→ Hazırlayan: Gülder DEMİR



2009 Fuarcılık Sektörünün Yılı

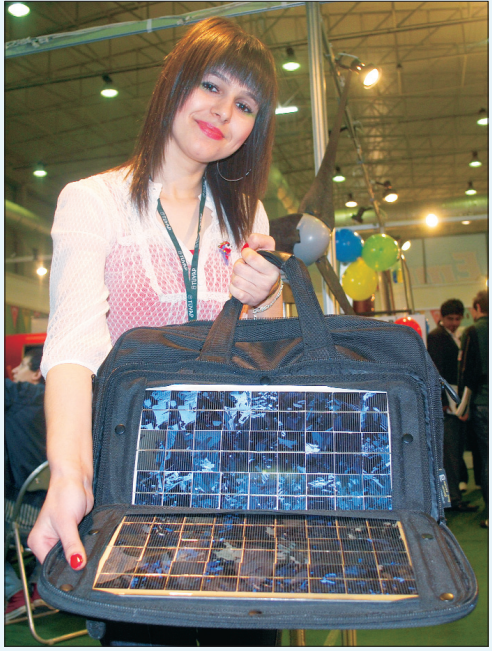
Firmalara en rasyonel tanıtım imkânını sunan fuarcılık sektörünün, güçlü ve köklü firmaları krizden olumsuz etkilenmedi. Türkiye'de fuar sektöründeki gelişmenin Anadolu'nun birçok iline de yansıdığı dikkat çekse de, 2009 yılı fuar takvimi içinde 198 fuar ile İstanbul ilk sırada yer alıyor. İstanbul'u otuz fuar ile İzmir, yirmi altı fuar ile Ankara izliyor.



Dünya fuarcılığının çatı örgütü olarak nitelendirilen Uluslararası Fuarcılık Endüstrisi Birliği'nin (UFİ), küresel ekonomik krizle birlikte ocak ayında başlattığı, "Kriz Barometresi"nin ilk sonuçları açıklandı. Araştırma sonucuna göre, yapı ve otomotiv sektör fuarlarının krizden en fazla etkilenen fuarlar olduğu gözlenirken, krizin artan etkisi nedeniyle fuar organizatörleri bu sektörlere yenilerinin de eklenmesinden endişe ettiklerini dile getiriyor.

Türkiye ağırlıklı olarak sanayi ürünleri ihraç eden ve doğal olarak da Türk firmaları daha çok makine, inşaat ve yapı sektörü, otomotiv, tekstil gibi sektörlerde dış pazar arayışında olan bir ülke konumunda.

Önemli pazarlarımız olan Avrupa ülkelerinin yanı sıra, geçtiğimiz yıl sırasıyla en çok Rusya, Ukrayna, Almanya, İran, Suriye, Çek Cumhuriyeti, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Çin, ABD, Kazakistan, Romanya ve Fransa'da düzenlenen fuarlara











ulusal katılım organizasyonu gerçekleştirildiğini görüyoruz. Ukrayna, Suriye, İran, Birleşik Arap Emirlikleri ve Çin'de düzenlenen fuarlara ulusal katılım organizasyonları son beş yıl içinde sürekli bir artış seyrinde.

Fuarcılık sektörünün düşük cirosu ve istihdamına rağmen, yarattığı yüksek katma değer ve geniş kitleleri etkileme gücü, tüm sektörlerin nabzını tutabilmesini sağlamakta.

Kendi pazarından umudu kalmayan Avrupalı firmaların Türkiye, Kuzey Afrika ve Ortadoğu pazarına artan ilgilendikleri gözlenmekte. Dolayısıyla Avrupa ülkelerinden gelen katılımcılarda radikal bir artış olduğu belirtilmektedir.

2009 yılında özellikle Irak, İran, Suriye, Mısır, Libya, Cezayir gibi sürekli çalışılan pazarları, ihracatçılar "krizi aşma" kanalları olarak görüyor. Bu pazarlar sadece Türkiye'nin değil, tüm dünyanın, çok uluslu şirketlerinin merceğinde olmasına rağmen, coğrafi yakınlığımızın, ortak geçmiş, ortak kültür ve komşuluk ilişkilerimizin avantajları değerlendirilmekte.

2009 YILI FUARLARI

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından 2009 yılı için 422 fuarın yapılmasına izin verildi. 2009 yılında 330 ulusal fuar düzenlenirken, 92 fuar ise uluslararası katılımcılarla gerçekleştirilecek. TOBB'dan yapılan açıklamaya göre, 2009 yılında her ay bir fuar hareketliliği gözlenecek. Fuarların en yoğunlaştığı ay ise nisan olarak dikkati çekiyor. 2009 yılı nisan ayında 73 fuar düzenlenirken, ekim ayında 65, mart ayında ise 50 fuar yapılacak. 2009 yılında ısıtma, soğutma, havalandırma, doğalgaz sistemleri, inşaat malzemeleri, banyo, mutfak, seramik, nalburiye, hırdavat tesisat konusunda 45 fuar düzenlenecek. Bu konu 2009 yılının en popüler fuar konusu olarak öne çıkıyor. İkincilik ise eğitim ve eğitim ekipmanları ve teknolojilerinde. Bu konuda tam 40 fuar düzenlenecek. Otomobil ve ekipmanları fuarları da üçüncü sırayı 29 fuarla alıyor. 2009 yılında tarım ve gıda konularında düzenlenecek fuarlar da öne çıkıyor. Firmalar 2009 yılı fuar takvimine Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi ve www.tobb.org.tr adresinden ulaşabilir.

Türkiye'de fuar sektöründeki gelişmenin Anadolu'nun birçok iline de yansıdığı dikkat çekse de, 2009 yılı fuar takvimi içinde 198 fuar ile İstanbul ilk sırada yer alıyor. İstanbul'u 30 fuar ile İzmir, 26 fuar ile Ankara izliyor.

En çok fuar düzenleyen şirket olarak ise Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım AŞ 31 fuarla ilk sırayı alıyor. Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım AŞ'yi Tüyap Bursa Fuarcılık 21, Akare Fuarcılık 18, CNR Expo Fuarcılık 18 fuarla izliyor. Fuar türüne göre ise 13 genel fuar, 409 ihtisas fuarı düzenlenmesi hedefleniyor.2009 yılı fuar takvimi belli oldu. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından 2009 yılı için 422 fuarın yapılmasına izin verildi. 2009 yılın...

TOBB TÜRKİYE FUARCILIK SEKTÖR BAŞKANI BİLGİN AYGÜL:

"Fuarlar Kriz Döneminde Her Zamankiden Daha Farklı Bir Anlam Kazanıyor"

TOBB Türkiye Fuarcılık Sektör Başkanı ve Forum Fuarcılık ve Geliştirme A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Bilgin Aygül, fuarların kriz dönemlerinde, her zamankinden daha farklı bir anlam kazandığını ifade ederek, müşterileriyle iç ve dış piyasalarda yüz yüze gelmek, birebir iletişimi korumanın önemi üzerinde durarak, "Fuarlara katılan firmaların hedef kitlesine, 'Ben hâlâ buradayım, burada olmaya devam edeceğim' mesajını vererek, bir anlamda gücünü kanıtlıyor" diyor.



Tüm dünya, zorlu bir sürecin içinde... Krizden etkilenmeyecek alan yok gibi. Ekonomi, tüm unsurlarıyla birlikte zincirleme bir değişim sürecinde. Türkiye'de 1980'lerle birlikte ihracata dayalı dış ticaret politikası, fuarcılık sektörünün gelişiminde itici kuvvet olurken, yıllar itibariyle dış ticaretteki sürekli büyüme trendinde de fuarcılık faaliyetlerinin önemi yadsınamaz. Birbirini tamamlayan, geliştiren unsurlar olarak, Türkiye'nin dış ticaret politikası ile fuarcılık sektörünün yönelimleri arasındaki paralellik, ülkemiz ekonomisine olumlu yansıyor.

Ekonomik Forum Dergisi olarak bu gerçekten yola çıkarak, TOBB Türkiye Fuarcılık Sektör Başkanı ve Forum Fuarcılık ve Geliştirme A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Bilgin Aygül ile fuarcılık sektörü üzerine bir söyleşi gerçekleştirdik. Aygül, piyasada kalıcı olabilmek için, potansiyel pazarlara yönelmek ve mevcut pazarlarda daha yoğun çalışmak gerektiğine işaret ederek, sağlıklı bir tanıtım ve pazarlama stratejisi çerçevesinden "hedef pazarlarda" düzenlenen fuarların ise bu amaç doğrultusunda kullanılabilecek en önemli mecralardan biri olduğunu söylüyor.

TOBB Türkiye Fuarcılık Sektör Başkanı Bilgin Aygül: "Geçmişte yaşadığımız krizlerde, birçok firmamızın iç pazardaki daralma nedeniyle iflas noktasına geldiğine, katıldığı bir yurtdışı fuarla, ihracat yaparak iflastan kurtulduğuna, hatta büyüme kaydettiğine bizzat tanık olduk."

● Türkiye'de fuarcılık sektörünün geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Fuarcılık çalışmalarında, 1980'lerle birlikte benimsenen dışa açık, ihracat odaklı dış ticaret politikası önemli bir milat olarak kabul edilebilir. Dünyanın küreselleşme sürecine girdiği bu dönemde Türkiye de ekonomik yapılanmasını yeniden şekillendirmeye başladı. İç piyasaya yönelik üretim yapan firmalar süreç içinde ölçeklerini ve dışsal ekonomilerini geliştirerek rekabet gücü kazanıp dış pazarlara yöneldiler. Bugüne gelindiğinde firmalarımız yoğun olarak yurtdışında, makine, inşaat ve yapı sektörü, otomotiv, tekstil gibi sektörlerde düzenlenen fuarlara katılım yapıyorlar. Bu fuarlarda yurtdışı bağlantılar, yeni ihracat fırsatları yakalayabiliyorlar. Bu ilişkiler ağı, özellikle bu sektörlerin gelişme ve büyüme potansiyelini de olumlu yönde etkiliyor. İhracat rakamlarına bakıldığında bu sektörlerin ağırlığı da görülmektedir.

İhracat hedefleri de süreç içinde, Avrupa ülkeleri ve Amerika'dan başlayarak komşu ve çevre ülkeler, Afrika ve Uzak Doğu'ya kadar geniş bir alana yayıldı. Tüm bu süreç, aynı zamanda fuarcılığın gelişimini de şekillendiren unsurlara sahipti. Dışa açık sanayileşme süreci, tüm dikkatlerin dış pazarlara yönelmesine neden olurken, yurtdışı fuarcılığı da önemli bir mecra olarak ortaya çıkardı.

Başlangıçta, yurtdışındaki genel ticaret ve sanayi ürünleri fuarlarına katılımlar yaparken, bugün Türk fuar şirketlerinin ulusal katılım yaptıkları fuarlar dışında, bizzat gerçekleştirdikleri önemli fuarlar var. Çok farklı sektörlerde, dünyanın en uzak bölgelerine kadar uzandık. Belki biraz deneme yanılma yoluyla başlanan fuar yolculuğu, bugün ülkemizde daha ciddi araştırmalarla, geçmiş deneyim ve birikimlerin de katkısıyla gelişerek devam ediyor.

● TOBB'un sektörünüze yönelik çalışmalarını değerlendirdiğinizde sorunların çözümünde kayda değer gelişmeler sağlandı mı?

Yurtdışı fuarcılık konusunda yetkili olan Dış Ticaret Müsteşarlığı, yeni oluşturduğu ve ihracatçı birlikleri, Yurtdışı Fuar Organizatörleri Derneği (YUFOD) ve DTM yetkililerinden oluşan Fuarlar Komitesi'nin çalışmaları ile önümüzdeki dönemde daha sağlıklı bir yapının oluşturulması yolunda önemli adımlar atmaktadır.

Yurtiçi fuarcılık konusunda ise organizasyonların kapsamı ve niteliği açısından önemli aşamalar kaydedildi. TOBB'un yaptığı yeni düzenlemelerle birbirine çok yakın zamanlarda, aynı sektörlerde, aynı kentlerde fuarların yapılmasının önüne geçildi. Fuar takvimi kabul edilmeden önce fuarların konu başlıklarını oluşturan sektör ve alt sektörler konusundaki veriler dikkatle incelenirken, bu konuda fuarın düzenlendiği kentlerin ticaret ve sanayi odalarının görüşleri ve denetimleri de aktif hale geldi. TOBB, yayımladığı Fuarlar Rehberi'ni Türkiye'nin tüm illerindeki ticaret ve sanayi odalarına, fuarcılıkla ilgili kurum ve kuruluşlara dağıtımını gerçekleştirerek, Türkiye'deki fuarlar hakkında bilgilendirme yapmaktadır. TOBB'un yurtiçi fuarcılık konusundaki düzenleyici rolünün olumlu etkileri güçlü bir biçimde hissedilirken, önümüzdeki süreçte, edindiğimiz bilgi ve deneyimleri, hedeflerimize yönelik değerlendirerek daha başarılı sonuçlara imza atabileceğimizi düşünüyorum.



Fuarcılığın, kent rantını artırıcı katkısı artık belediyeler ve yerel ticaret ve sanayi odaları tarafından da görülürken, bulundukları kentlerde düzenlenen fuarlar konusunda artan bir ilgi ve destekleri söz konusu. Bu işbirliğinin, önümüzdeki yıllarda gerek fuarcılık sektörüne gerekse fuarların düzenlendiği kentlerin, bölgelerin gelişmişliğine önemli yansımaları olacağına inanıyorum.

● 2009 yılı Türkiye'de kaç fuar yapılacak ayrıca yurtdışı fuar etkinlikleri sayısal olarak nedir, bu fuarlara katılım ne tür yararlar sağlayacak?

DTM'nin belirlediği Yurtdışı fuar takviminde bu yıl şimdilik 203 ulusal katılım organizasyonu yer alıyor. 2036 adet yurtdışı fuara da bireysel katılım izni var. Yurtiçinde ise 2009 yılı takviminde 411 fuar görünüyor. Yılsonuna kadar, geçtiğimiz yılın rakamlarına ulaşılması muhtemel görünüyor. Son altı ayda katılımlarda azalmalar olsa da, krize rağmen, organizasyonların sürekliliği açısından sektörümüzün, dirençli ve kararlı bir tutum sergilediğini söyleyebiliriz. Dış pazarlarda özellikle, dışa kapalı ekonomilere sahip olmaları nedeniyle krizi daha hafif hisseden, Ortadoğu, Asya, eski Sovyet Cumhuriyetleri ve Afrika'da düzenlenen fuarlar dikkat çekiyor.

● Küresel ekonomik kriz fuarcılık sektörünü etkiledi mi, sektörler açısından değerlendirdiğinizde hangi sektörler krizden etkilendiler?

Fuarcılık sektörünü ve reel sektörü bir zincirin halkaları olarak düşünmek gerekiyor. Tüm süreçleri, tüm yapılanmalara yansıyan kriz, en çabuk ve en derin etkiyi reel sektörde gösterdi, ancak kısa sürede tüm sektörlere yansıdı. Dolayısıyla, tekil yöntemler ve çözümlerle krizi aşmak çok olası görünmüyor. Reel sektörün krizi aşma planları içinde fuar çalışmalarının yer alması halinde başarı şansı artacaktır. Bu yüzden, ihracatçı firmalarımızla yaptığımız görüşmelerde bu noktayı mutlaka hatırlatıyoruz. Geçmişte yaşadığımız krizlerde, birçok firma-



"Kadın Girişimcilerin Yurtiçi Fuarlara Yönelik Stant Taleplerine Olumlu Yanıt Veriyoruz"

TOBB Türkiye Fuarcılık Sektör Başkanı ve Forum Fuarcılık ve Geliştirme A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Bilgin Aygül, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu'nun yurtiçi fuarlara yönelik stant talepleri olduğunda mutlaka olumlu yanıt verdiklerini belirtti. Aygül, firmalarla, girişimciler ile birebir iletişim halinde almaları nedeniyle, Türkiye'de kadın girişimcilerin sayısının her geçen gün arttığına ve ciddi işlere imza atmaya başladıklarına tanıklık ettiklerini ifade ederek, "Bunu elbette, gerek iş hayatı gerekçe ülkemizin geleceği açısından olumlu gelişmeler olarak değerlendiriyoruz" açıklamasında bulundu. Aygül, yeni girilen bazı pazarlarda girişimcilerimiz tereddüt ederken, kadın girişimcilerimin daha cesurca hareket ettiklerini de gözlemlediklerinin altını çizerek şu açıklamayı yaptı:

"Kadın girişimcilerimiz, sadece sayısal anlamda gösterdikleri gelişmenin ötesinde, kimi durumlarda da öncü rolü bile üstlenme durumuna geliyorlar ki, bu çok sevindirici.

Kadın girişimcilerimizin çoğunlukla, cesur, ayrıntıları önemseyen, analizci yapıları nedeniyle iş hayatındaki hedeflerine çoğunlukla ulaştıklarını görüyoruz. Sahip oldukları bu niteliklerin, iş hayatında kendilerine avantajlar sunacağına inanıyorum."

mızın iç pazardaki daralma nedeniyle iflas noktasına geldiğine, katıldığı bir yurtdışı fuarla, ihracat yaparak iflastan kurtulduğuna, hatta büyüme kaydettiğine tanık olduk.

Krizler, kartların yeniden karıldığı süreçlerdir. Dikkatli, özenli adımlar atılması halinde bu süreçler, ciddi şans ve potansiyeli de içinde barındırır. Ülke ekonomisinde yaşanan kan kaybı, fuarcılık sektörüne doğrudan yansırken, genel iyileşme hali sektörümüzü geliştirmektedir. Dolayısıyla, fuarcılık sektörü olarak krizi değerlendirirken, ülke ekonomisine makro düzeyde bakmak zorundayız. Planlamalarımızı yaparken, ticareti geliştirecek, ekonomiyi canlandıracak çözümler üzerine odaklanıyoruz.

● Fuarcılık sektörünün kriz dönemlerinde yapıcı bir işlevi olduğundan söz edebilir miyiz?

Fuarlar, kriz dönemlerinde, her zamankinden daha farklı bir anlam kazanıyor. Küresel kriz, batı pazarlarını sarstı, iç pazarı daralttı. Birçok firma krize karşı hedef küçültme politikasıyla direnme yolunu seçerken, maliyetlerini azaltıp, içe kapalı bir yapıya dönüştü. Diğer bir yaklaşım da, dışa açık yapıyı bozmadan, bağlantıları canlı tutarak devam etmek ve küçülmeye karşı direnme şeklinde gelişti. Kriz politikaları içinde ikinci yaklaşımın daha gerçekçi bir tercih olduğunu düşünüyoruz. Firmalar, bu süreçte ürünlerini vitrinde tutmaya devam ettiği, piyasalarda kendini hatırlattığı oranda gücünü ve prestijini koruyabilecek. Müşterileriyle iç ve dış piyasalarda yüz yüze gelmek, birebir iletişimi korumak, bu dönemde özellikle üzerinde durulması gereken bir nokta. Birçok firma, sıcak satış yapmanın ötesinde iç ve dış piyasalardaki varlığını koruyabilmek amacıyla, müşterisinin karşısına çıkmayı gerekli görüyor. Hedef kitlesine, "Ben hâlâ buradayım, burada olmaya devam edeceğim" mesajını vererek, bir anlamda gücünü kanıtlıyor. Bunlar önemli mesajlar. Canlı tutulan ilişkilerin olumlu geri dönüşleri mutlaka oluyor. Yeni iş bağlantılarının yolu ancak, canlı ilişkiler sayesinde açılabiliyor. Markanızla, ürünlerinizle, sizi anlatacak temsilcilerinizle varlığınızı ortaya koymak zorundasınız. Bu yaklaşım, müşterinin, firmaya yönelik güç ve güven algılamalarında kriz dönemlerinde daha etkili sonuçlar alınmasını sağlamaktadır. Kriz dönemlerinde yakalanan başarılar, oluşturulan imajlar, normal koşullarda çok ciddi maddi kaynaklarla sağlanacak başarılardan daha etkili olabiliyor. Kriz, genel ticari ve ekonomik yapıyı derinden sarsmasına karşın, özelde firmalarımız için, rakipler arasından sıyrılarak bir adım öne çıkmanın fırsatlarını barındırıyor. Bu yaklaşım, krize ilişkin değerlendirmelerde sıkça dile getirilen bir klişeye dönüşse de doğruluk payının hayli yüksek olduğunu vurgulamalıyım.

● Forum Fuarcılığın kısa ve uzun vadeli hedeflerinden kısaca bahseder misiniz?

Fuarcılık sektöründe on altı yılı geride bırakırken, firmalarımızın ihtiyaçları doğrultusunda hedeflerimizi sürekli güncelleyerek, sektörün dünden bugüne gelişimini dikkatle izliyoruz. Yurtiçi ve yurtdışı fuarlarda ana hedefimiz, ülkemizde sektörlerin gelişimine ivme kazandıracak dolayısıyla firmalarımıza yurtiçinde ve yurtdışında yeni bağlantılar sağlayacak organizasyonları gerçekleştirmektir. Fuarcılık sektörü, başarısını sürekli kılabilmek için yatırımlarına ve araştırmalarına hiç ara vermeksizin, büyümeyi sürekli kılmak zorunda. Dolayısıyla, küçülme gibi bir kriz politikası izleme lüksümüz bulunmuyoruz. Kısa vadede, firmalarımızla birlikte, yeni pazarlarda rekabet gücümüzü artırma yolunda çalışmalarımızı aynı titizlikle sürdürüyoruz. Bunun ötesinde, bugün Türkiye ve tüm dünyada, çalıştığımız pazarların ne kadar doğru bir stratejinin ürünü olduğunun sağlaması yapılmış durumda. Krizden görece daha az etkilenen Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere Arap ülkeleri ve Afrika'da yürüttüğümüz fuar orga-

nizasyonlarını firmalarımızın da artan ilgisiyle sürdürmeye devam edeceğiz. Ayrıca İran, Irak, Suriye, Mısır, Sudan, Libya, Çin ve Afrika ülkelerinde milli katılım organizasyonlarının yanı sıra kendi fuarlarımızı yaratma yolundaki çalışmalarımızı da yoğunlaştıracağız.

● Fuarcılık sektörü, üretici olmadığı için mevcut KOBİ desteklerinden yararlanamamakta, bu konuda sizce neler yapılmalı?

KOSGEB'in, "ekonomik katma değer üretme ve istihdam yaratma potansiyeli artan sanayi sektörü" için uyguladığı teşvikler, bugüne kadar birçok KOBİ'nin yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılımını kolaylaştırarak, yeni müşteriler ve pazarlar bulma konusunda önemli avantajlar sundu. Bu teşvikler, hem KOBİ'lerimize hem de ülkemize olumlu geri dönüşler sağladı. Ancak, fuar organizatörleri bu teşvik kapsamında yer almıyordu. Hâlbuki KOBİ'lerimize yeni pazarlar bulma yoluyla yeni ihracat fırsatları yaratan fuar organizatörleri, ülkemizin ihracat potansiyelinin gelişmesine destek sağlıyor. Doğal olarak da gerçekleştirdiği fuar hizmetleriyle, bu teşviklerle amaçlanan sonuçlara katkıda bulunuyor. Hem çalışma hayatı içinde önemli bir istihdam yaratıyor, hem de ekonomik katma değer üretilmesinin yollarını açıyor.

Önümüzdeki dönemde KOBİ teşviklerinin kapsamının genişletilmesi söz konusu. Uzun bir bekleyişin ardından sektörümüzün de bu konuda ihtiyaç duyduğu desteği alabileceğini ümit ediyoruz. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı yeni yasa ile KOSGEB'in destek kapsamı, imalat sanayi dışındaki KOBİ'leri ve girişimcileri de kapsayacak şekilde genişliyor. KOSGEB Kanunu'nda "işletme" tanımının yerine "girişimci" tanımı geçerli kılınıyor. Girişimci tanımı ise "Bir iş fikrine dayalı olarak kendi işini kurmak isteyen gerçek kişiler" olarak yapılıyor ki, fuar organizatörlerinin "hizmet alanları ve yarattıkları katma değerlerle" bu tanımın içinde yer aldığı düşüncesindeyiz.

KOSGEB desteklerinin ötesinde, Eximbank düşük faizli kredi destekleri de kriz sürecinde fuarcılık sektörü için önemli bir katkı sunacak. Eximbank'ın fuar şirketlerine yılda bir trilyon liraya kadar düşük faizli kredi desteğinin yanı sıra, katılımcı firmalara da yüz milyara varan fuar katılım desteği olacak. Bunun yanı sıra DTM'nin önümüzdeki dönemde yeni bir teşvik programı gündemde.

TOBB Sektör Meclislerinin hükümete sunuşunda, sektör olarak KOBİ statüsünden yararlanma talebimize başta DTM, Sanayi Bakanlığı; TOBB olmak üzere yetkililer çok sıcak yaklaşarak çalışmaları yoğunlaştırmıştır. KOBİ desteklerinden yararlandığımızda DTM'nin yurtdışı kira desteği, araştırma desteği gibi TÜBİTAK desteklerinden de yararlanmak söz konusu olacaktır.

● Bu sene Irak Fuarı'na katılım sizce hangi düzeyde olacak, Gaziantep sanayicilerine katkısı ne olacak?

Irak Uluslararası Fuarı bu yıl, Türkiye'nin yanı sıra Çin, İtalya, Avusturya, Suriye, Fransa, İngiltere, İsveç, Kuveyt, İspanya başta olmak üzere 20 ülkeden katılımcıyı Gaziantep'te ağırlayacak. 21-27 Nisan'da düzenleyeceğimiz fuara, temsilci firmalarla birlikte 700'ü aşkın firmanın katılımı olacak. Fuar kapsamında, Irak başta olmak üzere, İran, Lübnan, Mısır, Suriye, Suudi Arabistan ve Ürdün'den alım heyetleri gelecek.

Irak'ın savaş öncesinde Türkiye için önemli bir ticari partner idi. Ve biz iki ülke arasındaki bu potansiyeli savaş sonrasında da yeniden inşa etmek için, daha önce Bağdat'ta düzenlenen Irak Uluslararası Fuarı'nı Irak Ticaret Bakanlığı'nın da desteği ile Gaziantep'e taşıdık. Türk işadamları üç yıldır, Iraklı birçok devlet ve özel sektör yetkilisini bir arada bulduğu Irak Uluslararası Fuarı sayesinde ürünlerini de tanıtma fırsatı buluyor. Savaş nedeniyle kesilen ticari ve ekonomik ilişkiler, bu fuar sayesinde Gaziantep'te yeniden kuruluyor. Her yıl uçakla getirilen 2000'in üstünde işadamı ve 300'ün üstünde devlet yetkilisiyle birlikte, fuarı toplam beş bin profesyonel ziyaretçi geziyor.

Bu yıl da fuar için; Irak Ticaret Bakanlığı Fuarlar İdaresi Genel Müdürlüğü ve Forum Fuarcılık A.Ş. tarafından Bağdat, Musul, Erbil ve Basra'dan uçak seferleri, Halep ve Dohuk'tan da otobüs seferleri düzenliyoruz. Fuara, Suriye, Suudi Arabistan, Rusya, Türkî Cumhuriyetler, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri, İran, Lübnan, Mısır, İtalya, Almanya, İspanya ve Gürcistan'dan çok sayıda profesyonel ziyaretçi bekliyoruz.

● İstanbul, Ankara, İzmir dışında Anadolu illerinde açılan fuarlara yönelik önerileriniz neler?

Türkiye'de birçok il, fuarcılık açısından önemli bir potansiyel barındırıyor aslında. Ancak, gerek altyapı eksikleri gerekse sektörün aktörlerinin bu belirttiğiniz illerin dışına çok da ilgi göstermemesi nedeniyle, fuarlar birkaç şehir arasında dönüp dolaşıyor. Son yıllarda, İstanbul ve Ankara'nın dışında, İzmir, Mersin, Gaziantep, Konya, Adana, Bursa, Antalya, adından sıkça fuarlarla söz ettirmeye başladı. Ancak bu kentlerimizin dışında da, Anadolu'da birçok ilimiz sektörel gelişmişliklerine rağmen, altyapı eksikleri nedeniyle tam anlamıyla böyle bir çalışma için hazır durumda değiller. Trabzon'un bölge kentleri ve Karadeniz ülkeleri arasındaki merkezi konumu nedeniyle fuarcılık altyapısı güçlendirilerek önemli fuar kentleri arasında yer alabileceğini düşünüyorum. Yine Erzurum, hayvancılık konusundaki sektörel potansiyeli ve İran'la olan ilişkileri nedeniyle bu fuar için doğru bir adres olacaktır. Sektörel gelişmişlik ve fuarcılık altyapısı anlamında potansiyel taşıyan illerimizde düzenlenecek fuarların, fuarcılık açısından olduğu kadar kentin kalkınması açısından da olumlu geri dönüşler sağladığı artık bilinen bir gerçekliktir. Bu nedenle, bu konuda yapılacak araştırma ve yatırımlarla, gerek kent ekonomilerine gerekse fuarcılık sektörüne olumlu katkılar sağlayabiliriz.



Fuarlar Yurtdışına Açılıma Destek Sağlıyor...

Gerçekleştirdiği inovatif çalışmayla ebru sanatını Türk doğal taşına uygulayan Saadet Erciyas, TOBB'un ilk kez yaşama geçirdiği Kadın Girişimcilere Ücretsiz Fuar Desteği Projesi'nden yararlanarak Estetik Ebru, 15. Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı'nda yer aldı. Erciyas, "Eğer bu destek sürecek olursa, önümüzdeki yıllarda olanaklarımız ölçüsünde İzmir dışındaki fuarlara da katılmayı arzu ediyoruz. Bu fuar sırasında yurt dışında düzenlenecek birçok sektör fuarı için de çağrı aldık" diyor.

Türkiye Odalar Borsalar Birliği'nin (TOBB) bu yıl ilk kez yaşama geçirdiği Kadın Girişimcilere Ücretsiz Fuar Desteği Projesi'nden yararlanan Estetik Ebru, 15. Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı'nda (Marble 2009) yer aldı. Gerçekleştirdiği inovatif çalışmayla ebru sanatını Türk doğal taşına uygulayan Saadet Erciyas, projesini "doğal taşımıza yenilikçi bir anlayışla yeni bir pazar yaratan, ebru sanatını ise kültür ürünü olarak yabancılarla da tanıştırmayı hedefleyen bir kadın projesi" olarak tanımlıyor. Erciyas, ürünlerinin ilk olarak Kültür Bakanlığı'nın kültür ürünlerinin yer aldığı DÖSİM mağazalarında satılacağını, en büyük hedeflerinin ise Verona'daki Marmomacc Fuarı'nda ürünlerini dünyaya tanıtmak olduğunu belirtiyor.

Ebru sanatının yapımı, taşa uygulanması, taşların cilalanması, içine konulacak poşetlerin yapımı, taşların yerleştirileceği kutuların hazırlanması, ahşap ayakların hazırlığı, broşürlerin kutulara yerleştirilmesi sürecinde çalışanların hepsinin kadın olduğunu belirten Erciyas, "Ebruyu yapan kadın sanatçılar, ambalajları katlayan, poşetleri yapanlar kadın, ahşap ayağımızı tasarlayan mimar arkadaşımız kadın" olduğunun altını çiziyor. TOBB tarafından fuarlarda





Saadet Erciyas: "Çalışmamız dar olanaklarla, çok yoğun emekle, akıl ve alın terinin birleşmesiyle yaşanan bir süreçti. Süreçte istikrarlı ve inançlı kadınların emeği olmasa bu aşamaya gelinmezdi."







kadın girişimcilere stant verilmesi uygulamasına katılan ilk kadın girişimci olan Saadet Erciyas, sorularımızı yanıtladı.

● Katıldığınız fuar hakkında bizi kısaca bilgilendirir misiniz, fuara katılım konusunda nasıl bir prosedür izlediniz?

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu'nun destek projesi kapsamında katıldığımız fuar, 25-28 Mart 2009 tarihleri arasında İzmir'de, İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Tic. A.Ş. (İZFAŞ) tarafından düzenlenen 15. Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı'ydı. Mermer ve doğal taş sektöründe dünyanın üç büyük mermer fuarından birisi olarak tanımlanan uluslararası fuara bu yıl Türkiye dâhil 76 ülkeden bin 112 firma katıldı. Biz fuarda altı numaralı holde, 16 metrekarelik stantla yerimizi aldık. Standımızda İZFAŞ'ın tüm katılımcılara sunduğu standart bir masa, iki sandalye, kablosuz internet erişimi, aydınlatma ve elektrik olanakları bize de sunuldu. Kadın girişimciler kontenjanından yararlanarak katıldığımız fuarda, standımızdaki sabit hiçbir hizmet için ekstra bir bedel ödemedik.

Fuara katılım için önce ilimizde, Kadın Girişimciler Kurulu'nun fuarlarla ilgilenen odası Ege Bölgesi Sanayi Odası'na (EBSO) başvuruda bulunduk. Tüzel kişilik olarak İzmir Ticaret Odası'na kayıtlı olmamıza karşın, dokümanlarımızı EBSO'da konumuzla ilgili birimde görevli Nurhan Beyazıt'a teslim ettik. Bayazıt da dokümanları Türkiye Odalar Borsalar Birliği'ne (TOBB) gönderdi. Yaklaşık iki hafta sonra başvurumuzun olumlu karşılandığı haberini aldık. Daha sonra İZFAŞ ve EBSO ile görüşerek sonucu kesinleştirdik. TOBB Kütüphane Müdürü ve Kadın Girişimciler Kurulu Sekreteri Handan Köse de şirketimizi arayarak katılım başvurusunda bulunduğumuz iki fuarın da TOBB tarafından onaylandığını bildirdi.

● Ücretsiz fuar girişiminden yararlanan ilk kadın girişimci olarak uluslararası bir fuarda standınızın olması size ne tür avantajlar sağladı?

Estetik Reklâm Tanıtım Hizmetleri Tic. ve San. Ltd. Şti.'nin ana faaliyet alanı, tanıtım, reklâmcılık ve halkla ilişkiler danışmanlığı. Yıllardır hizmet verdiğimiz birçok firmaya katıldıkları fuarlara yönelik yazılı ve görsel materyaller hazırlarız. Ancak bu sefer farklı bir süreci yaşadık. İlk defa katılımcı olarak bir fuarda yer aldık ve bu sefer kendimiz için materyaller hazırladık. Üstelik bu fuar normal koşullarda katılmamızın bir hayli güç olduğu, katılım için 200 firmanın başvurusuna karşın açıkta kaldığı bir fuardı. Mermer ve doğal taş sektöründeki yeni eğilimlerin izlendiği, yeni ürünlerin sergilendiği fuarda bir anlamda "görücüye çıktık." Ebru sanatı uygulanmış doğal taş ve mermer ürünlerin sergilendiği standımız, fuarın en çok ilgi gören stantları arasında yer aldı. Ebru sanatının ziyaretçilere uygulamalı olarak da tanıtıldığı standımızda, kâğıtlara uygulanan ebru çalışmalarına gelen konuklar büyük ilgi gösterdi. Standımızın çevresinde bulunan ve doğal taşlarıyla fuara katılan firmalar ise kendi taşlarına ebru sanatını uygulatabilmek için adeta yarıştı...

Bir kadın girişimci olarak geçtiğimiz yıl mart ayında bir fikir olarak konuştuğumuz konunun, bir yıl sonra uluslararası bir fuara katılacak kadar ileri bir aşamaya gelerek sergilenmesi çok güzel Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı bizim fuara katılım hakkını kullandığımız ilk fuardı. Katılacağımız bir sonraki fuar yine İzmir'de düzenlenecek Travel Turkey İzmir 2009 Turizm Fuarı olacak. Yine uluslararası bir fuar.

● Kadın girişimcilerin fuarlara katılımı sizce nasıl bir fayda sağlayacak? Sizin bu konuda edindiğiniz tecrübe ne oldu?

Kadın girişimcilerin özellikle uluslararası fuarlarda yer alabilmesi için TOBB Kadın Girişimciler Kurulu'nun gerçekleştirdiği proje son derece önemli. Hele ki böylesi kriz ortamlarında en küçük bir katkı bile büyük önem taşıyor. Gazeteci meslektaşlarımızın ilgisi yanında ulusal ve yerel ölçekteki basın yayın kuruluşlarının haber desteğini gördük. Bunun yanında, uluslararası bir fuarda ürünümüzü sergileme, sektör temsilcileriyle tanışma, projemizi anlatma olanağı bulduk. Çok yararlı görüşmeler yaptık bu fuarda.

● Bundan sonra da fuarlara katılımı düşünüyor musunuz ve fuarlara katılıma yönelik kadın girişimcilere önerileriniz nedir?

Belirttiğim gibi, bu fuardan sonra Aralık 2009'da düzenlenecek Travel Turizm Fuarı'na da katılacağız. Eğer bu destek sürecek olursa, önümüzdeki yıllarda olanaklarımız ölçüsünde İzmir dışındaki fuarlara da katılmayı arzu ediyoruz. Bu fuar sırasında yurt dışında düzenlenecek birçok sektör fuarı için de çağrı aldık. Standımıza yabancı ziyaretçilerin ilgisi bizi daha da heyecanlandırdı. Yabancılar el sanatıyla üretilen ürünlere çok ilgi gösteriyor. Umarız, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Aynur Bektaş'ın basında yer alan bir haberinde söz ettiği gibi kadın girişimciler için en azından yılda bir defa, yurt dışındaki fuarlar için böyle bir olanak yaratabilir. Böylesi bir desteğin inanılmaz kapılar açacağını düşünüyorum. Ayrıca bizimki gibi geleneksel el sanatlarıyla özdeşleşen ürünlerin ülke tanıtımına son derece büyük katkıları olduğuna inanıyorum. Bu fuarda bunu çok yakından gördük. Başta Aynur Bektaş olmak üzere bu önemli projenin gerçekleşmesinde emeği geçen tüm iş kadınlarına teşekkür ediyorum.