

MERSİN'İN HEDEFİ VERİMLİLİK VE YÜKSEK TEKNOLOJİ

Istanbul'dan sonra en büyük dış ticaret kenti konumunda bulunan Mersin, markalaşma yolunda verimlilik ve yüksek teknolojiyi önceliğe aldı. Mersin'in markalaşması adına RIS Mersin Projesi hayata geçirilirken, Mersin Teknopark'ın kurulması ile de kentin yüksek teknoloji ürün ihracatı yüzde 3'e yakın arttı.

Tarım ve gıda sektörlerinin ülke ekonomisindeki yeri ile dikkat çeken Mersin, yeni dönemde ileri teknolojiye önem vermeyi hedefliyor. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ile Mersin Ticaret Borsası'nın markalaşmaya yönelik çalışmaları ile kent son yıllarda önemli başarılarla imza atıyor.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan, "2023 yılında alt yapı yatırımları tamamen bitmiş bir kent hayal ediyoruz. Teknolojik alt yapısını oluşturmuş, üretim desenini tamamlamış, hinterlandı ile birlikte Marmara'nın alternatifi bir kent ve bölge hayalimizdir" diye konuşuyor.

Mersin Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ö. Abdullah Özdemir ise "Sadece firmalarımızı değil ürünlerimizi markalaştırma konusunda da sıkıntılarımız bulunuyor. Mersin'in marka değerinin yükselebilmesi için mutlaka sahip olduğumuz markaların sayısını ve değerini artırmak zorundayız" diyor.





“MARMARA’NIN ALTERNATİFİ BİR KENT VE BÖLGE HAYALİMİZDİR”



Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan “2023 yılında alt yapı yatırımları tamamen bitmiş bir kent hayal ediyoruz. Teknolojik alt yapısını oluşturmuş, üretim desenini tamamlamış hinterlandı ile birlikte Marmara’nın alternatifi bir kent ve bölge hayalimizdir” diye konuştu.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO) Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan, “Markalaşmadan, sadece fason iş yaparak, ürettiğimiz dünya kalitesinde ürünlere başkasının markasını basarak zenginleşemeyiz. Özellikle, patent, marka hakları ve coğrafi işaretler

konusuna çok önem vermeliyiz. Yoksa, kendi bölgemizin bir ürününe başka bölge veya bir ülke sahip çıkar” dedi.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan sorularımızı yanıtladı.

Kentin sorunlarını öğrenebilir miyiz? Yeni projeler hakkında bilgi verir misiniz?

Mersin’in ekonomik anlamda bugüne kadar en önemli sorunu ekonomik sıçramasını gerçekleştirecek büyük kamu yatırımlarını alamamasıydı. Hatta uzun yıllar sürekli aynı sorunları dile getirmekten, toplumda ve Mersin iş dünyasında artık bu yatırımların yapılmayacağı algısı oluşmuştu. Ancak son aylarda bu konuda hızlı gelişmeler yaşadık. Bunların başında sanayi alanları üretme sıkıntımız vardı ve gerek Mersin merkezde, gerekse ilçelerimizde yapılan ve yapılması planlanan OSB’lerle bu sorunun çözümüne yönelik ciddi, somut adımlar atıldı. Yine uzun süredir MTSO olarak omurga projelerimizden biri olan ve bir çok kurumla paydaş olduğumuz Tarım-Gıda Teknoparkı onaylandı. Bu gerçekten sadece Mersin için değil,

Türkiye’nin tarım 4.0 vizyonuna yönelik bir adımdır ve ilktir. Ulaşımında Akdeniz otoyolu gerçek anlamda hızlı şekilde devam ediyor ve Doğu Akdeniz ve Batı Akdeniz birbirine bağlanıyor. Bu hem turizmi hem de tarım ve sanayiye etkileyecek bir yatırımdır. Ulaşım denince son 6-7 yıldır Mersin’in en sıcak ve beklenen gündemi olan Çukurova Uluslararası Bölgesel Havalimanı inşaatı üst yapı ihalelerinin tamamlanması ve inşaatın devam etmesi bu ulaşım yatırımlarını taçlandırarak proje olacaktır.

“Mersin sorunlarından bir bir kurtuluyor”

Mersin yıllarca sorunları temelinde kendi göbeğini kesen kent oldu ama bu kamu yatırımları ile ve kamunun kentin projelerine destek vermesi ile Mersin yılan hikayesine dönen sorunlarından bir bir kurtuluyor ve ülkesinin zenginliği olmaya devam ediyor.

Mersin ekonomisi çeşitliliği ile zor zamanları aşabilen bir ekonomi olmuştur. Lojistik, dış ticaret, tarım, turizm ve sanayi biri diğerine feda edilemeyecek düzeyde etkin sektörlerimiz olmuştur. Türkiye’nin en büyük ikinci limanına sahibiz. Tarımsal üretimde Türkiye’de lider kentiyiz. Tarımdan yaratılan katma değer de lideriz. Bazı tarımsal ürünlere sadece Türkiye değil, bölgenin de lideriyiz.

Bahsettiğimiz gibi, il merkezi ve ilçelere yapılan ve planlanan yeni OSB’ler Mersin sanayisinin payandalarıdır. Aynı zamanda tarımdan sonra en çok istihdamın yaratıldığı alandır sanayi. Mersin üreten bir kent olmaya devam edecektir. Bu makro yatırımlar Mersin ve hinterlandını bölgenin Marmara’sı konumuna getirmektedir. Mersin Serbest Bölgesi Türkiye’nin ilk ve hala en etkin çalışan, kendi iskelesi ile en doğru kurgulanmış serbest bölgesidir.

“Omurga projelerimizden biri olan Tarım-Gıda Teknoparkı onaylandı.”

Yüksek teknoloji bir üretim ve hizmet vizyonu Mersin'in en güçlü hedefidir. Mersin Teknopark'ın kurulması ve yarattığı farkındalık Mersin'in yüksek teknoloji ürün ihracatını yüzde 3'e yakın artırdı. İstanbul'dan sonra en büyük dış ticaret kenti olan Mersin, cari açığı olmayan, ihracatı ithalatından fazla olan neredeyse tek kenttir. Artık sadece 2023 değil, dünyanın gittiği dijital gelecekte şimdiden 2123 yılı düşünülmelidir bu bir hayal değildir. Bunun temeli de eğitimidir.

Mersin'in Marka Kent olma yolunda Odanızın yaptığı çalışmalardan bahsedebilir misiniz?

Mersin'in markalaşması adına RİS Mersin Projesi'ni gerçekleştirdik. Bölgesel yenilikçilik çalışmaları ilk kez Mersin'de yapıldı ve başka kentlere örnek oldu. Bu konuda MTSO olarak bu illere eğitimler verdik. Çünkü amacımız bölgesel bir kalkınmadır. Şimdi de RİS Plus Projesi ile bu çalışmalara devam ediyoruz. MTSO olarak Kalkınma Ajansları'nın kurulmasına öncülük ettik. Bugün Türkiye'nin ilk Ticari Bilgi ve İstihbarat Merkezi Projemiz olan TİBİM ile tüm Kalkınma Ajansları'na eğitimler veriyoruz.

"Biz Üretiyoruz portalımız ile tanıtım yapıyoruz"

Yatırım alanlarının üretimine destek oluyoruz. Marka Kent algısı oluşmasına yardımcı olma yanında Mersin'in markalarının tanıtımı için de "Biz Üretiyoruz" ismi ile portalımız var. Buradan şehrimizdeki markaların tanıtımını amaçlayan özel bir proje için girişimlerimiz var.

2023 yılında alt yapı yatırımları tamamen bitmiş bir kent hayal ediyoruz. Teknolojik alt yapısını oluşturmuş, üretim desenini tamamlamış, hinterlandı ile birlikte Marmara'nın alternatifi bir kent ve bölge hayalimizdir. MTSO tüm kurum ve kuruluşlarla uyumlu çalışması ile bu hedefin en büyük destekçisi olacaktır.

Dünyanın en değerli markalarını seçen uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance düzenli olarak dünyanın en değerli 500 markasını açıklıyor. Ne yazık ki dünyanın ilk 10 ekonomisi içine girme hedefi olan Türkiye'nin bu listede bir küresel markası yok. Listede ilk 10 değerli markanın yüksek teknoloji üretim yapan, bilgi ve iletişim teknolojile-



“

Mersin'in markalaşması adına RİS Mersin Projesi'ni gerçekleştirdik.

”

rini kullanan teknoloji markaları olması da değişen dünya ekonomisinin en büyük göstergesi oldu. Aslında bu sonuç ülke ve kent ekonomimizin de gitmesi gereken yönü açıkça gösteriyor. Geçmişin en değerli petrol, finans ve otomotiv markaları ilk on sıralamasına giremiyor artık.

Bu listeye göre ABD, Japonya ve Almanya ilk üç sırayı oluşturuyor. Yani, marka sayısı sıralamasının aslında dünyanın en güçlü ekonomilerinin sıralamasına paralel olması hiç de şartırtıcı değil. Bu ülkeler çok gelişmiş oldukları için markalara sahip değiller, aksine küresel markaları olduğu için, yani ürünlerinde markalaşmanın katma değerini kullanabildikleri için zenginler.

"Kendi markalarımızı mutlaka yaratmalıyız"

Son 50 yılda daha çok montajla büyüdük. Evet montaj da bir katma değer yaratır ama rekabetin keskinleştiği dünyada artık kendi üretimimize dayanan kendi markalarımızla var olmak zorundayız. Girişimcilik tarihinin çok yeni olduğu bir ülkeyiz. Ne yazık ki markalaşma bilinci de çok zayıf. Ancak, artık bilgi ve iletişim teknolojilerinin yardımı ile bunu daha ucuz, etkin ve kısa sürede yapabilecek imkanlara sahibiz. Yani, artık markalaşma bir para meselesi değil, bilgi ve vizyon meselesidir. Markalaşmadan, sadece fason iş yaparak, ürettiğimiz dünya kalitesinde ürünlere başkasının mar-

kasını basarak zenginleşemeyiz. Özellikle, patent, marka hakları ve coğrafi işaretler konusuna çok önem vermeliyiz. Yoksa, kendi bölgemizin bir ürününe başka bölge veya bir ülke sahip çıkar. Zaman zaman bu sorunları yaşıyoruz.

"MTSO olarak destek vermeye devam edeceğiz"

Bu anlamda Mersin Ticaret ve Sanayi Odası olarak firmalarımıza sürekli eğitimler ve hukuk müşavirliğimiz vasıtasıyla ücretsiz danışmalık veriyoruz. Marka tescili, coğrafi işaretler konularına MTSO Hukuk Müşavirliği sürekli tüm üyelerimizin hizmetinde. Dünya standartlarında üretim yapan firmalarımızın artık markalaşmaya daha çok önem vermesi gerekmektedir. Özellikle globalleşen dünyada firmalar açısından markanın önemi gün geçtikçe artmakla beraber firmalar fiziksel değerlerinden çok marka değerleriyle karşılaştırılmaktadır. Bu anlamda Türkiye bazında sanayi markaları anlamında ISO 500 listeleri markalaşmanın önemini göstermektedir. Ticaret, tarım, turizm gibi hizmetler anlamında da her firmamızın markalaşmanın yaratacağı katma değerden yararlanmamız adına MTSO olarak destek vermeye devam edeceğiz. Şirketlerin kurumsallaşması, ürünlerinin markalaşması, Ar-Ge ile yenilikleri yakalamak ve bunu dış pazara açma süreçlerini bir zincir haline getirmek zorundayız.

“MARKALARIN SAYISINI VE DEĞERİNİ ARTIRMAK ZORUNDAYIZ”



Mersin Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ö. Abdullah Özdemir, “Sadece firmalarımızı değil ürünlerimizi markalaştırma konusunda da sıkıntılarımız bulunuyor. Mersin’in marka değerinin yükseltilmesi için mutlaka sahip olduğumuz markaların sayısını ve değerini artırmak zorundayız” diye konuştu.

Mersin Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ö. Abdullah Özdemir, “Tarım ve gıda sektörü Mersin ekonomisinin en önemli sac ayaklarından birisini oluşturmasına karşın bu sektörden yeterince kaliteli marka ortaya çıkaramıyoruz. Bu bilinci oluşturabildiğimiz zaman Mersin’li firmalarımız “dünyanın en değerli markaları”, kentimiz de “marka kentler” listesinde kendisine yer bulabilecektir” dedi. Mersin Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ö. Abdullah Özdemir sorularımızı yanıtladı.

Mersin’in tarım ve hayvancılık potansiyelini değerlendirebilir misiniz?

Tarım ve gıda sektörünün Mersin ekonomisi açısından çok önemli bir yeri var. Kentimizin 2017 yılında 2.8 milyar dolarlık

diş ticaret hacmi bulunuyor. Mersin’in 2017 yılında gerçekleştirmiş olduğu 1.5 milyar dolarlık ihracatın yüzde 70’lik bölümü tarım ve gıda ürünlerinden oluşuyor. Aynı dönemde gerçekleştirilen 1.3 milyar dolarlık ithalatın ise yüzde 61’i yine tarım ve gıda ürünlerini kapsıyor.

Ülkemiz 2017 yılında 2.2 milyar dolarlık yaş meyve ve sebze ihracatı yaptı. Bunun dörtte birlik bölümünü gerçekleştiren Mersin bu alanda Türkiye genelinde ilk sırada yer alıyor. Ayrıca, kentimiz 2017 yılında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerinde 422 milyon dolarlık ürün ihraç etti. Bakliyat ihracatında ise yine ülke genelinde ilk sırada yer aldık.

Mersin, ülkemizin bitkisel üretim değeri en yüksek üçüncü ili konumunda. Ülkemizde üretilen muz, limon, yeni dünya, yafa portakal, king mandalina gibi ürünlerin

“ *Beş yıl boyunca Mersin Narenciye Festivali’ni başarı ile gerçekleştirdik.* ”

yarısından fazlası Mersin’de üretiliyor. Çilek, soya, keçi boynuzu, sivri biber, iç mekan süs bitkileri gibi ürünlerin de yüzde 20’sinden fazlasının üretimi kentimizde gerçekleştiriliyor. 2017 yılında ilimiz 1.5 milyon tonluk örtü altı sebze ve meyve üretim miktarı ile ülke genelinde ikinci sırada yer almaktadır.

“İhracatın yüzde 20’lik bölümü narenciye ürünleri”

Hayvancılık açısından incelendiğinde ise özellikle küçükbaş ve kanatlı hayvancılığın öne çıktığı görülüyor. 2017 yılında kanatlı hayvan varlığı ile Mersin iller arasında birinci sırada yer alırken, küçükbaş hayvan varlığı ile Türkiye genelinde beşinci sırada bulunmaktadır. Yaklaşık dört bin ton seviyesindeki bal üretimi ile ülkemizin en önemli bal üreticileri arasında yer alıyoruz.

Tarım ve gıda sektörünü Mersin için böylesine önemli hale getiren ürün gruplarının başında narenciye yer alıyor. Kentimizin toplam ihracatının yüzde 20’lik bölümünü sadece narenciye ürünlerinden elde edilen gelir oluşturuyor. Ülkemiz 2017 yılında 4.8 milyon tonluk narenciye üretimi gerçekleştirdi. Bunun dörtte birlik bölümünü Mersin üretti. Ayrıca, ülkemizin geçen yıl ihraç ettiği 1.7 milyon tonluk narenciyenin yüzde 35’lik kısmını yine Mersin karşıladı. Mersin, bu ihracat hacmi ile ülkemizin en fazla narenciye ihraç eden kenti konumunda. Mersin Ticaret Borsası ise narenciyede 1.2 milyar TL’lik işlem hacmi ile Türkiye’de faaliyet gösteren 113 ticaret borsası arasında ilk sırada yer alıyor.

Tarım ve gıda sektörünü Mersin için önemli yapan bir diğer ürün grubu ise bakliyat. Bakliyat ürünleri her ne kadar Mersin’de üretilmese de Mersin bakliyat ürünlerinin merkezi konumunda bulunuyor. Çünkü ülkemizdeki bakliyat ürünlerinin



“Toplam işlem hacmimizin yüzde 40’lık bölümünü bakliyat ürünleri oluşturuyor.”

işlenmesine dayalı sanayinin yaklaşık yüzde 70’i Mersin’de kurulu. Türkiye’de 2017 yılında ithal ve ihrac edilen bakliyatın toplamı 900 bin tondur. Bu rakamın çok önemli bir bölümü Mersin’den geçmekte ve Mersinli firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

“Bakliyat, Borsamızda en önemli paya sahip”

Bakliyat, Borsamızın 6 milyar TL’lik işlem hacmi içerisinde en önemli paya sahip olan ürün grubudur. Toplam işlem hacmimizin yüzde 40’lık bölümünü bakliyat ürünleri oluşturmaktadır. Narenciyede olduğu gibi bakliyat da 113 ticaret borsası arasında Borsamız ilk sırada yer almaktadır.

Tüm bu göstergeler tarım ve gıdanın kent ekonomisine en önemli katkıyı sağlayan sektör olduğunu ortaya koyuyor.

Mersin’in ‘Marka Kent’ olması için Borsamız hangi çalışmaları yürütüyor?

Bir kentin "Marka Kent" olarak değerinin artabilmesi eğitimden sağlığa, sanattan spora, kamu hizmetlerinden kültürel mirasa kadar çok çeşitli alanlarda atacağı adımlara bağlı.

Biz de Mersin Ticaret Borsası olarak tüm bu alanlarda kentimizin tüm dinamikleri ile işbirliği içerisinde bugüne kadar yer aldık ve bundan sonra da yer almayı sürdüreceğiz.

Mersin’in marka değerinin yükselebilmesi için mutlaka sahip olduğumuz markaların sayısını ve değerini artırmak zorunda olduğumuz kanısındayım. Bu bağlamda, beş yıl boyunca Mersin Narenciye Festivali’ni başarı ile gerçekleştirdik. Bu festival Turizm Bakanlığı tarafından kentimizin sembelleri arasında gösterildi ve zihinlerde Mersin’in narenciyenin başkenti olduğu algısını güçlendirdi.

“Yemeklik Tane Baklagiller Çalıştayı düzenledik”

Mersin bir tarım ve gıda kenti olduğundan bu sektörle ilgili çalışmalarımıza ağırlık veriyoruz. Bir kentin uluslararası pi-

yasalarda ismini duyurmasında ihracat en önemli araçlardan bir tanesi. Biz de ihracatçılarımızın mevcut sorunlarını masaya yatırmak amacıyla "Yemeklik Tane Baklagiller Çalıştayı" düzenleyerek sektörümüzün tüm bileşenlerini bir araya getirdik. Bakliyat sektörünün Mersin’de daha da gelişerek ekonomimize katkısının artırılması, ihracatçı firmalarımızın yeni pazarlara adım atabilmelerine yönelik sorunları ve bunlara yönelik çözüm önerilerini ilgili Bakanlıklarımızın temsilcileriyle birlikte ele aldık.

Her yılın 10 Şubat tarihi Dünya Bakliyat Günü olarak kutlanıyor. Son üç yıldır düzenlediğimiz etkinliklerde bugüne kadar Kanada Büyükelçisi, Kolombiya Büyükelçisi gibi isimleri ağırladık. Bu vesileyle firmalarımız ilgili ülkeler ile ticaret ilişkilerinde yaşadıkları sorunları yüz yüze görüşme ve yeni iş ilişkileri kurma imkânı yakalıyorlar. Bu tür etkinliklerin kentimiz ekonomisine ve Mersin’in bir bakliyat merkezi olarak adlandırılmasına önemli katkısı olduğu kanaatindeyim.

Bundan sonra da bu tür etkinliklerde imkanlarımızın elverdiği ölçüde yer almayı çalışacağız.

Marka Kent olma yolunda Mersin’in önceliği neler olmalı?

Dünyanın önde gelen danışmanlık firmalarından olan Anholt-GfK her yıl Marka Kentler Endeksi’ni açıklıyor. Paris, Londra, Sydney, New York ve Los Angeles gibi kentler, "Marka Kentler" olarak 2017 yılında ilgili endeksin en üst sıralarında yer alıyorlar.

Bu endeks hesaplanırken kentler sahip oldukları niteliklere göre altı farklı başlık altında değerlendiriliyorlar. Bu başlıklar; kentin uluslararası statüsü ve saygınlığı, dış görünümü ve ulaşım kolaylığı, konforu ve kamu hizmetlerinin niteliği, kültürel çeşitliliği ve güvenlik seviyesi, sosyal faaliyetlerin çeşitliliği, ekonomik durumu ve eğitim imkânları gibi çok geniş bir yelpazeyi kapsıyor.

Dolayısıyla kent olarak marka değerimizi artması için öncelikle bu geniş yelpazeyi

odak noktası olarak gören ve bu alanlardaki eksiklerimizi gidermeye yönelik politikalar üreten bütüncül bir bakış açısına sahip olmamız gerektiğini düşünüyorum.

“Kaliteli marka ortaya çıkaramıyoruz”

Diğer yandan, bir kentin marka olması, sahip olduğu markaların sayısı ve değeri ile yakından ilişkilidir. O kentin marka haline gelmiş kaliteli ürünleri ve itibarlı firmaları ne kadar çoksa kendisinin de marka değeri o kadar yüksek olur.

Tarım ve gıda sektörü Mersin ekonomisinin en önemli sac ayaklarından birisini oluşturmasına karşın bu sektörden yeterince kaliteli marka ortaya çıkaramıyoruz. Örneğin; Mersin’de tarım ve gıda sektöründe faaliyet gösteren sadece dört firma İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından açıklanan Türkiye’nin en büyük ilk 500 firması arasında kendisine yer bulabiliyor. Sadece sekiz firma Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından hazırlanan İlk 1000 İhracatçı Firma arasına girebiliyor.

Sadece firmalarımızı değil ürünlerimizi markalaştırma konusunda da sıkıntılarımız bulunuyor. Örneğin narenciye hem ülkemizin tarımsal ihracatı hem de Mersin ekonomisi açısından büyük önem taşıyor. Fakat bu alanda markalaşmayı ne yazık ki başaramıyoruz. Mesela en yaygın portakal çeşitlerinden bir tanesi "Valencia". İsmi aldıkları kent ile özdeşleşmiş durumda. Bizim ise böyle bir markamız yok. Dolayısıyla bu alanda bir marka haline gelen İspanya ürünleri ile ihracatta malesef rekabet edemiyoruz. Ürünlerimizi İspanya’nın ancak yarı fiyatına satarak bu pazarda yer bulabiliyoruz.

Sonuç olarak; bir firmayı ya da ürünü sadece ortaya çıkarmak yeterli değil. O firmayı ya da ürünü markalaştırarak ona pazar, katma değer ve itibar aşılacak gerekiyor. Ancak bu bilinci oluşturabildiğimiz zaman Mersin’li firmalarımız "dünyanın en değerli markaları", kentimiz de "marka kentler" listesinde kendisine yer bulabilecektir.