan noktaları:

- **İki dakikadan kısa bir manifesto filmi:** Saint-Gobain'in 360 yıllık inşaat, yenilik, tutku ve küresel etkisini gözler önüne seren özel bir film.
- **Dokuz stratejik durağı kapsayan bir yolculuk:** Şubat'tan Kasım'a kadar Saint-Gobain, sürdürülebilir inşaat alanındaki yenilikleri kutlamak için Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, Brezilya, Güney Afrika, Avustralya, Çin, Hindistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Polonya gibi önemli pazarlara ziyaretler gerçekleştirecek. Bu etkinliklerde çalışanlar, müşteriler ve iş ortakları bir araya gelerek yerel ve küresel çözümleri öne çıkaracak. Yolculuğa, her biri 360 saniye süren dokuz bölümden oluşan 360 Video Serisi eşlik edecek. Bu belgesel serisi, grubun varoluş amacını "Making The World A Better Home" yansıtan sembolik projeleri ve yenilikçi girişimleri tanıtacak. Her durak, sosyal medyada paylaşılacak FOOH (Future Out of Home) kampanyası ile duyurulacak.
- **360. yıl için özel bir web sayfası:** Kampanyaya dair tüm içeriklerin yer alacağı özel bir sayfa, grup web sitesinde yayınlanacak. Bu sayfaya aşağıdaki bağlantılardan ulaşabilirsiniz:

SAINT-GOBAIN HAKKINDA

Sürdürülebilir ve hafif inşaat çözümlerinde dünya lideri olan Saint-Gobain, inşaat ve endüstriyel pazarlara yönelik malzemeler ve hizmetler tasarlamakta, üretmekte ve dağıtmaktadır. Kamu ve özel binaların yenilenmesi, hafif inşaatların, inşaatların ve endüstrinin karbondan arındırılması için kesintisiz bir inovasyon süreciyle geliştirilmiş bütünleşik çözümler sunarak sürdürülebilirlik ve performans sağlar. 2025 yılında kuruluşunun 360. Yılı'nı kutlayan Grubun tüm faaliyetleri ve taahhütleri var olma amacına "MAKING THE WORLD A BETTER HOME" hizmet etmektedir.

2024 yılında 46,6 milyar EUR değerinde satış

80 ülkede 161.000 çalışan

TÜRKİYE

BASIN BÜLTENİ

XX Şubat 2025



2050 yılına kadar Net Sıfır Karbon hedefine ulaşmaya kararlı