

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÜKSEK LİSANS

ÇAĞDAŞ PAZARLAMANNIN MODERN SUNUMU YÜZEN FUARLAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
HAKAN ADIGÜZEL

Tez Danışmanı
Prof. Dr. ERDOĞAN TAŞKIN

Mart 2009
İSTANBUL

HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

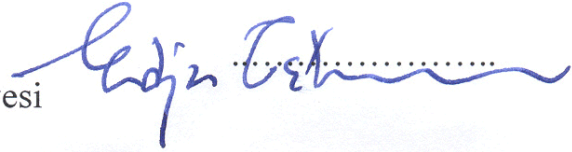
İşletme Anabilim Dalı İşletme Programı yüksek lisans öğrencisi **Hakan ADIGÜZEL** tarafından hazırlanan “**Çağdaş Pazarlamanın Modern Sunumu Yüzen Fuarlar**” adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 12.06.2009

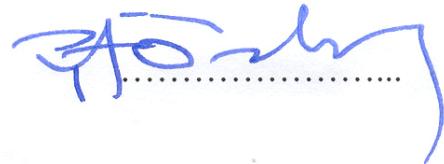
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

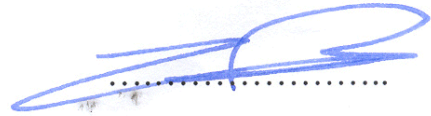
Jüri Üyesi: Prof.Dr.Erdoğan TAŞKIN
Danışman-HAL.Ü. İşletme ABD Öğr.Üyesi



Jüri Üyesi : Doç.Dr.Turgut ÖZKAN
HAL.Ü.İşletme ABD Öğr.Üyesi



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Dr.Fevzi ER
HAL.Ü. Turizm İşletmeciliği ABD Öğr.Üyesi



İÇİNDEKİLER

ÖZET	4
GİRİŞ	5
1. FUAR ENDÜSTRİSİ’NİN TARİHSEL GELİŞİMİ	7
1.1. Fuar kelimesinin anlamı ve fuarcılığın kökeni	7
1.2. Osmanlı dönemi ve ilk sergiler	8
1.3. Cumhuriyet ve Ulusal İktisat Kongresi	8
1.4. 77 yıllık bir gelenek İzmir Enternasyonel Fuarı	9
1.5. 1960’lar ve Fuarcılığın Anadolu’ya taşınması	9
1.6. 1970’ler Fuarcılıkta özel girişim yılları	9
1.7. 1980’ler ve serbest piyasa ekonomisine geçiş	10
1.8. Kurumsal fuar alanı işletmeciliğinde ilk adım	10
1.9. 1990’lar İstanbul’un fuarcılık alt yapısı geliyor	10
1.10. 1995 sonrası: Fuarcılıkta uluslar arası ölçeğe erişim yılları	11
1.11. Fuar sektöründe denetim mekanizmalarının oluşması	11
1.12. Yurtdışı fuarcılıkta atılım yılları	12
1.13. Yurtdışı fuar organizasyonlarında kurumsallaşma süreci	12
1.14. Yurt dışı fuar organizasyonlarının gelişiminde dört aşama	13
1.15. 2000’ler ve fuar sektörüne yabancı sermaye girişi	14
1.16. Fuar standartlarının oluşturulması	14
1.17. Yurtiçi fuarcılıkta denetimin TOBB’a geçmesi	15
2. YÜZEN FUAR ORGANİZASYONLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ	16
2.1. Yüzen Fuarın tanımı ve önemi	16
2.2. Yüzen Fuar projelerinin tarihte bilinen ilk uygulaması	18
2.3. Yüzen fuar projelerinin başarılı olmuş örnekleri	22
2.4. Bluexpo organizasyonunun doğuşu ve fizibilite aşaması	27
3. İLK BLUEXPO ORGANİZASYONU “BLUEXPO KARADENİZ”	29
3.1. İlk projenin Karadeniz Havzasında seçilme nedeni?	29
3.2. Bluexpo Karadeniz programı	30
3.3. Seçilen gemi ve özellikleri	32
3.4. Alt yapı hizmetleri	33
3.5. Tanıtım faaliyetleri	35
3.6. Etkinlikler	39
3.7. Katılımcı istatistikleri	41
3.8. Ziyaretçi istatistikleri	41
3.9. Turizm hizmetleri	43
3.10. Genel Değerlendirme	45
4. BLUEXPO KUZEY AFRİKA PROJESİ	47
4.1. Kuzey Afrika ülkelerinin önemi	47
4.2. Bluexpo Karadeniz programı	47
4.3. Seçilen gemi ve özellikleri	50
4.4. Alt yapı hizmetleri	50
4.5. Tanıtım faaliyetleri	53
4.6. Ziyaretçi çalışması	61
4.7. Etkinlikler	66
4.8. Katılımcı istatistikleri	69
4.9. Ziyaretçi istatistikleri	69

4.10. Turizm hizmetleri	70
4.11. Genel Değerlendirme	72
5. BLUEXPO PROJESİ SONUÇLARININ ÖRNEK KATILIMCI İLE İRDELENMESİ	75
5.1. Firma profilinin ortaya koyulması	75
5.2. Firmanın fuar öncesi proje ile ilgili hedefleri	78
5.3. Fuar öncesi hazırlıklar	79
5.4. Fuar süresince ortaya koyulan çalışmalar ve elde edilen sonuçlar	81
6. BLUEXPO PROJELERİNİN PAZARLAMADAKİ YERİ VE ÖNEMİ	85
6.1. Fuarcılığın pazarlamadaki yeri	85
6.2. Farklı bir sunum tekniğinin etkisi	85
6.3. Bluexpo organizasyonlarının klasik fuarlar ile karşılaştırılması	86
7. SONUÇ	89
8. KAYNAKÇA	92

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezin adı
Çağdaş Pazarlamanın Modern Sunumu Yüzen Fuarlar

Hazırlayan
HAKAN ADIGÜZEL

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Erdoğan TAŞKIN

Mayıs, 2009

ÖZET

Bu çalışmada 1926 – 2008 yılları arasında Dünya genelinde gerçekleştirilen “yüzen fuar” uygulamaları incelenmekte, gerçekleştirilen projelerin ülke ekonomilerine katkıları ve diğer fuar organizasyonları ile farkları değerlendirilmektedir. Bu kapsamda 1926 yılında Büyük Önder Atatürk tarafından gerçekleştirilen “Seyyar Sergi”, 1960 – 1969 yılları arasında Japonlar tarafından gerçekleştirilen “Sakuramaru”, 1983 yılında İskandinav Ülkeleri tarafından gerçekleştirilen “Princess Of Scandinavia”, 2005 yılında Almanlar tarafından gerçekleştirilen “Einstein”, 2006 yılında Amerikalılar tarafından gerçekleştirilen “Sea Fair” ve 2007, 2008 yıllarında ADG Fuarçılık tarafından gerçekleştirilen Bluexpo organizasyonları proje detayları ve ürettikleri sonuçlar açısından ele alınıp irdelenmektedir. Yüzen Fuar; yerleşik fuar alanlarında gerçekleşen fuarlardan farklı olarak bir feribotun garaj bölümünde gerçekleşen ve seyyar olan bir fuar sistemidir. Bu alternatif fuar projesi ile organizasyon maliyetleri, lojistik hizmetler ve ziyaretçi hedefleri açısından oldukça verimli sonuçlar üretmek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Bluexpo, Pazarlama, Fuar sektörü, yüzen fuar, seyyar sergi.

GİRİŞ

Tarihte bilinen ilk fuar, Kral Dagobert tarafından Paris yakınlarındaki St. Denis banliyösünde 629 yılında kurulan "Foire de Saint Denis"dir. Ancak fuarlar Dünya genelinde 18.yüzyıldan itibaren daha yaygın olarak düzenlenmeye başlanmıştır. Türkiye’de ise fuar organizasyonları Osmanlının son döneminde düzenlenmeye başlamış ancak gelişim süreci sektörün Dünya genelindeki gelişiminden çok daha yavaş bir şekilde gerçekleşmiştir. Almanya, Fransa ve İngiltere fuarcılık konusunda otorite olmayı başarmışken Türkiye ancak 1990 yılından itibaren bu yarışa dahil olmuştur. Uluslar arası fuar organizasyonları açısından önemli bir başarı ortaya koyamayan Türkiye, fuarcılığın önemli bir uygulaması olan yüzen fuar organizasyonlarının Dünya’da bilinen ilk uygulamasını hayata geçirerek fuarcılık sektöründe devrim yaratacak bir süreci başlatmıştır.

1926 Yılında Atatürk tarafından dönemin Ticaret Bakanı Ali Cenani bey’e genç Türkiye Cumhuriyetini Avrupa’ya tanıtmak üzere bir proje geliştirilmesi talimatı vermiş, Ali Cenani bey de çok sayıda ülkeye kısa sürede ulaşabilmek ve genç Türkiye Cumhuriyetini ekonomik, sosyal ve kültürel yönleri ile tanıtabilmek için “seyyar sergi” projesini hayata geçirmiştir. 86 gün boyunca 12 Avrupa ülkesinin 16 limanını gezen gemi 65.000 Avrupalıya Türkiye’yi başarı ile tanıtmış. Bu proje birçok ülke tarafından örnek alınmış ve yeni yüzen fuarlar hayata geçirilmiştir. Fuarcılık sektöründe yeni bir dönemin başlangıcı olan ilk yüzen fuar projesi sonrasında 1960 – 1969 yılları arasında Japonya “Sakuramaru” projesini hayata geçirmiştir. 2 Dünya turu gerçekleştiren proje Japonya’nın dışa açılımındaki en önemli projelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Yakın geçmişte başarı ile gerçekleştirilen “Princess Of Scandinavia”, “Einstein” ve “Sea Fair” organizasyonları elde edilen başarılı sonuçlar ile yüzen fuar uygulamalarının başarılı referansları olarak fuarcılık tarihine geçmiştir. Ancak ülkemiz adına 1926 yılından sonra ilk kez 2007 yılında ADG Fuarcılık tarafından gerçekleştirilen “Bluexpo” projesi gerek en büyük sergi alanında gerçekleşen yüzen fuar olması, gerekse ulaşılmış olduğu ticari sonuçlar açısından bu güne kadar gerçekleştirilen en kapsamlı yüzen fuar olma özelliğini taşımaktadır.

Bu çalışmada 2 – 18 Haziran 2007 tarihleri arasında Karadeniz havzasında ve 14 – 24 Ekim 2008 tarihleri arasında Kuzey Afrika’da gerçekleştirilen Bluexpo organizasyonları ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Bluexpo organizasyonları

altyapı, reklam, ziyaretçi çalışmaları, turizm hizmetleri, etkinlikler, katılımcı ve ziyaretçi istatistikleri açısından değerlendirilerek elde edilen sonuçlar klasik fuarlar ile karşılaştırılacaktır. Ayrıca Bluexpo fuarına katılan bir firmanın profili incelenecek, fuar hedefleri değerlendirilecek ve Bluexpo projesinin firmaya katkıları ortaya koyulacaktır. Bluexpo projesi üzerinde odaklanılarak gerçekleştirilen bu çalışma ile pazarlama karmasının iletişim halkası olan tutundurma faaliyetleri içinde fuarcılığın özellikle de yüzen fuarların işletmelerin pazarlama faaliyetlerine etkisi değerlendirilmiştir.

1. FUAR ENDÜSTRİSİ'NİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu bölümde fuarcılık kavramı, kökeni ve fuarcılığın tarihsel gelişimi ele alınacak olup, Osmanlı döneminden 20. yüzyıla fuar sektörünün Türkiye’de gelişim süreci değerlendirilecektir. Bu değerlendirmede İzmir Enternasyonal fuarı, Anadolu’daki gelişmeler, fuar alanı işletmeciliği, fuar sektöründe denetim mekanizmasının oluşturulması, yurt dışı fuarcılık faaliyetleri, fuar standartlarının oluşturulması ve denetim sisteminin kurulması konuları irdelenecektir.

1.1. Fuar kelimesinin anlamı ve fuarcılığın kökeni

Fuar sözcüğünün kökeni Latince "Feria" kelimesidir. Feria kelimesi ise "manastır ve dini törenlerin gerçekleştiği alan" anlamına gelmektedir. Dünyada fuarcılık 14 yüzyıl önce başlamış ve tarihte bilinen ilk fuar, Kral Dagobert tarafından Paris yakınlarındaki St. Denis banliyösünde 629 yılında kurulan "Foire de Saint Denis" olmuştur. Ancak, fuarların yıldızının parladığı dönem 20. yüzyılın son çeyreğidir. 18 ve 19. yüzyıllarda, sanayi devrimi ile birlikte fuarlar, malların satıldığı pazarlardan malların sadece sergilendiği ortamlara dönüşmüştür. Artık amaç, aynı ürünlerden bol miktarda getirip, onları fuar süresince satmak değil, çok çeşitli ürünlerden yalnızca birer numune sergileyerek, yapılacak alışverişin ilk adımının atılması olmuştur. Fuarcılıkta yaşanan bu devrim esnasında bu tür fuarlara Sample Fairs (örnek ya da model fuarları) denmekteydi (Fuarcılık Hizmetleri, TSE Standartları, 2003) .

Fuarcılığın temeli Fransa kabul edilmekle birlikte, modern anlamda fuarcılığın başlangıcı 1851'de Londra Hyde Park'ta düzenlenen "Crystal Palace" fuarıdır. Cristal Palace'ta düzenlenen ve "Great Exhibition" ya da "Grand Fair" olarak isimlendirilen fuarı 6 milyon kişi ziyaret etmiştir.

En ünlü Paris Fuarı 1889'da Fransız Devrimi'nin 100. yıldönümü nedeniyle düzenlenen fuar olmuştur. Gustave Eiffel bu fuar için Eyfel Kulesi inşa etmiştir. Fuarın ziyaretçi sayısı müthiş bir katılımla 32 milyon kişiye ulaşmıştır. Günümüzde, hiçbir fuar bu kadar çok ziyaretçiyi ağırlamamıştır (Küçükerman, 2002) .

20. yüzyılda da birçok ünlü fuar gerçekleştirildi. 1902 Torino Fuarı, 1904 St. Luis Fuarı, 1908 Londra Fuarı, 1924-25 Wembley'deki İngiliz İmparatorluğu Fuarı, 1937 Paris Fuarı, 1958 Brüksel Fuarı, 1964-65 New York Fuarı, 1967 Montreal Fuarı bunlardan bazılarıdır. Günümüzde, Düsseldorf ile birlikte; Hannover, Köln, Münih, Paris, Lyon, Londra, Zürih, Milano, Stockholm ve İstanbul gibi kentler "fuar kenti" olarak anılmakta ve fuarcılık merkezleri olarak kabul edilmektedir(Küçükerman, 2002) .

Günümüz modern ekonomilerinde, kişisel ve uzun vadeli ticari temaslar kurulması için en uygun ortamları fuarlar oluşturmaktadır. Fuarlar yüz yüze etkileşim ortamında beş duyu organının tam kapasite kullanım olanağını sunan yegane mekanlar olarak tanımlanıyor. Profesyonel organizatör firmalar, kendi ülkelerinde fuar düzenlemenin yanında dünyanın diğer ucundaki ülkelerde de devasa fuarlar kurma çabası içindedirler.

Dünyada fuarcılığın ulaştığı boyuta kısaca göz atarsak; her yıl ortalama 120 ülkede, alt sektörler dahil yaklaşık 250 farklı sektörde 9 bin civarında fuar düzenlenmektedir. Bu fuarlar, uluslararası veri tabanlarına kayıtlı fuarlardır. Yani, www.expodatabase.com ve www.auma.de gibi uluslararası fuar kayıtlarını tutan resmi sitelerde isimleri geçen fuarlardır (www.expodatabase.com, 15.03.2009) www.auma.de, 15.03.2009).

Dünyada fuarcılığın lideri Almanya'dır. Almanya'nın bu konudaki liderliği, düzenlemiş olduğu fuarların sayısından kaynaklanmaktadır. Almanya'da her yıl yaklaşık 400 - 500 civarında fuar düzenlenmektedir. Alman fuar endüstrisi 2003 yılında 2,5 Milyar EURO ciro sağlamıştır. Fuarların, tüm alt ve yan sektörleriyle beraber ülke ekonomisine katkısı ise 23 Milyar EURO olmuştur. Türkiye'de ise fuarların 2003 yılı cirosu 200 Milyon EURO civarında kaldığını görülmektedir. (Tüm Fuar Organizatörleri arşivleri)

1.2. Osmanlı Dönemindeki ilk sergiler

Türkiye'de fuar endüstrisinin kökeni resmi kayıtlara göre 1800'lü yıllara dayanmaktadır. Kayıtlardaki ilk Türk sergisi 1863 yılında Sergi-i Umumi-i İstanbul adlı sanayi sergisidir. Bu amaçla Sultan Ahmet bölgesinde yapılan 3.500 metrekare kapalı alana sahip sergi salonu ülkemizin ilk fuar ve sergi alanı olarak kabul edilmektedir. Söz konusu sergi 28 Şubat 1863 yılında açılmıştır. Tarihsel kayıtlara göre ikinci önemli sergi kaydı olarak ise 1909 yılında Bursa'da Mekteb-i İdadi-i Mülki'de açılan Bursa Zirai Sanai Ticari Sergisi ön plana çıkmıştır. Uluslararası sergilere katılım açısından bakıldığında ise yukarıda sözü edilen ve 1851 yılında Londra'da düzenlenen 1.Expo'ya kadar gitmek gerekmektedir. Osmanlı İmparatorluğu ilk Expo'da 700 üreticinin gönderdiği ürünleri sergilemiştir. (İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2008)

1.3. Cumhuriyet ve İzmir İktisat Kongresi

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarında gerçekleştirilen ilk önemli etkinlik ise Cumhuriyetin kuruluşundan 8 ay önce İzmir'de düzenlenen İzmir İktisat

Kongresi Sergisi'dir. 17 Şubat 1923 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatı ile düzenlenen kongre, ulusal ticaret ve sanayimizin gelişimini sağlayan kararların alındığı yer olarak da tarihe geçmiştir. Bu kongre, bu yıl 77. kez düzenlenecek olan İzmir Enternasyonal Fuarı'nın da başlangıcı olmuştur. Osmanlı Bankası deposunun Kongre Binası olarak kullanıldığı İzmir İktisat Kongresi Sergisi'ne 144 üretici kuruluş ve girişimci katılmıştır(İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2008).

1.4. 77 yıllık bir gelenek İzmir Enternasyonal Fuarı

Türkiye'de bugünkü formatı ile düzenlenen ilk fuar İzmir'de 1936 yılında gerçekleştirilen İzmir Enternasyonal Fuarı olmuştur. İlgili fuar halen ülkemizde düzenlenmekte olan en eski iş etkinliği olarak varlığını sürdürmektedir. İzmir Enternasyonal Fuarı, 1947 yılında Global Fuar Endüstrisi Birliği'ne (UFI) üye olarak bu konuda da bir ilke imza atmıştır.

1923–1960 yılları arasında göze çarpan diğer sergiler aralında 1926'da Karadeniz Gemisi'nde düzenlenen ve Türkiye'nin Avrupa'da tanıtımın amaçlayan İlk Yüzen Sergi, 1933'te düzenlenen Milli Gelişmelerin Duyurulmasına Yönelik İş Bankası Sergisi, 1935'te Yerli Malları Sergisi ve 1949'da Fetihten Bugüne İstanbul Sergisi sayılabilir(İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2008).

1.5. 1960'lar ve fuarcılığın Anadolu'ya taşınması

Türkiye'de fuarcılığın İzmir ve İstanbul dışında ilk örneklerinin ortaya çıkması ise 1964 yılına rastlamaktadır. 1964 yılında Ticaret Bakanlığı tarafından yurt dışında bölgesel fuarların açılması kararı verilmiş ve bunlardan İlki 1-31 Temmuz tarihleri arasında Samsun Fuarı adıyla Samsun'da 130 metrekarelik alan üzerinde gerçekleşmiştir. Aynı yıl benzer yapıda bir fuar Bursa'da düzenlenmiştir. Bu fuarları; 1967 yılında Kayseri ve Trabzon, 1969 yılında Erzurum ve Bitlis, 1970 yılında Mersin, 1971 yılında ise Konya Fuarı izlemiştir. Fuarların Anadolu'ya yayılması ile beraber ulusal fuar sektöründe özel girişim yılları başlamıştır. (Tüm fuar organizatörleri derneği arşivleri)

1.6. 1970'ler ve fuarcılıkta özel girişim yılları

1970'li yıllar Türkiye'de hala varlığını sürdürmekte olan fuarların başlangıç yıllarıdır. Halen İzmir Fuarcılık A.Ş. (İzfaş A.Ş.) tarafından düzenlenmekte olan İzmir Enternasyonal Fuarı'nı saymaz isek ülkemizde özel girişim tarafından organize edilen ve halen varlığını sürdürmekte olan en eski fuar Yapı-Endüstri Merkezi tarafından organize edilen ve ilki 1977 yılında gerçekleştirilen Yapı İstanbul Fuarı'dır. Günümüzde 20 yıldan fazla bir süredir fuarcılık yapmakta olan

kuruluşlar arasında ise alfabetik sıra ile CNR Fuarcılık, Ezgi Ajans, İnterteks Fuarcılık, RDF Fuarcılık, Rönesans Fuarcılık, Tüyap Tüm Fuarcılık ve Yapı-Endüstri Merkezi gibi 10 dan fazla organizatör firma yer almaktadır (Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği Arşivleri).

1.7. 1980'ler ve serbest piyasa ekonomisine geçiş

Türkiye Ulusal fuar endüstrisinin kurumsallaşmasında en önemli yapı taşlarından birisi, 1980 yılında başlatılan serbest piyasa ekonomisine geçiş reformlarıdır. Bu reformlar sayesinde Türk parasının konvertibl hale getirilmesi ve İthalat ikamesinin kaldırılarak gümrük duvarlarını indirmesi Türkiye'yi uluslararası piyasalar ile bütünleştirmiş ve ülkedeki dışa kapalı ekonomik ve finansal yapı sona erdirilmiştir. Bu reformların sanayi ve ticaretin tüm dallarında yarattığı dinamizm doğal olarak fuar sektörüne de yansımış ve uluslararası ziyaretçi ve katılımcıya dönük etkinlikler gerçekleştirilme sürecinin de başlangıcı olmuştur (Sülün, 2007).

1.8. Kurumsal fuar alanı işletmeciliğinde ilk adım

Fuarcılığın 1970'lerdeki İstanbul merkezli gelişimi paralelinde 1980'li yıllarda özellikle İstanbul'da fuar düzenlenecek alanlar konusunda da bazı gelişmeler olmuş ve İstanbul Spor Sergi Sarayı, Noramin İş Merkezi, Melih Avni Sözen Kültür Merkezi, The Marmara Oteli gibi büyüklüğü 200–500 metrekare arasında değişen kapalı alanlar fuar alanı olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği Arşivleri)

1982 yılında Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. tarafından The Marmara Oteli'nin altındaki 600 metrekarelik salonun Tüyap Ticaret Merkezi adı ile fuar alanı olarak işletilmesi ülkemizdeki fuar alanı işletmeciliği kültürünün de başlangıcıdır. Zamanla sektörel ihtisas fuarlarının gelişmesi paralelinde ilgili alan yetersiz hale gelmiş ve 1987 yılında; ilgili kuruluş yine Taksim'de bulunan ve 3500 m2 kapalı alana sahip olan Tüyap Tepebaşı Fuar Merkezi'ni hizmete açmıştır. Tüyap Tepebaşı Fuar Merkezi ve İstanbul Hilton'un sergi salonlarının fuar alanı olarak kullanıma açılması ile beraber İstanbul ilk defa 1.000 m2 nin üzerinde fuar alanlarına kavuşmuştur(Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği Arşivleri).

1.9. 1990'lar, fuarcılık altyapısı ve fuar alanlarının

Türkiye fuar sektörünün gelişiminde önemli yapı taşı 1992'de İstanbul Dünya Ticaret Merkezi Fuar Alanı'nın (bilinen adı ile İstanbul Fuar Merkezi- CNR Expo), 1996 da ise Tüyap Beylikdüzü Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nin devreye alınmasıdır. Her iki alan da halen ülkemizdeki en büyük iki fuar merkezi olarak

fuarcılık sektörüne hizmet vermeyi sürdürmektedir. Günümüzde İstanbul'daki uluslar arası fuar organizasyonlarının nerede ise tamamı söz konusu iki alanda gerçekleştirilmektedir. Anadolu'da fuar alanı işletmeciliğinde öncülük yapan kentler ise İzmir ve Antalya'dır. İzmir'de 1930'lardan bu yana İzmir Enternasyonal Fuarı'na ev sahipliği yapan Kültürpark Fuar Alanı'nın günümüz fuarcılık anlayışı ile işletilmesi için 1990 yılında İzmir Belediyesi'nin önderliğinde ve kent dinamiklerinin ortaklığında İzfaş Fuarcılık A.Ş. kurulmuştur. Halen ilgili kuruluş fuar organizasyonu ve fuar alanı işletmeciliği faaliyetlerini beraber sürdürmektedir. Yine benzer model Antalya'da uygulanmış ve 1994 yılında kent belediyesi, sivil toplum örgütleri ve özel kuruluşların ortaklığında Anfaş Antalya Fuarcılık A.Ş kurulmuştur.

1.10. 1995 sonrası: Fuarcılıkta uluslararası ölçüğe erişim yılları

1990'larda İstanbul, İzmir ve Antalya gibi kentlerde uluslararası standartta fuar alanlarının kurulması fuar sektöründe önemli bir ivmelenmeye yol açmış ve bu sayede sektörel ihtisas fuarlarının gerek sayılarında gerekse büyüklüklerinde hızlı bir artış gerçekleşmiştir. Bunun yanında fuar alanları yatırımlarında kent belediyeleri ve sivil toplum örgütlerinin katkı ve desteği, fuar sektörü ile kent yönetimi ve sektörler arasındaki ilişkinin de kuvvetlenmesini sağlamıştır. İstanbul'da 1995'lere kadar değişik alanlarda gerçekleşen ihtisas fuarları İstanbul Fuar Merkezi- Cnr Expo ve Tüyap Beylikdüzü Fuar Merkezi'nin devreye alınması sonrasında, bu iki alanda odaklanmıştır. Bu alanların ev sahipliği yaptığı sektörel ihtisas fuarlarının gelişimi de İstanbul Fuar Merkezi- CNR Expo ve Tüyap Beylikdüzü Fuar Merkezi gibi alanların kapasite büyütme için itici güç olmuştur(Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği Arşivleri).

Bu karşılıklı pozitif etkileşim 2000 yılına kadar geçen sürede hem sektörel ihtisas fuarlarının sayısını artmasına ve bir kısmının uluslararası ölçüğe ulaşmasına yardımcı olmuş hem de bu fuarların gelişimi paralelinde ilgili fuar alanlarında da ilave salonların eklenmesi yolu ile kapasite büyütme ve modernizasyon çalışmalarının önünü açmıştır.

1.11. Fuar sektöründe denetim mekanizmalarının oluşması ve ilk regülasyonlar

Fuar sektörünün 1995 sonrasında gerçekleştirdiği transformasyon sonucu yurt sathında gerçekleşen fuar sayılarında ani bir artış yaşanmış ve bu da beraberinde sektördeki denetim mekanizmalarının varlığına da ihtiyaç duyulmasına

neden olmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda 1995 yılında T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde fuar sektörü ile ilgili merkezi bir denetleme mekanizması oluşturulmuş, 27.12.1995 tarihli ve 22506 nolu Resmi Gazete'de Yurtiçinde Fuar, Sergi ve Panayır Düzenlenmesine Dair Yönetmelik yayımlanmış ve ilgili yönetmelik 03.06.1996 tarihinden itibaren uygulamaya alınmıştır. İlgili yönetmeliğin oluşumunda 1995 yılından bu yana İstanbul Ticaret Odası (İTO) bünyesinde faaliyet gösteren İTO Fuarçılık Meslek Komitesi de önemli katkı sağlamıştır.

Bu yönetmelik ile yurtiçinde fuar düzenlemek için organizatör firmaların Sanayi Bakanlığı tarafından verilen Fuar Organizasyon Yetki Belgesi'ne sahip olmaları ve yetki belgesine sahip firmaların da düzenleyecekleri fuarlar için Bakanlıktan izin almaları esasına dayanan bir denetleme sistemi hayata geçirilmiştir. Bu uygulama çerçevesinde yıllık yurt içi fuar takvimleri de Bakanlık tarafından Resmi Gazete'de yayımlanmaya başlamıştır. Bu yönetmelik detaylarında fuar sektörü ile ilgili bir takım standartlar ve denetleme mekanizmaları da barındırmıştır. Fuar organizasyonu ile ilgililik yetki belgesi ise 15.05.1996 tarih ve 001 no ile Tüyp Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.ye verilmiştir. Halen ülkemizde fuar düzenleme yetki belgesine sahip kuruluş sayısı 160 tır. (<http://fuarlar.tobb.org.tr/> 10.03.2009)

1.12. Yurtdışı fuarcılıkta atılım yılları

Fuar endüstrisindeki gelişimin ikinci ayağını yurtdışı fuarlara katılım ve yurtdışında fuar organizasyonu süreci oluşturmaktadır. Aslında yurtdışı fuar organizasyonlarına ülke olarak katılımımızın 1851'deki ilk World Expo'ya kadar gitmektedir. 1851–1950 arasındaki 100 yıllık sürede ağırlıklı olarak uluslararası fuarlarda ülke pavyonu açılması yöntemi benimsenirken, 1960'lardan sonra uluslararası fuarlara resmi kurumlar ya da ticaret odaları organizasyonunda grup katılım uygulaması da başlamıştır. İşte bu uygulama günümüzdeki milli katılım organizasyonlarının da temelini oluşturmuştur (Yurt Dışı Fuar Organizatörleri derneği arşivleri).

Yurtdışı fuarlara grup ve bireysel katılımların yaygınlaşması ise 1980 sonrasına özellikle de 1990'lara rastlamaktadır. 27.12.1994 tarih ve 94/6401 nolu İhracata Yönelik Devlet Yardımlar Kararı kapsamında yurtdışında gerçekleştirilen fuar katılımlarının T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından teşvik kapsamına alınması da yurtdışı fuar katılımlarının yoğunlaşmasında kilit rol oynamıştır. (<http://www.dtm.gov.tr>, 20.03.2009)

1.13. Yurtdışı fuar organizasyonlarında kurumsallaşma süreci

Yukarıda belirttiğimiz gibi Türk firmalarının yurtdışında düzenlenen fuarlara katılım eğilimi 1980 döneminde yaratılan serbest ticaret ortamı ve ihracata dayalı büyüme politikaları sonucu hızlanmıştır. Yurtdışı fuar katılımlarının desteklenmesi de bu politikanın bir devamı niteliğindedir. Bu destek yurtdışı fuar katılımlarında hızlandırıcı etki yaparken Türk İhraç Ürünleri Fuarları adı altında sadece Türk firmalarının katıldığı fuarlar da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu süreçte T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı ve İhracatı Geliştirme Merkezi önderliğinde gerçekleştirilen organizasyonlar yurtdışı fuar organizasyonlarının gelişiminde önemli rol oynamıştır (Sülün, 2007)..

Kuruluşu 1937 yılına dayanan İhracatçı Birlikleri'nin yetkilerinin yeniden tarif edilerek yaygınlaştırmaları sonrası ilgili birlikler de fuar organizasyon sürecinde gerek denetleme gerekse yurtdışı fuar organizasyonları gerçekleştirme yolu ile sektörün gelişimine aktif destek sağlamışlardır (Sülün, 2007).

Yurtdışı fuar organizasyonları 1990 sonrasında ve özellikle 27.12.1994 tarih ve 94/6401 nolu İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı kapsamında yurtdışında gerçekleştirilen fuar katılımlarının T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından teşvik kapsamına alınması sayesinde hızla gelişmiş ve bu gelişme de sektörün disipline edilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda 12 Nisan 1999 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Yurtdışında Düzenlenen Milli Katılım Fuarlarının Düzenlenmesi ve Değerlendirilmesi başlıklı yönetmelik ile milli katılım organizasyonları ile ilgili tarifleri yapmış ve sektörün İşleyişi ile ilgili kuralları belirlemiştir. 1999 yılından bu güne yurtdışı milli katılım fuarları ile ilgili denetleme mekanizmaları DTM şemsiyesi altında oluşturulmakta ve hayata geçirilmektedir. Halen içlerinde İhracatçı Birlikleri, İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME)'nin yanında 18 özel kuruluşun bulunduğu toplam 28 kuruluş yurtdışında fuar organizasyonu ile ilgili yetki belgesine sahip bulunmaktadır.

(<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/TanitimFuarlarDb/organizat.doc>, 20.03.2009)

1.14. Yurtdışı fuar organizasyonlarının gelişiminde dört aşama

Yurtdışı fuar organizasyonları sektörünün gelişiminde 4 temel evre mevcuttur. Bu evrelerin birincisi yurtdışındaki genel amaçlı fuarlara ülke pavyonu aracılığı ile katılımdır ki kökeni yukarıda belirttiğimiz gibi 1851 yılına kadar dayanır; İkinci evre 1960'lardan itibaren uluslararası sektörel ihtisas fuarlarına grup katılımı ve bireysel

katılımın başlamasıdır. Bunu, 1980'lerde yurtdışında Türk İhraç Ürünleri Fuarları'nın düzenlenmesi izler (Sülün, 2007).

2000'li yılların başında ise yurtdışında sektörel ihtisas fuarları düzenlenme aşamasına gelinmiş ve yavaş yavaş Türk İhraç Ürünleri gibi genel amaçlı fuarlar yerini sektörel ihtisas fuarlarına bırakmıştır. Geçtiğimiz yıllarda bu konuda bir adım daha atılarak yurtdışında uluslararası sektörel ihtisas fuarı düzenlenmesi aşamasına gelinmiştir. Yurtdışında düzenlenen uluslararası fuarların yaygınlaştırılması faaliyetleri halen sürdürülmektedir(Sülün, 2007).

1.15. 2000'ler ve fuar sektörüne yabancı sermaye girişi

Türkiye fuar sektöründeki gelişmeler beraberinde 1990'lı yılların sonundan başlamak üzere Dünya fuarcılık endüstrisindeki önde gelen aktörlerin fuar evliliği, fuar ve şirket satın almaları ve ofis açma yöntemleri ile sektöre giriş yaptıklarını görüyoruz. Bu konuda en önemli yatırım Alman Deutsche Messe AG ve İngiliz ITE Group tarafından yapılmıştır.

Türkiye fuar sektörüne 1996 yılında girmiş olan Deutsche Messe A.G. ağırlıklı olarak kendi portföyünde bulunan endüstriyel ihtisas fuarlarına benzer konseptte düzenlenen ve sektörlerinde lider konumda olan uluslararası ihtisas fuarlarına % 50 ortaklık yapısı ile ortak olma yolunu seçmiştir. Halen ülkemizde Deutsche Messe A.G. ortaklığında faaliyet gösteren 4 ayrı kuruluş bulunmaktadır. Deutsche Messe A.G. ayrıca ülkemizde Hannover Messe International İstanbul A.Ş. adı altında bağımsız olarak da fuar düzenlemektedir. Deutsche Messe A.G. ye bağlı grup şirketlerinin ülkemizde düzenlediği fuarların net metrekare alanı 2005 yılında 100.000 metrekareye ulaşmış bulunmaktadır (www.ufi.net, 12.03.2009).

Sektördeki diğer önemli aktör ise ITE'dir. İngiliz fuar organizatörü kuruluş sektöre ülkemizdeki en büyük fuar alanı olan İstanbul Fuar Merkezi-CNR Expo'yu işletmekte olan CNR Fuarcılık ile ortaklık yaparak girmiş ve her iki kuruluş ortaklığında ITF Fuarcılık kurulmuştur. Halen ITF Fuarcılık yılda 20 civarında fuar düzenlemektedir.

Bunun yanında ilgili kuruluş ülkemizde ITE Group Turkey olarak yapılmış ve E Uluslararası Fuarcılık adı altında bağımsız olarak da yurtiçi fuar satın almaları gerçekleştirmiştir. Hannover Messe ve ITE grup dışında RAI-Hollanda, Messe Frankfurt-Almanya, Survey Fuarcılık-Almanya ve Promosalons-Fransa firmaları da ülkemizde, ofis açma veya şirket ortaklığı yolu ile hizmet vermektedirler. Hollandalı Royal Dutch Jaarheurs da ülkemizde geçtiğimiz yıllarda

fuarcılık faaliyeti gerçekleştirmiş, daha sonra ise, ilgili faaliyetini durdurmuştur. Ayrıca Messe Düsseldorf, Köln Messe, Messe München, Messe Berlin, Leipzig Messe, Nürnberg Messe, Hamburg Messe gibi ünlü fuarcılık kuruluşları da ülkemizde temsilcilik firmaları aracılığı ile hizmet vermektedirler(www.ufi.net, 12.03.2009).

1.16. Fuar standartlarının oluşturulması

Ulusal fuar sektörünün gelişiminde önemli bir adım ise 2004 yılında Türk Standartları Enstitüsü (TSE), ile Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği (TFYD) işbirliğinde hazırlanan "Fuar Organizasyonu ve Fuar Alanları Standartları"dır. İlgili standart fuar organizasyonunda ve fuar alanlarında bulunması gereken asgari standartları tarif etmektedir, Standart, sektörde bulunan en büyük eksikliği gidermiş ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından oluşturulan Yurtiçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esasların da temelini oluşturmuştur.

1.17. Yurtiçi fuarcılıkta denetimin TOBB' a geçişi

18.05.2004 tarihli ve 5174 nolu Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kanunu ile yurtiçi fuar sektörü ile İlgili Sanayi ve Ticaret Bakanlığı uhdesinde bulunan denetleme yetkileri de Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne aktarılmıştır. Bu değişiklik sonrası 2005 yılında TOBB tarafından Yurtiçinde Fuar Düzenlenmesi ile ilgili Usul ve Esaslar yayımlanmış ve bu usul ve esaslar ile uygulama esasları yeniden düzenlenmiştir. (Türkiye Fuar Rehberi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayınları, 2007, 2008)

Yeni esaslarla fuar organizatörü olmak için gerekli asgari koşulların değiştirilmesi sonrası yurtiçi fuar organizasyonu konusunda yetki belgeli organizatör sayısı 192'den 125'e düşmüştür. Fakat 2007 de yeni başvurularla organizatör sayısı tekrar 155 e çıkmıştır. Yıllık fuar takviminin yayımlanması ve revizyonlar ile ilgili maddelerdeki yaptırımların ağırlaştırılması da iptal edilen fuarların takvimde yer almasını önlemiş ve bu nedenlerle 2006 yılında takvim kapsamındaki fuarlar bir önceki yıla göre azalmıştır. 2007 de ise fuar sayısında tekrar bir artış eğilimi gözlenmektedir. Dolayısı ile fuar organizatörlerinin yeni mevzuata uyum sürecini tamamladığı gözlenmektedir. Kısaca yeni usul ve esasların detaylı içeriği ve uygulamadaki kararlılık ve disiplin nedeni ile ulusal fuar sektörünün standartlaşması ve gelişimine olumlu katkı yapması beklenmektedir (FuarGUIDE, "Türkiye Fuar Kaynakları Katalogu", 2006,2007).

Bu bölümde fuarcılık sektörünün tarihi öneme sahip gelişmelerini irdeleyerek Yüzen fuar sistemlerinin fuarcılık sektöründeki yeri ve öneminin daha iyi algılanabilmesi için tarihte ilk fuar uygulaması olarak bilinen 1851'de Londra Hyde Park'ta düzenlenen "Crystal Palace" fuarından günümüz fuarcılık sektörünün gelişimi ve ulaşılmış olduğu potansiyel ele alınmıştır.

2. YÜZEN FUAR ORGANİZASYONLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

2.1. Yüzen Fuarın tanımı ve önemi

Yüzen fuar; bir geminin sergilemeye uygun mekanlarını fuar alanına çevirerek, nakliye, ulaşım ve konaklama hizmetlerinin fuar mekanı ile aynı platformda alınmasını sağlayan ve birden fazla ülkede arka arkaya fuar düzenlenmesine imkan tanıyan farklı bir sunum tekniğidir. Yüzen fuar organizasyonlarında fuar alanı, organizasyonu düzenleyen ülkenin kendi topraklarında sergiye hazır hale getirilmektedir. Katılımcı firma temsilcileri aynı geminin kamaralarında konaklamakta, ulaşım hizmetini aynı gemi ile karşılamakta ve yiyecek içecek ihtiyaçlarını kendi ülke mutfaklarının yer aldığı gemi restoranlarından sağlamaktadırlar. Böylece yüzen fuar ile katılımcı firmalar yurt dışında bir fuara katılmış olmalarına rağmen kendi topraklarında bulunma konforunu yaşamaktadırlar.

Yüzen fuar organizasyonları yerleşik fuarlara göre önemli avantajlar ortaya koymaktadır.

Nakliye avantajı; Yurt dışı fuarcılığının en önemli zorluklarından biri sergilenecek ürünlerin nakledilmesi ile ilgili yaşanan sorunlardır. Sergilenecek özel ürünlerin zarar görmeden zamanında nakledilmesi, ürünlerin stantlara yerleştirilmesi, sergi bitiminde ürünlerin sökülerek tekrar kendi ülkesine nakledilmesi süreçlerinde ürünler deforme olmakta bazen kullanılmayacak hale gelmektedirler. Yüzen fuar ile ürünler bir kez kendi ülkesinde stantlara yerleştirilmekte aynı kurulum ile birçok ülkede sergi gerçekleştirilmekte ve hiçbir deformasyona uğramadan kendi ülkesine geri dönmektedir. Böylece navlun hizmetlerinin ortaya koyacağı maliyetlerden ve sergilenecek ürünlerin deformasyonundan büyük oranlarda tasarruf sağlanmaktadır.

Ulaşım avantajı; Yurt dışında fuara katılan bir firma temsilcisi çoğu zaman saatler süren aktarmalı uçuşlar sonunda ilgili ülkeye ulaştığı görülmektedir. Uçuş programına bağlı olarak bazen fuardan çok önce bazen de fuar açılış gününden sonra ülkeye ulaştığı görülmektedir. Özellikle aynı bölgede yer alan birden çok ülkeye ziyaret hedeflendiğinde bağlantılı uçuşların gerçekleştirilmesinde çok daha büyük zorluklar yaşanmaktadır. Yüzen fuar organizasyonunda ulaşım gemi ile sağlandığından tüm ulaşım sorunları kökten çözülmektedir. Genellikle gece seyahat edilmekte ve gündüz katılımcı firma temsilcilerinin yeni bir ülkede uyanmaları sağlanmaktadır. Dolayısıyla atıl zamanlar ulaşım için planlanmakta ve zamandan tasarruf yapılmaktadır.

Konaklama Avantajı; Yurt dışına çıkan insanların büyük bir bölümü alışmış olduğu sosyal yaşamın dışında bir yaşamla karşılaştığında adapte olmakta güçlük çekmektedir. En fazla yaşanan zorluklardan biri de yeni bir yemek kültürüne alışma zorluğudur. Ayrıca konaklama hizmetinin alındığı mekanlarda yaşanan güvenlik ve hijyen problemleri seyahatlerin çekilmez hale gelmesinde etkili olmaktadır. Yüzen fuar ile, ifade edilen bu sorunlar gemiden alınan hizmetler ile çözüm bulmaktadır. Gemi restoranlarında alışılmış kültürün uzantısı olan yiyecekler ile yeme-içme ihtiyaçları giderilmekte, ayrıca güvenli sağa olan limanlarda bulunan gemilerde huzurlu bir konaklama hizmeti alınmaktadır.

Gümrükleme Avantajı; Dünya genelinde birçok ülkeye bir ürünü sokabilmek adına gümrüklerde yaşanan sıkıntılar iş adamları tarafından bilinmektedir. Bir malın ülkeye girişi esnasında ya ağır bürokrasi ya da yasalara uygun olmayan talepler sergi ürünlerinin fuarlara yetiştirilmesinde zorluklar çıkarmaktadır. Yüzen fuar ile yabancı bir ülkede bulunuyor olunmasına rağmen teknik olarak ülkeye giriş yapılmadığı için kendi ülke topraklarında fuar yapma rahatlığı yaşanmakta ve hiçbir gümrük mevzuatına tabi olunmamaktadır.

Kısa sürede daha fazla yerde sergileme imkanı; Yurt dışında bir ülkede fuara katılan bir firma fuardan en az 2 gün önce ilgili ülkeye ulaşmak ve stant hazırlıklarını tamamlamak zorundadır. Fuarların genellikle 4 gün sürdüğü ve 2 günde söküm işlemlerinin aldığı değerlendirilirse toplam 8 gün bir fuar için harcanan süre olarak belirlenir. Yüzen fuarlarda nitelikli ziyaretçi hedefi ile planlı bir sergi süresi belirlendiği için 2 günlük sergileme süresi esas alınır. Gece seyahat edildiği için ulaşım adına zaman kaybı oluşmaz ve kur sök ihtiyacı olmadığından fuar öncesi ve sonrasında vakit kaybedilmez. Dolayısıyla yurt dışında yerleşik olan bir fuara katılım için ayırdığınız sürede Bluexpo ile 4 ülkede fuara katılmanız mümkündür.

Farklı sunum tekniğinin oluşturduğu çekim gücü; Günümüzde dünya genelinde yılda 9000 civarında yerleşik fuar düzenlenmektedir. Fuarları ziyaret eden işadamları açısından değerlendirildiğinde bu kadar alternatif fuarın olduğu bir iş dünyasında hangi fuara iştirak edeceği kararı zor verilen bir karardır. Ancak yüzen fuar gibi farklı bir konseptin ortaya koyduğu merak ve ilgi bir çekim gücü oluşturmakta böylece işadamlarının yoğun ziyaretini sağlamaktadır. Birçok işadamı daha önceden duymadıkları ve görmedikleri bir organizasyonda ziyaretçi olarak bulunmayı ayrıcalık olarak kabul etmektedir.

2.2. Yüzen Fuar projelerinin tarihte bilinen ilk uygulaması

Yüzen Fuar organizasyonlarının tarihte bilinen ilk uygulaması Mustafa Kemal Atatürk tarafından genç Türkiye Cumhuriyetini tanıtmak üzere 1926 yılında gerçekleştirilen organizasyondur. Karadeniz gemisi ile gerçekleştirilen bu organizasyon daha sonraki yıllarda birçok ülke tarafından düzenlenen yüzen fuar organizasyonlarına ilham kaynağı olmuştur.

Cumhuriyet'in ilan edilmesinden kısa bir süre sonra, sanayi ve ticaret hayatı yeniden düzenleniyor, Cumhuriyet parası tedavüle sokuluyor, bankalar kuruluyor, yeni yasalar hazırlanıyor ve uluslararası ticaret anlaşmaları imzalanıyordu. Gazi Mustafa Kemal Atatürk, 1925 yılında yeni Türkiye'yi dünyaya tanıtmak için bir proje yapılmasını gündeme getirdi. Mecliste 1 yıl süreyle tartışıldı ama daha sonra rafa kaldırıldı. Atatürk'ün vizyonunu anlayan Ticaret Bakanı Ali Cenani Bey'in bir süre sonra meclis kürsüsünde, “ *Efendiler... Bir ticaret sergisi meydana getirmek kolay bir şey değildir. Bunun yerine bir seyyar sergi teşkilini düşündüm. Seyr-i Sefain'den bir vapur alalım. Mesela Karadeniz Vapurunu..*” diye başlayan konuşmasının ve hummalı çalışmalarının sonunda, bu proje hayat bulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti kendini, bir gemi dolusu insan, çeşitli ürünler, daha da önemlisi çağdaş bir duruşla dünyaya tanıtmak için Karadeniz adli gemi seçilmiştir.

4.731 grostonluk Karadeniz gemisi, Avrupa yolculuğu öncesinde Haliç'e alınarak 3 ay boyunca bakım ve onarımdan geçirilmiştir. Satış kısmına tek el ürünleri, Is Bankası şubesi, Kütahya Çinileri, halılar, Hacı Bekir lokumları, kehribar ve kıymetli taşlarla yapılmış süslemeler, yerli bezler ve işlemeler, sanayi nefise meşheri ve antikalar yerleştirilmiştir. Örnekler kısmında ise tahıl, tıbbi ilaç, ahşap ve deriden mamul eşyalar, Beykoz fabrikası ürünleri, madenler, Bursa ve Hereke kumaşları sergilendi. Gemide, bir süvari, bir 2. kaptan, üç 3. kaptan, 7 güverte zabiti kaptan, bir doktor, 2 telsiz memuru ve 7 makine zabiti görev almıştır. Kamaralarda çalışacaklar, güverte ve makine görevlileriyle birlikte toplam 125 kişilik bir kadro oluşturulmuş, 95 kişilik sergi heyeti ve memurlarının yanı sıra, 47 kişilik Riyaset-i Cumhur Orkestrası, iâşe isleriyle meşgul olan 18 kişi de dahil edildiğinde, sefere toplam 285 kişi katılmıştır. İmajı güçlendirmek için siyah olan gemi beyaza boyanmış, Cumhuriyet Türkiye'sini temsil edeceği düşünülen senfoni orkestrasından tutun, yazarına çizerine, öğretmenine kadar bir çok kişi bu uzun yolculuğa davet edilmiştir. Gemide Ali Muhittin Hacı Bekir, Özbekler Tekkesi Seyhi Ata Efendi, Vala Nurettin,

Ethem Pertev Bey (Pertev kremlerini üreten eczacı) Kemalettin Kamu, Mahmut Baler, Mebrure Gönenç (ilk kadın milletvekillerinden), Nermin Faruki (Türkiye'nin ilk kadın heykeltıraşlarından), Refii Bayar (Celal Bayar'ın oğlu) Veli Kanik (Orhan Veli'nin babası), Galip Bahtiyar (İstanbul Ticaret Odası Müdürü), Bedia Arseven (İlk kadın gazetecilerden), Celal Esat Arseven (Sanat tarihçisi) ve başlarında şefleri Zeki Öngör ile Riyaset-i Cumhur senfoni orkestrası yer almıştır.

12 Haziran 1926 tarihinde İstanbul'dan demir alan Karadeniz ve Avrupa'da **12** ülke **16** liman ziyaret etti. **86** günde **10.000** mil yol alıp yüz binlerce insanla karşılaşan gemi, hareketinden **3** ay sonra, 5 Eylül 1926 Pazar günü İstanbul'a döndü.



Görsel 1; NTV-MSNBC arşivlerinden Seyyar Sergi projesinin rotasını gösteren harita

Tarih	Liman	Tarih	Liman
12.06.1926	İstanbul	29.07.1926	Leningrad
17.06.1926	Bona	01.08.1926	Danzig
20.06.1926	Barselona	03.08.1926	Gyndia
02.07.1926	Le Havre	05.08.1926	Kopenhag
04.07.1926	Londra	10.08.1926	Anvers
11.07.1926	Amsterdam	21.08.1926	Marsilya
16.07.1926	Hamburg	24.08.1926	Cenova
21.07.1926	Stockholm	27.08.1926	Napoli
25.07.1926	Helsinki	05.09.1926	İstanbul

Tablo 1; NTV-MSNBC arşivlerinden elde edilen Seyyar Sergi programı

Karadeniz gemisinin seferi, **40** gün **16** saati seyir, **16** gün **6** saati limanda olmak üzere toplam **86** gün **22** saat sürdü. **2.778** ton kömür tüketerek **9.986** deniz mili kat eden gemi, **12** Avrupa ülkesinin **16** limanına uğramıştır. Gemide **16** balo düzenlenmiş, hariçte **36** ziyafete iştirak edilmiştir. Sefer masraflarının **600.000** lira olduğu, bütün limanlarda gemiyi ziyaret edenlerin **65.000** kişiye ulaştığı tahmin edilmektedir. (NTV-MSNBC, Karadeniz Seyri Türkiye, 20.04.2007)



Görsel 2; NTV-MSNBC arşivlerinden elde edilen Atatürk Seyyar Sergi gemisini ziyaret ederken görseli



Görsel 3; NTV-MSNBC Arşivlerinden elde edilen Seyyar Serginin limandan ayrılış görüntüsü



Görsel 4; NTV-MSNBC Arşivlerinden elde edilen Seyyar Sergi projesinin sergi alanı görüntüsü

2.3. Yüzen fuar projelerinin başarılı olmuş örnekleri

1926 yılında Büyük Önder Atatürk'ün liderliğinde gerçekleştirilen Yüzen Fuar organizasyonu sonrasında kendini deniz aşırı ülkelerde tanıtmak isteyen birçok ülke projeyi tekrarlamıştır.

1926 yılından bu güne başarı ile icra edilmiş Yüzen sergi projelerinden bir kısmı aşağıda belirtilmiştir.

SAKURA MARU

1964 yılında Avrupa Limanları'nı gezmek üzere Japonya'dan demir alan Sakura Maru gemisi 2. Dünya Savaşı'nın ardından Japonya'yı uluslararası arenada tanıtmakla beraber Japon sanayi ürünlerinin satışını hedef alıyordu. Teknolojik yenilikler ve ürünlerde isim yapmaya başlayan Japonya, Sakura Maru gemisinde gerçekleştirdiği Yüzen Fuar'da özellikle bu alandaki gelişimini Avrupa ülkelerine göstermiş, 28.000 iş adamı ile buluşmuştur. Fuarda en çok dikkat çeken ürün, görüntülü konuşmaya imkân sağlayan telefon kulübesidir. Sakura Maru Yüzen Fuarı Japonya'ya 400.000 pound'da mal olmuştur.[1]



Görsel 5; Sakura Maru gemisinin görüntüsü [1]

[1]; http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/june/17/newsid_3046000/3046173.stm
06.03.2009



Görsel 6; Sakura MARu gemisinden sergilenen ürün görüntüsü

THE PRINCE OF SCANDINAVIA

İskandinav ülkelerinin bir araya gelerek gerçekleştirdiği organizasyon, ilk ve tek çok uluslu katılımı gerçekleştiren yüzen fuar olma özelliğine sahiptir. İlk kez 1976 yılında düzenlenen organizasyon elde edilen başarı sonrasında 1983 ve 1991 yıllarında World Wide Expo ismi ile iki kez daha tekrarlanmıştır. Batı Avrupa ve Akdeniz havzasında gerçekleşen organizasyon İskandinav ülkelerinin ihracat hamlelerine büyük katkı sağlamıştır.[2]

[2];http://www.simplonpc.co.uk/Tor_Britannia.html#anchor91639 06.03.2009



Görsel 7; Prince of Scandinavia gemi görüntüsü



Görsel 8; Prince of Scandinavia limann görüntüsü

M/S EINSTEIN

9 Mayıs 2005'te Almanya'da başlayan yolculuğunu 36 farklı limanda durarak 19 Eylül 2005'te Basel- İsviçre'de noktlayan Einstein gemisi, gençleri ve çocukları, üniversite öğrencilerini, profesörleri ve doktorları buluşturmayı hedefleyen bir bilim fuarıdır. Ziyaret için girişin ücretsiz olduğu fuar, "Zaman ne kadar hızlı geçiyor?" , "Gerçekten ışıktan daha hızlı hareket eden başka bir şey yok mu?", "Uzaydaki bir rokette yaşıyor olsam, dünyadaki yaşımdan neden daha ufak bir yaşta olurum?" gibi

sorulara genç bilim adamları ve bilim meraklıları ile cevap bulmaya çalışmıştır. Fuarın dışında bulmacalar ve yarışmalar da M/S EINSTEIN bilim fuarında yer almıştır.[3]



Görsel 9; Einstein projesi gemi görüntüsü



Görsel 10; Einstein projesi sergi alanı görüntüsü

[3] ; <http://www.scienceinschool.org/repository/docs/issue2einstein.pdf> 06.03.2009

SEAFAIR

Seafair, dünyada bir mega yat içerisinde düzenlenen ilk fuardır. Küçük pazarları hedefleyen Seafair, sahip olduğu modern teknoloji ve şık vitrin düzenlemesi ile antika, moda, mücevher, sanat eserleri ve son teknoloji ürünlerini yüzerek tanıtmak isteyenlere imkan tanımaktadır. Bir fuar organizasyonundan çok fuar alanı olarak hizmet veren Seafair, özel günler ve geceler için de kiralanabilmektedir. 2009-2010 Sezonunda ABD'nin doğu sahili kıyısında ürün sergilemeye imkan sağlayacaktır. (<http://www.expoships.com>,06.03.2009)



Görsel 11; Sea Fair projesi gemi görüntüsü



Görsel 12; Sea Fair projesi sergi alanı görüntüsü

2.4. Bluexpo organizasyonunun doğuşu ve fizibilite aşaması

1997 yılında kurulan ve 2002 yılından itibaren yurt dışında fuar organizasyonları gerçekleştiren ADG Fuarcılık tarafından projelendirilen Bluexpo organizasyonu, ilk kez 2002 yılında fikir olarak ortaya atılmış ve 3 yıllık fizibilite aşamasından sonra uygulamaya geçirilmiştir. 2002 yılında Rusya'nın Soçi bölgesinde ADG tarafından bir Türk ihraç ürünleri fuarı gerçekleştirilmesi kararlaştırılmış, ancak Soçi'de bir fuar alanı olmadığı için Türkiye'den prefabrik bir sergi alanının Soçi nakledilmesi kararlaştırılmıştır. Fuar açılış tarihinden 2 hafta önce prefabrik sergi alanı, daha sonra stant malzemeleri daha sonra sergilenecek ürünlerin nakledilmesi deniz yolu ile sağlanmış hatta katılımcı firma temsilcileri dahi aynı feribot ile ulaşımını sağlamıştır. Soçi'de 2002 yılının Ağustos ayında açılan fuarda Rusya gümrüklerinde yaşanan sorunlar sebebi ile açılış tarihinde 1 günlük gecikme yaşanmış ve bu durum iki ülke arasındaki ilişkilere olumsuz yansımıştır. Yaşanan bu zorluklar fuarların daha verimli bir şekilde icra edilebilmesi adına alternatif çözümler üzerinde düşünme zorunluluğuna itmiştir. Deniz yolu ile ulaşılan bir ülkede gerçekleştirilen fuarın en önemli aracının gemi olduğu tespit edilmiş, ulaşımın, nakliyenin gemi ile sağlandığı, aynı gemide sergileme yapmanın mümkün olduğu ve gümrük mevzuatına tabi olunmadığı için gemide gerçekleşecek bir fuar ile gümrük sorunlarından kurtulmuş olunacağı belirlenmiştir. Böylece ortaya çıkan Yüzen Fuar fikri daha sonradan Bluexpo markası ile anılmaya başlanmış ve Dünya genelinde bu anlayışla icra edilen organizasyonlar araştırılarak Bluexpo projesinin altı doldurulmuştur.

Bluexpo projesi fizibilite çalışmaları 2002 yılı Eylül ayından itibaren başlamış ve ilk olarak projenin icra edileceği gemi araştırılmıştır. Bluexponun gerçekleştirileceği geminin iki temel özelliğinin olması gerekmektedir. Birincisi en geniş sergi alanını sunacak olan bir garaj ikincisi ise katılımcı firma temsilcilerinin ve organizasyon davetlilerinin yüksek standartta seyahat etmesini sağlayacak otel hizmetleriydi. Bu iki hizmeti bir arada sunan gemilere feribot denmekte ve dünya genelinde Bluexpo organizasyonunu gerçekleştirebilecek yüzlerce feribot bulunmakta idi. Ancak Türk ürünlerinin ve Türkiye'nin tanıtılacağı bir organizasyonda Türk gemileri kullanılmalıydı. Bu sebeple sadece Türkiye'nin elinde bulunan gemiler üzerinde araştırmalar yapıldı ve Bluexpoda kullanılacak gemi tespit edildi.

Gemi tespitinden sonraki fizibilite aşaması gidilecek ülkelerin belirlenmesi aşamasıydı. Bu çalışma sırasında Dış Ticaret Müsteşarlığının ihracat stratejisi ve

lojistik avantajlar dikkate alınmıştır. Böylece her yıl için hedef ülkeler ve bu ülkelerde gerçekleştirilecek projelerin detayları belirlenmiştir. Ülke potansiyellerine göre katılımcı ve ziyaretçi profilleri, her ülkenin sosyal ve kültürel yapısına bağlı olarak gerçekleştirilecek etkinlikler, iletişime geçilerek destek alınacak kurum ve kuruluşlar, proje gelir ve gider bütçeleri, liman teknik detayları, alt yapı hizmetleri belirlenerek ön fizibilite tamamlanmıştır. Daha sonra dosya üzerinde belirlenen detayların fiilen kontrol edilmesi ve onaylarının alınması sürecine geçilmiş ve bu süreç yaklaşık 2 yılda tamamlanmıştır.

Bu bölümde yüzen fuar organizasyonlarının tanımı ve önemi üzerinde durulmuş, tarihte bilinen ilk yüzen fuar uygulaması olan ve Büyük Önder Atatürk tarafından başarı ile gerçekleştirilen “seyyar sergi” projesinin detayları sunulmuş, Japonya, İskandinav ülkeleri, Almanya ve Amerika tarafından uygulanan başarılı olmuş yüzen fuar örnekleri irdelenmiştir. Ayrıca Türkiye adına 81 yıl sonra ADG fuarcılık tarafından hayata geçirilen yüzen fuar uygulaması Bluexpo projesinin doğuşu incelenmiş ve böylece ilk Bluexpo projesi olan Bluexpo Karadeniz projesinin fizibilite aşaması detaylandırılmıştır.

3. İLK BLUEXPO ORGANİZASYONU “BLUEXPO KARADENİZ”

3.1. İlk projenin Karadeniz Havzasında seçilme nedeni?

Yüzen Fuar projesinin Türkiye adına 81 yıl sonra yeniden hayata geçirilmesi büyük önem arz etmekteydi. 1926 yılında bir ulusun varlığını Dünya'ya ispat etmek adına organize edilmiş fuar, 81 yıl sonra ulaşılan gücü ve potansiyeli Dünya'ya göstermek adına yoluna devam ediyordu. İlk projenin hangi ülkeleri kapsayacağı sorusu dikkatlice cevaplandırılması gereken bir soruydu. Bluexpo organizasyonunun ilk uygulamasının Karadeniz Havzasında gerçekleştirilmesinin 3 nedene bağlanabileceği düşünülmektedir.

1- Büyük Önder Atatürk 1926 yılında yüzen sergi organizasyonunu iki aşamalı olarak planlamıştır. İlk aşamada Avrupa'nın 12 ülkesinin 16 limanı gezilecek, ardından ise Karadeniz Havzasının 4 limanı gezilecekti. Karadeniz Havzasında Varna, Köstence, Odessa ve Batum limanları programa dahil edilmişti. Ancak bir takım siyasi ve ekonomik nedenlerden dolayı projenin ikinci ayağı gerçekleştirilememiştir. İşte Büyük Önderin gerçekleştirmeyi çok arzu ettiği ancak hayata geçemeyen Karadeniz Projesi 81 yıl sonra Bluexpo ismi ile hayata geçecek ve böylece bir vasiyet yerine gelmiş olacaktı. Bu motivasyonla Türkiye adına 81 yıl sonra Yüzen fuar projesine yeniden hayat verip yolumuza kaldığımız yerden devam etme imkanını yakalamış olduk.

2- İlk Bluexpo projesinin başarısı gelecek projelerin gerçekleşmesini sağlayacak, başarısız bir proje ise devam projelerinin hayata geçmesini engelleyecekti. Bu sebeple henüz tecrübe edilememiş bir projenin ilk uygulamasının daha az risklerle dolu olan ülkelerde tercih edilmesi olası problemlere müdahale anlamında büyük kolaylıklar sağlayacaktı. Karadeniz ülkelerinin coğrafi yakınlıkları dolayısıyla seyahat sürelerinin kısa olması, ülkelerle olan yakın diyalog, partner kurumlarla geçmişe dayanan sağlam ilişkiler ilk projenin Karadeniz Havzasında daha rahat uygulanabileceği sonuçlarını oluşturmuştur.

3- Yurt dışında Türkiye adına gerçekleştirilen tüm projeleri Dış Ticaret Müsteşarlığının (DTM) onay ve kontrolüne tabidir. Dolayısıyla ortaya koyulacak tüm yurt dışı projelerinin DTM'nin hedef ve stratejilerine uygun olması öncelikli şartlardandır. Aksi taktirde DTM onayı alınamaz ve proje hayata geçirilemez. DTM'nin ortaya koyduğu en büyük ihracat stratejilerinden biri komşu ülkeler stratejisi olup, bu strateji kapsamında komşu ülkelerle olan ihracatın gelişimine yönelik fuar organizasyonlarına ağırlık verilmesi alınana ana kararlardan biridir.

Dolayısıyla ilk Bluexpo projesinin Karadeniz Havzasında gerçekleştirilmesi kararı ile Dış Ticaret Müsteşarlığının komşu ülkeler stratejisi de desteklenmiş oldu.

3.2. Bluexpo Karadeniz programı

Kalkış Limanı	Varış Limanı	Mesafe (denizmili)	Seyir süresi (sa)
İstanbul	Varna	162	10,5
Varna	Köstence	76	4,9
Köstence	Odesa	173	11,2
Odesa	Yalta	210	13,5
Yalta	Soçi	246	15,9
Soçi	Batum	140	9,0
Batum	Trabzon	95	6,1
Trabzon	İstanbul	524	33,8
Toplam:		1626	104,9

Tablo 2; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Karadeniz mesafe ve seyir süresi

Bluexpo Karadeniz projesinde 6 ülkenin 8 liman kenti 15 günlük süre içinde ziyaret edilmiş, toplam 1626 deniz mili mesafe 105 saatlik seyir süresi ile alınmıştır.



Görsel 13; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Karadeniz projesinin rotasını gösteren harita

2 Haziran 2007 günü İstanbul Sarayburnu'nda gerçekleştirilen açılış sonrası yola çıkan Bluexpo gemisi gece seyahat gündüz sergi sistemi ile zaman kaybı olmaksızın 16 Haziran 2007 günü Trabzon limanında programını tamamlamıştır.

İstanbul / 2 Haziran	Varna / 4 Haziran	Köstence / 6 Haziran	Odesa / 8 Haziran
13.00: Açılış etkinliklerinin başlangıcı 14.00: Resmi Açılış ve fuar ziyaretinin başlangıcı 16.00: Açılış kokteyli 18.00: Fuar ziyaretinin sona ermesi	07.00: Varna limanına giriş 08.00: Kahvaltı 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Bulgaristan dış ticaret toplantısı 19.30: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Akşam yemeği 21.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)	01.00: Köstence limanına giriş 08.00: Kahvaltı 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Romanya dış ticaret toplantısı 19.30: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Akşam yemeği 21.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)	07.00: Odesa limanına giriş 08.00: Kahvaltı 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Ukrayna dış ticaret toplantısı 19.30: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Akşam yemeği 21.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)
İstanbul / 3 Haziran	Varna / 5 Haziran	Köstence / 7 Haziran	Odesa / 9 Haziran
10.00: Gümrük işlemlerinin tamamlanması 13.00: Yolcu girişinin başlangıcı 18.00: Yolcu girişinin sona ermesi 19.00: Varna limanına hareket 20.30: Akşam yemeği 22.00: Bulgaristan bilgilendirme toplantısı.	07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Limandan hareket 20.30: Akşam yemeği 22.00: Romanya bilgilendirme toplantısı 22.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı	07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Limandan hareket 20.30: Akşam yemeği 22.00: Ukrayna bilgilendirme toplantısı 22.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı	07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Limandan hareket 20.30: Akşam yemeği 22.00: Kırım bilgilendirme toplantısı 22.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı

Tablo 3; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Karadeniz projesi İstanbul, Varna, Köstence ve Odesa programı

Yalta / 10 Haziran	Soçi / 12 Haziran	Batum / 14 Haziran	Trabzon / 16 Haziran
08.00: Kahvaltı 09.30: Yalta limanına giriş 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Kırım dış ticaret toplantısı 19.30: Fuarın ziyarete kapanması 21.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)	08.00: Kahvaltı 09.00: Soçi limanına giriş 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Rusya dış ticaret toplantısı 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.00: Akşam yemeği 20.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)	05.00: Batum limanına giriş 08.00: Kahvaltı 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 15.30: Türkiye-Rusya dış ticaret toplantısı 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.00: Akşam yemeği 20.30: Dostluk Gecesi (Türkiye tanıtımı ve eğlence)	02.00: Trabzon limanına giriş 08.00: Kahvaltı 09.30: Stand hazırlık çalışmaları 12.00: Öğle yemeği 13.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 14.00: Resmi açılış töreni 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 20.00: Kapanış yemeği 24.00: İstanbul'a hareket
Yalta / 11 Haziran	Soçi / 13 Haziran	Batum / 15 Haziran	Karadeniz / 17 Haziran
07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 16.00: Fuarın ziyarete kapanması 16.30: Limandan hareket 20.30: Akşam yemeği 22.00: Rusya bilgilendirme toplantısı 22.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı	07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Limandan hareket 19.30: Akşam yemeği 21.00: Gürcistan bilgilendirme toplantısı 21.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı	07.00: Kahvaltı 10.00: Fuar ziyaretinin başlangıcı 12.00: Öğle yemeği 19.00: Fuarın ziyarete kapanması 19.30: Limandan hareket 19.30: Akşam yemeği 21.00: Akşam eğlencesinin başlangıcı	08.00: Kahvaltı 12.00: Öğle Yemeği 20.30: Akşam Yemeği 22.00: Akşam Eğlencesi İstanbul / 18 Haziran 11.00: İstanbul limanına giriş

Tablo 4; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Karadeniz projesi Yalta, Soçi, Batum ve Trabzon programı

Karadeniz projesinde gemi altyapı hizmetlerinin başlangıcını oluşturan saatten İstanbul'a ulaşılarak sökülme işlemlerinin tamamlanacağı saate kadar her gün ve her saat önceden planlanmış, hata payları hesaba katılarak bir program hazırlanmıştır. Fizibilite çalışmaları esnasında ortaya koyulan bu programa organizasyon süresince sadık kalınarak projenin planlandığı gibi tamamlanması sağlanmıştır.

3.3. Seçilen gemi ve özellikleri

Bluexpo organizasyonunun ilk uygulaması olan Karadeniz projesi Türkiye'nin sosyal, kültürel ve ekonomik değerlerini tanıtmak üzere yola çıkmıştır. Bir ülkenin neredeyse tüm değerlerinin tanıtıldığı böyle bir organizasyonda yine o ülkenin bayrağının dalgalandığı bir gemi kullanmak, oluşturulmak istenen yüksek imaj açısından büyük önem taşımaktaydı. O sebeple Bluexpo Karadeniz projesinde kullanılmak üzere tüm Türk bayraklı feribotlar araştırılmış ve 2006 yılı öncesi Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğüne ait olan Samsun gemisinin kullanılmasına karar verilmiştir. Samsun gemisi Denizcilik sektöründe faaliyet gösteren önemli kuruluşların iştiraki ile oluşturulan Denizline firması tarafından 2006 yılında özelleştirilmiş ve yaklaşık 15 milyon dolar bir bütçe ile renovasyonu gerçekleştirilerek Türkiye'nin sahip olduğu en konforlu feribot haline getirilmiştir.

SAMSUN TEKNİK BİLGİLER			
Yapım Yılı	1985	Havuz	1
Renovasyon Yılı	2006	Kamara Tipleri	Suite, French Bed, Standard
Gross Ton	10870	Restaurant	1
Uzunluk (m)	127,59	Bar	2
Genişlik (m)	19,41	Cafe	1
Kamara	137	Disco	1
Yolcu (Max)	564	Çocuk Kulübü	1
Max. Hız (knot)	20,5	Fitness Center	1
Voltaj	220	Kuaför*	1
Yolcu Güvertesi	4	Toplantı Ekipmanı	Mikrofon, Projektör, Perde, Tepegöz, TV
Asansör	2		

*Kuaför sadece cruise seferlerinde hizmet vermektedir.

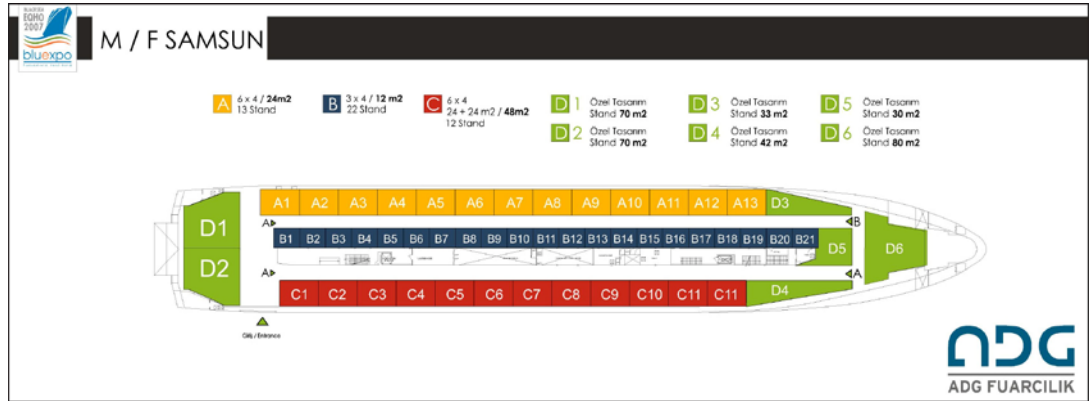


Tablo 5; Denizline arşivlerinden elde edilen Samsun gemi özellikleri ve resepsiyon görüntüsü



Görsel 14; ADG arşivlerinden elde edilen Samsun gemisi görüntüsü

3.4. Alt yapı hizmetleri



Görsel 15; ADG arşivlerinden elde edilen Blueexpo Karadeniz projesi stand yerleşim planı

Blueexpo Karadeniz projesinde kullanılacak Samsun gemisinin garaj bölümünde 1150 m² lik net sergi alanı, güverte bölümünde ise 250 m² lik açık sergi alanı bulunmaktadır. Açık sergi alanında sergileme yapacak olan firmalar kendi özgün sergi malzemelerini kullanacak olup, garaj bölümünde ise görsellikte mekan bütünlüğünü sağlamak adına bireysel stant kurulumuna müsaade edilmemiştir. Oluşturulmak istenen görsel etkiyi sağlamak için özel bir stant tasarlanmış olup, projenin bir gemide gerçekleşeceği bilinci ile gerekli güvenlik tedbirleri de alınmıştır. Standart stanttan farklı olarak stant girişlerine pleksi ile aydınlatılmış kolonlar, yüksek arka panel, uzay konstrüksiyon çatı ve firma isminin yazılı olduğu özel dokuma halılar kullanılmıştır. Tüm renkler Deniz konseptine uygun olarak beyaz ve mavi tonlarda seçilmiştir. Gemi zemininde bulunan kot farklılıklarını çözmek için tüm zemin özel ahşap malzemesi ile kaplanmıştır. Tüm stantlar güçlü

projektörlerle aydınlatılmış, özel imal ettirilen masa sandalye koyulmuş ve tüm ekstra malzeme genel dekorasyona uyumlu olacak şekilde özel olarak seçilmiştir. İnfö ve kayıt bankoları sergi alanının uygun mekânlarına yerleştirilmiş, katılımcı firmaların ürün yerleştirme ve genel stant içi dizaynları için özel mimari destek verilmiştir. Genel düzeni bozacak girişimlere müsaade edilmeyerek arzu edilen görsel imaj oluşturulmuştur.



Görsel 16; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen fuar görüntüleri



Görsel 17; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen fuar görüntüleri

3.5. Tanıtım faaliyetleri

Bluexpo Karadeniz projesi kapsamında tanıtım faaliyetleri katılımcı temini ve ziyaretçi temini sağlamak adına iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcı firma teminine yönelik Türkiye genelinde, ziyaretçiye yönelik ise yurt dışında tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmüştür. Bu kapsamda yurt içinde ulusal TV ve gazeteler aracılığı ile reklâm kampanyaları yürütülmüş, ulusal tv, gazete, dergi ve radyolarda haber çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Yurt dışında ise açık hava reklâmcılığı, tv, radyo, gazete, dergi reklâmları ile basın toplantıları aracılığı ile haber çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Yürütülen çalışmalar neticesinde hem yurt içinde hem de yurt dışında projeye büyük ilgi olduğu görülmüş ve hedeflenen tanıtımın gerçekleştirildiği kanaatine varılmıştır.

VATAN 2007
8 Eylül 2007 CUMARTESİ EKONOMİ VATAN

Atatürk'ten esinlenen Türkiye'nin ilk yüzen fuarı yola çıkıyor

Dünya genç Türkiye'yi tanısm dedi Karadeniz 86 günde 16 limanı gezecek

Atatürk'ün vatanıyla 1924'de Anadolu'da 12 limanda düzenlenecek olan bu fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak. AKG Fuarcılık firması tarafından düzenlenen fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak. Fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak. Fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak.



1924
Atatürk'ün vatanıyla 1924'de Anadolu'da 12 limanda düzenlenecek olan bu fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak.

2007
Fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak. Fuarın ilk durağı Trabzon'da olacak.

DTM yüzde 60 artış veriyor
DTM'nin bu yılki gelirleri geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 60 artmıştır.

skylife
HABER NEWS

CITYSCOPE

Fürcük Atatürk'ün ruhani fuarı
Following Atatürk's lead... the 'floating fair'



The 'floating fair' is a project organized and implemented by Skylife in the early years of the Republic in the process of developing Turkey's economy and promoting Turkey's products around the world. It was first held in 1924 with 100 companies and a group of 100 people that sailed 90 days, visiting 16 ports in 12 European countries. It presented a total number of 100 products.

Skylife is proud to be able to bring back the 'floating fair' project in 2007 under the name Skylife. It will consist of 1000 companies of national origin and a 1000 people team representing Turkey. The Skylife will make the trip in about 2-3 months. It will be the largest project of the Republic's economy. It will be the largest project of the Republic's economy. It will be the largest project of the Republic's economy.



Cumhuriyet

Bulgaristan, Romanya, Ukrayna, Rusya ve Gürcistan'dan sonra Türkiye'ye döndü

Yüzen fuara gemi yetmedi

► 15 bin kişinin ziyaret ettiği Blueexpo, Samsun Gemisi'nin yetmemesi nedeniyle kasımda gideceği Kuzey Afrika'ya çift gemiyle yol alacak.

MURAT GÜLDEREN

TRABZON - Türkiye'nin tanıtımı ve ikili ilişkilerin gelişmesi amacıyla gerçekleştirilen Blueexpo Yüzen Fuarı, Bulgaristan'ın Varna, Romanya'nın Köstence, Ukrayna'nın Odessa ile Yalta, Rusya'nın Soçi ve Gürcistan'ın Batum limanlarından sonra Trabzon'da demir attı. ADG Fuarcılık Genel Müdürü Hakan Yüzen Fuar ile amaçlarına ulaştıklarını kaydederek "Gittiğimiz ülkelerde işadamları hem ihracat bağlantıları hem de pazar araştırmaları yaptılar. Yüzen Fuar dünyaya örnek olacak zeki bir projeydi. İkinci yıl önder Atatürk yapmıştı. Gemi fuarının en büyük avantajı gittiğimiz ülkelerde gümrük ve konaklama gibi sorun yaşamıyoruz. Çünkü tüm olanaklar gemide mevcut."

Fuarda 71 şirket yer aldı

Türizm, yapı ve gıda sektörlerinin yer aldığı ve toplam 71 farklı firmasının bulunduğu fuarda Öziryakı'dan İnoksan'a, Doka'dan ABC teksiye kadar sektörün önde gelen temsilcileri yer aldı. ADG olarak üç yılda yüzde 100 büyütüklerini anlatan Adigüzel, 2006'da 10 milyon Avro ciro sağladıklarını belirtti. Yüzde 60'ı devlet teşvikiyle ödenen standların metrekaresi 250 Avro.




Basın Görsel 2; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Blueexpo Karadeniz projesi tanıtım çalışmaları

3.6. Etkinlikler

Projenin İstanbul'da gerçekleştirilen açılış töreninden, Trabzon'da gerçekleştirilen kapanış etkinliklerine kadar her ülkede özel etkinlikler hazırlanmış ve başarı ile icra edilmiştir. Bluexpo Karadeniz projesi 2 Haziran 2007 Cumartesi günü İstanbul Sarayburnun'da gerçekleştirilen görkemli bir açılış ile çıkış almıştır. Bu açılışa Dış Ticaretten sorumlu Devlet Bakanı Kürşad Tüzmen, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Oğuz Yalçın, İstanbul Ticaret Odası Başkanı Murat Yalçın başta olmak üzere birçok bürokrat ve iş adamı katılmıştır. Açılış etkinlikleri kapsamında Anadolu ateşi gösterisi, 1926 yılında gerçekleştirilen projenin fotoğraf sergisi, Bluexpo tanıtım filminin gösterimi gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında gidilen ülkelere liman kentinin en büyük gösteri mekanlarında, Türkiye tanıtım filmi gösterilmiş, Anadolu Ateşi gösterisi icra edilmiş ve gidilen ülkenin de halkoyunları gösterilerinin icra edilmesi ile kültür paylaşımı ve dostluk ilişkilerinin güçlendirilmesi sağlanmıştır. Gemi güvertesinde düzenlenen kokteyl ve Türk sanat müziği konseri ile katılımcı iş adamları ile ziyaretçi iş adamlarının daha sıcak bir iletişim kurmaları sağlanmıştır.



Görsel 18;ADG Fuarcılık arşivlerinden temin edilen Bluexpo Karadeniz projesi Türkiye açılış görüntüsü



Görsel 19; ADG Fuarçılık arşivlerinden temin edilen Bluexpo Karadeniz projesi Türkiye açılış görüntüsü



Görsel 20; ADG Fuarçılık arşivlerinden temin edilen Bluexpo Karadeniz projesi yurt dışı etkinliklerinden görüntü

3.7. Katılımcı istatistikleri

Bluexpo projesi kapsamında gidilecek ülkelerin ve liman kentlerinin ticari öncelikleri ve potansiyellerine göre sektör tercihi yapılmakta ve katılımcı profili belirlenen sektöre bağlı olarak hazırlanmaktadır. Karadeniz’de gidilecek ülkelerin liman kentleri araştırıldığında ortak özelliklerinin turizm kentleri oldukları tespit edilmiş dolayısıyla ilk Buexpo projesinin Turizm Endüstrisi sektörü ile gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Türkiye’nin turizm potansiyeline bağlı olarak tecrübe sahibi olduğumuz ve dünya ile rekabet edebilecek güçte olduğumuz Turizm Endüstrisi sektörü Bluexpo Karadeniz projesine büyük ilgi göstermiş ve stant satışları hedeflendiği süre içerisinde tamamlanmıştır. Fuara Mutfak ve Catering donanımları, Çamaşırhane, Temizlik ve bakım ekipmanları, oda ve banyo ekipmanları, mobilya ve dekorasyon ürünleri, plaj ve bahçe mobilyaları, halı yer ve duvar kaplamaları, tekstil ürünleri, tv ve görüntü sistemleri, elektrik ve elektronik ürünler, havuz ve sauna donanımları yön levhaları, işaret panoları ve yapı ürünleri sektörlerinde faaliyet gösteren 71 firma katılmıştır.

3.8. Ziyaretçi istatistikleri

Bluexpo Karadeniz projesinin katılımcı profiline bağlı olarak bir ziyaretçi profili oluşturulmuş ve ülke genelinden hedeflenen iş adamları fuara davet edilmiştir. Özellikle uzak noktalardan fuara katılımı sağlamak için ulaşım hizmetleri verilmiş ve iş adamları konuk olarak maliyetleri organizasyon tarafından karşılanarak ağırlanmıştır. Genel olarak farklı bir projenin oluşturduğu merak ve ilgi hedeflenen ziyaretçi sayısına ulaşılmasında ana etken olmuştur.

ZİYARETÇİ PROFİLİ

Sektör Firmaları

İthalatçı ve toptancılar

Sektörel Birlik ve Dernek yöneticileri

Turizm yatırımcıları

Otel Birlikleri

Otel, Motel, Restoran, Tatil Köyü, Bar işletmeciliği

Gıda Sektörü, Gıda firmaları

Belediyeler ve Resmi Kuruluşlar yöneticileri, satın alma yöneticileri.

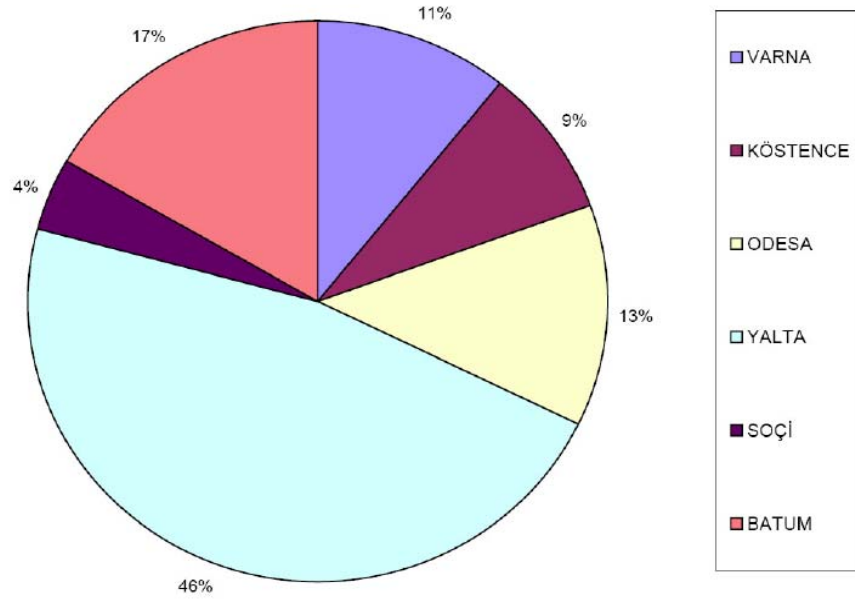
Üniversite, yüksek okul, yurtlar yöneticileri

Hastane, sağlık merkezi satın alma yöneticileri

Yapı-İnşaat Sektör firmaları, müteahhitler

Mimar ve dekoratörler
 Aquapark, Lunapark, Spor tesisleri yöneticileri
 Temizlik firmaları, çamaşırhaneler
 Yemek fabrikaları yöneticileri
 Ticaret ve Sanayi Odaları Yöneticileri

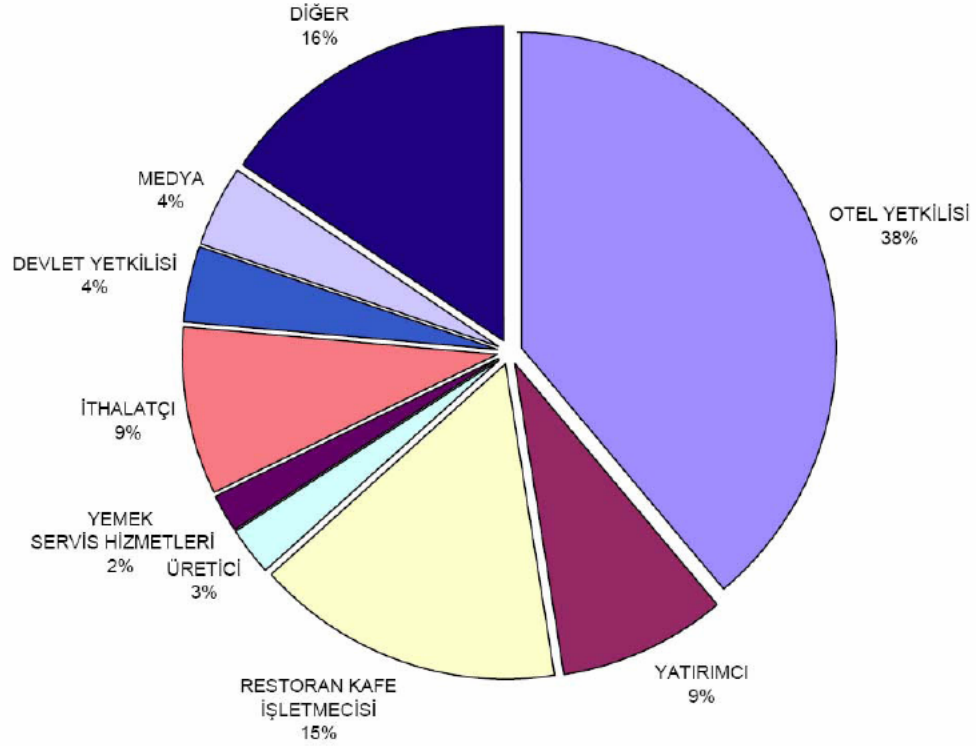
Toplam 14.977 ziyaretçi



Grafik 1; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Karadeniz projesi ülkelere göre ziyaretçi dağılım grafiği

Grafik 1’de görüldüğü üzere toplam 14.977 ziyaretçinin % 46 sı Yalta limanında gemiye girmiştir. Ziyaretçi sayısı olarak en yüksek sayıya Yalta’da ulaşılmış olunmasına rağmen gelen ziyaretçinin profesyonel iş adamlarından ziyade bölge halkı oluşu arzu edilen iş bağlantılarının gerçekleşmesini olumsuz etkilemiştir.

İş alanlarına göre sektörel ziyaretçiler



Grafik 2; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluezpo Karadeniz projesi iş alanlarına göre ziyaretçi dağılım grafiği

Grafik 2 de görüldüğü üzere Bluezpo Karadeniz projesi katılımcı profiline bağlı olarak en yoğun ziyaretçi otel, restoran işletmecileri ve ithalatçılar tarafından oluşmuştur.

Turizm hizmetleri

Bluezpo projesi kapsamında katılımcı firma temsilcileri başarılı bir fuar organizasyonu yaşamış olmanın yanında aynı zamanda yüksek standartlarda bir cruise hizmeti de almaktadırlar. Özellikle Türk bayraklı gemiler içerisinde en yüksek standardı sunan Samsun gemisi konaklama hizmetinin verildiği kabinleri, restoran ve barları, güverte kafeteryası, havuzu, toplantı ve sinema odaları, spor salonu, oyun salonu ve çocuk odası ile lüks bir otelden beklenecek hizmeti karşılamaktadır. Katılımcı firma temsilcileri sabah erkenden Türk yemeklerinin yer aldığı restoranda kahvaltılarını yapmakta, ardından geminin sergi bölümüne inerek ticari faaliyetlerini yürütmekte, öğle ve akşam yemeklerini yine açık büfe restoranda almaktadır. Akşam ise günün yorgunluğunu, barda müzik dinleyerek, sinema salonunda film izleyerek veya güvertede kitap okuyarak atmak mümkündür. Özellikle bir ülkeden diğerine

seyahat ederken sonsuz maviliğin zihinlerde ve bedende oluşturduğu pozitif duyguyu Bluexpo'nun en büyük kazanımlarından biri olarak görmek mümkündür. Bluexpo Karadeniz projesi katılımcılarına Karadeniz'in tüm doğa güzelliklerini görmeyi ve yunuslar eşliğinde bir seyahat etme imkanı tanımıştır.

Görsel-21 ile Görsel-26 arasındaki fotoğraflar geminin konaklama ve turistik mekanlarını göstermektedir.



Görsel 21; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler



Görsel 22; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler



Görsel 23; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler



Görsel 24; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler



Görsel 25; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler



Görsel 26; Denizline firmasından elde edilen gemi içi görüntüler

3.10. Genel Değerlendirme

Bluexpo Karadeniz, 81 yıl sonra Türkiye adına tekrar hayata geçen yüzen fuar projesinin ilk uygulamasıydı. İyi bir hazırlık sürecinin ortaya koyulmuş olmasına rağmen pratik uygulamasının henüz gerçekleşmemiş olması farklı bir heyecanın yaşanmasına sebep olmaktaydı. Akıllardaki en büyük soru alt yapı hizmetlerinde deniz şartları sebebi ile bir sorun yaşanıp yaşanmayacağı ve liman prosedürlerinde bir aksamanın olup olmayacağına yönelikti. Ancak proje sürecinde görülmüştür ki

ortaya koyulan titiz çalışmalar hiçbir aksaklığın yaşanmasına müsaade etmemiş ve projenin hedeflenen başarıya ulaşmasını sağlamıştır.

Altyapı hizmetlerinde fırtına ile karşılaşmış olunmasına rağmen hiçbir sorun yaşanmamış, stantlar ve ürünler gemiye yerleştirildikleri gibi geri dönmüştür. Sergi alanının genel düzen ve dekorasyonu katılımcı ve ziyaretçileri etkilemiş, iyi bir imaj oluşturulmasını sağlamıştır. Katılımcı firma temsilcileri konforlu seyahatten oldukça memnun kalmış, iş ve tatil imkanını bir arada yakalamışlardır.

Limanlara giriş ve ziyaretçi ulaşımında genel olarak hedeflere uygun hareket edilmiş, sadece Rusya'nın Soçi kentinde ziyaretçilerin kontrollü bir şekilde gemiye alınmaları sebebi ile ziyaretçi sayısında bu limana özgü bir düşüş yaşanmıştır.

Düzenlenen etkinliklerde Türkiye tanıtım filmi ve Anadolu Ateşi gösterisi binlerce kişi tarafından izlenmiş ve gösteri sonunda ayakta alkışlanmıştır. Bluexpo Karadeniz organizasyonu süresince gerçekleştirilen tanıtım kampanyaları, etkinlikler, projenin ve geminin oluşturduğu etki Türkiye imajının gidilen ülkelerde güçlenmesini sağlamıştır. Ancak ulaşılan liman kentlerinin ticari merkez olmaması ve ülke genelindeki güçlü iş adamlarının coğrafi uzaklıklar sebebi ile projeye arzu edilen katılımı göstermemeleri oluşan ticari bağlantıların sınırlı kalmasını sağlamıştır. Katılımcı memnuniyetinin verilen hizmetin kalitesi ve tarihi bir organizasyonda yer almış olmanın keyfi ile yüksek olduğu Bluexpo Karadeniz projesinde ticari hedeflere beklenen seviyede ulaşamamış olması yeni projelerin çok daha dikkatli hazırlanması gerekliliğini oluşturmuş ve sonraki projelerde tatmin edici ticari neticelerin elde edilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi kararlaştırılmıştır.

Üçüncü bölümde yüzen fuar projelerinin en önemli organizasyonlarından olan Bluexpo Karadeniz projesinde ilk rotanın Karadeniz havzasında belirlenme sebebi irdelenmiş, uygulanan program detayları sunulmuş, Türk bayraklı gemiler içerisinde en konforlu gemi olduğu için seçilen Samsun gemisinin özellikleri belirtilmiştir. Ayrıca alt yapı hizmetleri, tanıtım çalışmaları, proje süresince düzenlenen etkinlikler, katılımcı ve ziyaretçi istatistikleri ve turizm hizmetleri sayısal sonuçları ile ifade edilmiştir.

4. BLUEXPO KUZEY AFRIKA PROJESİ

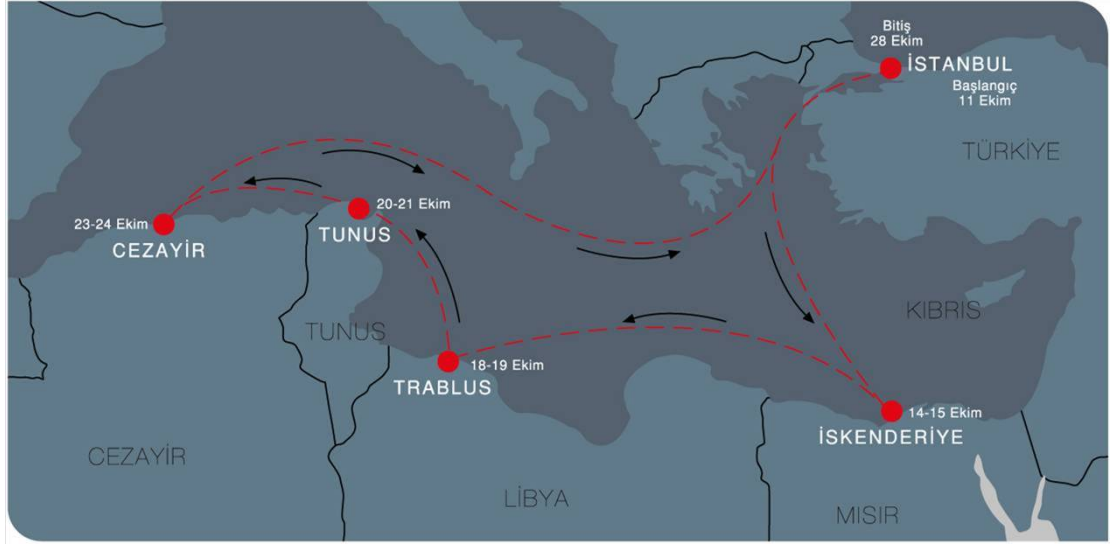
4.1. Kuzey Afrika ülkelerinin önemi

Bluexpo projesinin ilk organizasyonu olan Bluexpo Karadeniz projesi sonrasında ticari hedeflere istenen düzeyde ulaşamaması ikinci projenin önemini daha da arttırmıştır. İlk projede en büyük eksiklik gidilen liman kentlerinin ilgili ülkelerin ticaret merkezi konumunda olmamaları ve ticaret merkezlerine olan coğrafi uzaklıklarıydı. Bu kapsamda Kuzey Afrika ülkeleri incelendiğinde Mısır'ın İskenderiye kenti ülkenin en önemli iki ticaret kentinden biri, 6 milyon nüfusa sahip, sanayi ve ticaret merkezi konumunda bir kent olduğu görülmektedir. Libya'nın Trablus kenti, Tunus'un Tunus kenti, Cezayir'in ise Cezayir kenti ülkelerinin hem başkentleri hem de ticaret merkezleri olduğu tespit edilmiştir. Gidilen kentlerin belirtilen özellikleri sebebi ile projeye profesyonel iş adamlarının ziyaretini sağlamak ve ticari hedeflere ulaşmak mümkün olacaktır.

Kuzey Afrika'nın hedeflenen 4 ülkesinin yeraltı zenginliklerine bağlı olarak artan alım güçleri tüm gelişmiş ülkeler için hedef pazar olarak görülmelerinde etkili olmuştur. Mısır, Libya, Tunus ve Cezayir yaklaşık 130 milyon nüfusa sahip, 800 milyar dolar seviyesinde gayri safi milli hasıla toplamına sahip, 65 milyar varillik petrol rezervi olan, yaklaşık 100 milyar dolar yıllık ithalat potansiyeli olan ülkelerdir. Özellikle hazine kaynaklarının yatırıma imkan tanınması hızlı bir yapılanma ve üretim sürecini başlatmıştır. 8 milyon seviyesindeki konut ihtiyacı Türkiye'nin başarılı yapı firmalarının, sanayileşme konusundaki yatırımlar ise Türkiye'nin makine sanayinde faaliyet gösteren firmalarının ilgisini Kuzey Afrika ülkelerine çevirmiştir. Bu kapsamda Bluexpo Kuzey Afrika projesinin Yapı ve Makine sektörlerinde olmak üzere iki gemi ile gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır.

4.2. Bluexpo Kuzey Afrika programı

Bluexpo Kuzey Afrika projesi kapsamında alt yapı çalışmalarına 9 Ekim 2008 tarihinde başlanmış ve proje 29 Ekim 2009 tarihinde sonlandırılmıştır. İlk sergi 14 Ekim 2008 tarihinde Mısırın İskenderiye kentinde başlamış ve 25 Ekim 2008 tarihinde Cezayir'in Cezayir kentinde son bulmuştur. Her limanda 2 gün kalınmış ve ilk projede olduğu gibi seyahatler gece, sergilemeler ise gündüz gerçekleştirilmiştir. Karadeniz projesinden farklı olarak Mısır Libya arasında ve Tunus Cezayir arasında mesafenin fazla oluşundan dolayı gündüz seyahatlerin yapılması zorunlu olmuştur.



Görsel 27; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Blueexpo Kuzey Afrika projesi rotasını gösteren harita

Toplam 3651 deniz mili yol, 242 saatlik seyir süresi ile alınmıştır.

İSKENDERİYE – MİSİR FUAR PROGRAMI

14 Ekim 2008 İskenderiye/Mısır

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 16.00 Resmi Açılış Töreni

Saat: 20.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

15 Ekim 2008 İskenderiye/Mısır

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 20.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

TRABLUS - LİBYA FUAR PROGRAMI

18 Ekim 2008 Trablus/Libya

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 16.00 Resmi Açılış Töreni

Konuşmacılar

Açılış Konuşması ADG Fuarçılık Genel Müdürü Sayın Hakan Adıgüzel

Libya Ulaştırma Bakanı Sayın Dr. Mohamed A. Elmabruk

Türkiye Ulaştırma Bakanı Sayın Binalı Yıldırım

Saat: 22.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

19 Ekim 2008 Trablus/Libya

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 16.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

TUNUS – TUNUS FUAR PROGRAMI

20 Ekim 2008 Tunus/Tunus

Saat: 14.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 16.00 Resmi Açılış Töreni

Konuşmacılar

Açılış Konuşması ADG Fuarçılık Genel Müdürü Sayın Hakan Adıgüzel

Tunus Türk Büyükelçisi Sayın Hüseyin Naci Akıncı

Esnaf Ve Ticaret Bakanlığı Yurtdışı Ticaretten Sorumlu Kurum Sekreteri

Sayın Mamoghli Chokri

İthalat Genel Müdürü Sayın Ahmet Yakıcı

17.00 Resmi Şilt Töreni

Saat: 21.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

21 Ekim 2008 Tunus/Tunus

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 20.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

CEZAYİR – CEZAYİR FUAR PROGRAMI

23 Ekim 2008 Cezayir/Cezayir

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 16.00 Resmi Açılış Töreni

Konuşmacılar

Açılış Konuşması ADG Fuarçılık Genel Müdürü Sayın Hakan Adıgüzel

İhracat Genel Müdürü Sayın Ali Boğa

Cezayir Türk Büyükelçisi Sayın Ahmet Necati Bigalı

Cezayir Ticaret Bakanı Sayın Djaboub Elhachemi

Saat: 17.00 Resmi Şilt Töreni

Saat: 20.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

24 Ekim 2008 Cezayir/Cezayir

Saat: 10.00 Fuar Ziyaretinin Başlangıcı

Saat: 20.00 Fuarın Ziyarete Kapanması

Saat: 23.00 Limandan Hareket

4.3. Seçilen gemi ve özellikleri

Bluexpo Kuzey Afrika projesinde Bluexpo Karadeniz projesinde olduğu gibi Denizline firması ile çalışılmış, ancak oluşan yoğun talep sebebi ile sadece Samsun gemisi değil onun yanında Ankara gemisi de kullanılmıştır.



Görsel 28; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Samsun ve Ankara gemilerinin hareket anındaki görüntüleri

Ankara gemisi Samsun gemisinin ikiz gemisi olup, 1985 yılında yapılmıştır. Renovasyonu 2006 yılında gerçekleşen gemi 136 kamaraya sahip olup, saatte 18.5 knot sürat yapmaktadır. Proje süresince iki gemi ile birlikte hareket edilmesi programa sadık kalınması yönüyle sıkıntılar oluştursa da ayrı iki sektörün ayrı iki gemide yer alması ve iki gemi ile geliniyor olmasının oluşturduğu pozitif imaj verilen kararın doğru olduğunu tescil etmiştir.

4.4. Alt yapı hizmetleri

Bluexpo Kuzey Afrika projesi Karadeniz projesinden farklı olarak 2 gemide düzenlendiği için garaj bölümünde net 2300 m2 sergi alanı oluşmuştur. Ayrıca Ankara gemisinin güverte bölümünde 250 m2 açık sergi alanı oluşturulmuştur. Samsun gemisinin güverte bölümünde ise açılış etkinliklerini gerçekleştirilmek üzere açılış platformu ve kokteyl mekanı oluşturulmuştur. Kuzey Afrika projesinde Karadeniz projesinde uygulanan alt yapı hizmetleri verilmiş olup, bu hizmetlere ilave olarak ulaşım mesafesi ve sergi malzemelerindeki farklılıklar düşünülerek ürünlerin

seyahat süresince güvenlik problemi yaşamamaları amacı ile ilave önlemler alınmıştır. Özellikle makine gemisindeki büyük hacimli sergi ürünleri özel halatlarla sabitlenerek beklemedik hava şartlarına karşı gerekli önlemler alınmıştır. Seyyar danışma ve kayıt bankoları ile liman girişlerinde özel mekanlar oluşturularak ziyaretçi kayıt işlemleri gerçekleştirilmiş ve ziyaretçilere yaka kartları teslim edilmiştir. Gemilerin sergi alanı ve otel girişlerine turnike sistemi kurularak gemi içi ve dışındaki kişilerin anlık takibi sağlanmıştır.



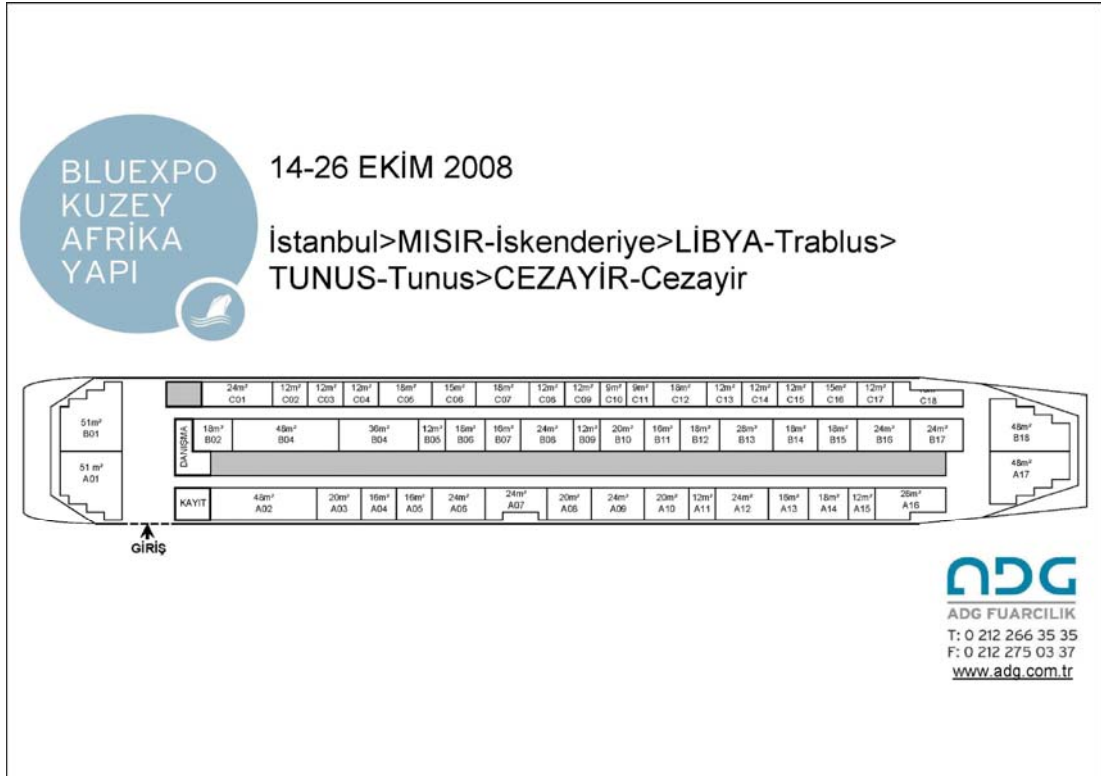
Görsel 29; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüleri



Görsel 30; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüleri



Görsel 31; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüleri



Görsel 32; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Kuzey Afrika projesi yerleşim planı

4.5. Tanıtım faaliyetleri

Bluexpo Kuzey Afrika projesinde tanıtım faaliyetleri katılımcı temini ve ziyaretçi temini sağlamak adına iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcı firma teminine yönelik Türkiye genelinde, ziyaretçiye yönelik ise Türkiye dışında tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmüştür. Bu kapsamda Türkiye’de ulusal TV ve gazeteler aracılığı ile reklâm kampanyaları yürütülmüş, ulusal tv, gazete, dergi ve radyolarda haber çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Türkiye dışında ise açık hava reklâmcılığı, tv, radyo, gazete, dergi reklâmları ile basın toplantıları aracılığı ile haber çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Karadeniz projesinden farklı olarak daha büyük bir bütçe ile tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiş olup, yapılan ulusal tanıtımlarla hedef ülkelerde ziyaretçi çalışmaları kapsamında iletişime geçilen iş adamlarının fuara ilgisinin artması sağlanmıştır. Özellikle her ülkede büyükelçilerimiz tarafından fuar öncesi düzenlenen basın toplantıları fuara olan merakı ve ilgiyi arttırmıştır. Bluexpo Kuzey Afrika projesinde yüksek bütçe ile gerçekleştirilen tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetleri amacına ulaşmış ve hedeflenen ziyaretçi sayısının oluşmasında etkili olmuştur.

LIBYA / BILBOARD



Basın Görşel 4; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi tanıtım çalışmaları

MISIR / AL - AHRAM

MISIRDA OKUNAN EN BÜYÜK TRAJA SAHİP GAZETE (1.700.000)



MISIR / AL - AKBAR

MISIRDA OKUNAN EN BÜYÜK 2 TRAJA SAHİP GAZETE (1.000.000)
900.000 Adet Insert Dağıtımı

Advertisement for BLUEXPO in Alexandria, October 14-15, 2008. The ad features a map of the Mediterranean Sea, a large cruise ship, and a registration form. The form includes fields for name, company, and contact information, and a table for listing exhibitors.

Adisyon No	Adisyon Adı	Adisyon İçeriği
1	Adisyon 1	Adisyon İçeriği
2	Adisyon 2	Adisyon İçeriği
3	Adisyon 3	Adisyon İçeriği
4	Adisyon 4	Adisyon İçeriği
5	Adisyon 5	Adisyon İçeriği
6	Adisyon 6	Adisyon İçeriği
7	Adisyon 7	Adisyon İçeriği
8	Adisyon 8	Adisyon İçeriği
9	Adisyon 9	Adisyon İçeriği
10	Adisyon 10	Adisyon İçeriği

TUNUS / LAPRESSE

TUNUS'DA OKUNAN EN BÜYÜK 1. TRAJA SAHİP GAZETE

FOIRE FLOTTANTE BLUEXPO
TURQUIE - AFRIQUE DU NORD
 Salari spécifique aux équipements de construction et machines turcs

TUNIS 20-21 OCTOBRE 2008
 Heures de visite: 1^{er} jour: 14.00 - 21.00 2^{ème} jour: 10.00 - 20.00 Lieu: Port de la Goulette

1^{er} BATEAU: MATERIAUX DE CONSTRUCTION
 L'objectif de cette foire est de promouvoir les produits et services de construction et de construction de matériaux de construction et de machines turcs. Elle sera organisée par le consortium Blueexpo, composé de l'Association des Fournisseurs de Matériaux de Construction (AFMC) et de l'Association des Fournisseurs de Machines Turcs (AFMT). Cette foire sera ouverte à tous les professionnels de la construction et de la construction de matériaux de construction et de machines turcs. Elle sera organisée par le consortium Blueexpo, composé de l'Association des Fournisseurs de Matériaux de Construction (AFMC) et de l'Association des Fournisseurs de Machines Turcs (AFMT). Cette foire sera ouverte à tous les professionnels de la construction et de la construction de matériaux de construction et de machines turcs.

2^{ème} BATEAU: MACHINES NEUVES
 L'objectif de cette foire est de promouvoir les produits et services de machines neuves et de machines turcs. Elle sera organisée par le consortium Blueexpo, composé de l'Association des Fournisseurs de Machines Turcs (AFMT) et de l'Association des Fournisseurs de Matériaux de Construction (AFMC). Cette foire sera ouverte à tous les professionnels de la construction et de la construction de machines neuves et de machines turcs.

PLUS D'INFORMATIONS
 Blueexpo Tunisie
 2, Rue de la République, Tunis, Tunisie
 Tél: 71 285 930
 www.blueexpo.com

ADG
 ADD TRADE FAIRS

TUNUS / ECHOURROUK

TUNUS'DA OKUNAN EN BÜYÜK 2. TRAJA SAHİP GAZETE

معرض تركيا العائم BLUEXPO في شمال أفريقيا
 لعرض كبرى الشركات التركية في مجال: الإضاءة والتركيبات في تونس لمطابقة رجال الأعمال التونسيين.

تونس 20-21 أكتوبر
 ساعات زيارة المعرض: اليوم الأول: 14:00 - 21:00، اليوم الثاني: 10:00 - 20:00
 الموقع: ميناء جلق الوادي

معلومات إضافية: هذا المعرض هو جزء من مشروع Blueexpo الذي يهدف إلى تعزيز العلاقات التجارية بين تونس والشرق الأوسط. المعرض سيقام في ميناء جلق الوادي في تونس. المعرض سيقام في ميناء جلق الوادي في تونس.

71 285 254 : الهاتف
71 285 930 : الفاكس
blueexpo@onemedit.com

ADG
 ADD TRADE FAIRS

TUNUS / RAKET



Basın Görsel 7; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi tanıtım çalışmaları

4.6. Ziyaretçi çalışması

Bluexpo Karadeniz projesinde ziyaretçi sayısının yüksek olmasına rağmen hedeflenen profesyonel iş adamı sayısının yeterli olmayışı Kuzey Afrika projesinde daha farklı bir ziyaretçi çalışmasının yürütülmesi zorunluluğunu oluşturmuştur. Bluexpo projesinin ziyaretçi açısından temel amacı çok sayıda ziyaretçiye değil, profesyonel ziyaretçiye ulaşmaktır. Bu amaçla katılımcı firmalarımızın iş yapabilecekleri potansiyele sahip iş adamlarının fuara gelişini sağlamak için özel bir ziyaretçi çalışması gerçekleştirilmiştir. Bluezpo Kuzey Afrika projesi ziyaretçi çalışması aşağıda belirtilen aşamalar uygulanarak hayata geçirilmiştir.

ADG Merkez Ofisinde çalıştırılmak üzere ülke koordinatörleri atanmış, bu koordinatörler görevlendirildikleri ülke adına tüm ziyaretçi çalışmalarının koordinasyonunu sağlamıştır. Ülke koordinatörleri, hedef ülkelerde ziyaretçi çalışmalarını yürütecek ekibin kurulmasını sağlamış ve eğitim süresince ilgili ülkede bulunarak projenin en iyi şekilde kavranmasını temin etmiştir.

Her ülkede oluşturulan ekipler, ülke koordinatörlerinin ulaştırdıkları katılımcı firma bilgilerine bağlı olarak kendi ülkelerinde gerekli araştırmaları yaparak uygun ziyaretçi verisini oluşturmuştur. Bu araştırmalar esnasında, uluslararası veri bankaları, ticaret müşavirlikleri, sivil toplum örgütleri, ticaret katalogları ve rehberleri, fuar katalogları taranmış ve uygun firmalar belirlenerek veri tabanına kaydedilmiştir.

ADG
ADG TRADE FAIRS

BLUEXPOTENTIAL VISITOR ANALYSIS FORM

Company Information

* Name : ATAR MOBİLYA DEK. ORN. URN. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ
 * Address : BORNova CAD. EGEMENLİK MAH. NO.12/5-6 İSİKKENT/İZMİR/TURKEY
 * Phone : 0090 232 472 20 10 (4 lines) * Fax : 0090 232 472 26 01-02
 * Web : www.atarmobilya.com.tr * E-mail : info@atarmobilya.com.tr
 * Number of Employees : 175 * Annual Turnover : 9.167.451,02 YTL
 * Fascia Name : Atar Mobilya
 * Company Profile : Atar mobilya has been the name for kitchens, bathrooms, wardrobes and interior doors with its broad experiences, modern production technologies and powerful team ever since the firm was established in 1990. It has been among the first top five companies, because of high quality standards, excellent production, on time delivery and after sales production

Product Information


Product Name	Product Name in English	Brand	Customs Classification Code	Field of Use
KAPI - DOOR	DOOR	ATAR	441820800000	Housing,Residence
MUTFAK - KITCHEN	KITCHEN	ATAR	940340100000	Housing,Residence
HILTON - BATHROOM	BATHROOM	ATAR	940360909000	Housing,Residence

Market Information

	Do you export?		Your Local Partner	Major Importers of the Industry	Suppliers of Major Importers
	Yes	No			
Egypt	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Name: Web: Name: Web:	Name: Web: Name: Web:	Name: Origin: Name: Origin:
Libya	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Name: Web: Name: Web:	Name: Web: Name: Web:	Name: Origin: Name: Origin:
Tunisia	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Name: Web: Name: Web:	Name: Web: Name: Web:	Name: Origin: Name: Origin:
Algeria	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Name: Web: Name: Web:	Name: Web: Name: Web:	Name: Origin: Name: Origin:

* Institutions, companies or individuals you would especially prefer to meet: We would prefer to meet the big construction companies of Libya, Egypt, Tunisia, Algeria. Furthermore, some of the companies we especially want to meet are SUMMA, STFA, MCHİP İnş., MEDA Const., Ustay İnşaat, Gürİş İnşaat...
 Authorized Person's Signature: _____ Date: 04.07.2008

ATAR MOB. DEK. ORN. URN. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
 Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
 Bornova Cad. Egemenlik Mah. No: 12/5-6
 Tel. & Fax: 472 20 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35
 H. Tahsinler Cad. No: 207 D/Ş: 14200

For information : +90212 266 35 35  www.blueexpo.com

Görsel 33; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen katılımcı firmalara ziyaretçi çalışmasını için düzenlenen bilgi formu.

Ülke ekipleri tarafından veri tabanında yer alan ziyaretçilere ulaşılarak Blueexpo fuarı ve katılımcıları hakkında detaylı bilgi verilmiş, ilgi alanına giren katılımcılar belirlenmiş ve fuarı ziyaret etmesi hususunda gerekli mutabakat sağlanmıştır. Fuarı ziyareti tescil edilmek ve firma detaylarını alabilmek adına bir ziyaretçi formu doldurularak ülke koordinatörüne ulaştırılmıştır.

COMPANY

NAME : DELTA CUISINE

ADDRESS : 186 COOP EL MOUSTAKBEL AIN ALLAH DELY BRAHIM ALGER

PHONE NUMBER : 0021317 01 72 22

FAX NUMBER : 0021321 91 76 90

WEB SITE : www.deltacuisinealgeri

E- MAIL : info@smtrading-dz.com

METHOD : VISIT

COUNTRY : DZ

NUMBER OF STAFF : NUMBER OF THE STAFF

PRODUCT : MUTFAK MOBİLYA SERVICES : MAN

MUTFAK MOBİLYA IMP

CURRE

TURNOVER

NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1 : BOUGUERRA MOURAD E- MAIL MOBILE

NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2 : E- MAIL MOBILE

NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3 : E- MAIL MOBILE

NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4 : E- MAIL MOBILE

NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5 : E- MAIL MOBILE

PARTNER COMPANIES

WORLDWIDE : TURKISH :

MATCHING

PROPER COMPANIES	SELECT THE COMPANY	REASON
ATAR MOBİLYA DEKORASYON ORMAN ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.		IMPORT - DISTRIB.
ÇEL-MER ÇELİK ENDÜSTRİSİ A.Ş.		IMPORT - DISTRIB.

Görsel 35; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Ziyaretçi kayıt formunun bilgisayar ortamına kaydedilmesi.

Bluexpo katılımcıları kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifreleri ile internet üzerinden kayıt sistemine bağlanarak, ilişkilendirilmiş firma listesine ve detaylarına ulaşabilmektedirler.

Üyelik Girişi

User Name :

Password :

Görsel 36; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Katılımcı firmanın ziyaretçi veri tabanına bağlantı penceresi.

VISITORS REGISTRATION FORMS	
Company Name : SODECO	Company Name : EMDAD AL-LIBYA CONSTRUCTION & REAL ESTATE COMPANY.
Company Name : AGIEL	Company Name : DAR EL-ZEKERIYYE LIAMEL EL-FENNIYE MÖBLE COMPANY
Company Name : COSIDER PROMOTION	Company Name : ABDEFATTAH AHMED MOHAMMED LAMAAN
Company Name : EPLA	Company Name : AL-MURAD PLASTICS COMPANY
Company Name : PROMEUBLE	Company Name : SAAD MOHAMED SAAD
Company Name : BUREAU DESIGN	Company Name : LIBYA VATANIYE COMPANY
Company Name : SOROUBAT	Company Name : ERKOÇ BUILDING COMPANY
Company Name : SO.GER.REM	Company Name : ÖZTAŞ İNŞAAT LTD. ŞTİ.
Company Name : SATM	Company Name : EFICO
Company Name : LES NOUVEAUX COMPTOIRS DU BOIS	Company Name : ALUBEST SARL
Company Name : MENUISERIE GENERALE TEB	Company Name : PAN-AVRASYA-BUILDING COMPANY
Company Name : SERVICES FUTUR ALU	Company Name : GÜRIŞ İNŞAAT A.Ş.
Company Name : STE MEUBLE BEN AYED	Company Name : INDUSTRIAL & CHEMICAL AGENCIES (ICA)
Company Name : INTER MAGHREB MEUBLES	Company Name : M.EISSA SHIP YARD
Company Name : ALTA CUISINE	Company Name : TAV - TEPE-AKFEN-VIEN
Company Name : STE GENERAL BOIS DES FRERES	Company Name : DOĞUŞ İNŞAAT LİBYA A.Ş.
Company Name : STE LE CERCLE DU MEUBLE	Company Name : EGYPTIAN ENGINEERING ORGANIZATION FOR ALUMINIUM
Company Name : LINEO EXPO	Company Name : Al-Shruq Nail & Screw Factory
Company Name : STE LE MEUBLE TRADITIONNEL	Company Name : ETABLISSEMENT MOHAMED DRISS
Company Name : COTUB	Company Name : AL-MOTAMAYEZA TECH. (PVC PIPE & PANEL MAN'F

Görsel 37; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Sisteme bağlanan katılımcı firmanın ilişkilendirilmiş ziyaretçi listesini görüntülemesi.

6- Katılımcı firma ilişkilendirilmiş ziyaretçiler ile fuar öncesi irtibata geçerek sistem üzerinden randevu saati belirleyebilmekte, ülke koordinatörleri de randevu adetini kontrol ederek boş vakitlerin doldurulması adına çalışmalarını devam ettirmektedirler.

4.7. Etkinlikler

Bluexpo Kuzey Afrika projesinin temel amacı hedef ülkelerle olan ticareti geliştirmek olduğu için projede bu amaca uygun etkinlikler planlanmıştır. Karadeniz projesinde olduğu gibi şehir merkezlerinde kültürel etkinlikler düzenlenmemiş, bunun yerine iş toplantılarına ağırlık verilmiştir. Her ülkede geminin güverte bölümünde özel dekore edilmiş bir mekanda üst düzey devlet yetkililerinin, bürokratların, iş adamlarının, basın temsilcilerinin katıldığı açılış etkinlikleri düzenlenmiş, bu etkinlikler kapsamında Türk Sanat Müziği konserleri verilmiş ve Türk Mutfağının lezzetleri katılımcılara sunulmuştur. Açılış etkinliklerinin hemen ardından gemi içinde oluşturulan toplantı salonunda ülke bilgilendirme toplantıları düzenlenerek Türk Ticaret müşaviri ve ilgili ülkelerin yetkilileri tarafından katılımcı firmalara hedef ülkeler hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Özellikle Libya’da Türk Ulaştırma Bakanının başkanlığında Türkiye’nin en büyük müteahhitlerinin katılımı ile özel bir heyet oluşturularak Libya’nın önemli iş adamları ile Trablus kentinin en büyük otelinde özel bir toplantı düzenlenmiştir.



Görsel 38; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi Cezayir açılış etkinlikleri görüntüsü



Görsel 39; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi Cezayir açılış etkinlikleri görüntüsü



Görsel 40; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi Libya açılış etkinlikleri görüntüsü



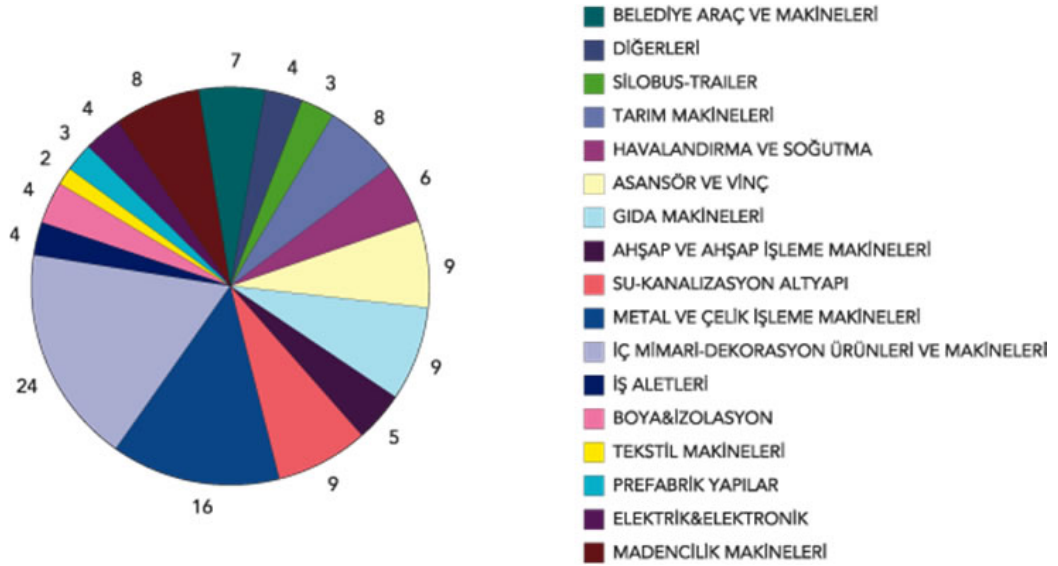
Görsel 41; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi Tunus açılış etkinlikleri görüntüsü



Görsel 42; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi Mısır açılış etkinlikleri görüntüsü

4.8. Katılımcı istatistikleri

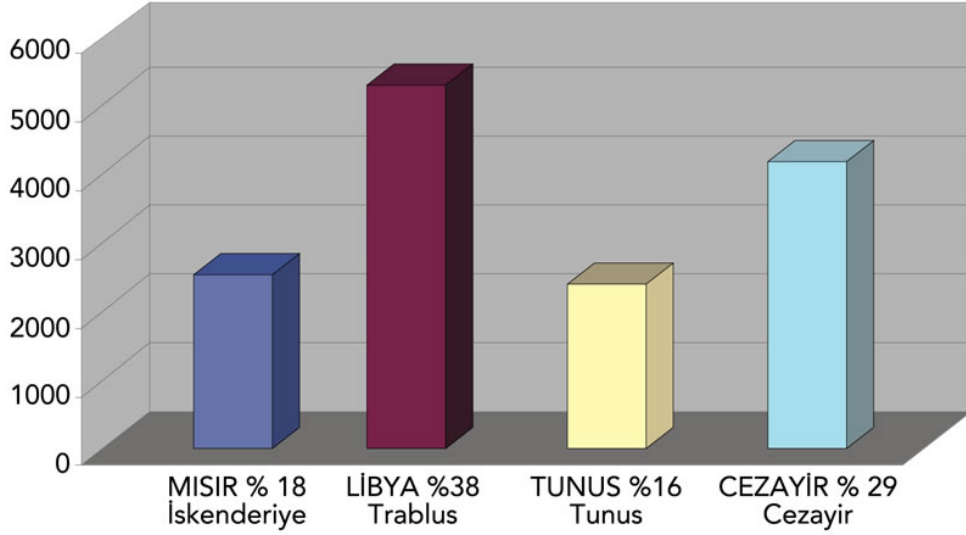
Bluexpo Kuzey Afrika projesinde iki gemi kullanılmış olup, Samsun gemisinde Makine, Ankara gemisinde ise Yapı malzemeleri sergisi gerçekleşmiştir. Bluexpo Kuzey Afrika projesine Ankara gemisinde 53 Samsun gemisinde 54 olmak üzere toplam 107 firma katılmıştır.



Grafik 3; ADG Fuarcılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Bluexpo Kuzey Afrika katılımcı firmaların ürün grubuna göre sektörel dağılımı.

4.9. Ziyaretçi istatistikleri

Bluexpo Kuzey Afrika projesi kapsamında yürütülen başarılı ziyaretçi çalışması olumlu neticelerin alınmasında etkili olmuştur. Gerek ziyaretçi sayısı gerekse gelen ziyaretçilerin niteliği son derece tatmin edici olmuş ve bunun neticesinde önemli ticari bağlantıların gerçekleşmesi sağlanmıştır. Profesyonel ziyaretçilerin girişine müsaade edilen projede, ziyaretçilerin önemli bir kısmı, ziyaretçi çalışması kapsamında fuar öncesi kayıtlarını yapan firma temsilcilerinden oluşmuştur.



Grafik 4; Bluexpo Kuzey Afrika projesi ülkelere göre ziyaretçi dağılımı.

Yapı ve Makine gemileri; İskenderiye’de 2034, Trablus’ta 5012, Tunus’ta 2158, Cezayir’de 3912, toplam 13.516 sektör profesyoneli tarafından ziyaret edildi.

4.10. Turizm hizmetleri

Bluexpo Kuzey Afrika projesi Kuzey Afrika’nın en çok merak edilen ve doğal güzelliklere sahip liman kentlerinde organize edildiği için katılımcı firma temsilcileri önemli iş anlaşmalarına imza atarken aynı zamanda bir turizm seyahati de gerçekleştirmiş oldular. Özellikle İskenderiye limanına 1 saatlik mesafede olan piramitlere ve Tunus’un turizm bölgesi Chartage bölgesine gerçekleştirilen turizm gezisi katılımcılar tarafından son derece beğeni ile karşılanmıştır. Bluexpo Kuzey Afrika projesinde iki geminin kullanılmış olmasından dolayı konaklama hizmetleri yüksek standartlarda verilmiş, 400 civarındaki katılımcı 280 kabine yerleştirilerek konforlu bir yolcuğun geçmesi sağlanmıştır. Restoranlarda Türk Mutfağının yemekleri açık büfe olarak katılımcılara sunulmuş olup, iki günlük seyahat zorunluluğu olan ülkeler arasında çeşitli etkinlikler düzenlenerek katılımcıların iş ile tatili bir arada yaşamasına imkan tanınmıştır.



Görsel 43; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüler



Görsel 44; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüler



Görsel 45; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen Bluexpo Kuzey Afrika projesi genel görüntüler

4.11. Genel Değerlendirme

Bluexpo Kuzey Afrika projesi kapsamında katılımcı firmalar üzerinde iki ayrı anket yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından gerçekleştirilen ve 100 üzerinden değerlendirilen anketlerde, ortalama 93 puan alınmış olup, elde edilen sonuç bu güne kadar yurt dışı fuarlarında elde edilen en yüksek başarı puanlarından birini simgelemektedir. ADG tarafından yapılan ikinci anketlerde ise iki önemli soruya cevap aranmıştır. Birincisi “ Bluexpo Kuzey Afrika projesinde yeni müşteri buldunuz mu? ” sorusuydu. Bu soruya % 63 evet cevabı alınmış olup, % 25 hayır ve % 12 ise büyük olasılıkla cevaplarını vermişlerdir. Belirtilen oranlar başarıyı net bir şekilde ortaya koymuştur. İkinci soru ise “ bu fuara önümüzdeki yıl da katılır mısınız? ” sorusuydu. Bu soruya % 67 evet, % 25 hayır, % 8 büyük olasılıkla cevabını vermiştir. Yurt dışı fuarlarında bir fuarın katılımcılarının yarısı gelecek yıl aynı fuara tekrar katılma talebi iletmış olmaları büyük bir başarı olarak kabul edilirken Bluexpo’da bu oranın % 67 ye ulaşması başarının en büyük kanıtı olarak ifade edilmektedir. (ADG arşivlerinden elde edilen anketlere dayanılarak hazırlanmıştır)

Bluexpo Kuzey Afrika projesi Amerika’da başlayan sonrasında tüm Dünya’ya yayılan ekonomik krizin gölgesinde gerçekleşmiş olup, yaşanan finansal sıkıntılar

sebebi ile katılımcı firmaların büyük beklenti içerisinde projeye katılım gerçekleştirdikleri gözlenmiştir. Bluexpo projelerinin iki temel amacından biri olan Türk ürünleri ve Türkiye imajını güçlendirmekten ziyade ikinci amacı olan doğrudan ticareti geliştirmek amacı daha ön plandaydı. Bu amaçla tüm enerji katılımcı firmaların görmek istedikleri iş adamları ile buluşmalarını sağlamaya yönelik kullanılmıştır. Titizlikle yürütülen ziyaretçi çalışması amacına ulaşmış, her katılımcı için her ülkede potansiyel alıcılar belirlenerek randevu usulü ile organizasyon süresince bir araya gelmeleri sağlanmıştır. Özellikle gidilen liman kentleri ülkelerin ticaret merkezleri konumunda kentler olduğundan ziyaretçi temini ve ziyaretçilerin limana ulaşmaları kolaylıkla sağlanmıştır. Ziyaretçi olarak proje iştirak eden iş adamlarının nitelikli oluşu güçlü iş anlaşmalarının imzalanmasını sağlamış ve bu anlaşmalar krizle boğuşan birçok katılımcı firma için bir çıkış noktası oluşturmuştur. Bluexpo Kuzey Afrika projesi, Karadeniz projesinde oldu gibi etkinlik ve showların ön planda olduğu bir proje olarak uygulanmamıştır. Ancak ziyaretçi hedeflerinin yakalanması müşteri memnuniyetinin çok daha yüksek olmasını sağlamıştır. Projeden oldukça memnun kalan ve bunu kamuoyu ile paylaşarak projeye daha fazla destek verilmesini isteyen katılımcı firmalar Hürriyet gazetesine ilan vererek memnuniyetlerini ifade etmişlerdir.

5. BLUEXPO PROJESİ SONUÇLARININ ÖRNEK KATILIMCI İLE İRDELENMESİ

5.1. Firma profilinin ortaya koyulması

Bluexpo Kuzey Afrika projesinin katılımcı profili incelendiğinde KOBİ statüsünde ve büyük ölçekli olmak üzere iki tip işletmenin olduğu dikkat çekmektedir. Burada ele alınacak işletmenin KOBİ statüsünde bir işletme olması tercih edilerek henüz arzu edilen seviyede kurumsallaşmasını tamamlayamayan firmaların dahi Bluexpo projesinden olumlu neticeler alabildiği ortaya koyulmuş olunacaktır. Bu kapsamda İzmir merkezli Atar Mobilya firması tüm detaylarıyla ele alınarak Bluexpo projesi kapsamında elde etmiş olduğu sonuçlar irdelenecektir.

Atar Mobilya 1990 yılında İzmir’de kurulmuş olup, mutfak ve kapı üretiminde faaliyet göstermektedir. Sektörde ilk 5 işletmeden bir olduğunu ifade eden firma temsilcileri başarılarını aşağıda belirtilen firma özelliklerine bağlamaktadırlar.

Atar Mobilya ailesinde bilgi ve teknolojiyi sistemli büyüme hedefleriyle doğru örtüştüren güçlü karar ekibi,

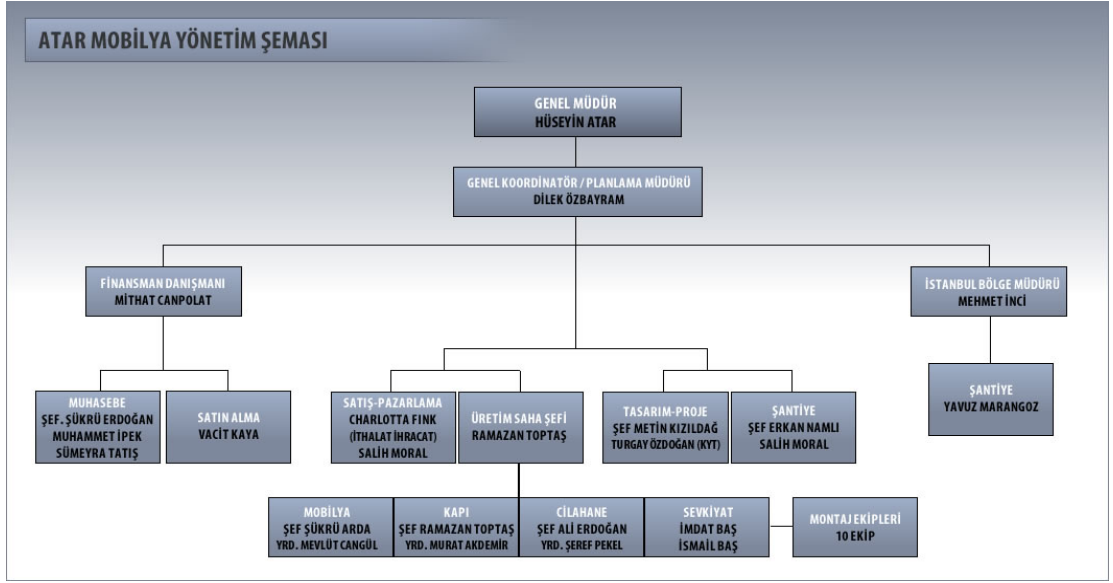
Girdiği projeleri en ince ayrıntısına kadar inceleyen ve insan unsurunu, estetiği birinci sırada gören mimari kadro,

Kalitesine sonuna kadar güvenen, bilgisini doğru aktaran, müşteri memnuniyetini ilke edinmiş pazarlama anlayışı,

Günde 250 kapı, 25 mutfak üretim kapasitesine ulaşmış özverili 170 çalışan ve 40 kişilik uzman montaj grubu,

Ülkenin her yanına ulaşabilen güçlü araç ve taşıma filosuyla, doğru bir ekip yer almaktadır.

Atar Mobilya, piyasaların sürekli dalgalandığı, imalatın gün geçtikçe zorlaştığı günümüzde özellikle nihai tüketici memnuniyetinin en üst hassasiyete ulaştığı kapı ve mutfak sektöründe; adıyla ve kalitesiyle güvenle yürüyen, sürekli kendini yenileyip geliştirerek, sadece ülkemizin büyük projelerine değil, dünyanın diğer ülkelerindeki projelere de adını yazdırmayı hedeflemektedir.



Görsel 46; Atar Mobilya arşivlerinden temin edilen Atar Mobilya Yönetim Şeması



Görsel 47; Atar Mobilya arşivlerinden temin edilen ve Atar Mobilya tarafından üretilen bir mutfak dolabı.



Görsel 48; Atar Mobilya arşivlerinden temin edilen ve Atar Mobilya tarafından üretilen bir banyo dolabı.



Görsel 49; Atar Mobilya arşivlerinden temin edilen ve Atar Mobilya tarafından üretilen kapı örnekleri.

5.2. Firmanın fuar öncesi proje ile ilgili hedefleri

Atar Mobilya firması yurt içi yapılanmasını tamamladıktan sonra 2003 yılından itibaren yurt dışında da faaliyet göstermeye başlamış ve her yıl 1 – 2 milyon dolar seviyesinde ihracat yapan bir firma haline gelmiştir. Proje öncesinde Bluexpo kapsamında gidilecek olan Kuzey Afrika ülkelerinde önemli sayılabilecek bir ticareti bulunmamaktaydı. Belirtilen ülkelerle ticari ilişkileri Türkiye'ye gelen ithalatçılara küçük miktarlarda mal satmak şeklinde gerçekleşmiştir. Bu amaçla Atar Mobilya firması için Türkiye'nin özellikle Ege bölgesinin yakın coğrafyasında bulunan ve her geçen yıl alım gücü daha da artan Kuzey Afrika ülkelerine ihracat gerçekleştirmek büyük önem taşımıştır. Öncelikli hedef gidilen her ülkede distribütörlük vermek ve tüm satışı bu kanal üzerinden gerçekleştirmektir. Bunun yanında ülkelerin önde gelen yapı ürünleri ithalatçıları ve müteahhitler ile iletişime geçerek büyük projelere ürün satmak ta katılım nedenleri arasında yer almaktaydı. Genel hedef bu proje sayesinde kurulacak işbirlikleri ile toplam ihracatın % 25'ler seviyesinde artışını sağlamaktır.

5.3. Fuar öncesi hazırlıklar

Atar Mobilya firması Bluexpo Kuzey Afrika projesine katılım gerçekleştirdiği 7 Haziran 2008 tarihinden itibaren fuar hazırlıklarına başlamış ve fuar süresince hedeflediği iş bağlantılarını sağlayabilmek amacıyla ADG Fuarcılık ile işbirliği içerisinde yoğun bir çalışma temposuna girmiştir. Proje ekibi tarafından gerçekleştirilen ziyaretçi çalışmaları kapsamında Atar Mobilya firmasının profili oluşturularak ilgili tüm ülkelerdeki çalışma ekibine ulaştırılmış, ardından ziyaretçi veri tabanı süzülerek Atar Mobilya firmasının ürün profiline göre gerekli eşleştirmeler yapılmış ve eşleştirilen firmalar ile yüz yüze veya telefon ile görüşmeler yaparak Atar Mobilya ile ilgili ürün ve firma bilgileri ilgili kişilere aktarılmıştır. Hedef ülkelerde Atar Mobilya firması ile ilgilenen iş adamları Bluexpo ekibi tarafından internet ortamında oluşturulan veri tabanına firma detayları yer alacak şekilde kaydedilerek, Atar Mobilya tarafından güncel olarak bilgilere ulaşım imkanı sağlanmıştır. Atar Mobilya yetkilileri fuara katılım gerçekleştirdiği tarihten yaklaşık bir ay sonrasında itibaren firmalarıyla ilgilenen iş adamlarının listelerine ve firma profillerine ulaşmaya başlamış, ardından ilgili iş adamları ile irtibata geçerek gerekli bilgi paylaşımını sağlamışlardır. İletişime geçilen iş adamlarına ilgilendikleri ürünlerle ilgili teknik detaylar, fiyat bilgisi, kullanım alanları, teslimat şartları gibi bilgiler verilerek fuar zamanı gerçekleşecek iş görüşmesinin sonuca ulaşması için gerekli hazırlıkların yapılması sağlanmıştır. Belirtilen görüşme sürecinde olumlu netice alınan iş adamları ile buluşma günü ve saati belirlenmiş ve bu görüşme Bluexpo'nun internet üzerindeki randevu sistemine kaydedilmiştir. Böylece Atar Mobilya'nın hangi tarih ve saatte kimle görüşeceği Bluexpo ekibi tarafından takip edilerek boş olan gün ve saatler için ziyaretçi eşleştirme çalışmalarına devam edilmiştir.

ATAR MOBİLYA DEKORASYON ORMAN ÜRÜNLERİ SAN. VE		TOPLAM KAYIT SAYISI 236		
AKTIF SAYISI	TUNUS AKTIF	CEZAYIR AKTIF	MISIR AKTIF SAYISI	LIBYA AKTIF SAYISI
234	67	56	77	34
AKTIFLENMEMİŞ SAYI	TUNUS AKTIF OLMAYAN	CEZAYIR AKTIF OLMAYAN	MISIR AKTIF OLMAYAN	LIBYA AKTIF OLMAYAN
2	2	0	0	0

ACTIVE COMPANY NAME	
Company Name	AGENCE D'ARCHITECTURE CARDO
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	ALAQARIA BUILDING MEK
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	AMINA INVESTISSEMENT ET GESTION TOURISTIQUE
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	CONSTRUMAT SARL
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	DELTA CUISINE
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	SIGNAMARK
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	BEJAQUI METAL
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 14.08.2008
Company Name	ETS ZELLALI
Update Detail	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVE 18.09.2008
Company Name	EURL ARTILUX

PASIF COMPANY NAME	
Company Name	MEUBLE MAGIQUE
Update Detail	<input type="checkbox"/> ACTIVE 18.10.2008
Company Name	STE MEUBLE MEZGHANI
Update Detail	<input type="checkbox"/> ACTIVE 19.10.2008

Görsel 50; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Atar mobilya firması adına gerçekleştirilen ziyaretçi çalışması veri tabanı üzerindeki görünümü.

Görsel 50'de görüldüğü üzere Atar Mobilya firması adına ADG Fuarcılık tarafından ziyaretçi eşleştirme çalışması kapsamında fuardan önce 236 firma tespit edilmiştir. Bu firmalardan 234 adeti Atar mobilya tarafından internet sistemi üzerinden incelenerek bir kısmı ile iletişime geçilmiştir. 234 adet firma görsel-50 de aktif firma sayısı olarak belirtilmiştir. Aktiflenmemiş sayı olarak belirtilen 2 adet firmaya ait bilgileri Atar Mobilya yetkililerince internet sistemine girilerek değerlendirilmemiştir. Ülke bazında aktiflenmiş firmalar incelendiğinde en yoğun talebin 77 firma ile Mısır'da olduğu görülmektedir. Atar Mobilya aktif firmalar ile iletişime geçerek, buluşma gün ve saatini belirlemiştir.

COMPANY	
NAME	: CONFORT CITY
ADDRESS	: AV, MAJIDA BOULILA RESIDENCE YESMINE NO 29 - 3027 - SFAX
PHONE NUMBER	: 00 216 74 40 12 10
FAX NUMBER	: 00 216 74 40 04 25
WEB SITE	: www.confortcity.com.ti
E-MAIL	: skin@confortcity.com.
METHOD	: VISIT
COUNTRY	: TN
NUMBER OF STAFF	: 11-20
PRODUCT	: FURNITURE SERVICES MAN
	: KITCHEN - BATHROOM SELECT
	: SELECT
TURNOVER	: CURRE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1	: RAFAA KRICHEN E-MAIL MOBILE 00 216 24 69 60 16
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2	: ZOUHEIR KRICHEN E-MAIL contact@confortcity.co MOBILE 00 216 24 69 60 18
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5	: E-MAIL MOBILE
PARTNER COMPANIES	
WORLDWIDE	: TURKISH

Görsel 51; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Eşleştirilen ziyaretçilerden örnek profil.

5.4. Fuar süresince ortaya koyulan çalışmalar ve elde edilen sonuçlar

Atar Mobilya olarak geminin İstanbul'dan hareketinden hemen önce randevu yapılmış tüm iş adamları ile tekrar görüşülerek, buluşma gün ve saati teyit edilmiştir. Proje süresince ulaşılan her ülkede buluşulacak iş adamları tekrar aranarak gerekli davetler yapılmıştır. Gerek önceden belirlenen gün ve saatte buluşulan gerekse randevu yapılmadığı halde ziyaretçi olarak gemiye gelen iş adamları ile yoğun bir görüşme süreci yaşanmış, firmanın ve üretilen ürünlerin detayları hedeflenen iş adamlarına tanıtımı sağlanmıştır. Bir araya gelinen iş adamlarından bir kısmı ile ülke distribütörlüğü konusu, ithalatçı konumundaki bir takım iş adamları ile toplu mal alımı ve müteahhitle ile de büyük kapsamlı projelere katılım konuları görüşülmüştür. Bu görüşmeler neticesinde karar verilerek karşılıklı çalışma başlatılan firmalara ilişkin bilgiler aşağıda yer almakta olup, fuar süresince yapılan birçok iş görüşmesine ilişkin çalışmalar da devam etmektedir.

COMPANY	
NAME	: AL DIAR FOR FURNITURE
ADDRESS	: 70 MAKRAM EBEID ST.- NASR CITY- CAIRO- EGYPT
PHONE NUMBER	: 002022232643 / 00201
FAX NUMBER	: 00202 2879640
WEB SITE	: www.aldiar-furniture.cc
E- MAIL	: info@aldiar-furniture.cc
METHOD	: VISIT
COUNTRY	: EG
NUMBER OF STAFF	: NUMBER OF THE STAFF
PRODUCT	: HOME FURNITURE SERVICES MAN
	: HOME FURNITURE IMP
	: SELECT
TURNOVER	: CURRE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1	: MAHMOUD HANAFY E - MAIL M-H-M78@YAHOO.COM MOBILE 0020103395354
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5	: E - MAIL MOBILE
PARTNER COMPANIES	
WORLDWIDE	: TURKISH

Görsel 52; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Mısır'da görüşülen firmalardan örnek profil.

COMPANY	
NAME	: AL-BERGALI
ADDRESS	: ALSAWALEH ROAD NEAR OF JAZERAT LIMHAMEL, MISURATA. 2259
PHONE NUMBER	: +218 51 611477
FAX NUMBER	: +218 51 611477
WEB SITE	:
E- MAIL	:
METHOD	: VISIT
COUNTRY	: LY
NUMBER OF STAFF	: NUMBER OF THE STAFF
PRODUCT	: HOME FURNITURE SERVICES IMP
	: OFFICE FURNITURE IMP
	: SELECT
TURNOVER	: CURRE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1	: EMMHED ALİ AL-BERGA E - MAIL MOBILE +218 91 3112683
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4	: E - MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5	: E - MAIL MOBILE
PARTNER COMPANIES	
WORLDWIDE	: TURKISH

Görsel 53; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Libya'da görüşülen firmalardan örnek profil.

COMPANY	
NAME	: L'IMMOBILIERE DU MAGHREB
ADDRESS	: 02 RUE DE MAURITANIE 1002 - TUNIS
PHONE NUMBER	: 00 216 71 84 07 33
FAX NUMBER	: 00 216 71 84 60 28
WEB SITE	: www.imm-tunisie.com
E-MAIL	: imm@imm-tunisie.com
METHOD	: VISIT
COUNTRY	: TN
NUMBER OF STAFF	: NUMBER OF THE STAFF
PRODUCT	: REAL ESTATE PROMOTI SERVICES MAN
	: SELECT
	: SELECT
TURNOVER	: CURRE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1	: KHALED DHAUDI E-MAIL IMM@IMM-TUNISIE.CO MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5	: E-MAIL MOBILE
PARTNER COMPANIES	
WORLDWIDE	: TURKISH

Görsel 54; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Tunus'ta görüşülen firmalardan örnek profil.

COMPANY	
NAME	: DELTA CUISINE
ADDRESS	: 186 COOP EL MOUSTAKBEL AIN ALLAH DELY BRAHIM ALGER
PHONE NUMBER	: 0021317 01 72 22
FAX NUMBER	: 0021321 91 76 90
WEB SITE	: www.deltacuisine.com
E-MAIL	: info@smtrading-dz.com
METHOD	: VISIT
COUNTRY	: DZ
NUMBER OF STAFF	: NUMBER OF THE STAFF
PRODUCT	: MUTFAK DONANIM SERVICES IMP
	: SELECT
	: SELECT
TURNOVER	: CURRE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 1	: BOUGUERRA MOURAD E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 2	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 3	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 4	: E-MAIL MOBILE
NAME OF THE PERSON IN CHARGE 5	: E-MAIL MOBILE
PARTNER COMPANIES	
WORLDWIDE	: TURKISH

Görsel 55; ADG fuarcılık arşivlerinden temin edilen Cezayir'de görüşülen firmalardan örnek profil.

Bluexpo Kuzey Afrika projesine katılan Atar Mobilya firması her limanda fuar öncesi randevulaştığı firmalar ile bir araya gelmiş, ayrıca fuarın genel ziyaretçileri ile de görüşerek beklentisinin üzerinde görüşme sayısına ulaşmıştır. Görüşmelerin büyük çoğunluğu doğrudan ürün siparişine yönelik gelişmiş, bunun yanında Mısır, Libya ve Cezayir'den distribütörlük teklifi alınmıştır. Özellikle Libya'dan gerçekleştirilen distribütörlük anlaşması kapsamında ilgili firma ile Libya'da ortak üretim kararı alınmış ve hazırlıklara başlanmıştır. Proje sonrasında Atar Mobilya yetkilileri ile yapılan görüşmede, Libya ve Cezayir'de distribütörlük anlaşmalarının imzalandığı, Mısır'da bir den çok talep olduğu için görüşmelerin devam ettiği, Tunus'ta ise doğrudan mal satışına başladığı bilgisi alınmıştır. Gelen ilk siparişler distribütörlüklerin olduğu ülkelerde ilgili firmalara yönlendirilmiş, olmayan ülkelerde ise doğrudan Atar Mobilya üzerinden değerlendirmeye alınmıştır. Atar Mobilya Genel Müdürü Hüseyin ATAR Bluexpo Kuzey Afrika projesinin yaşanan ekonomik krize rağmen 2009 yılı ihracatına % 40 lık bir katkı sağlayacağını, orta vadede ise sadece Kuzey Afrika ülkelerine olan ihracatın bugün ki toplam ihracatı aşacağına inandıklarını ifade etmişlerdir. (Atar Mobilya Genel Müdürü Sayın Hüseyin Atar ile 14.01.2009 tarihinde gerçekleştirilen görüşme)

Bu bölümde Kuzey Afrika projesinde elde edilen ticari başarılar fuar katılımcısı Atar Mobilya üzerinden değerlendirilmiş olup, firmanın mobilya sektöründe faaliyet gösterdiği belirtilerek ürün ve firma profili belirtilmiştir. Ayrıca Atar Mobilyanın Bluexpo Kuzey Afrika projesi öncesinde gerçekleştirilen ziyaretçi çalışmasıyla elde edilen ziyaretçi verileri üzerinden detaylı bir hazırlık çalışması yaptığı ifade edilmiş, fuar süresince gerçekleşen görüşmeler detaylandırılmış ve elde edilen başarılı sonuçlar ortaya koyulmuştur. Bluexpo Kuzey Afrika projesi Atar Mobilyada olduğu gibi bir çok firmanın pazarlama çalışmalarını güçlendirmiştir.

6. BLUEXPO PROJELERİNİN PAZARLAMADAKİ YERİ VE ÖNEMİ

6.1. Fuarcılığın pazarlamadaki yeri

Pazarlama karmaşasının tutundurma unsurunun içinde önemli bir yeri olan fuarcılık faaliyetleri her geçen yıl önemini arttırmakta ve birçok firma için vazgeçilmez bir uygulama haline gelmektedir. Fuar organizasyonları tutundurma unsurunun diğer faaliyetlerinden olan reklâm çalışmalarına göre daha sonuç odaklı olma özellikleri ile ön plana çıkmaktadırlar. Fuarlara katılan firmaların temsilcileri müşterileri ile yakın iletişim kurma imkânı bulmaktadır. Böylece mevcut ilişkileri geliştirme ve yeni müşteriler kazanma fırsatları doğmaktadır. Ayrıca fuar organizasyonları ile geniş kitlelere yönelik satış geliştirme ve halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirmek mümkündür. Yeni bir ürünün piyasa tarafından nasıl değerlendirildiğini, talebin veya tepkinin neden kaynaklandığını, piyasadaki ürünlerin satıcı veya kullanıcı yönüyle nasıl değerlendirildiğini, şikâyet edilen konular ve çözüm önerilerini fuarlar sayesinde öğrenmek mümkündür. Firmaların reklam yöntemi ile yapmış olduğu tanıtımlarda tek taraflı bilgi akışı söz konusu olduğu için fuarcılla elde edilen iletişim yeteneğini reklam faaliyetleri ile elde etmek mümkün değildir. Pazarlamanın en önemli unsurlarından olan tutundurma unsuru kapsamında satış, satış geliştirme, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir arada sunulduğu fuar organizasyonları pazarlamanın en önemli etkinlikleri olarak çağdaş pazarlama iletişimi içerisinde yerini almıştır.

6.2. Farklı bir sunum tekniğinin etkisi

Günümüzde pazarlama biliminin ortaya koyduğu her türlü bilgi, işletmeler tarafından önemsenmekte, tüm pazarlama öncelikleri ve stratejileri bu bilgiler dahilinde oluşturulmaktadır. Bu kapsamda fuarcılık faaliyetleri de önemsenmekte ve hemen her işletme için fuarcılık özenle kullanılan bir pazarlama argümanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak son zamanlarda sayısı çok fazla artan fuar organizasyonlarının nitelik ve etki açısından tartışma konusu olduğu ve buna bağlı olarak ta birçok işletmenin fuarcılık konusunda daha seçici olmaya başladığı gözlenmiştir. Bu durum fuarcılığın yeni bir açılım ile kabuk değiştirme gereksinimini ortaya koymaktadır. İlk yıllarda genel sanayi ürünlerinin sergilendiği fuarlar zaman içerisinde ihtisas fuarlara daha sonra uluslar arası fuarlara ve sonrasında sadece profesyonellerin ziyaret ettiği uluslar arası ihtisas fuarlara dönüşmüştür. Günümüzde ise fuarcılığın yeni evresi olan ziyaretçinin fuar öncesi belirlendiği ziyaretçi garantili organizasyonlar tartışılmaktadır. Katılımcı firmaların fuar süresince kendilerini

ziyaret edecek iş adamlarını fuardan önce bilerek gerekli hazırlıkları yapmalarına imkan tanıyan projeler verimliliği arttırmakta, zaman ve maliyet israfını engellemektedir. Bluexpo projesi fuarcılığın yukarıda belirtilen son evresi kapsamında ortaya koyulan en iyi örneklerden biridir. Projenin gemide düzenleniyor olması hedeflenen ziyaretçi iş adamlarının ilgisini çekmekte ve projeye iştirak etme motivasyonunu arttırmaktadır. Karada icra edilen klasik fuarlara davet edilmiş olmalarına rağmen iştirak etmeyen birçok iş adamı gemide düzenlenen farklı bir fuar organizasyonuna yeni bir deneyim yaşamak amacıyla iştirak ettikleri gözlenmiştir. Bu durum farklı bir sunum tekniğinin ortaya koyduğu çekim gücünü ve hedeflenen ziyaretçi üzerindeki pozitif etkisini açıkça ortaya koymaktadır.

6.3. Bluexpo organizasyonlarının klasik fuarlar ile karşılaştırılması

Bu bölümde Kuzey Afrika'da gerçekleştirilmiş Bluexpo Kuzey Afrika projesi ile aynı ülkelerde karada gerçekleştirilen diğer organizasyonlar zaman ve maliyet açısından arasından karşılaştırılmıştır.

Zaman Açısından Karşılaştırma;

a) Karada gerçekleştirilen fuarlar; Herhangi bir fuar alanında gerçekleştirilen klasik fuarda stantların kurulması ve genel hazırlıkların tamamlanması için en az fuardan 2 gün önce ilgili ülkeye ulaşmak şarttır. Tarifeli uçuşun her gün gerçekleşmediği Kuzey Afrika ülkelerinde arzu edilen tarihte ulaşımı sağlamak ayrıca bir problem oluşturmaktadır. Ancak buradaki hesaplama tarifeli uçuştan kaynaklanacak aksaklıklar dahil edilmemektedir. Karadaki fuarlar ziyaretçi planlaması olmadığı ve iş görüşmelerinin her an olabilme olasılığı gözetilerek en 4 sergi günü olarak planlanmaktadır. Bu sürecin bitiminde 1 günlük söküm işlem süreci başlar ve toplam süreç en az 1 hafta olarak belirlenir. 4 ülkede düzenlenen 4 fuara katılmak isteyen bir işletme bu organizasyonlar için en az 4 haftalık bir süre ayırmak zorundadır.

b) Yüzen fuar sistemi ile fuara katılan firma standını kendi ülkesinde hazırlayacağı için bu işlem adına yabancı ülkede bir vakit kaybı oluşmaz. Gemi stant ve sergilenecek ürünlerin hazır olduğu bir sistem içerisinde hedeflenen ilk limana ulaştığında ilgili katılımcı uçak ile aynı limana hareket eder ve organizasyon için süreç işlemeye başlar. Gece dahil olmak üzere seyahat edildiği için ve planlı ziyaretçi sayesinde sergi günü 2 güne çekildiği için ve fuar stantları yine katılımcının kendi ülkesinde söküldüğü için toplam süre Kuzey Afrika rotası için 13 gün olmaktadır.

Zamanın en önemli maliyet olduğu bilinci ile hareket eden işletmeler 4 ülkede kara fuarları ile 28 günde ancak tamamlayabildikleri fuar organizasyonlarını yüzen fuar ile 13 günde tamamlayarak zamandan kazanmaktadırlar.

Maliyet Açısından Karşılaştırma;

Maliyet açısından karşılaştırma yapılırken Kuzey Afrika'nın Mısır, Libya, Tunus ve Cezayir ülkelerinde karada gerçekleştirilen yapı fuarları ele alınmış olup, bu fuarlara ilişkin oluşan maliyetler ile Bluexpo organizasyonunda oluşan maliyetler 20 m2 lik stant alanı kapsamında Tablo-6 da karşılaştırılmıştır.

			NAKLİYESİZ KATILIM BİRİM FİYATI	KATILIM BEDELİ TOPLAM	LOJİSTİK BEDELİ GİDİS DONUS	UÇAK BEDELİ GİDİŞ DÖNÜŞ	KONAKLAMA	GÜNLÜK HARC	TOPLAM MALİYET
		M2							
FUAR						2 KISI	7 GECE 2 KISILIK ODADA	7 GUN	
TUNUS	STANT ALANI	20	220 €	4.400 €	€3.600	€ 1.000	€ 1.050	€ 700	10.750 €
CEZAYIR			240 €	4.800 €	€3.600	€ 800	€ 1.050	€ 700	10.950 €
LIBYA			250 €	5.000 €	€3.200	€ 700	€ 840	€ 350	10.090 €
MISIR			200 €	4.000 €	€2.000	€ 500	€ 700	€ 450	7.650 €
									39.440 €
BLUEXPO		20	1.200 €	24.000 €	€0	€ 625	€ 2.000	€ 200	26.825 €

Tablo 6; ADG Fuarçılık arşivlerinden elde edilen istatistiklerle hazırlanan Klasik fuar ile Yüzen Fuarın maliyet açısından karşılaştırılma tablosu.

ADG Fuarçılık Ltd. Şti. kaynaklarından temin edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan Tablo-6'da görüldüğü üzere karada gerçekleştirilen fuarlara ödenen stant katılım bedeli, lojistik hizmetler bedeli, ulaşım bedeli, konaklama bedeli ve günlük yaşam için harcanan bedel toplamı 39.440 € olurken, bu hizmetlerin tamamı Bluexpo ile 26.825 €'luk tutar ile karşılanmaktadır.

6. bölümün 1. kısmında belirtildiği üzere fuar organizasyonları işletmelerin pazarlama faaliyetlerini geliştirmekte özellikle satış geliştirme çalışmalarını güçlendirmektedir. Ayrıca doğrudan satış, dağıtım kanallarının oluşturulması, halkla ilişkiler ve reklâm faaliyetlerinin güçlendirilmesi fuarlara katılım ile sağlanabilmektedir. Yüzen fuar sistemi yukarıda belirtilen klasik fuarların getirilerine ek olarak zaman ve maliyet açısından büyük avantaj sağlamakta, ayrıca farklı sunum tekniğinin ortaya koyduğu çekim gücü ile ziyaretçi verimliliği sağlamaktadır.

SONUÇ

Pazarlamanın tutundurma ilkesinin önemli uygulamalarından biri olan fuar organizasyonları Türkiye’de 1863 yılında Sergi-i Umumi-i İstanbul organizasyonu ile başlamış bugün itibarı ile 160 fuar organizatörünün hizmet verdiği ve yılda yaklaşık 400 civarında fuarın düzenlendiği büyük bir sektör haline gelmiştir. Türkiye dışında ise Türki Cumhuriyeti Dış Ticaret Müsteşarlığınca görevlendirilmiş 28 fuar organizatörü Türkiye’yi temsilen yılda yaklaşık 250 fuar düzenliyor olup son dönemde ortaya koyulan farklı fuar projeleri fuarcılığın yeniden yükselişini sağlamaktadır.

Bir geminin sergilemeye uygun mekanlarını fuar alanına çevirerek, nakliye, ulaşım ve konaklama hizmetlerinin fuar mekanı ile aynı platformda alınmasını sağlayan, birden fazla ülkede arka arkaya fuar düzenlenmesine imkan tanıyan ve farklı bir sunum tekniği olan yüzen fuarların ilk uygulaması 1926 yılında Mustafa Kemal Atatürk tarafından gerçekleştirilmiştir. 1926 Yılında Atatürk tarafından dönemin Ticaret Bakanı Ali Cenani bey’e genç Türkiye Cumhuriyetini Avrupa’ya tanıtmak üzere bir proje geliştirilmesi talimatı verilmiş, Ali Cenani bey de çok sayıda ülkeye kısa sürede ulaşabilmek ve genç Türkiye Cumhuriyetini ekonomik, sosyal ve kültürel yönleri ile tanıtabilmek için “seyyar sergi” projesini planlamıştır. 86 gün boyunca 12 Avrupa ülkesinin 16 limanını gezen gemi 65.000 Avrupalıya Türkiye’yi başarı ile tanıtmış ve bu proje birçok ülke tarafından örnek alınarak yeni yüzen fuarlar hayata geçmesini sağlamıştır. Fuarlık sektöründe yeni bir dönemin başlangıcı olan ilk yüzen fuar projesi sonrasında 1960 – 1969 yılları arasında Japonya “Sakuramaru” projesini hayata geçirmiştir. 2 Dünya turu gerçekleştiren proje Japonya’nın dışa açılımındaki en önemli projelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Yakın geçmişte başarı ile gerçekleştirilen “Princess Of Scandinavia”, “Einstain” ve “Sea Fair” organizasyonları elde edilen başarılı sonuçlar ile yüzen fuar uygulamalarının başarılı referansları olarak fuarcılık tarihine geçmiştir. Ancak ülkemiz adına 1926 yılından sonra ilk kez 2007 yılında ADG Fuarlık tarafından gerçekleştirilen “Bluexpo” projesi gerek en büyük sergi alanında gerçekleşen yüzen fuar olması, gerekse ulaşılmış olduğu ticari sonuçlar açısından bu güne kadar gerçekleştirilen en kapsamlı yüzen fuar olma özelliğini taşımaktadır.

Türkiye adına yüzen fuar organizasyonu 81 yıl sonra yeniden hayat bulmuş ve Bluexpo markası ile ilk rota Karadeniz Havzası olarak belirlenmiştir. 2 Haziran 2007 tarihinde İstanbul’dan çıkan Samsun gemisi sırasıyla Bulgaristan, Romanya,

Ukrayna, Rusya ve Gürcistan'a uğramış oradan 16 Haziran 2007 tarihinde Türkiye'ye geri dönmüştür. Türkiye dahil olmak üzere 6 Ülkenin 8 liman kenti 15 günlük süre içinde ziyaret edilmiş, toplam 1626 deniz mili mesafe 105 saatlik seyir süresi ile alınmıştır. Organizasyona 71 firma katılmış olup proje süresince görsel etkisi ve statik yapısı güçlü bir alt yapı hizmeti sunulmuş ve yapılan başarılı tanıtım çalışmaları ile 14.977 ziyaretçiye ulaşılmıştır. Düzenlenen Anadolu Ateşi ve Türkiye tanıtım etkinlikleri ile güçlü bir Türkiye imajı oluşturulmuş ve organizasyonun limanlardan tüm ülkeye yayılması sağlanmıştır.

Bluexpunun ikinci organizasyonu Türkiye Cumhuriyeti Dış Ticaret Müsteşarlığının İhracat Stratejik Planına bağlı olarak Kuzey Afrika rotasında gerçekleştirilmiştir. 14 Ekim 2008 tarihinde Mısır'ın İskenderiye kentinde başlayan proje sırasıyla Libya'nın Trablus, Tunus'un Tunus ve Cezayir'in Cezayir kentlerinde devam etmiş ve 25 Ekim 2008 tarihinde sona ermiştir. Bluexpo Kuzey Afrika projesinde Karadeniz projesinden farklı olarak özel bir ziyaretçi çalışması gerçekleştirilmiş ve fuar öncesi katılımcılar ile ziyaretçiler arasında yapılan eşleştirme çalışması ile işbirliği imkânlarının artırılması sağlanmıştır. Ankara ve Samsun gemileri ile gerçekleştirilen projede toplam 107 firma 13.516 sektör profesyoneli tarafından ziyaret edilmiştir. Bluexpo Kuzey Afrika projesi sonrasında oluşan katılımcı memnuniyeti ilgili anketlere yansımış ve gazetelere verilen ilanlarla memnuniyet kamuoyuna duyurulmuştur.

Bluexpo Kuzey Afrika projesinin katılımcı memnuniyeti fuar katılımcılarından olan ve İzmir'de mobilya sektöründe faaliyet gösteren Atar mobilya firmasının fuar öncesi ve sonrası yapmış olduğu çalışmalar incelenerek ortaya koyulmuştur. Atar Mobilya firmasına ADG Fuarcılık tarafından fuar öncesi yapılan ziyaretçi çalışmaları ile kendilerini ziyaret edecek firmaların listesi verilmiştir. Atar mobilya yetkileri bu firmalar ile fuar öncesi iletişime geçerek gerekli ön bilgi paylaşımı sağlanmıştır. Fuar süresince önceden belirlenen randevu saatlerinden ilgili iş adamları ile bir araya gelinmiş ve önemli ticari bağlantıların kurulması sağlanmıştır.

Pazarlama karmasının tutundurma unsurunun içinde önemli bir yeri olan fuarcılık faaliyetleri her geçen yıl önemini arttırmakta ve birçok firma için vazgeçilmez bir uygulama haline gelmektedir. Fuar organizasyonları tutundurma unsurunun diğer faaliyetlerinden olan reklâm çalışmalarına göre daha sonuç odaklı olma özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Fuarlara katılan firmalar müşterileri ile yakın iletişim kurma imkânı bulmakta ve böylece mevcut ilişkileri geliştirme ve yeni müşteriler kazanma

fırsatları doğmaktadır. Ayrıca fuar organizasyonları ile geniş kitlelere yönelik satış geliştirme ve halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirmek mümkündür.

Bluexpo Projesinin gemide düzenleniyor olması hedeflenen ziyaretçi iş adamlarının ilgisini çekmekte ve projeye iştirak etme motivasyonunu arttırmaktadır. Karada icra edilen klasik fuarlara davet edilmiş olmalarına rağmen iştirak etmeyen birçok iş adamı gemide düzenlenen farklı bir fuar organizasyonuna yeni bir deneyim yaşamak amacıyla iştirak ettikleri gözlenmiştir. Ayrıca Klasik fuarlar ile Yüzen Fuarlar zaman ve maliyet açısından karşılaştırıldıklarında, yüzen fuarların önemli avantajlar sunduğu görülmektedir. Karada 28 günde ancak tamamlanabilecek bir fuar katılımını yüzen fuar ile 13 günde tamamlamak mümkündür. Katılımcı maliyetleri açısından değerlendirildiğinde ise karada düzenlenen fuarlar için oluşan maliyetler ile aynı fuarların yüzen fuar sistemi ile düzenlenmiş olması arasında yüzen fuarların lehine % 40'lık bir maliyet avantajı oluşmaktadır.

Fuarcılık sektörünün en etkin ve verimli organizasyonlarından biri olan ve 1926 yılından bugüne birçok ülke tarafından başarı ile icra edilen yüzen fuarlar gelecek yıllarda da çağdaş pazarlamanın modern sunumu olmak adına birçok kurum ve kuruluş tarafından organize edileceği sonucuna varılmıştır. Pazarlama faaliyetlerinin en önemli uygulamalarından olan fuar organizasyonlarının yeniden vazgeçilmez bir ihtiyaç haline gelmesi için yüzen fuarlar gibi yenilikçi projelerin hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Fuarcılık Hizmetleri, TSE Standartları, 2003
- Türk Fuarcılık tarihi, İstanbul Fuar Merkezi Yayını, 2008
- FuarGUIDE, “Türkiye Fuar Kaynakları Katalogu”, 2006,2007
- Türkiye Fuar Rehberi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayınları, 2007, 2008
- KÜÇÜKERMEN, Önder. “Sergiler, Fuarlar, Standlar ve Yaratıcı Tasarımlar”, YEM Yayınları, 2002
- Sergistanbul “İstanbul Dünya Ticaret Merkezi dergileri,1,2,3 ve 4. sayılar”, 2007
- SÜLÜN, Uğur, “İhracatın geliştirilmesinde fuarlara yönelik mali teşviklerin etkinliği”, İZTO yayınları, 2007
- 19. Yüzyıl fuarlarında Osmanlı İmparatorluğu, 2008 İstanbul Fuar Merkezi Yayınları, 2008
- www.dtm.gov.tr, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı web sitesi
- www.tfyd.org.tr, Türkiye Fuar Yapımcıları derneği web sitesi
- www.tufod.org.tr, Tüm Fuar Organizatörleri derneği web sitesi
- www.yufod.org, Yurtdışı fuar organizatörleri derneği web sitesi
- www.ufi.net, Global Fuar Endüstrisi Birliği web sitesi
- www.blueexpo.com, Bluexpo fuarı web sitesi
- NTV-MSNBC, Karadeniz Seyri Türkiye, 20.04.2007
- ADG Fuarcılık şirket kaynakları
- Atar Mobilya şirket kaynakları
- Atar Mobilya Genel Müdürü Sayın Hüseyin ATAR ile 14.01.2009 tarihinde yapılan görüşme
- <http://ikipixel.com>
- <http://news.bbc.co.uk>
- <http://www.simplonpc.co.uk>
- <http://www.scienceinschool.org>
- <http://www.expoships.com>
- www.expodatabase.com
- www.auma.de