

“Devlet politikası, altyapısal iyileşme ve nitelikli iş gücü birleşirse, fuarcılıkta ucuşa geçeriz”

Yurtiçi ve yurtdışında birçok başarılı fuar organizasyonu gerçekleştiren **NTSR Fuarcılık**'ın Yönetim Kurulu Başkanı Serkan Tıgloğlu, sektörlerin mevcut durumu, fuarcılık sektörünün sorunları ve yapılması gerekenlerle ilgili sorularımıza yanıtladı.

Boat Show, ilk ne zaman yapıldı?

İlk olarak 1980'de 20 firmanın katılımıyla yapıldı. 1990'lardan sonra Beylikdüzü'ndeki fuar merkezi ile 1993 yılında İstanbul Dünya Ticaret Merkezi'nin kurulmasından sonra fuar merkezleri daha profesyonelce yol aldı ve uluslararası bir görünüm kazandı. 1995 yılı sonrası ise ulusal fuarların güçlendiği ve uluslararası boyuta geçtiği bir dönem başladı.

Bu süreç ihracatın giderek artmasının doğal bir sonucu öyle değil mi?

Kesinlikle. Biz de o dönemde kendi fuar merkezimizde Boat Show'u düzenledik. 1997 yılında ilk işimiz dünyanın en büyük fuar şirketleriyle görüşmek oldu. Onlarla işbirliği anlaşması yaptık ve hedefimiz İstanbul'da, Ortadoğu ve Balkanların en büyük fuarlarını birlikte organize etmek oldu. O dönem baktığımızda Avrupa'daki piyasa çok rekabet halindeydi. Her ülkede birer saatlik mesafelerde yüzlerce fuar alanı var ve hepsi birbiriyle rekabet ediyor. Ama doğuya doğru indiğinizde, Doğu Avrupa'dan Dubai'ye kadar ne doğru düzgün bir fuar merkezi ne bir organizatör ne de doğru yapılanmış bir sistem var. Dubai baktığınız zaman çok yeni bir merkez; başarısını neye borçlu sizce? Dubai merkez olarak baktığınızda kendi içinde sanayisini barındıran bir merkez değil; sadece turizm ve inşaat sektörü ile ön planda. Ama Türkiye'ye, Kazakistan'a, Türki Cumhuriyetlere baktığımızda gelişebilecek bir potansiyel var. İstanbul iki saatlik mesafede 60 ülkeden direkt uçuşa sahip. İstanbul'un bu özel durumunu gördükten sonra, ulaşım, denizcilik, aydınlatma, yatçılık ve tarım sektörlerine yönelik fuarlar



NTSR Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı Serkan Tıgloğlu,

düzenlemeye başladık. Bu konuda yatırım yaptık ve bunları geliştirdik. 1999-2009 yıllarında düzenlediğimiz fuarlar bırakın İstanbul'u, Doğu Avrupa- Ortadoğu eksenindeki en önemli fuarlar oldu. Bizim ilk hedefimiz düzenlediğimiz fuarlarda müşterimize, katılımcıya ve sektör ögelerine en iyi, en verimli, en etkin ve en ekonomik pazarlama yöntemini sunarak onları bu pazarlara taşıyabilmek. Bu yüzden **NTSR** olarak yaptığımız her fuarı bu vizyonla hazırlıyoruz. Tarım sektörünün önü açık; ulaşım ve lojistikte sorunlar var.

Global kriz, hemen hemen tüm sektörleri etkiledi. Söylediğiniz gibi fuarlar sektörlerin vizyonu. NTSR olarak 2010'dan beklentileriniz neler? Size göre beklentilerinizi gerçekleştirebilecek misiniz?

Öncelikle hizmet verdiğimiz sektörler adına konuşabilirim. Gözlemlerimize göre özellikle tarım sektörü Türkiye'nin en dinamik sektörlerinden birisi. Geçen sene krize rağmen yüzde 11'lik bir ihracat artışı oldu. Tarım Bakanlığı çok iyi çalışıyor. Tarım sektörü hem dış hem iç pazardaki talebi dikkate aldığımızda aktif bir pazar ve gelecekte de gelişmeye müsait. Türkiye'de tarım sektörüne yönelik 25 tane fuar var ama bizim fuarımız uluslararası katılımcı ve ziyaretçi açısından lider pozisyonda. Ben tarım sektörünü genel olarak güçlü görüyorum. Dünya ticaret hacminin zayıflamasıyla birlikte başta deniz taşımacılığı olmak üzere, ulaşım ve lojistik en sorunlu sektörlerden birisi haline geldi. Denizcilik sektöründe arz- talep dengesinin bozulmasıyla navlun fiyatları çok düştü. Yeni gemiler piyasaya çıktı; ancak ticaret hacmi daralınca gemiler kullanılmaz halde kaldı. Bu nedenle, Deniz Ticaret Odası verilerine de baktığımızda, denizcilik sektörü Türkiye'de daha birkaç yıl kendini toparlama süreci yaşayacak. Fuar şirketlerini iki-üç yıllık bebek fuarlar, on yıllık fuarlar ve yirmi yıllık fuarlar diye üç kategoriye ayırırsak sektörlerin dinamikleriyle fuarlardaki değişimler de çok alakalı. Fuar organizasyonları açısından bakarsak, eğer doğru sektörde

Yayın Adı: Forbes Türkiye Ek

Referans No:12639270

Renk: Renkli

Yayın Tarihi: 01.03.2010

Etki: Olumlu

STxCM: 133,00

Küpür Sayfa:2

Tiraj: 8191

Reklam E de eri: 34176,00

fuarcılıkta uçu a geçerez

yatırım yapıp kurumsallaştıysanız, düzenlediğiniz fuarlar da oturduysa her koşulda o fuarlar devam edecektir. Fuarlar arasından ayrı bir marka, ayrı bir bütünlük olarak çıkıp kendi farklılığını yansıtabilir ve diğerlerinden ayrılabilirsen yaşama şansı yakalayabilirsin. 160 organizatör vardı, geçen sene 90'a düştü. Seneye de 70'e düşmesi bekleniyor. Belki de 40'lara düşecek. Böyle bir sektörün, bu kadar çok firmayı ağırlama şansı yok. Ama zaman içerisinde bu kirlilik kendi kendini temizleyecek. O yüzden bazıları çok zarar edecek bazıları ise büyüyecek. Türkiye'de birçok uluslararası fuar yapıldı. Adı 'uluslararası' olmasına rağmen, "uluslararası" kelimesinin karşılığı olarak ne yabancı katılımcı ne de ziyaretçi açısından pek bir şey göremedik.

Fuar organizatörlerinin görevi dünyanın farklı lokasyonlarından alıcıları ve satıcıları buluşturmak; ayrıca yeni teknolojileri lanse edebilmek, insanların ihtiyaçlarına yönelik yeni üretilen teçhizatları tanıtabilmek. Ancak bu zihniyetle hareket edebilecek organizatörler iki elin parmaklarını geçmiyor. Firmaların ürünlerine pazar bulma konusunda birikimleri yok. Bu nedenle çok yanlış yatırımlar yapıldı. Böyle bir arenada fuar organizatörlüğü yapmak hakikaten çok bilgi ve beceri gerektiren bir iş ve bunun farkında olan firma sayısı çok az. İsterse bin firma olsun ama kurallar ortak olsun.

NTSR olarak sizin problemlerinizi neler?

Katılımcılara onlar için çok değerli olacak bilgi ve değerleri aktarmada işleviniz nedir? Bu soru bence işin temelini oluşturuyor. Neden artık firmalar değil ülkeler yarışıyor? Turizm Bakanlığı'na, Dışişleri Bakanlığı'na soralım; çünkü konumuz hem iç hem de dış turizme yönelik. Ben diyorum ki, istediğimiz kadar uğraşalım 50 milyon Euro ciro yapan bir fuar organizasyonunun planlama süreci, müşteri işleri ve satışı on kişiyle yapılıyor; ve bunlara birer bilgisayar yetiyor. Bunları yapabilmek kolay ama bunun için de bir devlet politikası lazım. Bizim fuarcılar ticaretin bile haksız rekabetle yapıldığı bir piyasada ayağı kaymadan iş yapmaya çalışıyor. Devlet politikası şart.

Birincisi nerede ne yapılmayacağını belirlemeniz. İkincisi; şehir belirlenmesi; benim önerim İstanbul ve Antalya. Üçüncüsü, bu şehirler belirlendikten sonra bir konsorsiyum oluşturulup valiler, belediye başkanları ve şehrin ticaret odaları ile beraber bir yapılanmaya gidilmeli. Ben ulaşım,



konaklama, alt yapı, eğlence, kültür, sanayi yapısı bakımından İstanbul'u uygun görüyorum. Yapılanmayı devlet başlatacak öncelikle. Fuar alanlarının işletmesini özel şirketlere bırakırsanız bunun bir sonraki adımını hiçbir zaman göremezsiniz. Bu bir vizyon işi. Bugün Almanya'nın fuarcılık cirosu 30-40 milyar dolar. Türkiye'nin turizm cirosu 20 milyar dolar. Almanya'da uluslararası şehir olarak bir tek Berlin var, onun da çok rakibi var. Peki İstanbul'un rakibi kim? Tarihi, kültürü, sanayisi, binlerce yatak kapasitesi ile nerede böyle bir şehir var? Öncelikle altyapıyı yapma kararlılığı gösterilecek, sonra da haksız rekabetin önüne geçilecek. İsterse bin firma olsun ama kurallar ortak olsun. Benim öncelikli önem verdiğim konu devlet politikası ile oluşturulacak bir vizyon; bunun yanında fuar mekanlarının devlet tarafından oluşturulacak altyapısal donanımı ve organizatörlerin nitelikli insan gücüyle iş yapması. Bu üçlüyü toparladığımız anda uçuşa geçerez.

Fuar sektöründe firmalar kendi aralarında bir konsensus oluşturup kriterler belirleyip bunları karar mekanizmasına sunarak bir sivil toplu erki yaratamazlar mı?

Bizim şu an da yaptığımız o. Ama bizim yaptığımız şeyin öncelikleri ve aciliyetleri çok önemli. Ben iddia ediyorum ki, fuarcılık sektörünün Türkiye'ye katkısı en az on milyarlarca dolar. Bu fuar katılımcılarının stand, konaklama, uçuş, eğlence, yüzde 80 Türk Hava Yolları'nı kullanması, restoran gibi kalemleri de üst üste koyduğunuzda ciro dört katına çıkıyor. Sonuç olarak, 200 milyon dolardan 500 milyon dolara çıktığımız gün toplamda 2 milyar dolar eder. Önümüzdeki beş yıl içinde bu olabilir. Bugün hükümetin atmış olduğu en sağlıklı adımlar, istikrar politikaları, maliye politikaları ve biraz sert de olsa Merkez Bankası faiz-enflasyon politikaları. İstanbul'un Frankfurt veya Hannover'den neyi eksik? İstanbul bir kere bölge coğrafyası içinde ticaretin başkenti. Fuar sektörünü bu nedenle tüm sektörlerle yönelik 'vizyon sektör' olarak tanımlıyoruz. İDTM fuar alanından bahsedecek olursak, ben İDTM'yi yetersiz buluyorum. Otoparkı plansız, restoranı, kafeteryası, alışveriş alanı yok. Örneğin 40 bin firmanın katıldığı bir fuar milyonlarca ziyaretçi demek. İDTM'de milyonlarca dolarlık iş anlaşması yapılacak bir ortam yok.

Denizcilik ve Boat Show'a geri dönersek sizce bu konularda neredeyiz, bu kulvarda ilerleyebiliyor muyuz?

Biz yatçılık ve deniz turizmi sektöründe, dünyada üçüncü sıradayız. Alt yapısal sorunlar var ama tabii özel sektörün kendi içinde çözmesi lazım. Fuar yirmi yıldan beri Türkiye'de; ancak dış pazara açılma anlamında maalesef hep diğer ülkelerin boyunduruğu altında gelişmiş. Türkiye önümüzdeki on yıl içerisinde ilk üçte hatta ilk ikide olacaktır. Bu sektördeki oyuncular da vizyon sahibiler ve çok çalışıyorlar. Ayrıca kurumsallaşmış durumdalar. Bizim fuarımız önümüzdeki beş yıl içinde, Avrupa'nın en büyük beş fuarından biri olacak.