**BASIN BÜLTENİ Mayıs 2022**

**74’üncü Yaşını Kutlayan Gürok Grubu’nda Değişim Zamanı**

**Gürok Grubu kurumsal kimliğini yeniledi**

**Türkiye’nin en büyük özel sektör grupları arasında yer alan Gürok Grubu, 74 yıllık başarılı yolculuğunu geride bırakırken kurumsal kimliğini ve imajını yeniledi. Grubun bu değişimle yeni bir dönem başlattığını söyleyen Gürok Grubu Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat, özellikle sanayi, turizm ve yapı alanındaki yatırımlarıyla bir dünya markası olma yolunda ilerlediklerini vurguladı.**

Sofra camı ve cam ambalajdan kiremite, turizmden yapıya kadar farklı sektörlerde alanının öncüsü olmayı başaran Gürok Grubu, son yıllarda hız verdiği yatırımlarını ve dönüşüm sürecini yenilenen kurumsal kimliğiyle bir adım öteye taşıyor.

Çatısı altında dünyanın en büyük 5. sofra camı markası **LAV,** cam ambalaj üreticisi **GCA,** **Gürok Kiremit**, turizm sektöründe 30 yılı aşkın tecrübesiyle **Ali Bey Hotels & Resorts**, ultra lüks segmentte yer alan **JOALI Maldives ve JOALI BEING**, yapı sektöründe ise Lapis Yapı markaları yer alan grup, adını da Gürok Holding’den Gürok Grup’a dönüştürdü.

**“Yenilikçi ürün ve hizmetlerle deneyimi sıradanın ötesine taşıyoruz”**

Başlattıkları değişim süreci ile ilgili açıklama yapan **Gürok Grubu Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat,** *“1948’de Kütahya’da faaliyete geçtiğimiz günden bu yana sanayi, turizm ve yapı sektörlerindeki uzmanlık alanlarımızı genişleterek Türkiye’yi ileriye taşıyan projeleri hayata geçirdik. Daha güçlü ve yenilikçi bir grup inşa etmek için çıktığımız yolculuğumuzda, bizi hep üç temel ilkemiz motive etti: ‘Sınırsız düşün, cesur davran, iyi yap’… Kütahya’dan yola çıkarak tüm Türkiye’ye ve dünyaya yayılan markalarımızla yer aldığımız tüm sektörlerde, kendini tekrar etmeyen özgün, yenilikçi ürün ve hizmetlerle deneyimi sıradanın ötesine taşımak için çalışıyoruz. Köklü mirasımız ve gelecek arasında bir köprü vazifesi üstlenerek paydaşlarımız, toplumumuz, ülkemiz, daha yaşanılır bir dünya ve daha iyi bir gelecek inşa etmeye odaklanıyoruz. Yenilikçi yaklaşımımız ve tüm paydaşlarımızla bu hedefe ilerliyoruz”* dedi.

**“Alışılmış düşünce kalıplarının dışına çıkıyoruz”**

Yeni kurumsal kimliklerinin, değişim ve dönüşüme öncülük etme misyonlarını temsil ettiğini söyleyen **Esin Güral Argat,** şöyle devam etti: “*Faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda katma değer katan ürün ya da hizmetlere odaklanıyor, yenilikçi bakış açımızla pazarların genişlemesini de önemsiyoruz. Ürün ve hizmet ürettiğimiz tüm sektörlerde, yaptığımız her işin kaynağında sınırsız düşünebilmenin izleri var. Müşteri ihtiyaçlarını sürekli olarak takip ediyor, veri odaklı yaklaşımımızı her sektöre taşıyoruz. Bu sayede potansiyel hizmet alanlarını daha hızlı keşfediyorhep birlikte gelişiyor ve yeni ürün hizmet ya da sektörlere odaklanıyoruz.. Sınırlarımızı her gün zorlayarak ve her koşulda olumlu düşünerek fikirlere verdiğimiz değeri faaliyetlerimizle yaşatıyoruz. İyi hizmet, uzman ekiplerden; uzman ekipler, güçlü kültürlerden doğar. Çalıştığımız her yeteneğin gerçek potansiyelini ortaya çıkarmak kurum kültürümüzün özünde var. Sürdürülebilir bir gelecek için, yaşam kalitesini yükselten ürün ve hizmetlerle hayata ve doğaya değer katmak için çalışıyoruz.”*

**Cam ve turizm alanında dünya markası**

2021 yılına dair değerlendirme de yapan **Argat,** *“130 ülkeyi aşan ihracatımızla LAV ile bir dünya markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz. Dünyanın en büyük 5’inci sofra camı üreticisi olarak, 200 bin satış noktasında ürünlerimizi dünyanın her köşesinde insanlara ulaştırıyor, sofralarının bir parçası oluyoruz. Cam ambalaj markamız GCA ise her geçen yıl ihracattaki payını artırıyor. Bu yıl ihracatımızın toplam satıştaki payını yüzde 17’den yüzde 35’e yükseltmeyi, ihracatımızı ise 40 ülkeden 50 ülkeye çıkartmayı hedefliyoruz. Antalya Bölgesi’nde faaliyet göstermekte olan Ali Bey Hotels & Resorts tesislerimizle turizm sektöründe 30 yılı aşkın bir tecrübeye sahibiz. Bunun yanı sıra Maldivler’deki resort otellerimiz JOALI Maldives ve JOALI BEING ile ultra lüks segmentte yurt dışı turizm deneyimizi güçlendirerek dünya markası olma yolunda sağlam adımlar atıyoruz”* diye konuştu.

**Yeni logo değerleri temsil ediyor**

Gürok Grubu’nun yeni logosu da renkliliğiyle dikkat çekiyor. Yeni logodaki mavi, turuncu ve yeşil, Gürok Grubu’nun mor rengi ile buluşarak deneyimlerin değerlerle iç içe ilerlediği, kazanımların da bu birliktelikten doğduğu sembolize ediliyor. Logodaki mavi sınırsız düşünmeyi, turuncu cesur davranmayı, yeşil işini iyi yapmanın getirdiği olumlu enerjiyi yansıtıyor. Bu üç renk de Gürok Grubu’nun özgün rengi mor ile ortak bir noktada buluşarak grubun temsil ettiği değerleri ön plana çıkarıyor.

**A picture containing text, person, suit, standing

Description automatically generated**

**Gürok Hakkında:**

*1948 yılında Kütahya’da bir aile şirketi olarak ticari hayatına başlayan Gürok Grubu, 21. yüzyılın ilk diliminde Türkiye’nin en büyük özel sektör grupları arasındaki saygın yerini koruyor. Grup, sofra camı ve cam ambalajdan kiremite, turizmden yapıya kadar farklı sektörlerde sürdürülebilir bir büyüme sergiliyor.  Sofra camında dünyanın 5. büyük üreticisi olan LAV, bu alandaki deneyimini cam ambalaja taşıdığı GCA, turizm sektöründe 31 yıldır faaliyet gösteren Ali Bey Hotels & Resorts, Maldivlerde iki adada ultra lüks segmentte faaliyet gösteren JOALI Maldives, JOALI BEING, alanında öncü şirketlerden Gürok Kiremit ve bu projelerini hayata geçirdiği Lapis Yapı şirketleriyle 4 bini aşkın kişiyi istihdam ediyor. Bulunduğu sektöre yenilikçi ilkler getiren ürün ve hizmetleriyle Gürok Grubu ülkemizi uluslararası alanda temsil ediyor.*

**Ayrıntılı bilgi ve iletişim için;**

