



DOĞU'NUN PARLAYAN YILDIZI: VAN

Yaklaşık 150 milyon civarında insanın yaşadığı bir pazarın tam ortasında yer alan Van, Marka Kent olma yolunda Van Ticaret ve Sanayi Odası ile Van Ticaret Borsası'nın desteğiyle başarılı projelere imza atıyor.

Düzenlenen fuar ve festivaller ile tanıtımlara ağırlık verilmesi kentin cazibesini artırırken, sanayici ve üreticilere yönelik Oda ve Borsaların yürüttüğü uygulamalar da Van'ı bölgedeki iller arasında yıldızını parlattı.

Doğu'nun yıldızı parlayan kentlerinden Van, Marka Kent olma yolunda başarılı projeleri hayata geçiriyor. Oda ve Borsa temsilcileri bu yolda ortak akla ve işbirliğine dikkat çekerken, ekonomik ve sosyal temelli kentleşme sürecine de vurgu yapıyor.

Van Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Necdet Takva "Kentinizi 'Marka Kent' yapma meselesi o kadar kolay değil ve kısa sürede başarılacak bir durum değil. Zamanla, ortak akla, konunun özümsemesine ve en önemlisi ciddi işbirliğine ihtiyaç var" derken, güçbirliğine dikkat çekiyor.

Van Ticaret Borsası Başkanı Enver Memduhoğlu da "Van'ın Marka Kent olma yolundaki en mühim önceliği ekonomik ve sosyal temelli kentleşme süreci olmalı" diye konuşuyor.





Fotoğraflar: TOBB Fotoğraf Servisi

“ORTAK AKLA, CİDDİ İŞBİRLİĞİNE İHTİYAÇ VAR”

Van Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Necdet Takva, “Kentinizi ‘Marka Kent’ yapma meselesi o kadar kolay olmayıp, kısa sürede başarılacak bir durum değil. Zamana, ortak akla, konunun özümsemesine ve en önemlisi ciddi işbirliğine ihtiyaç var” diye konuştu.

Van Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Necdet Takva, Van’ın ‘Marka Kent’ olması yolunda çeşitli organizasyonlara imza attıklarını söyledi. “Zamana, ortak akla, konunun özümsemesine ve en önemlisi ciddi işbirliğine ihtiyaç var” diyen Van Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Necdet Takva sorularımızı şöyle yanıtladı.

Van’ın ‘Marka Kent’ olması için Odanız hangi çalışmaları yürütüyor?

Bir kentin gelişimi ancak pozitif anlamda tanınırlığı ile mümkün olabilir. Bize göre bunun da günümüzdeki karşılığı “Marka Kent” olmaktan geçiyor. Fakat “Marka Kent” olma konusunun ülkemizde tam olarak anlaşılması konusunda daha fazla çalışmamız gerekir diye düşünüyorum. Özellikle az gelişmiş bölgelerimizde bu anlayışın zihinlerde daha fazla yer alması ve anlaşılması zaman alacaktır.

Ancak biliyoruz ki kentimizi “Marka Kent” yapma meselesi de o kadar kolay değil ve kısa sürede başarılacak bir durum değil. Zamana, ortak akla, konunun özümsemesine ve en önemlisi ciddi işbirliğine ihtiyaç var.

Biz bu konuyu ilk olarak ortaya attığımızda ilimizde şunu gördük; biz dâhil hiç kimsenin konu hakkında pek de önemli sayılabilecek kadar bilgi sahibi olmadığımızı gördük. Bir diğer dezavantajımız da ilimizin ve bölgemizin ekonomik düzeyinin düşük olması, eğitim düzeyi, işbirliği kültürünün yaygın olmaması gibi birçok dezavantaja sahiptik. Ancak buna karşın kamuoyunda inanılmaz bir istek ve arzunun olduğunu da gördük. Yani insanlar, evet “Marka Kent” kavramının bilmiyor olabiliriz, ama bu durum ilimizin “Marka Kent” olmasına katkı sunmayacağımız ve eksikliklerimizi tamamlayamayacağımız anlamına gelmiyor demeye başladılar. “Marka Kent” kavramı böylece ciddi anlamda tartışılmaya başlandı. Doğrusu bizim de Ticaret ve Sanayi Odası olarak önce-



likli hedefimiz buydu. Yani konuyu hem halkımızın hem de kurumlarımızın gündemine taşımak ve tartışmaktı.

Guinness Rekorlar Kitabı’nda yerimizi aldık

Evet, birkaç festival, bir iki fuar veya sınırlı tanıtlar ile “Marka Kent” elbette ki olunmuyor ama “Marka Kent” olmanın o kentte yaşayan veya o kenti gezmeye, tanımaya gelen herkese nasıl katkılar sunacağını küçük göstergelerinin fuarlar düzenlemek, festivaler yapmak, tanıtlara ağırlık vermek, gelen yatırımcıların hayatlarını kolaylaştırmakla işe başlamanın kamuoyunda pozitif etkiler yaratacağını inandık ve bu doğrultuda bir takım çalışmalar yaptık.

Örneğin, daha önce ABD’de olan “Dünyanın En Kalabalık Kahvaltı Sofrası” rekorunu geliştirerek ilimize getirdik ve Guinness Rekorlar Kitabı’nda yerimizi aldık. Bu, kentte müthiş bir sinerji yarattı. Kurumlarımızın ve halkımızın etkinliğe olan ilgisi ve sahiplenmesi inanılmazdı. O gün aynı zaman da şunu da gördük, değiştiğimiz gibi müthiş bir istek ve arzu kentte bulunmakta. Bu doğrultuda

çalışmalarımızı sürdürerek, Türkiye’de İstanbul ve Ankara’dan sonra alışveriş günlerini düzenledik.

Turist sayısında yüzde 35 artış sağladık

“Van Shopping Fest” adıyla bu yıl ikincisini düzenlediğimiz etkinliğimiz kentte hem yerel halk, hem iş dünyası ve en önemlisi ilimizi ziyaret eden turistler tarafından müthiş bir ilgiyle karşılaştı. Festival ile insanları sadece alışverişe yönlendirmedik. Şehrin caddelerini ışıklandırdık, konserler düzenledik, sokak sanatçıları tarafından tiyatral gösteriler, mini konserler yapıldı. Çocuklara yönelik okullarda film gösterileri yaptık, resim sergileri düzenledik. Ve kısa sürede sonuçlarını da almaya başladık. Örneğin turist sayısında %35 oranında bir artış sağladık, yine kredi kartı ile yapılan işlem adedinde yüzde 42 artış olduğunu gördük. Festivalin piyasa reklam değeri yaklaşık 1.5 milyon TL’yi geçti.

İlimizde her yıl en az üç ulusal ve uluslararası fuar düzenlemekteyiz. Ve kentte bir fuar anlayışının egemen olması konusunda ciddi gelişmeler elde ettik. Fuarlarımıza gerek yurtiçinden, gerekse yurtdışından katılan

firma sayımız her geçen yıl artmaktadır.

Valiliğimiz öncülüğünde "Su Sporları Festivali" gibi birden festival her yıl düzenli olarak yapılmaktadır. Belediyelerimiz tarafından film festivalleri gibi etkinlikler yapılmaya başlandı. Tarihi eserlerimizin restorasyon çalışmalarını yakından takip ettik ve çalışmaların aralıksız sürdürülmesi konusunda destek verdik. Bütün bunlar aslında "Marka Kent" olma konusundaki algının geliştirilmesine yönelik çalışmalardır. Yoksa başta da ifade ettiğim gibi sadece bu çalışmalar ile "Marka Kent" olmanız mümkün değil. Ancak algının oluşturulmasına ve başlangıç için önemli adımlar oluğuna inanıyoruz.

Önceliğimiz kamuoyunda algı oluşturmaktır

Marka Kent olma yolunda Van'ın önceliği ne olmalı?

Biz sadece bir kurumun çabası ile "Marka Kent" olunmayacağını biliyoruz. Bu nedenle birinci önceliğimiz kamuoyunda algı oluşturmaktır bu konuda anlattığımız gibi önemli adımlar attık. Bundan sonra, tüm kurumlarımızın geçmişte yaptığımız etkinliklerde olduğu bir araya gelebilme iradelerini sürdürmeleri önceliklerimizden biri olmalı. "Marka Kent" idealinizin gerçekleşmesi için kentinizin çok zengin bir kent olmasına gerek yoktur. Sadece değerlerinizi korumanız ve bunları tanıtmamız size önemli avantajlar sağlayacaktır. Doğrusu bu konuda şanslıyız, binlerce yılı aşkın kent tarihimiz, tarihi eserlerimiz, tüm doğal güzellikleri ile coğrafyamız, halkımızın süregelen misafirperverliği, kahvaltımız, kedimiz, gölümüz, flamingolarımız ve daha sayamayacağımız birçok değere sahibiz. Bunlardan biri üzerinden planlamamız yapmamız gerekmektedir. Kent logosundan tutun da sloganımıza kadar her türlü detayı en ince ayrıntısına kadar çalışmamız gerekir.

Van'ın sanayisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

İlimiz bulunduğu coğrafi konumu itibarı ile önemli bir ticaret merkezi konumundadır. Van'ı baz alıp 500 km'lik bir daire çizdiğinizde yaklaşık 150 milyon civarında insanın yaşadığı bir pazarın tam ortasındayız. Dolayısı ile burada doğru kurgulandığında üretilecek ürünlerin pazar sorunu yoktur. Van geçmişte yapılan özelleştirmelerden belki de Türkiye'de en fazla olumsuz etkilenen kentlerden biridir. Geçmişte kamu eliyle kurulan ve işle-



tilen birçok fabrikanın kapatılması veya özelleştirildikten sonra kapanması kent sanayisine o dönem için darbe vurmuştur. Ekonomik düzeyi düşük kentlerde siz kamu desteğini bu şekilde çekerseniz orada sistem çöker. Çünkü özel sektör yeterince güçlü değildir. Mali yapısı ve üretim kültürü gelişmemiştir. İstanbul'da Kocaeli'de, Bursa'da bu sorunları yaşamazsınız çünkü iş dünyası yeterli bilgi birikimine ve yeterli ekonomik güce sahiptir.

Tekstil kente yatırımcılar gelmeye başladı

Geçmişte yaşanan bütün bu olumsuz tabloya rağmen iş dünyamız sanayi alanında önemli bir mücadele vermiş ve ciddi aşamalar kat etmiştir. Bugün Organize Sanayi Bölgemizde 130'u aşkın firmamız üretim yapmaktadır. Yine OSB dışındaki alanlarda da yapılan yatırımlar bulunmaktadır. Van'da kurulan tekstil kente yatırımcılar gelmeye başladı. Bölgede huzur ve güvenin artması ile kent sanayisi başta olmak üzere ekonomimiz hızlı bir yükseliş trendine girecektir. Bizler yatırımcılarımızı Van'a yatırım yapmaya bekliyoruz. Özellikle devlet tarafından verilen teşvikler ve yukarıda değindiğimiz ilimizin avantajları ile karlı çıkacaklarına yürekle inanıyoruz. Gelecek yatırımcılarımıza her türlü desteği vermeye hazırız.

Komşularla ticarete yaşadığınız sıkıntıları ve isteklerinizi öğrenebilir miyiz?

Ülkemizin İran İslam Cumhuriyeti ile olan yaklaşık 500 km'lik sınırımızın 300

km'lik kısmı Van il sınırında bulunmaktadır. Dolayısı ile İran pazarı özeldir ilimiz ve bölgemiz genelde ise ülkemiz için çok önemli bir pazardır. İran üzerinde uygulanan uluslararası ambargonun kalkması ile Avrupa ve ABD'nin hızla büyük ticari sözleşmeler yaptıklarını görmekteyiz. Biz istiyoruz ki ülkemiz de bu pastadan payını fazlası ile alsın. Bunun için hızlı bir şekilde altyapımızı hazırlamamız gerekir. Yakın bir geçmişte Kapı Köy Gümrük Kapısı'nın modernizasyonuna ilişkin temel atma törenini gerçekleştirdik ve çalışmalar hızla devam etmektedir. Kısa zamanda modern bir gümrük kapısına sahip olacağız. Bu şu anlama geliyor, bizler İran pazarına en kısa yoldan ulaşma imkânına kavuşacağız. Tabii İran'ın yanı sıra Kuzey Irak başta olmak üzere Türkiye Cumhuriyetleri ile de ticaret yapma olanağımız var. Özellikle Kuzey Irak'ta çok sayıda firmamız faaliyet göstermektedir. Orada yaşanan savaş ortamı son zamanlarda ticari hayatı olumsuz etkilemiş olsa da bu bağın koparılması gerekmektedir. Bizlerin devletten talebi şu; İran ve Irak başta olmak üzere yakın ülkelere yönelik yapacağımız ticarete mevzuatta yapılabildiği kadar kolaylık sağlanması ve prosedürün olabildiğince minimize edilmesidir. İran ile olan ticari faaliyetlerimizi yeniden gözden geçirip oluşan yeni duruma göre stratejiler geliştirmemiz lazım. Oradaki yatırım olanaklarını doğru okumamız ve yatırımcılarımızı bu konuda bilgilendirmemiz gerekmektedir.



“VAN’IN ÖNCELİĞİ EKONOMİK VE SOSYAL TEMELLİ KENTLEŞME SÜRECİ OLMALI”

Van Ticaret Borsası Başkanı Enver Memduhoğlu, “Van’ın Marka Kent yolundaki önceliği, ekonomik ve sosyal temelli kentleşme süreci olmalı” diye konuştu.

Van Ticaret Borsası Başkanı Enver Memduhoğlu, “Marka olmak bir logoyla, söylemlerle olacak iş değildir. Markalaşmak uzun soluklu, emek, sabır ve yatırım gerektiren stratejik bir süreçtir” dedi.

Van’ın Marka Kent olmasının altyapıdan ulaşım, turizmden sanayiye, sosyo-kültürel yapıdan ekolojik durumuna kadar pek çok şey ile ilintili olduğunu kaydeden Memduhoğlu sorularımızı yanıtladı.

Van’ın ‘Marka Kent’ olması için Borsanız hangi çalışmaları yürütüyor?

Bölgesel olarak baktığımızda Van, mevcut iller içerisinde tarihi, kültürel ve doğal potansiyel bakımından çok daha ileri seviyededir. Bu durumun farkındalı-

ğınla misyonumuz gereği ülke ve bölge yatırımcılarına karşı sorumluluklarımızı yerine getirecek projeler üretmeye devam ediyoruz. Van Ticaret Borsası olarak kentimizin değerlerini ön plana çıkaracak kapsamlı birçok çalışmanın hem iştirakçisi hem uygulayıcısı olduk. Van deyince ilk akla gelenlerden biri olan; tadı, hazırlanış tekniği ve geçmişi ile diğerlerine benzemeyen otlu peynirin coğrafi tescili üzerine çalışmalar yapmaktayız.

Otlu peynirin coğrafi tescilini alacağız

Raporumuzun hazırlık süreci, profesyonel çalışma ekibimizle adeta kılı kırk yarararak büyük bir titizlikle devam ediyor. Süreç sonunda otlu peynirin coğrafi tes-

cilini alarak çok daha geniş kitlelerce bilinirliğini arttırmayı arzuluyoruz.

TRB2 Bölgesi kapsamında önemli üretim kalemlerinden biri olan bal ve yan ürünlerinin tanıtımı ve üretim sonrası pazarlanması konusunda Van Ticaret Borsası, YYÜ Rektörlüğü, arıcılar ve bal üreticileri ile beraber bir müteşebbis heyeti oluşturduk. Bal ürününün, bölge halkımız ve ülke katma değeri için çok önemli olduğunun bilincindeyiz. Bu bağlamda ‘Adını Sen Koy’ sloganı ile bölgemizin balının marka tanıtılmasında en önemli adım olan marka isminin halkımız tarafından belirlenmesini talep ettik. Amacımız halkımız için yaptığımız hizmetlere onları da katarak birlikte ilerlemektir. Çok ciddi çalışmalar ve altyapı fizibiliteleleri tamamlandığı takdirde balımız markalaşarak bölgemizde, ülkemizde ve hatta uluslararası camiada kendisine önemli bir yer edinecektir.

Üreticilere büyük hizmet

Araştırmalarımız neticesinde bölgede tam donanımlı, profesyonel ekip ve ekipmana sahip analiz laboratuvarı eksikliği bulunduğunu tespit ettik. Yoğun mesaimiz sonucu ilimize, yerelde hizmet veren ancak ulusal standarda sahip Toprak, Bitki ve Su Analiz Laboratuvarı kazandırdık. Laboratuvarımız 1,5 yıldan bu yana üreticilerimize hizmet veriyor.

Yine bölgemiz için son derece elzem olan ‘Canlı Hayvan ve Et Borsası’ kurulumu için kolları sıvadık. Takdir edersiniz ki süreç zaman ve sabır istiyor. Nihai hedefimize ulaştığımızda ilimiz için marka değeri taşıyan muazzam bir işletmeye sahip olacağız.

Van Ticaret Borsası olarak marka borsası olabilmek için bu yıl içerisinde ‘Akreditasyon Süreci’ne dahil olduk. Bizleri son derece heyecanlandıran süreçte katıldığımız eğitimler, denetimler, değerlendirmeler ile güçlü ve zayıf yönlerimizi tespit edip, gereken çalışmaları yaparak ülkemizin hatırı sayılır borsaları arasında yer almak istiyoruz. İstekli, çalışkan ve genç kadromuzla hedeflerimize emin adımlarla ilerliyoruz.

Kentin en önemli sivil toplum inisiyatiflerinden olan borsamızın ilerlemesi ve gelişmesi Van’ın da güçlenmesi anlamına geliyor.

Marka Kent olma yolunda Van’ın önceliği ne olmalı?

Günümüzde şehirlerden ziyade ülkeler ön plana çıkmakta, ülkelerin itibarlarını



şehirleri belirlemekte. Bunun sebebi, farklı bölgelerdeki farklı şehirlerin oluşturduğu ülkenin, homojen bir yapıya sahip olması; farklı iklimlere, farklı şehirlerinde farklı sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel alt-yapılara sahip olmasındandır. Marka olmak bir logoyla, söylemle olacak iş değildir. Markalaşmak uzun soluklu, emek, sabır ve yatırım gerektiren stratejik bir süreçtir. Van özeline gelince. Van'ın Marka Kent olması altyapıdan ulaşım, turizmden sanayiye, sosyo-kültürel yapıdan ekolojik durumuna kadar pek çok şey ile ilintilidir. Bu başlıkların herhangi birinde yaşanan gelişme diğerlerine de sirayet edecek ilin olumlu ya da olumsuz etkilenmesine sebep olacaktır.

Diğer illerden ayrılan bir kimlik ve ruh olmalı

Van'ın Marka Kent olma yolundaki en mühim önceliği ekonomik ve sosyal temelli kentleşme süreci olmalı. Van'ı diğer illerden ayıran bir kimliği ve ruhu olmalı. İmar planları eko sistemi bozmayacak şekilde oluşturulmalıdır. Bu anlayışta planlama, kentin ekonomik gelişmesini sağ-

layacak yeni olanakları harekete geçirip yönlendiren, çevre sorunlarını azaltan ve yaşam kalitesini artıran bir müdahale aracına dönüşmüş olmaktadır. Bahsettiğim tüm bu hususlarda başarıyı yakalamak her şeyden önce samimi ve ısrarlı bir tavırla mümkün olacaktır. Kente refah getirecek yeterli kaynağı kent içinden çıkarabilmek her zaman mümkün olmayabilir. Ancak; yerli ve yabancı turistler; şehre okumaya gelen üniversite öğrencileri; müteşebbisler, yatırımcı iş adamları; vasıflı işçiler ve beyaz yakalılar gibi kitleleri kentimize çekebilmek için kentimizle ilgili farkındalığı ve imajı güçlendirmemiz gerek.

Van'ın tarım potansiyelini değerlendirebilir misiniz?

Mera konusunda Türkiye ortalamasının % 10'u ilimizde bulunmasına rağmen, kullanım koşulları oluşmamakta buna bağlı olarak alanlardan verim alınamamaktadır. Küçükbaş hayvan sayısında Türkiye ortalamasında 1. olan Van bu avantajını yeterince kullanamamaktadır. Oysa ki geleneksel üretim çeşitliliği, tarımsal kirliliğin düşük

olması, meralarımızda organik ve iyi tarım hatta eko turizm için önemli bir fırsattır.

Genç iş gücünün fazla olduğu ilimizde üretimde kümelenme sağlanmalı ve üretim planlaması yapılmalıdır. Teşvik ve destekler yerel koşullara göre belirlenmeli ve büyük sermaye sahipleri bölgeye yönlendirilmelidir.

Yerel çeşitler kullanılmalı, endemik bitkiler kullanılarak kültürümüze kazandırılmalıdır. Bölge toprakları bakir olduğundan doğru uygulama ve sulama teknikleri ile arazilerden maksimum randıman almak mümkün. Ceviz potansiyelimiz çok yüksek. Meyvecilik de ilimiz için güçlü bir kaynaktır. Doğu Anadolu Bölgesi demek hayvancılık demek. Hayvancılığı tarımdan bağımsız değerlendiremeyiz. Yöremiz küçükbaş hayvancılık için yatırım merkezi olabilecek konumunda. Küçükbaş hayvan yetiştiricilerine yönelik destek, teşvik ve bilgilendirmeler doğru şekilde yapılırsa Van bu anlamda da cazibe merkezi haline gelecektir. Söz konusu destekler büyükbaş hayvancılığın gelişimine de katkı sunacaktır.