



**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI**

YOİKK ÇALIŞMA RAPORU

**“Yeni fuar alanlarının geliştirilmesinde
alternatif modeller ve Türkiye için öneriler”**

Teknik Komite Sekreteryası

Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü

26.11.2024

Giriş

Sekretaryası Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi tarafından müştereken yapılmakta olan Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Koordinasyon Kurulunca (YOİKK) 2023-2025 YOİKK Eylem Planında yer alan ve Ticaret Bakanlığının sorumluluğunda çalışmaları yürütülen “*Yeni fuar alanlarının geliştirilmesi konusunda kamu-özel iş birliği çerçevesinde alternatif modellerin geliştirilmesi*” eyleminin koordinasyonu Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğünce gerçekleştirilmektedir. İşbu rapor, ilgili eylem maddesinin “teknik çalışma” kısmını oluşturmaktadır.

Üç ana kısımdan oluşan rapor, sektör temsilcilerinin katkılarıyla fuarcılık sektörünün rekabet gücünü artırmak ve fuar alanı yapımında alternatif modellerin geliştirilmesi amacıyla uluslararası uygulamalar incelenerek hazırlanmıştır. Raporun ilk bölümünde küresel fuarcılık sektörü ve fuar alanları hakkında bilgiler yer almaktadır. Sonrasında, fuarcılık faaliyetleri açısından birincil unsur olan fuar alanlarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Bu bölümde dünyada önde gelen fuar alanları ülke bazlı olarak incelenmektedir.

Raporun ikinci kısmında, sektörün ülkemizdeki mevcut durumu ile genel görünümü ve zaman içinde gösterdiği gelişime ilişkin detaylı bilgiler aktarılmaktadır. Bu kapsamda, yurt içinde düzenlenen fuarlara ve fuar alanlarının büyüklüklerine ilişkin veriler ile, en fazla fuar düzenlenen illerimiz hakkında detaylı bilgilere yer verilmektedir. Ayrıca, bu kısımda kapalı alan kapasitesi bakımından en büyük üç fuar merkezi hakkında bilgiler paylaşılmaktadır.

Raporun üçüncü kısmında 9 farklı ülkedeki önemli büyüklükteki 12 fuar alanının yapım süreci, yapım tarihleri, şehir merkezlerine ve havalimanlarına olan mesafeleri, işletme biçimleri incelenmekte ve bu kapsamda, uluslararası uygulamalarda en sık rastlanılan modeller ortaya konularak ülkemizde inşa edilecek yeni fuar alanlarına alternatif yöntem önerileri getirilmektedir. Raporun sonunda ise, nitelikli fuarların ve fuarcılık sektörü döviz gelirlerinin artırılabilmesi adına ülkemiz fuar alanları, organizatör firmalarımız ve düzenledikleri etkinliklere ilişkin öneriler getirilerek, fuarcılık sektörünün gelişimine yardımcı olacak yol haritası çizilmektedir.

Raporda sunulan uluslararası örnekler, Türkiye’de benzer projelerin planlanması ve hayata geçirilmesi sürecinde yol gösterici niteliktedir. Bu bağlamda, nitelikli ve ihtiyaca uygun fuar alanlarının yapımı doğrultusunda atılacak stratejik adımlar sektörün uzun vadeli başarısında ve sürdürülebilir büyümesinde önemli katkılar sağlayacaktır. Raporda yer alan öneriler, Türkiye’de fuarcılık sektörünün gelişimine yönelik somut ve stratejik bir rehber niteliği

taşımakta olup raporun kamu otoritelerince politika geliştirme süreçlerinde dikkate almasının ve ilgili tüm sektör temsilcilerince yapılacak sektörel değerlendirmelerde göz önünde bulundurmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

İçindekiler

I.	BİRİNCİ KISIM.....	5
1.	Küresel Fuarçılık Sektörü.....	5
2.	Dünyada Fuar Alanları	8
II.	İKİNCİ KISIM	9
3.	Türkiye’de Fuarçılık Sektörü	9
3.1	Ülkemiz Fuarçılık Sektöründe Son 10 Yıllık Verilere Bakış	10
4.	Türkiye’de Fuar Alanları.....	11
4.1	Türkiye’de En Büyük Fuar Alanları	14
III.	ÜÇÜNCÜ KISIM.....	16
5.	Dünyada Fuar Alanı Yapımında Alternatif Modeller	16
5.1	Çin Halk Cumhuriyeti.....	17
5.2	Amerika Birleşik Devletleri.....	20
5.3	Almanya	21
5.4	İtalya	25
5.5	Fransa.....	27
5.6	İspanya	29
5.7	Birleşik Krallık.....	30
5.8	Birleşik Arap Emirlikleri	31
5.9	Singapur	32
5.10	Dünyadaki Modellere İlişkin Değerlendirme	33
6.	Ülkemizde Uygulanabilecek Fuar Alanı Modelleri	34
6.1	Özel Sektör Modeli	34
6.2	Merkezi İdare Modeli	36
6.3	İrtifak Hakkı Modeli	38
6.4	Kamu-Özel Sektör İş birliği (Karma) Modeli.....	40
7.	Türkiye Özelinde Öneriler	43
8.	Sonuç.....	51

I. BİRİNCİ KISIM

1. Küresel Fuarçılık Sektörü

- Geçmişten bugüne fuarlar, potansiyel müşteriler ile doğrudan iletişim kurmada ideal bir ortam sağlaması nedeniyle çeşitli ticari ilişkilerin ve etkileşimlerin merkezi konumunda olmuştur. Günümüzde fuarlar, iş dünyasının en dinamik ve stratejik pazarlama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu itibarla fuarlar, global iş dünyasında firmalar arasında bağlantılar kurulmasına ve uzun vadeli ticari ilişkilerin oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır. Fuarlar, belirli sektördeki firmaların ürünlerini ve hizmetlerini tanıttıkları, iş bağlantıları kurdukları ve sektör trendlerini takip ettikleri etkinlikler olarak üreticiye ve dolayısıyla ekonomiye büyük katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde, firmaların marka bilinirliğini arttırmada, yeni ürünlerin potansiyelinin test edilmesinde, tanıtımında, sektörle ilgili bilgiye erişimde kayda değer avantajlar sağlamaktadır.
- Fuarlar; organizatörler, katılımcılar ve ziyaretçiler gibi temel unsurlardan oluşan dinamik yapılardır. Her bir paydaş, fuarın başarısı ve etkinliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Organizatörler; fuarın planlanması, düzenlenmesi ve yönetilmesi sorumluluğuna sahip fuarın genel yapısını ve verimliliğini yönetmekte önemli bir role sahiptir. Katılımcılar, fuarda kendi ürünlerini, hizmetlerini veya teknolojilerini sergileyen firmalar ve kuruluşlardır. Katılımcılar kendi stantlarıyla fuarlarda yer alarak ürünlerini sergileyebilmekte ve doğrudan müşterilerle etkileşime geçebilmektedir. Ziyaretçiler ise, katılımcılarca sergilenen çeşitli ürünleri ve hizmetleri incelemek amacıyla fuara iştirak eden bireylerdir. Ziyaretçiler fuarları gezerek sektördeki yenilikleri keşfedebilmekte ve ilham alabilmektedir. Organizatörlerin organizasyonu dizayn etme ve düzenleme başarısı, katılımcıların etkili sunumları ve ziyaretçilerin aktif katılımı, fuarın verimliliğini ve etkinliğini artırmaktadır. Bu aktörler arasındaki etkileşim ve iş birliği, başarılı bir fuar deneyiminin anahtarı olarak görülmektedir.
- 2022 yılında Uluslararası Fuarlar Birliği (UFI) tarafından yayınlanan “Global Economic Impact of Exhibitions” raporuna göre (2019 yılı değerleriyle) fuarçılık sektörü, makine araçları ve tıbbi cerrahi ekipman gibi birçok büyük global sektörden daha fazla ekonomik çıktı oluşturmuştur. Küresel boyutta fuarçılık sektörünün ürettiği 201 milyar

ABD doları değerindeki toplam gayri safi hasıla (sektörün doğrudan ve dolaylı dünya ekonomisine etkisi), sektörün bir ülke ekonomisi olarak kabul edilmesi durumunda, dünya ekonomileri arasında 55'inci sırada yer alabilecek bir büyüklüğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu rakam, fuarcılık sektörünün ekonomik büyüklüğünün Macaristan, Kuveyt, Sri Lanka ve Ekvator gibi ülkelerin toplam ekonomilerinden daha büyük olduğunu ortaya koymaktadır.

- Küreselleşme ile birlikte fuarların kapsamı ve büyüklüğü artmış, dünya genelindeki birçok şehir, büyük ölçekli uluslararası fuar organizasyonlarına ev sahipliği yapar hale gelmiştir. Bu durum, küresel ticaretin ve yatırımların artmasına paralel olarak, fuarların ekonomik bağlamdaki küresel önemini artırmıştır. UFI verilerine göre dünya genelinde her yıl ortalama 32 bin fuar düzenlenmektedir. Bu fuarlarda 4,8 milyon firma ürünlerini ve hizmetlerini sergilemekte, 353 milyon kişi ise bu fuarları ziyaret etmektedir. Bu denli büyük bir etkinlik hacmi, sektörü ekonomik olarak güçlü kılmakta ve beraberinde geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Sektör, doğrudan ve dolaylı olarak yaklaşık 3,4 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Fuarcılık sektörü, doğrudan fuarcılık faaliyetleriyle iş hacmi yaratırken, dolaylı harcamalarla da ekonomiye ek katkılar sunmaktadır. Bu katkılar fuarların düzenlendiği bölgelerde yerel ekonomilerin canlanmasına, ticaret hacminin artmasına ve çeşitli sektörlerde büyümeye olanak tanımaktadır.
- Katılımcıların yıllık harcama düzeyleri incelendiğinde, her bir katılımcının yılda ortalama 70 bin ABD doları harcadığı görülmektedir. Stant harcamalarının yanı sıra, bu harcamaların büyük bir kısmı; ulaşım, konaklama, yeme ve içme gibi kalemlere ayrılmaktadır. Özellikle uluslararası katılımcılar, seyahat ve konaklama harcamalarıyla yerel ekonomilerin yanı sıra ülke ekonomisine de önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu veriler ışığında, fuarcılık sektörünün ekonomiye sağladığı katkıların kapsamlı ve çok boyutlu olduğu anlaşılmaktadır.¹
- 2010 yılında hizmet sektörlerinin sınıflandırılması için oluşturulan, Birleşmiş Milletler, OECD ve Eurostat başta olmak üzere 7 uluslararası örgütün bir araya gelerek hazırlamış olduğu “Extended Balance of Payments Services Classification” (EBOPS) sistemine göre uluslararası hizmetler 12 ana başlık altında gösterilmektedir. Fuarın konusunun içeriğinden bağımsız olarak katılımcı ve ziyaretçilere sunulan organizasyonun kendi doğası gereği bir hizmet sektörü faaliyeti olan fuarcılık sektörü de bu sınıflandırma içerisinde “diğer iş hizmetleri” başlığı altında takip edilmektedir. 2023 yılında küresel

¹ https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2022/09/OE-UFI_Global_Exhibitions_Impact_August_2022.pdf

ihracat içerisindeki “diğer iş hizmetleri” kategorisinin ekonomik büyüklüğü yaklaşık 2 trilyon ABD doları olarak kaydedilmiştir. Bu rakam, dünya ekonomisinde hizmet sektörünün artan önemini ve iş hizmetlerinin küresel ticaretteki etkisini açıkça ortaya koymaktadır. Öte yandan fuarcılık hizmetlerinin yanı sıra muhasebecilik, hukuki hizmetler, danışmanlık, reklamcılık, teknik hizmetler gibi kategoriler “diğer iş hizmetleri” başlığı altında detaylı olarak izlenmemekte olup bu hizmetlerin istatistiksel verilerinin detaylandırılmasının 2026 yılı itibarıyla gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Böylece fuarcılık sektöründe yapılacak analizler, daha somut ve güvenilir verilere dayanarak gerçekleştirilebilecektir.

- UFI'nin 2024 yılı Ağustos ayında yayımladığı “The Global Exhibition Barometer” raporunda sunulan verilere göre, fuarcılık sektöründe faaliyet gösteren fuar organizatörleri gelirlerinde 2023 yılında %20 oranında bir artış kaydedilmiştir. Bu gelir artışının 2024 yılı boyunca devam etmesi beklenmektedir.²
- Fuarlar, ürünlerini sergilemek üzere fuarlara iştirak eden katılımcı firmalara elbette bir maliyet yüklemektedir. Öte yandan, fuarların bu katılımcılara sağladığı bir alternatif maliyet avantajı da bulunmaktadır. Zira, Center for Exhibition Industry Research tarafından yapılan bir çalışmada, potansiyel bir alıcı ile ticari bir fuarda yüz-yüze görüşmenin katılımcı firmaya ortalama maliyeti 142 dolar civarında hesaplanırken, buna alternatif olarak potansiyel müşterinin ofisine gidilerek yapılan birebir görüşmenin ortalama maliyeti 259 dolar olarak tespit edilmiştir.³
- Diğer taraftan sürdürülebilirlik trendi, fuar organizasyonlarının olumsuz çevresel etkilerini azaltmada ve yeşil dönüşüm uygulamalarını benimsemeleri doğrultusunda değişimleri de beraberinde getirmektedir. Benzer şekilde, fuarların dijital dönüşüme uyum göstermesi ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesi beklenmektedir. Yeşil dönüşüm ve dijitalleşmenin etkisiyle, uluslararası fuarcılık sektörünün günün gerekliliklerini de göz önünde tutarak daha da gelişmesi ve küresel ekonomi üzerindeki etkisini sürdürmesi öngörülmektedir.
- Teknolojinin hızlı gelişimi, fuarcılık sektöründe faaliyet gösteren firmaların organizasyon yapılarını, çalışma yöntemlerini ve iş süreçlerini yeniden şekillendirmelerini zorunlu kılmaktadır. Teknoloji ve dijitalleşmenin gelişmesinin fuarların öneminde bir azalma meydana getireceğini ve fuarların sonunun geldiğini

² <https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2024/08/33rd-Barometer.pdf>

³ <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2020/02/20/why-trade-shows-are-important-for-your-small-business/>

iddia edenlerin aksine bu gelişmeler sektör için yeni fırsatlar doğurarak fuarcılık sektörünü güçlendirmektedir. COVID-19 salgınının başlamasından bu yana, fuarların düzenlenmesine yönelik kısıtlamalar, “dijital fuar” modelinin gelişimini hızlandırırken bunu teknik bir kavramdan çıkararak uygulamalı bir kavrama dönüştürmektedir. Reed Exhibitions tarafından yapılan bir araştırmaya göre, ziyaretçilerin ve katılımcıların %84’ü pandeminin başlangıcından bu yana fuarlarda en az bir dijital hizmeti deneyimlemiştir. Pandemi sonrası dönemde dijital ve fiziki fuar imkânın bir arada olduğu “hibrit fuarlar” ise daha tercih edilir olmuştur. Bu anlamda yeni teknolojik imkânların fuarcılık sektöründe kullanılması ve daha fazla katılımcı ve ziyaretçinin ağırlanması ile fuarcılık sektörü gelirlerinin artırılması öngörülmektedir. Buradan hareketle, dijital fuarların entegrasyonunu hızlandırmaya yönelik olarak fuar alanlarında “akıllı alan” inşası uygulamaları yer yer görülmektedir. Dijital fuar platformları ve sanal etkinlikler ile, coğrafi engelleri ortadan kaldıran, fiziki kapasitenin ötesine geçen organizasyonları düzenleyebilme imkânı sunulmuş olsa da ticari ilişkilerin doğası gereği yüz yüze ve aynı ortamda gerçekleştirilen ikili görüşmeler hala tercih edilirliliğini korumaktadır. Bu nedenle, öncelikle fiziki fuar alanında katılım ve ziyaretin sağlandığı, kurulan köprüler sonrasında dijital ortamda ikili ilişkilerin devam ettirildiği bir yapı olan hibrit fuar organizasyonları dijital fuarlara üstünlük sağlar hale gelmiştir.

2. Dünyada Fuar Alanları

- UFI verilerine⁴ göre, dünya çapında brüt kapalı alanı en az 5.000 m² olan 1.425 adet fuar alanı bulunmakta olup toplam küresel fuar alanı büyüklüğü ise 42,1 milyon m²’dir.
- *Metrekare büyüklükleri* açısından Avrupa kıtası, 15,7 milyon m² ile küresel olarak en fazla fuar alanına sahip kıta/bölge konumundadır. Asya-Pasifik bölgesi 15,4 milyon m² alana sahipken, Kuzey Amerika ise 7,5 milyon m² fuar alanına sahiptir.
- *Fuar alanı sayısı* açısından 497 adet fuar alanı ile Avrupa ilk sırada yer almaktadır. Asya-Pasifik bölgesinde 404 adet fuar alanı mevcut iken Kuzey Amerika’da 352 adet fuar alanı bulunmaktadır.

⁴ <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/>

- Avrupa, mevcut alan kapasiteleri sıralamasında küresel pazar payının %37,2'si ile en yüksek orana sahipken, Asya-Pasifik %36,6'lık pay ile Kuzey Amerika'nın (%17,9) önünde yer almaktadır.

Tablo 1. Küresel Fuar Alanlarının Bölgesel Dağılımı

Bölge	Fuar Alanı Sayısı	Toplam Kapalı Alan Kapasitesi (milyon m2)	Kapalı Alan Kapasitesinin Payı (%)
Avrupa	497	15,7	37,2
Asya-Pasifik	404	15,4	36,6
Kuzey Amerika	352	7,5	17,9
Orta ve Güney Amerika	108	1,8	4,4
Ortadoğu ve Afrika	64	1,6	3,9
Toplam	1.425	42,1	100

Kaynak: UFI World Map Of Exhibition Venues (2023 Edition)

II. İKİNCİ KISIM

3. Türkiye’de Fuarçılık Sektörü

- Fuarçılık sektörü, Türkiye’nin rekabet gücünün artmasına katkıda bulunarak küresel ticaretten aldığı payı artırmada önemli bir işlev görmektedir. Fuarçılık sektörü; ekonomik kalkınmaya öncülük ederken arz-talep dengesini sağlama, teknolojik yenilikleri takip etme ve bölgesel kalkınmayı teşvik etme gibi etkilere de sahiptir.
- Ülkemiz fuarçılık sektörünün küresel sıralamada daha iyi bir konuma gelmesi açısından, dünya çapında marka fuarların yaratılması ve fuar alanlarımızın kapasite ve hizmet kalitesi bakımından uluslararası katılımcı ve ziyaretçileri ağırlayabilecek seviyelere ulaşması gerekli görülmektedir.
- 2023 yılı itibarıyla, fuarçılık hizmetlerini de kapsayan hizmet ihracatımız, 2022 yılına oranla %14 artış göstererek 92 milyardan 106 milyar dolara ulaşmaktadır. Ayrıca, uluslararası hizmet ticareti istatistikleri çerçevesinde “diğer hizmetler” kategorisi, 2023 yılında %38 oranında bir artışla 4 milyar dolardan 5,5 milyar dolara ulaşmaktadır. Bu veriler, fuarçılık hizmetlerinin genel hizmet ihracatı içindeki rolüne ve sektörel büyümeye ışık tutmaktadır.

3.1 Ülkemiz Fuarcılık Sektöründe Son 10 Yıllık Verilere Bakış

- 2020 yılında beklenmeyen bir şekilde ortaya çıkan COVID-19 pandemisi, küresel ekonomi ve ticaret üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Pandemi nedeniyle dünya genelinde ve ülkemizde alınan tedbirler ve kısıtlamalar, fuarcılık sektörünün performansını olumsuz yönde etkilemiştir. Bu etkiler arasında şüphesiz düzenlenen fuarların sayısı ve katılımcı-ziyaretçi sayılarındaki düşüşler öne çıkmaktadır.
- Türkiye’de fuarcılık sektörüne ilişkin yıllık veriler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Son 10 Yılda Türkiye’de Düzenlenen Fuar İstatistikleri

Yıl	Düzenlenen Fuar Sayısı	Katılımcı Sayısı		Ziyaretçi Sayısı		Katılımcılara Tahsis Edilen Stant Alanı (m ²)
		Toplam Katılımcı Sayısı	Yabancı Katılımcı Sayısı	Toplam Ziyaretçi Sayısı	Yabancı Ziyaretçi Sayısı	
2014	407	63.367	21.915	15.018.895	502.577	3.071.843
2015	419	62.786	10.276	16.831.764	503.415	3.036.083
2016	426	66.691	9.543	17.841.871	518.140	3.256.259
2017	475	60.013	17.196	21.719.714	587.128	3.243.919
2018	499	66.708	18.304	22.854.137	714.160	3.534.649
2019	482	62.293	21.816	25.828.251	719.267	3.075.976
2020	137	15.139	2.414	5.913.080	186.879	993.674
2021	254	30.595	7.378	9.533.125	372.833	1.892.100
2022	413	56.306	13.184	18.881.296	845.091	3.431.329
2023	433	64.151	16.105	17.196.245	929.075	3.605.755

Kaynak: TOBB Fuarlar Müdürlüğü

- Pandemi ertesinde, 2022 yılında, pandemi nedeniyle zamanında yapılamayarak ertelenen fuarların gerçekleştirilmesiyle birlikte sektörde hareketlilik yeniden başlamıştır. 2023 ve 2024 yıllarında sektördeki faaliyetlerin normaldeki ritmine döndüğü görülmektedir. Bu yıllarda fuarların yeniden canlanmasıyla birlikte katılımcı ve ziyaretçi sayılarında da artış gözlemlenmektedir.

4. Türkiye’de Fuar Alanları

- Türkiye’de kapalı alan büyüklüğü 5.000 m²’nin üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi bulunmaktadır.
- Ülkemizde bu fuar merkezlerinin toplam kapalı alan büyüklüğü yaklaşık 767.000 m²’dir.⁵
- Türkiye’deki toplam fuar alanı kapasitesi küresel fuar alanlarının %1,7’sini, Avrupa’daki fuar alanlarının ise %4,54’ünü oluşturmaktadır.
- Türkiye toplam fuar alanı kapasitesi bakımından dünya genelinde 10’uncu, Avrupa genelinde ise 6’ncı sıradadır.

⁵ TOBB Fuarlar Müdürlüğü (yayınlanmamış veri)

Tablo.3 Ülkemizde Fuar İhtiyacı Öncelikli İller (2023 Yılı Verileri)

Sıra	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Düzenlenen Fuar Sayısı	İstanbul	İzmir	Antalya	Ankara	Bursa	Muğla	Van	Denizli	Adana	Gaziantep
	196	34	33	31	18	12	12	11	7	7
Toplam Fuar Katılımcısı Sayısı	İstanbul	Antalya	İzmir	Ankara	Bursa	Konya	Adana	Gaziantep	Kayseri	Van
	38.776	5.697	5.202	2.190	2.120	1.069	835	749	679	672
Yabancı Ülke Katılımcı Sayısı	İstanbul	İzmir	Antalya	Ankara	Bursa	Konya	Adana	Eskişehir	Muğla	Gaziantep
	3.256	226	167	127	54	44	34	15	12	11
Doğrudan Yabancı Katılımcı Sayısı	İstanbul	İzmir	Antalya	Ankara	Gaziantep	Van	Bursa	Konya	Muğla	Kırklareli
	8.152	364	344	299	61	26	17	16	15	10
Dolaylı Yabancı Katılımcı Sayısı	İstanbul	İzmir	Antalya	Konya	Bursa	Ankara	Denizli	Adana	Nevşehir	Aydın
	4.645	714	444	174	170	158	110	49	46	44
Toplam Ziyaretçi Sayısı	İstanbul	İzmir	Antalya	Ankara	Diyarbakır	Adana	Bursa	Şanlıurfa	Denizli	Aydın
	4.398.277	2.068.335	1.708.317	1.129.446	864.988	708.812	688.997	679.168	569.141	488.300
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	İstanbul	Antalya	İzmir	Ankara	Bursa	Tekirdağ	Muğla	Kırklareli	Van	Konya
	683.049	98.127	55.600	24.284	16.034	15.115	8.765	7.000	3.787	2.937
Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stant Alanı (Net / m ²)	İstanbul	İzmir	Antalya	Bursa	Ankara	Konya	Kayseri	Sakarya	Denizli	Van
	1.977.285	298.217	169.841	158.098	127.546	84.869	76.444	62.840	58.051	53.965
Doğrudan Yabancı Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stant Alanı (Net / m ²)	İstanbul	Antalya	İzmir	Ankara	Gaziantep	Van	Tekirdağ	Niğde	Muğla	Kayseri
	162.368	12.234	8.658	6.543	2.812	1.130	1.000	550	406	372
Dolaylı Yabancı Katılımcılara Tahsis Edilen Toplam Stant Alanı (Net / m ²)	İstanbul	İzmir	Antalya	Ankara	Denizli	Konya	Nevşehir	Bursa	Şanlıurfa	Aydın
	123.951	34.183	19.572	16.053	11.462	10.798	9.638	9.045	5.780	5.576
Fuar Alanları Büyüklüğü (m ²)	İstanbul	İzmir	Bursa	Konya	Antalya	Kayseri	Mersin	Gaziantep	Ankara	Samsun
	261.235	102.500	72.600	66.000	53.460	32.000	32.000	29.500	18.100	15.516
Fuar Merkezi Sayısı (5.000 m ² ve üzeri)	İstanbul	Antalya	Bursa	Ankara	İzmir	Kayseri	Gaziantep	Mersin	Konya	Samsun
	7	3	3	2	2	2	1	1	1	1

Kaynak: TOBB Fuarlar Müdürlüğü

- Tablo 3'te 2023 yılında Türkiye genelinde çeşitli şehirlerde düzenlenen fuarların kapsamı, katılımcı ve ziyaretçi sayıları ayrıntılı bir şekilde analiz edilerek ülkemizde fuar ihtiyacı öncelikli iller değerlendirilmektedir.
- Bu veriler ışığında, İstanbul'un fuarcılık sektöründeki merkezi rolü belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Toplamda 196 fuar ile lider konumda olan İstanbul, katılımcı sayıları, ziyaretçi sayıları ve tahsis edilen stant alanı açısından da diğer şehirleri geride bırakmaktadır. Özellikle yabancı ülke katılımcı sayısındaki üstünlük, İstanbul'un uluslararası düzeyde bir fuar merkezi olduğunu göstermektedir.
- İzmir ve Antalya ise İstanbul'un ardından gelen iki önemli fuar merkezi olarak karşımıza çıkmaktadır. İzmir, 34 fuar düzenleyerek dikkate değer bir katılımcı ve ziyaretçi hacmi yaratırken, toplam ziyaretçi sayısında 2 milyonu aşmıştır. Antalya ise özellikle yabancı ziyaretçi sayısındaki (98.127) yüksek oranıyla (İzmir'den %56 daha fazla) dikkat çekmektedir. Bu durumun şehrin turizm potansiyelinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.
- Başkent Ankara, 2023 yılında gerçekleştirilen 31 adet fuarla fuarcılık sektöründe önemli bir yer tutmakta ancak yabancı katılımcı ve ziyaretçi sayılarında İstanbul, İzmir ve Antalya'nın gerisinde kalmaktadır. Bu veriler, Ankara'nın fuarlarının daha yerel ve ulusal odaklı olduğunu düşündürmektedir. Öte yandan Ankara'nın sahip olduğu toplam fuar alanı büyüklüğü bakımından birçok şehrin gerisinde kalarak 9'uncu sırada yer alması, şehrin fuar alanı kapasitesinin yetersizliğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır.
- Bursa, Adana, Konya gibi şehirler ise düzenlenen fuar sayısı açısından daha geride yer almakta olup özellikle yabancı katılımcı açısından sınırlı bir etki göstermektedir. Bu şehirler, daha çok bölgesel fuar organizasyonlarına ev sahipliği yapmakla birlikte uluslararası düzeyde yeterli çekiciliği henüz yakalayamamış durumdadır.
- Diğer taraftan Gaziantep'in doğrudan yabancı katılımcı sayısı bakımından İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara'nın ardından gelmesi şehrin uluslararası düzeyde bir fuar şehri olma potansiyelini ortaya çıkarmaktadır.
- Genel olarak tablo, Türkiye'deki fuar organizasyonlarının büyük şehirlerde yoğunlaştığını ve bu şehirlerin ulusal ve uluslararası ticaret ve ekonomik faaliyetlerde kilit roller üstlendiğini ortaya koymaktadır. İstanbul'un sektördeki belirgin üstünlüğü ve İzmir ile Antalya'nın potansiyeli, Türkiye'nin fuar endüstrisindeki önemini yansıtmaktadır. Ancak, diğer şehirlerin uluslararası düzeyde daha fazla tanıtımının yapılması gerektiği de göz ardı edilmemelidir.

4.1 Türkiye’de En Büyük Fuar Alanları

Türkiye çeşitli sektörlerde yıl boyunca düzenlenen ulusal ve uluslararası fuarlara ev sahipliği yapmaktadır. Metrekare büyüklüğü dikkate alınarak Türkiye’nin en fazla kapasiteye sahip üç fuar alanı aşağıda açıklanmaktadır.

➤ TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi

- Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi 120.000 m² kapalı alan kapasitesi ile Avrupa’da 24’üncü, dünyada 51’inci sırada yer alarak en büyük fuar alanımız olarak hizmet vermektedir.⁶
- Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi, 28 Haziran 1979 tarihinde kurulmuş olup 120.000 m² kapalı ve 25.000 m² açık olmak üzere toplam 145.000 m² alanı ile Türkiye’de özel sektörün sahip olduğu en büyük fuar merkezidir.
- Türkiye’de fuarcılık sektörünün en önemli bileşenlerinden biri olan Tüyap, İstanbul’un yanı sıra Bursa, Konya, Adana, Eskişehir ve Samsun’da da fuar alanları açmış ve yatırımlar yapmış bir fuar organizasyon şirketidir. İstanbul’da yer alan Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi’nin tamamı Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.’ye aittir.
- TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi katılımcı ve ziyaretçilere çeşitli hizmetleri sağlayacak şekilde dizayn edilmiştir: tamamen klimatize edilmiş 120.000 m² kapalı alanda net 62.000 m² fuar hazırlama imkânı veren 14 büyük fuar salonu, 10.000 m² kongre ve hizmetler bölümü, 8.000 m² servis binası; fuar alanına entegre, 259 oda kapasiteli 5 yıldızlı konaklama hizmeti; 10.000 kişiye kadar değişen kapasitede toplantı ve kongre düzenleme imkânı; 10 kişiden 750 kişiye kadar değişen kapasitede çok amaçlı 31 toplantı salonu; 1 adet çok amaçlı 1.000 kapasiteli balo salonuna sahiptir.⁷
- İstanbul’da yer alan Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi’nde uluslararası birçok fuar düzenlenmekte olup bunların başında World Food İstanbul, Plast Eurasia İstanbul, İstanbul İplik Fuarı, Avrasya Ambalaj fuarları gelmektedir.
- TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi, İstanbul Havalimanı’na yaklaşık 40 kilometre mesafede yer almaktadır. Öte yandan şehir içi ulaşım imkânlarına yakın bir konumda bulunarak fuar ve kongre organizasyonlarının etkinliğini artırmaktadır.

⁶ <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/>

⁷ <https://tuyap.com.tr/>

➤ İstanbul Fuar Merkezi

- İstanbul Fuar Merkezi (İFM) 100.000 m² kapalı alan kapasitesi ile Avrupa'da 40'inci, dünyada 81'inci sırada yer alarak en büyük ikinci fuar alanımız olarak hizmet vermektedir.⁸
- İFM, İstanbul Yeşilköy'de 1985 yılında kurulmuş olup İstanbul Dünya Ticaret Merkezi (İDTM) tarafından yönetilmektedir. İstanbul Fuar Merkezi sahip olduğu 8 hol ile birçok uluslararası fuara ev sahipliği yapmaktadır. İstanbul'un merkezinde yer alan İFM, ulaşım kolaylığı sayesinde tercih edilebilirlik oranı yüksek olan fuar merkezlerindedir.⁹
- İFM'nin işleticisi ve sahibi İDTM olup İstanbul Ticaret Odası, TOBB, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Bakırköy Belediyesi, İstanbul Sanayi Odası, İstanbul Ticaret Borsası, İktisadi Kalkınma Vakfı İDTM'nin pay sahipleri arasındadır.
- İDTM iş blokları, otel kompleksi ve kongre merkezi ile bir bütün halinde olan İFM, çok yönlü olarak İstanbul'da fuarcılık sektörüne katkı sağlamaktadır.
- TOBB fuar takvimine göre 2024 yılında İFM'de 71 fuarın yapılması planlanmaktadır.
- Uluslararası fuarlara ev sahipliği yapan İFM'de gerçekleştirilen fuarların başında Hometex, ISAF, İstanbul Mobilya Fuarı, Turchem, AYMOD Ayakkabı Fuarı gelmekte olup anılan fuarlar her yıl binlerce katılımcı ve ziyaretçiyi ağırlamaktadır.
- İstanbul Fuar Merkezi, İstanbul Havalimanı'na yaklaşık 40 kilometre mesafede olup ortalama 30-40 dakikalık bir seyahat süresi gerektirmektedir. Ayrıca, şehir merkezinde yer alması nedeniyle ziyaretçi ve katılımcılar açısından önemli bir avantaj oluşturmaktadır.

➤ Fuar İzmir (Gaziemir)

- 25 Mart 2015'te açılışı yapılan kompleks, ihtisas fuarlarına ev sahipliği yapmaktadır.
- Fuar alanının sahibi İzmir Büyükşehir Belediyesi olup tamamlandığında 400 milyon TL'ye mal olmuştur.
- Toplam 7 bloktan oluşan merkezde, 14 katlı ve 48 metre yüksekliğinde bir seyir kulesi ile amfi tiyatro şeklinde bir meydan bulunmaktadır. Farklı kapasitelere sahip toplam 4 adet hol ile toplam 78.750 m² kapalı alana sahiptir. 180 kişi kapasiteli toplam 4 adet seminer salonu; 93.000 m²'lik alanda yer alan 3.500 araç kapasiteli otopark; 2.050 kişi

⁸ <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/>

⁹ <https://ifm.com.tr/>

kapasiteli amfi tiyatro ve 20.500 m² büyüklüğünde fuar meydanı; 12.000 m² büyüklüğüne sahip fuar sokağı; her bir holün içinde 1'er adet restoranın yanı sıra kafe alanları da bulunmaktadır.¹⁰

- Ege bölgesinin ve ülkemizin en önemli fuar alanlarından biri olan Fuar İzmir; İzmir Enternasyonel Fuarı, Marble İzmir, If Wedding Fashion gibi birçok uluslararası fuara ev sahipliği yapmaktadır.
- Fuar alanı Adnan Menderes Havalimanı'na 10 dakika, kent merkezine ise 15 dakika uzaklıktadır.

III. ÜÇÜNCÜ KISIM

5. Dünyada Fuar Alanı Yapımında Alternatif Modeller

- Fuarların geçmişi M.Ö. 18. yüzyıla kadar dayanmakta olup Hindistan, Mezopotamya ve Hitit uygarlıklarında düzenlenen panayırılar ve Atina'da düzenlenen olimpiyatlar tarihte bilinen ilk fuar örnekleridir. Modern anlamda ise tarihte bilinen ilk fuar ise Kral Dagobert tarafından Paris yakınlarındaki St. Denis banliyösünde 629 yılında kurulan "Foire de Saint Denis"dir. Bu bağlamda, fuarların ilk yapıldığı ülke olarak Fransa, Almanya ve İtalya gibi ülkelerle birlikte fuarcılıkta öncü konumdadır.
- Almanya'da, 1268 yılında Leipzig'de düzenlenen ilk fuar, Alman Fuar Endüstrisi Birliği (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft-AUMA) tarafından kaydedilmiştir. Günümüze kadar süregelen 18 fuardan oluşan bir geçmişe sahip olan Almanya, fuarcılık alanında önemli bir konuma sahiptir. İtalya'da ise fuarcılığın gelişimi, Akdeniz limanları sayesinde olmuş ve Cenova, bu gelişimin önemli örneklerinden birini oluşturmaktadır.
- Modern anlamda fuarcılığın ilk örneği ise 1851'de Londra Hyde Park'ta düzenlenen Crystal Palace Fuarı olmuştur. Sanayi devrimi ile birlikte 18. ve 19. yüzyıllarda fuarlar, sadece malların sergilendiği ortamlara dönüşmüş ve ticari faaliyetlerin merkezi haline gelmiştir. Bugün ise fuarlar teknoloji ile birleşerek küresel nitelik kazanmış ve özellikle Almanya gibi ülkeler için önemli ekonomik faaliyetlerden biri haline gelmiştir.¹¹

¹⁰ <https://www.fuarizmir.com.tr/tr>

¹¹ Fuarcılık Sektör İncelemesi Raporu, 2019 (Rekabet Kurumu)

- 20. yüzyılın başlarıyla birlikte, Almanya, Fransa, İtalya gibi büyük Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nde bahçe, otopark, etkinlik gibi açık alan ile 100.000 m² üzerinde kapalı alana sahip büyük ölçekli fuar merkezleri oluşturulmuştur. Bu fuar alanları, geniş alanlara yayılan açık ve kapalı alanlardan oluşmakta olup genellikle merkezi veya yerel yönetimler tarafından inşa edilmiştir. Günümüzde ise bu devasa yapıların modernizasyonu ve işletilmesi özel olarak oluşturulan şirket statüsüne haiz tüzel kişiliklerce gerçekleştirilmektedir. Fuar alanlarının büyük ölçekli arsa ve inşaat maliyetleri barındırması nedeniyle kurulan bu şirketlerin ortaklık yapılarında kamu kurumlarının halen aktif rol oynadığı görülmektedir.
- Bu bölümde, dünyanın en büyük 50 fuar alanının bulunduğu bazı ülkelerdeki fuar alanlarının inşası ve işletilmesine ilişkin oluşturulan kuruluşların ortaklık yapıları ve finansman modellerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

5.1 Çin Halk Cumhuriyeti

Çin Halk Cumhuriyeti'nde mevcut toplam kapalı fuar alanı yaklaşık 12,3 milyon m²'ye ulaşmıştır. Bu alan, dünya genelindeki toplam fuar alanlarının %29,3'ünü oluşturmakta ve Çin'i bu alanda birinci sıraya yerleştirmektedir. Çin, 100.000 m²'den büyük olan fuar alanları ile 35 adet mega etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır. Bu alanlar Çin'i, bu kategoride en fazla sayıda büyük fuar alanına sahip ülke konumuna getirmektedir.¹²

Dünyadaki en büyük ilk 3 fuar alanına ev sahipliği yapan Çin'de fuarcılık sektörü her geçen gün büyümektedir. Devlet eliyle büyük destekler verilen Çin fuarcılık sektörü, dünyadaki pazar payını her geçen gün artırmaktadır. Merkezi devlet ve belediyelerin arazi tahsisi, vergi indirimleri, fuar alanlarına ulaşım için yapılan altyapı çalışmaları ve sağlanan finansal destekler fuar alanlarının yapımındaki önemli faktörler arasında yer almaktadır.

➤ China Import & Export Fair Complex (Pazhou Complex)

- 2002 yılından beri hizmet veren Çin İthalat ve İhracat Fuarı Kompleksi Guangzhou'da bulunmaktadır. Söz konusu Kompleks; Alan A, Alan B, Alan C, Alan D, Kanton Fuar Kongre Merkezi, Kanton Fuar Kulesi (the Westin Pazhou) A ve B'den oluşmaktadır.

¹² <https://www.ufi.org>; <https://www.exhibitions Showcase.com>

Kompleks, UFI raporuna göre 504 bin m² kapalı alan kapasitesiyle dünyanın en büyük fuar merkezidir.¹³

- Çin İthalat ve İhracat Fuarı Kompleksinde farklı özelliklere sahip 45 sergi salonu bulunmaktadır. Bu salonların birinci katında bulunan sergileme alanlarının yük taşıma kapasitesi, metrekaşe başına 5 ton olarak belirlenmiştir. Bu yüksek taşıma kapasitesi, kompleksin büyük ölçekli ve ağır yük gerektiren sergiler için uygun olduğunu göstermektedir. Üç ana bölümden oluşan fuar merkezinde 13 farklı salon bulunmaktadır.¹⁴ Söz konusu Komplekste modern teknik altyapı ile donatılmış 16 adet fuar salonu yer almaktadır. Yüksek hızlı internet erişimi, gelişmiş güvenlik sistemleri ve esnek sergi alanları sayesinde anılan kompleks, büyük çaplı etkinlikleri kolaylıkla karşılayabilmektedir. Ayrıca, bu alan, ileri düzey enerji verimliliği ve çevre dostu tasarımlarıyla da dikkat çekmektedir.¹⁵
- Guangzhou Belediye Yönetimi fuar alanının yapımında kullanılan araziye uygun bir fiyatla işletmecisi şirkete tahsis etmiştir. Fuar kompleksi bir devlet şirketi olan China State Construction Corporation (CSCEC) tarafından inşa edilmiştir. Fuar alanı işletmesi, etkinlik düzenleme konusunda 50 yılı aşkın deneyime sahip, Ticaret Bakanlığına bağlı olan Çin Dış Ticaret Merkezine (CFTC) ve China Foreign Trade Centre Group Ltd. tarafından işletilmektedir.¹⁶ 2020-2023 yılları arasında yürütülen fuar kompleksinin genişletilmesi çalışmaları ile; 78 futbol sahası büyüklüğünde bir ilavenin yanı sıra, yeşil dönüşüm projesi kapsamında enerji tasarrufu sağlayan aydınlatma yatırımı yapılarak, düşük karbon kullanımı için gerekli tedbirler alınmıştır. Fuar alanındaki haller kolonsuz şekilde dizayn edilmiştir.
- CFTC'ye bağlı olan China Foreign Trade Centre Group Ltd. aynı zamanda Çin'in Tianjin bölgesinde bulunan ve 200 bin m² kapalı alana sahip (dünyada 21'inci sırada) olan National Convention and Exhibition Center'ı da işletmektedir.
- Çin İthalat ve İhracat Fuarı Kompleksi, Çin'in en büyük ve en önemli fuar merkezi olması nedeniyle birçok prestijli uluslararası fuara ev sahipliği yapmaktadır. En önemli fuarlardan biri olan Canton Fair (Çin İthalat ve İhracat Fuarı), yılda iki kez düzenlenmekte ve binlerce katılımcı ile milyonlarca ziyaretçiyi ağırlamaktadır. Bunun dışında, Çin Uluslararası Mobilya Fuarı (CIFF) ve Çin Otomobil Parçaları Fuarı (Auto

¹³ <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/>

¹⁴ <https://www.ciefc.com/>

¹⁵ <https://www.pazhoucomplex.com/>

¹⁶ <https://www.cftc.org.cn/en/article/10798.html>

Parts Fair), ev dekorasyonu, hediyelik eşya fuarları, tekstil fuarı, medikal cihazlar fuarı gibi önde gelen sektör etkinlikleri de bu komplekste gerçekleştirilmektedir.¹⁷ Bu fuar kompleksinde yapılan her bir fuara ortalama 25 bin katılımcı ve 200 bin ziyaretçi iştirak etmektedir. Fuarlara katılım ücreti 30 ABD dolarıdır.

- Şehir merkezinde yer alan anılan fuar alanının şehrin havaalanına ve ana yollarına doğrudan bağlantısı, tren ve metro ağları yoluyla sağlanmıştır. Pazhou Kompleksi, Guangzhou Baiyun Uluslararası Havalimanı'na yaklaşık 40 kilometre mesafede bulunmaktadır. Şehir merkezine olan mesafe ise yaklaşık 15 kilometredir. Kompleks, bölgedeki otellere yakın bir konumda yer alarak konaklama tesislerine yürüme mesafesinde bulunmaktadır.¹⁸

➤ **National Exhibition and Convention Center (Shanghai) (NECC)**

- UFI istatistiklerine göre 470 bin m² kapalı alan büyüklüğü ile dünyanın en büyük ikinci fuar alanı olan ve National Exhibition and Convention Center (NECC) Çin'in Şangay bölgesinde yer almaktadır. 2015 yılından beri hizmet veren fuar alanına toplam 16 milyar yuan (220 milyon ABD doları) yatırım yapılmış olup Çin Ticaret Bakanlığı ve Şanghay Belediye Yönetimi tarafından ortaklaşa inşa edilmiştir.¹⁹ 1,2 milyon m²'si yer üstünde olmak üzere toplam 1,4 milyon m² inşaat alanına sahip devasa bir alana inşa edilen fuar alanı, Çin ticaretinde büyük öneme sahiptir.²⁰ Yonca şeklinde dizayn edilen yapı, dünyanın en büyük tek blok halindeki fuar merkezidir. Fuar alanının maliyeti yaklaşık 2,4 milyar ABD dolarıdır.
- Dünyanın en büyük tek bina fuar komplekslerinden biri olan anılan kompleks, 500.000 m²'lik kapalı ve 400.000 m²'lik açık sergi alanına sahiptir. Öte yandan Kompleks, 13 adet fuar salonu ile hizmet vermektedir. Her salon, yüksek hızlı internet erişimi, modern güvenlik sistemleri ve esnek sergi düzenlemeleri gibi ileri düzey teknik altyapı ile donatılmıştır. Bu yapı, büyük ve karmaşık etkinliklerin sorunsuz bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır.²¹
- NECC, uluslararası öneme sahip birçok fuara ev sahipliği yapmaktadır. Bu fuarlar arasında; China International Import Expo (CIIE), Auto Shanghai ve China

¹⁷ <https://www.cantonfair.org.cn>; <https://www.ciff-gz.com>

¹⁸ <https://www.pazhoucomplex.com/>

¹⁹ <https://www.necsh.com/cecsh/companyculture.jsp>

²⁰ [https://www.chinaexhibition.com/china_trade_shows_venue_profile/450_National_Exhibition_and_Convention_Center_\(Shanghai\)_NECC.html](https://www.chinaexhibition.com/china_trade_shows_venue_profile/450_National_Exhibition_and_Convention_Center_(Shanghai)_NECC.html)

²¹ <https://www.necsh.com/>

International Industry Fair (CIIF) gibi önde gelen etkinlikler yer almaktadır. Bu fuarlar, dünya çapındaki katılımcılar ve ziyaretçiler için büyük bir çekim merkezi oluşturmaktadır.²²

- Shanghai Şanghay Hongqiao Uluslararası Havalimanı'na yaklaşık 1,5 kilometre, şehir merkezine ise yaklaşık 25 kilometre uzaklıkta bulunan NECC'nin yürüme mesafesinde otellerle çevrili olması söz konusu kompleksin sahip olduğu ulaşım ve konaklama imkânları, uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapma konusunda fuar merkezine büyük avantajlar sağlamaktadır.²³

5.2 Amerika Birleşik Devletleri

ABD'de, toplamda 8,9 milyon m²'yi bulan kapalı fuar alanı kapasitesiyle 100.000 m²'nin üzerinde 5 adet fuar alanı bulunmaktadır. Ülkenin geniş fuar ve etkinlik kapasitesini yansıtan bu fuar alanları, büyük ölçekli etkinlikler ve uluslararası fuarlar için tasarlanmıştır. ABD'nin büyük fuar alanları arasında; Chicago'daki McCormick Place, Las Vegas'taki Las Vegas Convention Center ve Orlando'daki Orange County Convention Center gibi alanlar öne çıkmaktadır. ABD, kapalı fuar alan kapasitesi bakımından Çin'in ardından ikinci sırada gelerek dünya genelindeki toplam kapalı fuar alanlarının yaklaşık %15'ine sahiptir.²⁴

➤ McCormick Place

- Chicago eyaletinde 1960 yılında inşa edilen McCormick Place, 241.548 m² ile ABD'nin en büyük kapalı alan büyüklüğüne sahiptir. Kuzey Amerika'daki en büyük fuar merkezi olan McCormick Place'deki etkinliklere her yıl yaklaşık 3 milyon ziyaretçi katılmaktadır.
- McCormick Place'in inşası, devlet ve özel sektör iş birliği çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Amerikan Devleti 41,8 milyon ABD doları tutarında tahvil sunarak yatırımı finanse etmiştir. Aynı zamanda Illinois Eyalet Hükümeti, bu büyük ölçekli projenin altyapı geliştirilmesine yönelik önemli destekler sunarken, özel sektör yatırımcıları ise fuar merkezinin işletimi, yönetimi ve pazarlanmasında kritik roller üstlenmişlerdir. Bu iş birliği, fuar alanının etkinliğini ve sürdürülebilirliğini artırmada önemli bir katkı sağlamıştır. Fuar kompleksine 1986, 1996, 2007, 2017 ve 2020 yılında

²² <https://www.neccsh.com/>

²³ <https://www.neccsh.com/>

²⁴ <https://exhibitionnews.uk/ufi-and-jwc-publish-world-map-of-exhibition-venues/>

yapılan restorasyon çalışmalarının yaklaşık maliyeti 2 milyar ABD dolarını bulmuştur. Yine 2024 yılında bir kuş sürüsünün göç esnasında fuar merkezinin camlarına çarpması neticesinde, 2024 yılında ilave 1,2 milyon ABD doları yapılmıştır.

- Fuar alanının yönetim ve ortaklık yapısında farklı kuruluşlar yer almaktadır. Fuar alanının yönetimini alanın işletme ve gelişiminden sorumlu olan The Metropolitan Pier and Exposition Authority yapmaktadır. Chicago Belediyesi ise McCormick Place'in mülk sahibi olup mülkiyet yönetiminin %100'ünü elinde tutmaktadır. Fuar alanının günlük yönetimi ve organizasyonel faaliyetleri, Illinois Eyaleti tarafından desteklenen bir yönetim kurulu tarafından denetlenmektedir. Bu kuruldaki paydaşlar arasında, şehir ve eyalet hükümetleri temsilcileri, yerel iş dünyası temsilcileri ve STK liderleri bulunmaktadır.²⁵
- McCormick Place, teknoloji, sağlık, otomotiv, inşaat, gıda ve içecek gibi birçok önemli sektördeki etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle "International Manufacturing Technology Show (IMTS)" ve "Chicago Auto Show" gibi uluslararası düzeyde tanınan fuarlar, bu merkezde düzenlenerek sektörlerindeki yenilikleri sergilemektedir. Bu etkinlikler, yalnızca katılımcılar için değil, aynı zamanda Chicago'nun ve çevresinin ekonomik gelişimi açısından da önemli birer katalizör işlevi görmektedir.
- McCormick Place, Chicago şehir merkezine yaklaşık 5 kilometre mesafede yer almaktadır. Söz konusu alan ayrıca, Midway Uluslararası Havaalanına 15 kilometre, O'Hare Uluslararası Havaalanına ise 31 kilometre uzaklıkta bulunmaktadır. Bu durum yabancı katılımcı ve ziyaretçiler bakımından fuar alanına erişim kolaylığı sağlamaktadır.

5.3 Almanya

UFI verilerine göre, 5 bin m² kapalı alan üstündeki küresel fuar alanlarının %7,5'ine ev sahipliği yapan Almanya, aynı zamanda dünyadaki en büyük ilk on fuar alanının dördüne de sahiptir.²⁶ Söz konusu fuar alanları eyalet ve belediye yönetimlerinin sahipliğindeki devlet iştirakleri tarafından yönetilmektedir. Bu firmalar, alan işletmeciliğinin yanı sıra fuarcılık hizmeti de vermekte olup bu hizmeti kendi işlettikleri fuar alanlarının dışında başka ülkelerde de

²⁵ <https://www.mpea.com/about/>

²⁶ <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/world-map-of-venues/>

yürülebilmektedir.

Almanya’da; Frankfurt ve Berlin gibi şehirlerde ticaret fuar merkezlerinin sergi alanlarının düzenli olarak büyütüldüğü görülmektedir. Ülkenin neredeyse tüm şehirlerinde fuar alanlarının modernizasyonu için yılda yaklaşık 100 milyon avro yatırım yapılmaktadır.

Alman fuar organizatörlerinin yıllık cirosunun pandemi öncesi dönemde 4 milyar avroyu aştığı bilinmektedir.²⁷ 2014-2017 yıllarını kapsayan bir araştırmaya göre, Almanya’da fuar katılımcısı firmaların ve fuar ziyaretçilerinin fuarlarla ilgili toplam harcamaları yıllık yaklaşık 14,5 milyar avro seviyesine ulaşmıştır. Aynı dönemde, fuarlar vesilesiyle yaratılan ilave vergi gelirleri 4,8 milyar avro olurken, istihdama katkı ise yıllık ortalama 231 bin seviyesinde ölçülmüştür. Fuarların doğrudan ve dolaylı olarak genel ülke üretimine etkisi ise 28 milyar avroya ulaşmıştır.²⁸ Buradan hareketle, sektörün büyüklüğünden fuar organizatörlerinin yanı sıra Alman ekonomisinin de kazançlı çıktığı rahatlıkla söylenebilmektedir. 2024 yılında da ciro, işgücü, vergi geliri gibi konularda yeniden 2020 öncesi rakamlara ulaşılması öngörülmektedir.²⁹ Keza, fuar stant yapım şirketlerinin kayıtlı yıllık cirosu da 2 milyar avro civarındadır.³⁰

➤ **Messe Hannover**

- Hannover Fuar Alanı (Hannover Messegelaende) 1947 yılında Hannover şehrinde eski bir fabrika arazisinde hizmete açılmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası ülke ekonomisini tekrar canlandırmak isteyen İngiliz askeri hükümeti, Almanya’da fuar alanı olarak bu şehri uygun görmüş ve Deutsche Messe und Ausstellungs AG (Alman Ticaret Fuarı ve Sergi A.Ş.) isimli şirketin 1,2 milyon Reichsmark ile kurulmasına ön ayak olmuştur. 1981 yılına kadar anılan fuar alanının işletmeciliğinin yanı sıra bu alandaki fuarların bizzat organizatörlüğünü de yürüten bu şirket bünyesinde, bu tarihten sonra fuarcılık organizasyon şirketi kurulmuştur.³¹
- Fuar alanında 1958 yılında dünyanın en büyük fuar alanı restoranı inşa edilmiştir. Bavyera stili dizayn edilen yemek alanı 3.200 kişiliktir.
- Almanya'nın Hannover şehrinde 1 Haziran - 31 Ekim 2000 tarihleri arasında yapılan “EXPO 2000” bu fuar alanında gerçekleşmiştir. EXPO 2000 Dünya Fuarı öncesinde Deutsche Messe fuar kompleksinde büyük çaplı bir yatırım gerçekleştirmiştir. Deutsche

²⁷ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5489/umfrage/umsatz-der-deutschen-messeveranstalter-seit-2003/>

²⁸ <https://www.auma.de/de/medien/meldungen/presse-2018-11>

²⁹ <https://trends.auma.de/2425/karte-und-fakten/#karte>

³⁰ <https://www.auma.de/de/zahlen-und-fakten/struktur-der-deutschen-messewirtschaft>

³¹ <https://www.hmist.com.tr/tr/firma/tarihce>

Messe ve merkezi idarenin iş birliği halinde yaptığı 1,6 milyar avronun üzerindeki yatırım ile, sergi alanları genişletilmiş ve toplu taşıma altyapısı modernize edilmiştir. 2000 yılında Hannover Messe dünyanın en büyük ve en modern sergi merkezi unvanını kazanmıştır.

- Bugün yaklaşık 392 bin m² kapalı alanıyla hizmet veren Hannover fuar alanının işletmesini yürüten ve adı sonradan değiştirilen Deutsche Messe AG, kamusal bir ortaklık yapısına sahiptir. Bunlar; Aşağı Saksonya Eyalet Yönetimi (%50), Hannover Belediyesi (%49,871), Hannover (alt) Bölge Yönetimi (%0,129)'dir. Dolayısıyla fuar alanındaki büyütme, değişiklik gibi inşaat faaliyetleri anılan kamu şirketince yürütülmektedir. Son olarak, 2012-2015 yılları arası yürütülen çalışmayla modernize edilen iki adet sergi salonu, şirketin kendi kaynaklarıyla finanse edilmiştir.³²
- Aynı anda 250 bin ziyaretçiyi ağırlayabilecek kapasiteye sahip Hannover fuar alanında; endüstri ve sanayi alanındaki Hannover Messe, dünya halı ve zemin ürünleri fuarı Domotex, metal ve metal işleme fuarı Euroblech ile tarım makineleri fuarı Agritechnica öne çıkanlar arasındadır. Ayrıca fuar alanının içinde bulunan ve 35 salonuyla hizmet veren kongre merkezi de Hannover Fuar Alanının kongre turizminde öne çıkmasını sağlamaktadır.³³ Alanın işletmecisi konumundaki Deutsche Messe şirketi aynı zamanda dünya çapında faaliyet gösterdiği fuar alanlarının inşasını da gerçekleştirmektedir. Bu şirket, 2000 yılında %50 ortaklık ile tamamladığı Şanghay Uluslararası Fuar Merkezi (SNIEC)'ni bugün de aynı ortaklık oranıyla işletmekte, 2015 yılından bu yana da Endonezya Kongre Merkezinin faaliyetlerini yürütmektedir.³⁴
- Hannover şehrine yakın, havaalanına ise 30 kilometre mesafede olan bu fuar alanı için hem şehir merkezine hem de havaalanına toplu taşıma imkânı bulunmakta ve yakın çevrede çok sayıda konaklama tesisi hizmet vermektedir.³⁵ Alanda 39 bin araçlık park yeri bulunmakta ve fuara özel toplu taşıma kartı satışa sunulmaktadır.³⁶

³² <https://www.messe.de/files/000-fs5/media/downloads/deutsche-messe-geschichte.pdf>

³³ <https://www.hannover.de/Wirtschaft-Wissenschaft/Messen-Kongresse/Messe-und-Kongresskalender/HANNOVER-MESSE>

³⁴ Uluslararası Fuarçılık Çalıştayı Raporu, 2-3 NİSAN 2018 (İhracat Genel Müdürlüğü)

³⁵ <https://www.hannover.de/Wirtschaft-Wissenschaft/Messen-Kongresse/Messe-und-Kongresskalender/HANNOVER-MESSE/Messestandort-Hannover>

³⁶ <https://www.uestra.de/fahrkarten-preise/kooperationsangebote/messefahrkarten/>

➤ Messe Frankfurt

- İlk kapalı tesisi 1907 yılında yapılan ve bugün 372 bin m² kapalı alan ile hizmet veren Messe Frankfurt'un işletmecisi "Die Messe Frankfurt Venue GmbH", bir kamu şirketi olan "Messe Frankfurt GmbH" bünyesindedir. Bu limited şirketin hissedarları %60 pay ile Frankfurt Belediyesi ve %40 pay ile Hessen Eyalet Yönetimidir.³⁷
- Messe Frankfurt her yıl elliden fazla fuara ev sahipliği yapmaktadır.³⁸ Öne çıkan en önemli fuarlar arasında; dekorasyon sektöründeki en büyük fuarlardan olan Christmasworld Fuarı, ev tekstili alanındaki Heimtextil, kimya mühendisliği, biyoteknoloji ve çevre koruma sektörlerinde düzenlenen Achema Uluslararası Boya ve Kimyasal Fuarı, Automechanika Frankfurt Uluslararası Otomotiv ve Yan Sanayii Fuarı, Buchmesse Uluslararası Kitap Fuarı ile züccaciye ve ev gereçleri sektörlerinde Ambiente Frankfurt sayılabilir.³⁹
- 2018-2020 yıllarında, fuar alanındaki bir salonun yenilenmesini finanse etmek için yaklaşık 130 milyon avro Alman Kalkınma Bankası kredisi kullanılmıştır.⁴⁰
- 2023 yılında fuar alanında, 350 etkinlik düzenlenmiş, bu etkinliklere 84 bin katılımcı ve 4 milyon ziyaretçi iştirak etmiştir. Messe Frankfurt'un 2023 yılı satışları 450 milyon avroya ulaşmıştır.
- On bir salonuyla hizmet veren bu fuar alanı, Frankfurt şehir merkezinde bulunmakta ve ulaşımında geniş olanaklara ve yaklaşık 12 bin oda kapasiteli konaklama avantajına sahiptir.⁴¹ Havaalanına 15 kilometre uzaklıkta bulunan ve "şehir içinde şehir" ifadesiyle tanımlanan bu fuar alanının içerisinde gastronomi alanında yüzden fazla işletme yer almaktadır.⁴²

³⁷ <https://tr.messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-turkey/corporate-turkey/company/Annual-Report-2020.pdf>

³⁸ <https://www.displayhersteller.de/ratgeber/messestaedte/messestandort-frankfurt-am-main>

³⁹ <https://www.ratgeber-frankfurt.de/messestandort-frankfurt.html#:~:>

⁴⁰ <https://tr.messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-turkey/corporate-turkey/company/Annual-Report-2020.pdf>

⁴¹ <https://www.meetfrankfurt.de/veranstaltungsplanung/messe-frankfurt>

⁴² <https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/de/locations.html#:~:>

5.4 İtalya

İtalya'daki toplam fuar alanlarının kapalı alan büyüklüğü yaklaşık olarak 2,5 milyon m²'dir. Ülke genelinde 100.000 m² üzerinde kapalı alan sunan 7 adet büyük fuar merkezi bulunmaktadır. İtalya, dünya genelindeki fuar alanları büyüklüğü sıralamasında yaklaşık %6'lık bir paya sahiptir. Bu büyüklük, İtalya'nın uluslararası fuar ve sergi pazarındaki önemli konumunu pekiştirmektedir.⁴³

➤ Fiera - Milano RHO

- UFI verilerine göre, küresel ölçekte kapalı fuar alanlarının %5,8'ine ev sahipliği yapan İtalya, Avrupa kıtasında yer alan fuar alanlarının %15,5'ine sahip olarak Almanya'dan sonra en büyük ölçekli fuar alanların sahip Avrupa ülkesidir. Ülkede 100.000 m² üzerinde 7 fuar alanı bulunurken bunlardan en büyüğü olan "Fiera Milano Rho" 345.000 m² kapalı alanı ile dünyanın en büyük altıncı fuar alanı konumundadır.
- Milano'da düzenlenen ticaret fuarlarının geçmişi 1906 yılına kadar uzanmaktadır. O zamandan bu yana dünyanın en büyük ticaret fuarı ve sergi merkezlerinden biri haline gelen Fiera Milano, İtalya'nın endüstriyel ve ticari gücünün sergilenmesinde önemli bir rol oynarken aynı zamanda uluslararası iş ve ağ oluşturma merkezi olarak ilk olarak 1920 yılında düzenlenmeye başlamıştır. Fuar alanı şehrin merkezinde kalarak ulaşım ve otopark zorlukları yaşatmaya başladığından, 2000 yılında "Fiera Milano Spa" isimli organizasyon şirketi kurulmuş ve 2005 yılında fuar alanının şehrin dışına Rho ve Pero belediyeleri arasında kalan eski Agip Petroli rafinerisinin arazine taşıma projesi tamamlanmıştır.⁴⁴ Arazisi satın alınarak ihale yoluyla başlayan projeye belediye kamu finansmanı da dahil edilerek kamu-özel iş birliği (PPP) modeline dönüştürülmüştür. Finansal desteğin yanı sıra, planlama, izin süreçleri ve altyapı geliştirmeleri gibi aşamalarda kamu kaynakları aktif olarak kullanılarak projenin 30 ay gibi kısa bir sürede tamamlanması sağlanmıştır. Yapımı devam eden küçük bölümlerin inşası ve değişiklikler için şirket ve kamu kurumlarının yer aldığı koordinasyon masası oluşturulmuştur.⁴⁵

⁴³ <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/world-map-of-venues/>

⁴⁴ <https://archiviodistorico.fondazioneffiera.it/storia-della-fondazione/>

⁴⁵ <https://openaccess.nhh.no/nhh-xmlui/bitstream/handle/11250/2985381/masterthesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- 2002 yılından bu yana İtalyan Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören söz konusu Fiera Milano Spa şirketi; başta İtalya, Brezilya ve Çin’de olmak üzere yılda 30’a yakın etkinlik düzenlemektedir.⁴⁶
- Anılan şirketin hissedarları arasında %63,82 paya sahip olan Fiera Milano Vakfı ve çeşitli özel kuruluşları ile %6,53’lük paya sahip olan Ticaret Odası da bulunmaktadır.⁴⁷
- Söz konusu Vakfın mülkiyetinde bulunan fuar alanı, Fiera Milano Spa şirketine kiralanmış ve tüm organizasyonları düzenlenmesine ilişkin sözleşme yapılmıştır.
- Fiera Milano Rho, geniş kapsamlı etkinlikleri için dizayn edilmiş bir komplekstir. Bu alan; uluslararası fuarlar, sergiler ve çeşitli etkinlikler için modern altyapı ile donatılmıştır. Fuar merkezinde ayrıca 65 konferans salonu bulunmaktadır. Bu salonlar, etkinlik organizatörlerinin ihtiyaçlarına göre çeşitli çözümler sunmakta olup son dönem teknolojik donanıma sahiptir. Diğer taraftan, 10 adet çok amaçlı salon, 54 toplantı odası ve 4 büyük konferans salonu gibi çeşitli olanaklar sunmaktadır. Bu tesislerde hem büyük ölçekli etkinlikler hem de daha küçük, özel toplantılar için uygun alanlar mevcuttur.
- Fiera Milano Rho, birçok prestijli fuara ev sahipliği yapmaktadır. Bu fuar alanında düzenlenen en büyük etkinlikler arasında Salone del Mobile (Milano Mobilya Fuarı), Milano Moda Haftası (Milano Moda Donna) ve EICMA (Uluslararası Motosiklet Fuarı) yer almaktadır.⁴⁸
- Fiera Milano Rho, Milano’nun kuzeybatısında yer alan büyük bir fuar alanıdır ve şehir merkezine yaklaşık 14 kilometre uzaklıktadır. Fiera Milano Rho’ya en yakın büyük havaalanı, yaklaşık 41 kilometre mesafede bulunan Milano Malpensa Havalimanı’dır. Milano Linate Havalimanı ise, fuar alanına yaklaşık 35 kilometre mesafededir Milano şehir merkezinden Fiera Milano Rho’ya ulaşım ise yaklaşık 30 dakika sürmektedir. Ayrıca fuar alanına yakın çok sayıda otel bulunmaktadır, bu da katılımcıların ve ziyaretçilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamayı kolaylaştırmaktadır.⁴⁹

⁴⁶ <https://www.fieramilano.it/investor-relations.html>

⁴⁷ <https://www.borsaitaliana.it/borsa/azioni/profilo-societa-dettaglio.html?isin=IT0003365613&lang=en>

⁴⁸ <https://www.fieramilano.it/>

⁴⁹ <https://www.milanomalpensa-airport.com/en>

5.5 Fransa

Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, İtalya ve Fransa olmak üzere beş ülke dünya çapındaki kapalı fuar alanlarının büyüklük bakımından yaklaşık %62'sine sahip bulunmaktadır. Toplam 2.066.657 m² kapalı alana sahip 84 adet fuar alanı ile, fuar alanı büyüklüğü bakımından %4,9 küresel pay ile beşinci sırada yer alan Fransa küresel pazarda öne çıkan bir ülkedir.⁵⁰

➤ Paris Nord Villepinte

- 1982 yılında inşa edilen bu merkez, Paris'in kuzeyinde Charles de Gaulle Havalimanı yakınlarında konumlanmıştır. 250.000 m² kapalı alanı ile Avrupa'nın en büyük 6'ncı, dünyanın en büyük 10'uncu fuar alanıdır. Paris Nord Villepinte'de iki amfityatro, 42 toplantı odası ve bir konferans merkezi bulunmaktadır. Söz konusu fuar alanı, "Société de Gestion du Parc des Expositions de Villepinte (SEPN)" şirketince inşa edilmiş olsa da inşaat, altyapı geliştirmeleri ve çevresel etki değerlendirmeleri gibi alanlarda kamu kaynakları kullanılmıştır. İnşaat sürecinin ardından fuar alanı işletmesi "Viparis" şirketine bırakılmıştır. Viparis, Porte de Versailles Sergi Merkezi ve Palais des Congrès Paris dahil olmak üzere şehirdeki diğer 9 konferans ve sergi mekanını yönetmektedir. Şirket, Paris Ticaret ve Sanayi Odası ile Unibail-Rodamco emlak şirketi ana ortaklığını içeren bir konsorsiyumdan oluşmaktadır.⁵¹ Viparis oluşumunun amacı, Paris'in fuar ve kongre sektöründeki gelişimini destekleyerek uluslararası ticaret ve etkinliklerdeki rolünü güçlendirmektir.
- Paris Nord Villepinte fuar alanında her yıl birçok büyük ve uluslararası etkinlik düzenlenmektedir. En bilinen fuarlara örnek olarak; Japan Expo, Maison & Objet, SIAL (Uluslararası Gıda Fuarı) ve SIMA (Uluslararası Tarım Makineleri Fuarı) gösterilebilir. Japan Expo, Japon kültürü ve pop kültürü üzerine yoğunlaşırken, Maison & Objet iç tasarım ve dekorasyon sektörlerinde öne çıkmaktadır. SIAL, global gıda endüstrisi için önemli bir buluşma noktasıdır ve SIMA ise tarım makineleri ve yenilikler konusunda dünya çapında bir etkiye sahiptir. Bu fuarlara her yıl binlerce katılımcı ve milyonlarca ziyaretçi katılmaktadır.⁵²

⁵⁰ <https://www.ufi.org/archive-research/ufi-world-map-of-exhibition-venues-2023-edition-december-2023/>

⁵¹ <https://www.urw.com/en/portfolio/standing-assets/standing-portfolio/convention-and-exhibition-center>

⁵² <https://www.japan-expo-paris.com/en/>; <https://www.maison-objet.com/en/>; <https://www.sialparis.com/>; <https://en.simaonline.com/>

- Paris Nord Villepinte; Paris şehir merkezine yaklaşık 20 kilometre, Paris-Charles de Gaulle Havaalanı'na ise yaklaşık 10 kilometre mesafede bulunmaktadır.⁵³

➤ **Porte de Versailles**

- 1923 yılında inşa edilen bu merkez 212.545 m² kapalı alanı ile Avrupa'nın en büyük 9'uncu, dünyanın en büyük 16'ncı fuar alanıdır. Paris'teki kentsel gelişimi teşvik etmek amacıyla 1923 yılında Fransız hükümeti tarafından inşa edilmiştir. Unibail-Rodamco emlak şirketi ile Paris Île-de-France Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası ortaklığında geliştirilmiş ve modernize edilmiş olan fuar alanı günümüzde Vıparis tarafından işletilmektedir.⁵⁴ 2015-2017 yılları arasında gerçekleştirilen hızlı modernizasyon çalışmaları ile ticari fuarlar minimum etkiyle kaldığı yerden devam etmiş; sonrasında ise dış mekân ve hizmetlere odaklanılmıştır. 2020 yılında Jean-Michel Wilmotte, Mama Shelter ve Accor ile yapılan üç prestijli iş birliği sayesinde 450 odalı iki otelle fuar alanının verimliliği artırılmıştır.
- Paris Expo Porte de Versailles, her yıl birçok önemli fuara ev sahipliği yapmaktadır. Anılan fuar alanında düzenlenen önde gelen etkinlikler; Salon International de l'Agriculture (tarım sektörü), Intermeditech - Paris Health Care Week (sağlık sektörü), Paris Packaging Week (ambalaj sektörü), Le Salon du Running (spor sektörü) ve Salon Mondial Du Tourisme (turizm sektörü)'dir. Söz konusu etkinlikler, farklı sektörlerdeki profesyonelleri ve ziyaretçileri bir araya getirmektedir.⁵⁵
- Paris'in güneybatısında yer alan Paris Expo Porte de Versailles fuar alanı, şehir merkezine 7 kilometre uzaklıkta olup Paris-Orly Havalimanı'na ise yaklaşık 17 kilometre mesafede bulunmaktadır.⁵⁶

⁵³ <https://en.parisinfo.com/>

⁵⁴ <https://parisjetaime.com/convention/article/autour-paris-expo-porte-de-versailles-a1312>

⁵⁵ <https://www.parisexpoportedeversailles.com/en/events/>

⁵⁶ <https://www.parisexpoportedeversailles.com/en/>

5.6 İspanya

İspanya'daki toplam fuar alanlarının kapalı alan büyüklüğü yaklaşık olarak 1,1 milyon m²'dir. Ülke genelinde 100.000 m² üzerinde kapalı alan sunan 3 adet büyük fuar merkezi bulunmaktadır. İspanya, dünya genelindeki fuar alanları büyüklüğü sıralamasında %4'lük bir paya sahiptir. Bu büyüklük, İspanya'nın uluslararası fuar ve sergi pazarındaki önemli konumunu pekiştirmektedir.⁵⁷

➤ FERIA Valencia

- Feria Valencia, 1917 yılında kurulmuş olup toplam 223.090 m²'lik alanıyla İspanya'nın 1'inci ve dünyanın 14'üncü en büyük fuar alanıdır.⁵⁸
- Feria de Valencia'nın yönetim ve ortaklık yapısı, çok sayıda paydaşın katkısıyla şekillendirilmiştir. Yüzde olarak Valencia Belediyesinin doğrudan sahip olduğu oran %34,25'tir. Bölgesel hükümet olan Comunidad Valenciana'nın payı ise %33,7'dir. Ayrıca, diğer paydaşlar arasında yerel iş dünyası ve çeşitli özel yatırımcılar bulunmaktadır. Bu yapının, fuar merkezinin etkin bir şekilde yönetilerek çeşitli etkinliklere ev sahipliği yaptığı belirtilmektedir.⁵⁹ 2002 yılında fuar alanı yönetimi, fuar tesislerinin modernizasyonu ve genişletilmesi amacıyla Avrupa Yatırım Bankasından toplam proje maliyetinin %50'si olan yaklaşık 300 milyon avro tutarında destek almıştır.⁶⁰
- Feria Valencia, birçok önemli sektördeki etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle tarım, gıda, otomotiv, inşaat, moda ve sağlık sektörlerinde öne çıkan fuarlar düzenlenmektedir. "Feria de Julio" ve "FIMI (Feria Internacional de la Moda Infantil)" gibi uluslararası düzeyde tanınan etkinlikler, bu alanda düzenlenerek sektörel yenilikleri ve gelişmeleri sergilemektedir.
- Feria de Valencia fuar alanı, Valencia Havaalanı'na yaklaşık 8 kilometre mesafededir. Şehir merkezine ise yaklaşık 7 kilometre uzaklıktadır.⁶¹

⁵⁷ <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/world-map-of-venues/>

⁵⁸ <https://www.feriavalencia.com/en/who-are-we/>

⁵⁹ <https://www.feria-valencia.com>

⁶⁰ <https://www.eib.org/en/projects/pipelines/all/20010616>

⁶¹ <https://www.feriavalencia.com/en/contact/>

5.7 Birleşik Krallık

Dünyadaki 5 bin m² ve üzeri kapalı fuar alanlarının %1,4'üne sahip olan Birleşik Krallık'ta, bu büyüklüğü aşan 31 adet fuar merkezi bulunmakta olup toplam kapalı alan büyüklüğü yaklaşık 650 bin m²'dir.⁶² Birleşik Krallık'ta 100.000 m² ve üzeri iki adet büyük fuar alanı bulunmaktadır. Bunlar; Birmingham'daki National Exhibition Centre (NEC) ve Londra'daki Excel London'dır. Bu tesisler; gelişmiş ulaşım altyapısı, modern ve esnek tesisleri, zengin ve kültürel aktiviteleriyle öne çıkmaktadır.

➤ National Exhibition Center (NEC)

- Ülkedeki fuar merkezlerinin inşası için mali destek, altyapıyı ve ekonomik büyümeyi artırmayı amaçlayan çeşitli hükümet programları ve yerel yönetim girişimleri aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu kapsamda, İngiltere Birmingham'da yer alan National Exhibition Center (NEC) 1976'da hizmete açılmış olup İngiltere'nin ekonomik kalkınmayı desteklemek için başlattığı Greater Birmingham & Solihull Local Enterprise Partnership yerel girişimi, anılan fuar merkezinin kapasite artırımında büyük rol oynamıştır.⁶³
- Sahip olduğu 182 bin m² kapalı alan ile dünyada 27'nci sırada yer alan fuar merkezinin kurulmasında da merkezi hükümet tarafından arazi tahsisinde destek olunmuştur. Yılda yedi milyondan fazla ziyaretçiyi ağırlayan NEC, 2018 yılından bu yana ABD merkezli özel bir yatırım fonu yönetimi bünyesinde dir.⁶⁴
- NEC'in Birmingham Havaalanı'nın yanında yer alması, uluslararası etkinliklerde tercih edilen fuar alanı olmasında büyük pay sahibidir. Bu fuar alanı havaalanına 2 kilometre, şehir merkezine ise 2,5 kilometre mesafededir.
- Bu fuar alanının öne çıkan etkinlikleri arasında, Uluslararası Otomobil Fuarı ile 1891'den bu yana düzenlenerek alanında dünyanın en büyüğü olma özelliğini taşıyan ve aynı zamanda bir ticaret fuarı olan "Uluslararası Köpek Şovu – Crufts" yer almaktadır.⁶⁵

⁶² <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/world-map-of-venues/>

⁶³ <https://sportsvenuebusiness.com/2021/11/10/national-exhibition-centre-unveils-ambitious-redevelopment-of-nec-campus/>

⁶⁴ <https://www.necgroup.co.uk/news/blackstone-acquires-the-nec-group/>

⁶⁵ <https://visitbirmingham.com/listing/national-exhibition-centre/141528101/>

5.8 Birleşik Arap Emirlikleri

Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki toplam fuar alanlarının kapalı alan büyüklüğü yaklaşık 1 milyon m²'dir. Ülke genelinde 100.000 m² üzerinde kapalı alanı olan iki büyük fuar merkezi bulunmaktadır. Bu fuar merkezleri Dubai World Trade Centre ve Abu Dhabi National Exhibition Centre (ADNEC)'dir. BAE, dünya genelindeki fuar alanları büyüklüğü sıralamasında yaklaşık %0,7'lik bir paya sahip olup 21'nci sırada yer almaktadır.⁶⁶

➤ Dubai World Trade Centre

- Dubai World Trade Centre (DWTC) fuar alanı 122.000 m² kapalı alanıyla BAE'nin en büyük ticaret fuarı ve kongre merkezidir.⁶⁷ DWTC, bir kamu şirketi olan Investment Corporation of Dubai'nin yönetimindedir.⁶⁸
- DWTC, 1979'da devlet başkan yardımcısı tarafından inşa ettirilmiştir. DWTC'nin finansmanı öncelikli olarak Dubai'nin 1970'li yıllardaki petrol gelirleriyle sağlanmıştır. Dubai Hükümeti bu gelirleri kullanarak şehrin ekonomisini çeşitlendirme stratejisinin kapsamında DWTC'nin inşasını gerçekleştirmiştir. Başlangıçta kamu kaynakları ile finanse edilen proje, yabancı yatırımcıların katılımı ve özel sektör iş birlikleri ile geliştirilmiştir.
- Çeşitli sektörler için 41 farklı salonu mevcut olan 39 katlı bu merkez açılışından bu yana Dubai'nin iş turizmi ve ticaretinin büyümesinde önemli bir rol oynamıştır. DWTC kompleksi, toplamda 1,3 milyon m²'lik bir alanı kaplamakta olup fuar salonları, konferans odaları ve ofis alanları gibi birçok tesis barındırmaktadır. İlk başta sadece ofis alanı olarak kurulan yapı yıllar içinde, büyük uluslararası etkinlikler, fuarlar ve konferanslar için merkez haline gelmiştir. Her yıl 500'den fazla etkinliğe ev sahipliği yaparak dünyanın dört bir yanından milyonlarca ziyaretçiyi çekmektedir. Fuar alanında, teknoloji, sağlık ve finans gibi çeşitli sektörlerde etkinlikler düzenlenmektedir.⁶⁹
- Dubai World Trade Centre'ın öne çıkan özelliği, modern mimarisi ve geniş etkinlik alanlarıdır. Merkezde geniş fuar alanları, ofisler, oteller ve restoranlar gibi çeşitli olanaklar bulunmaktadır. 31 bin m²'den fazla alana sahip 8 salon (pavilion), etkinliğin

⁶⁶ <https://www.ufi.org>

⁶⁷ <https://www.dwtc.com/en/about/>

⁶⁸ <https://www.moec.gov.ae/documents/20121/416990/Dubai+world+trade+Eng.pdf/fd7c6fd7-b8ac-37e2-bf9c-8aae67eb6b2a?t=1631908149836>

⁶⁹ <https://gulfnnews.com/business/markets/dubai-world-trade-centre-sees-in-247m-visitors-in-2023-as-citys-exhibition-sector-soars-1.1710403146441>

ihtiyaçlarına göre büyütülüp küçültülebilmektedir. DWTC'nin mimari tasarımı çöl iklimine yönelik yenilikçi çözümler içererek güneş ışığını azaltmak için akıllı gölgelendirme ve çift cephe gibi özellikler yer almıştır. DWTC sürekli genişleyen bir yapı olup yeni ofis binaları, oteller, sergi alanları inşa edilmekte ve mevcut altyapı modernize edilmektedir.⁷⁰

- DWTC, yalnızca bir mekân olmanın ötesinde, Dubai'nin büyümesinin ve küresel ticaret ve iş dünyasındaki stratejik öneminin bir sembolüdür. Merkez, Expo 2020 Dubai'nin düzenlenmesinde kilit rol oynamıştır. Expo 2020'de yapılan yatırımlar merkezin gelecekte daha da büyümesini ve bölgesel bir ticaret merkezi olarak öneminin artmasını sağlamıştır. Kompleks, GITEX Teknoloji Haftası ve Arabian Travel Market gibi dünyanın en önemli fuarlarına ev sahipliği yapmaktadır.⁷¹ Bu tür uluslararası etkinlikler, yalnızca katılımcılar için önemli fırsatlar sunmakla kalmamakta, aynı zamanda Dubai'nin ve genel olarak Orta Doğu'nun ekonomik büyümesine de önemli katkılarda bulunmaktadır.
- Ayrıca DWTC bölgesi uluslararası havaalanına yakın konumda bulunması nedeniyle iş seyahatleri için stratejik bir noktada yer almaktadır. Dubai Uluslararası Havaalanı'na yaklaşık 10 kilometre mesafededir. Şehir merkezine olan mesafe ise yaklaşık 3 kilometredir ve fuar alanının çevresinde çok sayıda otel bulunmaktadır.⁷²

5.9 Singapur

UFI verilerine göre, 100.000 m² üzeri bir adet fuar alanı bulunan Singapur, yaklaşık 220 bin m²'lik toplam fuar alanı kapasitesine sahiptir. Singapore Expo Convention and Exhibition Centre ülkedeki en büyük kapasiteye sahip fuar alanlarıdır. Bu fuar alanı; üst seviye teknolojiyle donatılmış, çevre dostu tasarımlarıyla tanınmış olup Asya kıtasındaki önemli etkinlik merkezlerindedir.

➤ Singapore Expo Convention and Exhibition Centre

- Asya'da fuarcılık sektörüne destek vererek kamu finansmanı ile fuar ve gösteri merkezi inşa eden ülkelerin başında Singapur gelmektedir. Ülkenin en büyük fuar alanı olan Singapore Expo Convention and Exhibition Centre 1999 yılından beri hizmet vermekte

⁷⁰ <https://www.dwtc.com/en/our-developments/>

⁷¹ <https://gulfnnews.com/friday/art-people/dubai-world-trade-centre-the-making-of-an-icon-1.2299588>

⁷² <https://www.dwtc.com/en/>

olup sahip olduğu 100.000 m²'lik kapalı alan ile bölgedeki en önemli ticari merkezlerden biri olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Singapore Expo Convention and Exhibition Centre, Singapur hükümeti tarafından desteklenmiş ve SingEx Holdings tarafından inşa edilmiştir. SingEx Holdings, bu projenin tasarım ve inşaat süreçlerini üstlenmiş olup fuar merkezinin modern ve kapsamlı bir etkinlik alanı olarak hizmet vermesini sağlamıştır. Bu fuar alanı, Singapur'un uluslararası ticaret ve etkinlik merkezi olma hedefini desteklemek amacıyla hayata geçirilmiştir.⁷³

- Enerji ihtiyacının %60'ını yenilenebilir kaynaklardan sağlayan bu fuar alanında su tasarrufu ve atık yönetiminde de kaynakların korunmasına ilişkin yöntemler izlenmektedir.⁷⁴
- Havaalanına 10 dakika, şehir merkezine ise 20 dakika uzaklıkta bulunan fuar alanı geniş toplu taşıma imkânlarına sahiptir.

5.10 Dünyadaki Modellere İlişkin Değerlendirme

- UFI kapalı alan sıralamasına göre dünyanın en büyük fuar merkezleri sırasıyla Çin, Almanya, İtalya, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde inşa edilmiştir. Bu ülkeler toplam kapalı fuar alanı büyüklüğü sıralamasında da dünyada başı çekerek fuarcılık sektörünün lokomotif merkezi durumundadır. Bahsi geçen ülkeleri, bir milyon m²'nin üzerinde kapalı alanları ve 50'nin üzerinde fuar alanları ile İspanya ve Brezilya takip etmektedir.⁷⁵
- Raporda dünyada fuarcılık sektöründe faaliyet göstermekte olan önemli ülkelerin fuar alanları incelenmiş ve söz konusu fuar alanlarının yapımı ve işletilmesine ilişkin bilgiler derlenmiştir. 9 ülkeden 12 farklı fuar alanı göz önüne alınarak yapılan değerlendirme sonucunda günümüzde büyük yatırım projelerin finansmanında en fazla tercih edilen yöntem olan kamu-özel iş birliği (PPP) modelinin fuar alanı yapımında da ağırlık olarak tercih edildiği görülmektedir. Bu modelde, fuar alanının inşası ve işletmesi için kamu ve özel sektör bir araya gelirken kamu kuruluşları genellikle altyapı tesisi ve arazi temininde görev almakta özel sektör ise finansman, inşaat ve işletme konularına yoğunlaşmaktadır. Bu model ile olası riskler paylaşılmakta; tasarım, dijitalleşme ve

⁷³ <https://www.singaporeexpo.com.sg>

⁷⁴ <https://www.visitsingapore.com/mice/en/plan-your-event/find-a-venue/singapore-expo-convention-and-exhibition-centre>

⁷⁵ <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/world-map-of-venues/>

sürdürülebilirlik gibi uzmanlık alanlarında daha etkin bir kaynak yönetimi sağlanabilmektedir. Kamu-özel iş birliği modeli çerçevesinde inşa edilecek fuar alanlarında, yerel otoritelerle de ortaklıklar gerçekleştirilmesi durumunda bölge ekonomisinin kalkınması, istihdam yaratılması ve sosyal fayda yaratılması mümkün hale gelmektedir.

- Fuar merkezlerinin kurulması sürecinde; teknik donanımın, güçlü altyapının ve kaliteli hizmet anlayışının sağlanması büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda, belediyelerce sunulacak olan altyapı hizmetleri yeni oluşturulan bir yapının iskeletini oluşturmaktadır. Enerji ve elektrik tesisatı, su ve atık yönetimi, internet ve telekomünikasyon, güvenlik sistemleri, iklimlendirme ve havalandırma gibi operasyonel gereksinimler belediyeler tarafından kaliteli ve sağlam bir şekilde kurulduğu takdirde, yapının ilerleyen süreçte büyük onarım ve tadilatlar geçirmesinin önüne geçilmesi mümkündür. Buna ek olarak; otoparklar, yeme içme alanları, ses ve görüntü sistemleri ile salon ve oturma düzenekleri gibi gerekli olan fiziksel ve teknolojik donanımın kurulması fuarların başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için elzem unsurlardır. Bu nedenle, bahsi geçen yatırımlara fuar alanı inşası sürecinde ve sonrasında büyük önem verilmeli, bir kısmının belediyeler tarafından oluşturularak işletmeciye indirimli olarak sunulması, diğer kısmının ise kaliteli hizmeti sağlayacak yabancı sermayeli bile olsa konunun uzmanı olan kurumlarla iş birliği içerisinde yapılması gerekmektedir. Öte yandan, fuar merkezlerinin konumlandırılması sürecinde, öncelikle hangi illerde inşa edileceğine dikkat edilmeli ve ardından ülke ve şehir ekonomisinin gelişimine katkı sağlayacak konaklama, gastronomi, ulaşım gibi stratejik imkânlar için en uygun noktanın bulunması amaçlanmalıdır.

6. Ülkemizde Uygulanabilecek Fuar Alanı Modelleri

6.1 Özel Sektör Modeli

- Özel sektör yatırım modeli, özel girişimciler, şirketler veya bireyler tarafından gerçekleştirilen yatırımların, kâr elde etme amacıyla yönetildiği model türüdür. Bu modelde, yatırımcılar öz kaynaklarını (sermaye, iş gücü, teknoloji vb.) kullanarak veya borçlanma yoluyla karar verdikleri projelere yatırım yaparlar. Bu modelde amaç, çizilen projeye göre yatırımlar gerçekleştirilerek, hedeflenen vadede katlanılan maliyetlerin

geri dönüşünü sağlayarak kazanç elde etmektir. Özel sektör modeli, merkezi idarenin, belediyenin veya herhangi bir STK'nın katılımını ya da desteğini gerektirmeden firmanın tasarrufunda yürütülen bir yatırım türüdür.

- Bu model nitelikli fuar alanlarının inşa edilmesi için tercih edilebilecek yatırım türlerinden biridir. Bu modele Fransa'nın Lyon şehrinde 1984 yılında inşa edilen Eurexpo fuar merkezi ile Tayland'da yer alan Impact Arena, Exhibition and Convention Center örnek gösterilebilir. Bu alanların yapımında özel sektör temsilcileri finansman ve inşaat sürecinde ana aktör olarak karar mekanizmalarında yer alarak projenin tüm sürecini yönetmişlerdir.
- Özel sektör, fuar alanı ve benzeri türde yatırımları gerçekleştirirken projenin tasarım ve işletme süreçlerinde yenilikçi teknolojiler, enerji verimliliği ve çevre dostu uygulamalara öncelik verme eğiliminde olmaktadır. Yine, karar alma süreçlerinin ve değişimin özel sektörde daha hızlı gerçekleştiği göz önüne alındığında, bu model uluslararası iş birliği fırsatlarının değerlendirilebilmesini, fuar alanlarının yüksek standartlarda sürekli yenilenmesini, kârlılığın sağlanmasını ve düzenlenen etkinliklere daha fazla yabancı katılımcı ve ziyaretçinin çekilebilmesini beraberinde getirebilecektir.
- Özel sektör kuruluşlarının fuar alanı inşası konusunda kurumsallaşmış olması, bu alanların uzun vadeli başarısı ve sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Kurumsallaşma, işletmelerin belirli bir standardizasyona, uzmanlığa ve profesyonel yönetime sahip olmasını sağlayarak kalite kontrolü ile etkin kaynak kullanımı açısından avantajlar sunmaktadır. Kurumsal tecrübe, fuar alanlarının uluslararası standartlarda inşa edilmesi, işletilmesi ve yönetilmesi süreçlerinde stratejik karar alma yetkinliğini artırmaktadır. Özel şirketlerin kurumsallaşmış olması ayrıca, kurumsal bir yapı, fuar alanlarının yenilikçi teknolojilerle donatılmasını, pazarlama faaliyetlerinin profesyonelce yürütülmesini ve yerel ekonomiye sağlanacak katkıların maksimum düzeye çıkarılmasını da mümkün kılmaktadır.
- Fuarcılık sektöründe faaliyet göstermekte olan özel sektör kuruluşlarının başlı başına ana aktör olarak kendi girişimleriyle uygulanacak bu modelde karşılaşılabilecek olası sorunlar da mevcuttur. Öncelikle uluslararası standartlara sahip ve en az 5.000 m² kapalı alana sahip büyük çaplı bir fuar alanının inşasında finansmanın yetersizliği sorunu söz konusu olabilmektedir. İnşa edilecek fuar alanının arazisi bir şekilde temin edilse dahi bir kompleks olarak fuar alanının; otopark, restoran, bahçe gibi tüm unsurlarıyla yapım masraflarının özel sektör temsilcisiince karşılanması yüklenmesi zor bir maliyettir.

Projenin yapımı sırasında yaşanacak olan finansal aksaklıklar, fuar alanının inşaa sürecinin uzamasına, projede enerji ve zaman kaybının yaşanmasına neden olabilecektir.

- Bu modelde, özel sektörün kendi ticari çıkarlarını ön planda tutarak merkezi yönetimin belirlediği stratejik politikalardan sapma riski bulunmaktadır. Bu durumun, özellikle kısa vadeli kârlılık hedeflerinin, kamu yararına yönelik uzun vadeli ekonomik ve sosyal faydaların önüne geçmesine yol açma riski bulunmaktadır. Örneğin, fuar alanlarının belirli sektörlerle veya daha kârlı görölen alanlara odaklanması, ülkenin ihtiyaç duyduğu farklı sektörlerin gelişimini engelleyebilmekte ve bölgesel dengesizliklere neden olabilmektedir.
- Bu modelde, küçük ve orta ölçekli şirketlerin (KOBİ) finansal yetersizliklerinden dolayı nitelikli fuar alanları inşa edememesi, sektördeki rekabeti ve çeşitliliği olumsuz etkileyen bir risk oluşturmaktadır. Nitelikli olmayan ve sayıca çok fuar alanının inşa edilmesi, Türkiye'deki fuar alanı sayısını artırmakla birlikte arzu edilen kalitenin sağlanamamasına ve markalaşmış fuarların düzenlenememesine neden olabilecektir.

6.2 Merkezi İdare Modeli

- Merkezi idare modeli, hükümetin merkezi yönetim organları aracılığıyla doğrudan kamu yatırımlarını gerçekleştirdiği bir modeldir. Bu modelde, devletin çeşitli altyapı projeleri, eğitim, sağlık, enerji, ulaşım gibi alanlarda halkın ihtiyaçlarını karşılamak için merkezi bütçeden finanse edilen yatırımlar yapılmaktadır. Merkezi idare, yerel yönetimlerden veya özel sektörden bağımsız olarak projenin planlama, finansman, uygulama ve denetleme gibi tüm aşamalarında süreci kendi kontrolünde yürütmektedir.
- Bu model kullanılarak inşa edilen fuar alanlarına Fransa'da Porte de Versailles, Almanya'da Messe Hannover, ABD'de McCormick Place ve BAE'de Dubai World Trade Centre örnek olarak gösterilebilir. Dünya çapında önemli fuar alanları olan bu yatırımlar bazıları fuar alanlarının yapıldıkları dönemdeki 20. yüzyıl ekonomik ve teknolojik şartları, bazıları ise merkeziyetçi yönetim tarzları nedeniyle bu model kullanılarak inşa edilmiştir.
- Özellikle büyük ölçekli ve ulusal çaptaki projeler için kullanılan bu model, merkezi idarenin gücü ve kaynakları sayesinde finanse edilip hayata geçirilebilmektedir.

Merkezi idare, yatırımları genellikle kamu yararını gözeterek gerçekleştirdiğinden projeler toplumsal fayda sağlayacak şekilde ve yerler için planlanmaktadır. Bu modelde kâr odaklılık söz konusu olmayıp kamu hizmeti sunmak esastır. Merkezi idare, ülkenin her bölgesine eşit şekilde hizmet götürmeyi hedefleyerek az gelişmiş bölgelere de yatırımın ulaşmasını sağlayabilmektedir. Bu sayede, bölgesel eşitsizlikler azaltılarak az gelişmiş şehirler için istihdam ve ekonomik fırsatların oluşturulması sağlanabilecektir.

- Fuar alanı yapım modelinin sadece merkezi idare tarafından üstlenilecek şekilde kurgulanması birtakım zorlukları beraberinde getirebilmektedir. Öncelikle, devletin fuarcılık alanında yapım ve işletme faaliyetini yürütmesi, bizzat ekonomik büyüklük itibarıyla anlamlı olmayabilir. Nitekim günümüzde kamu kesiminden beklenti, daha çok özel sektörün kendi başına girişemeyeceği kadar büyük ölçekli, yüksek getirili ve stratejik öneme sahip yatırımlara yönelmesi yönündedir. Oysa halihazırda yetersiz bulunmakla birlikte belli oranda arz imkânı bulunan ve asıl inşa amaçları ticaret ve ihracatımıza doğrudan ve dolaylı katkı sağlamak olan ülkemiz fuar alanları için böyle bir durum hem yapım maliyetleri hem de işletme getirileri açısından söz konusu değildir.
- Fuar alanlarının doğrudan ve sadece merkezi idare eliyle inşa edilmesi, yapım öncesi ve sırasında, bu alanlardan faydalanacak olan paydaşlarla yaşanması kuvvetle muhtemel koordinasyon sorunlarına yol açabilecektir. Fuar alanlarını kullanması öngörülen katılımcı firmalar, bu firmaların üyesi olduğu birlik, oda vb. STK'lar ile yerel yönetimler gibi paydaşlar, söz konusu alanların yapım sürecine dahil edilmediğinde ya da bu paydaşlardan görüş alınma süreçlerinde aksaklıklar yaşandığında, fuar alanlarının günümüz ve gelecek dönemlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde inşa edilme ihtimali tehlikeye düşmektedir.
- Ülkemiz fuar alanlarında özel sektörün önemli bir ağırlığı bulunmaktadır. Doğrudan yapım ve işletme faaliyetlerine girişecek olan bir merkezi idare, doğal olarak rekabet üstünlüğüne sahip olacak ve piyasa şartlarında oluşmuş dengeyi akamete uğratabilecektir. Bu tür bir girişim özel fuar alanı işletmelerinin dezavantajlı duruma düşmesini ve nihayetinde devlet gücüne yenilmesini kaçınılmaz hale getirebilecektir. Merkezi idare yatırım modeli, özel sektörün aksine kar odaklı proje üretme hedefinde olmayan bir yaklaşımdır.

- Dünyada başarılı örnekleri olmakla birlikte, merkezi otorite kontrolünde imar edilen bir projeye ait işletme kamu yararını ön plana alarak uzun yıllar zarar eder şekilde çalışmaya devam edebilmektedir. Genellikle ağır bürokrasi ve uzun karar alma süreçlerine tabi olan bu tür kuruluşlar, hantal yapısı ile finansal sürdürülebilirlik sorunu yaşamakta ve fuar alanı işletmeciliği piyasasının olumsuz yönde etkilenmesine sebebiyet verebilmektedir.

6.3 İrtifak Hakkı Modeli

- Yeni bir fuar alanı yapılması veya mevcut fuar alanının genişletilmesi için önerilen bir diğer model de taraflar arasında irtifak hakkı kurulmasıdır. İrtifak hakkı, bir taşınmaz üzerinde başkasına kullanım yetkisi tanıyan bir ayni haktır. Kamu özel sektör iş birliği modelinin yakın bir model olarak değerlendirilebilecek olan bu model; kamu yararına olacak şekilde belirlenmiş bir taşınmazın süresiz veya belirli bir süre ile kamu tarafından özel sektör temsilcisine kullanım izni verilmesi, karşılığında ise genellikle kira, kâr ortaklığı vb. bir usul ile gelir sağlanması yöntemini ifade etmektedir.
- Ülkemizde, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (Milli Emlak Genel Müdürlüğü), kamuya ait taşınmazlar üzerinde belirli kişi veya kuruluşlara kullanım hakkı tanımaktadır. Bu irtifak hakkı, genellikle devlet mülkiyetindeki taşınmazların özel ya da ticari amaçlarla kullanılmasını sağlamak ve başvuru sahibi, söz konusu taşınmaz üzerinde belirli bir kullanım amacı (örneğin fuar alanı, turizm tesisi veya tarım) ile irtifak hakkı talep etmektedir. Milli Emlak Genel Müdürlüğü, talebi değerlendirirken kamu yararına olup olmadığını, çevresel etkileri ve kullanım süresini göz önünde bulundurmaktadır. Uygun bulunan projelerde, başvuru sahibi ile Milli Emlak arasında irtifak hakkı sözleşmesi imzalanmakta ve sözleşmede, kullanım amacı, süre ve ödenecek bedel gibi detaylar belirtilmektedir. Sözleşmenin ardından irtifak hakkı tapuya tescil edilerek resmiyet kazanmakta ve bu süreçte, Milli Emlak Genel Müdürlüğü, kullanımın sözleşmeye uygun olup olmadığını denetlemekte ve irtifak hakkı süresi dolduğunda taşınmaz devlete geri dönmektedir. Ancak sözleşmeye aykırı kullanım durumunda irtifak hakkı feshedilebilmektedir. Bu model, devlet mülkiyetindeki taşınmazların belirli kurallar çerçevesinde kullanıma açılmasını sağlayarak hem topluma hem de ekonomiye katkı sağlamaya

imkân vermektedir.

- Milli Emlak Genel Müdürlüğü tarafından verilmekte olan irtifak hakkı 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu çerçevesinde yürütülmektedir. İrtifak hakkı ihalesi ile kamuya ait taşınmazlar üzerinde kullanım hakkı sağlanmaktadır. Bu ihalelerde ödenecek bedel, taşınmazın rayiç bedelinin %2'si olarak belirlenmekte ve ayrıca, irtifak hakkı kullanımında yıllık brüt gelir üzerinden devlete %1 oranında hasılat payı ödenmesi gerekmektedir. İrtifak hakkının süresi ise genellikle 30 yıl olarak tayin edilmektedir. Bu uygulama, kamu taşınmazlarının etkin kullanımını sağlarken, devletin gelir elde etmesine de katkıda bulunmaktadır.
- Örneğin bir girişimcinin, devlete ait 5.000 m² büyüklüğündeki bir taşınmaz üzerinde bir fuar alanı kurmayı planladığı bir proje ele alınabilir. Taşınmazın rayiç bedelinin 4 milyon TL olarak belirlenmiş olması, girişimcinin bu taşınmazı kullanma hakkını alabilmesi için ödeyeceği bedelin hesaplanmasına olanak tanımaktadır. Bu durumda, yıllık irtifak bedelinin rayiç bedelin %2'si oranında, yani 80.000 TL olarak hesaplanması beklenmektedir. Ayrıca, tesisin işletilmesi sonucunda elde edilecek yıllık brüt gelir üzerinden devlete ödenecek hasılat payının %1 olması, girişimcinin kârını etkileyen bir ek yükümlülük olarak ortaya çıkmaktadır. Bu da, girişimcinin elde edeceği gelirden belirli bir kısmını devletle paylaşması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. İrtifak hakkının süresinin 30 yıl olarak belirlenmesi, girişimcinin bu süre zarfında taşınmaz üzerinde yatırım yapma ve işletme hakkına sahip olacağını varsaymaktadır. Bu model, kamu taşınmazlarının özel sektör yatırımlarıyla nasıl değerlendirilebileceğini ve bu süreçte devletin gelir elde etme yöntemlerini göstermektedir. Böylece, girişimcinin taşınmazdan elde edeceği kazanç, devletin kamu taşınmazlarını etkin bir şekilde değerlendirmesi açısından önem kazanmaktadır.
- İrtifak hakkı modeli, büyük projelerin gerçekleştirilmesini sağlasa da kamu kaynaklarının etkin ve adil kullanımı açısından önemli riskler içermektedir. Kamunun yüklendiği risk, vazgeçtiği taşınmazın oluşturduğu fırsat maliyeti, özel sektörün sözleşme ile gireceği uzun vadeli taahhütler, kâr maksimizasyonu sonucunda oluşacak düşük kaliteli hizmet arzı doğabilecek riskler olarak göze çarpmaktadır. Bu model, çevresel ve toplumsal sorumluluk gibi faktörler nedeniyle de dikkatli bir denetim ve yönetim gerektirmektedir.

- İrtifak hakkı modeli İstanbul Fuar Merkezinin (İFM) genişletilmesi projesi için kullanılabilecek bir modeldir. Bununla beraber genişlemeye dair projenin tüm yönleri ile ele alınması ve neticesinde ülkemizin ihtiyaç duyduğu büyüklük ve nitelikte bir fuar alanını ortaya çıkarılması temel hedef olmalıdır. Bu koşullar sağlandığında, İFM alanının genişletilmesi çalışmaları için irtifak hakkı verilmesi modeli uygulanabilir ve öncelikli bir yöntem olarak göze çarpmaktadır. Bu sayede, kamu taşınmazlarının daha etkin bir şekilde kullanımı sağlanırken, devletin gelir elde etmesine de katkıda bulunulacaktır.

6.4 Kamu-Özel Sektör İş birliği (Karma) Modeli

- Bu model, Türkiye'nin fuarcılık sektöründe uluslararası rekabet gücünü artırmak ve ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak için merkezi otorite, belediyeler, STK'lar ve özel sektör temsilcilerinden birkaçının veya tamamının ortaklaşa çalıştığı bir yaklaşımı temsil etmektedir. Bir başka görüşe göre ise kamu hizmetlerinin idarece klasik yollardan gördürülmesiyle, tüm hizmet temininin özel sektör aracılığıyla ifası arasındaki yelpazede kalan, devlet ve özel sektörün ortaklaşa katılımını içeren tüm mal ve hizmet sağlama yöntemlerini içeren bir *üst tanım* olarak görülmektedir. Ayrıca projelerin niteliğine, kamu ve özel sektörün projeye katılım dereceleri ve taraflar arasındaki risk dağılımına bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir.
- Bu modelde merkezi otoritenin stratejik planlamaları çerçevesinde yönlendirmeleri, belediyelerin altyapı ve lojistik desteği, STK'ların sektörel çıkarları gözetmesi ve özel sektörün profesyonel ve yenilikçi çözümleriyle entegre bir yapı ortaya çıkmaktadır. Bu modele örnek olarak İngiltere Birmingham'da yer alan National Exhibition Center gösterilebilir. Söz konusu, fuar alanının inşasına merkezi yönetim finansman desteği sağlamış, şehir konseyi tarafından belediye aracılığı ile arazi tahsis edilmiş ve inşaat faaliyetleri özel sektör tarafından tamamlanmıştır. Fransa'da Paris Nord Villepinte, İtalya'da Fiera - Milano RHO gibi nitelikli fuar merkezleri Avrupa'da kamu-özel iş birliği modeli ile inşa edilmiş diğer bazı projelerdir.
- Bu modelde, belirlenen proje alanlarına ilişkin kapsamlı bir yol haritasının oluşturulması ve bu doğrultuda yapılacak somut düzenlemelerin belirli bir takvim çerçevesinde planlanması önem arz etmektedir. Proje boyunca ilgili bakanlıklar ve kurumlar koordinasyon görevini üstlenerek, sürecin disiplinli bir şekilde

yürütülmesi ve etkin bir şekilde takip edilmesi için gerekli tüm mekanizmaları devreye sokmalıdır. Disiplinli bir izleme ve yönetim sistemi projelerin zamanında ve etkili bir şekilde hayata geçirilmesini sağlayacaktır.

- Bu yatırım modelinde belediyeler, fuar alanlarının inşaa ve işletme aşamalarında personel, araç ve lojistik destek sağlayarak operasyonel süreçlerin daha verimli yürütülmesine yardımcı olabilmektedirler. Özellikle İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara ve Bursa gibi büyükşehir belediyelerinin, yerel kalkınma ve turizmin desteklenmesi için fuar alanlarına yapacakları yatırımlar büyük önem taşımaktadır. Yeni fuar alanlarının inşası ve işletilmesi süreçlerinde işgücü piyasasının ihtiyaçlarına yönelik beceri uyumsuzluklarının en aza indirilmesi sağlanarak istihdamın artırılması ve işgücü verimliliğinin güçlendirilmesi mümkün olmaktadır. Bu doğrultuda, fuar alanları sadece ticari etkinlikler için bir platform sunmakla kalmayıp yeni iş fırsatları yaratarak eğitim ve istihdam politikalarının entegre bir biçimde uygulanmasına olanak tanımaktadır. Öte yandan belediyelerin, fuar alanlarının inşası ve işletilmesi sürecinde su, elektrik, yol, internet gibi altyapı hizmetlerini indirimli veya teşvikli bir şekilde sunarak proje maliyetlerini düşürmeye yardımcı oldukları da görülmektedir.
- Karma model uygulamasında, merkezi idare tarafından yatırım destekleri oluşturulması da mümkündür. Destek mekanizması ile fuar alanlarının inşası için gerekli planlamanın yapılması ve uygun görülen alanların sektörel stratejilerle uyumu sağlanabilir. Oluşturulacak mekanizma, sektörün ihtiyaçlarına yönelik kararların alınmasını ve kamu kaynaklarının verimli kullanımını garanti altına almalıdır. Singapore Expo, bu modelin başarı ile ortaya konulduğu bir fuar alanıdır. Yine Birleşik Krallık'ta NEC, belediye tarafından yapılan arazi tahsisi ve Çevre Bakanlığı tarafından sağlanan finansal destek ile inşa edilmiştir. Fransız hükümeti (inşaat ve altyapı) desteği ile Paris Tic. ve San. Odası tarafından inşa edilen Paris Nord Villepinte bu modelin uygulama bulduğu bir diğer örnektir. Bu başarılı örnekler, İstanbul, İzmir ve Antalya gibi uluslararası tanınırlığa sahip şehirlerdeki fuar alanlarında benzer destek mekanizmalarının geliştirilmesinin gerekliliğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu tür mekanizmalar, yalnızca ekonomik gelişimi teşvik etmekle kalmayacak, aynı zamanda fuar alanlardaki etkinliklerin sürdürülebilirliğini artırarak, yerel ve uluslararası düzeyde rekabet gücünü güçlendirecektir. Dolayısıyla, bu mekanizmaların tasarımı ve uygulanması, Türkiye'deki fuar

alanlarının uzun vadeli kalkınma stratejileri ile uyumlu hale getirilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu yaklaşım hem ekonomik büyümeyi destekleyecek hem de sektörel inovasyon ile etkinliklerin kalitesini artıracaktır.

- Bu model ile oluşturulacak fuar merkezlerinin yönetimlerinde ilgili Bakanlık, belediye ve STK temsilcilerinin yer alması sağlanarak ortak politikaların oluşturulması ve gözetilmesine fayda sağlayacaktır. Böylece, sektör bazında belirlenen politikaların daha etkin uygulanması ve fuarların ulusal kalkınma stratejileriyle entegre olması sağlanacaktır. Ayrıca, yönetimde kamu kesiminin varlığı güncel gelişmelerin takip edilmesinde ve sektördeki hedeflerine yönelik olarak bilgilendirme ve yönlendirmelerde bulunmasında kolaylık sağlayacaktır.
- Modelin bir başka bileşeni olan STK'lar, sektörel çıkarların korunmasının sağlanmasında önemli bir paydaştır. Türkiye'de fuarcılık sektörüne yönelik faaliyet gösteren STK'lar, sektörel standartların belirlenmesi ve korunması ile sektörün sürdürülebilir gelişimi için rehberlik sağlamaktadır. Bu itibarla, Fransa'daki Paris Nord Villepinte gibi uluslararası örneklerden faydalanarak, en iyi uygulamalar ve yenilikçi stratejiler sektöre entegre edilebilir. Ülkemizde; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), İstanbul Ticaret Odası (İTO), Uluslararası Fuar Yapımcıları Derneği (UFYD), Avrasya Fuar Yapımcıları Derneği (AFYAD), Yurt Dışı Fuar Organizatörleri Derneği (YUFOD), Tüm Uluslararası Etkinlik ve Sektörleri Derneği (TÜFED), Sergileme ve Stand Tasarımcıları Derneği (SSTD) vb. fuarcılık sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar, etkinliklerin sektörel gereksinimlere uygun olarak düzenlenmesi ve sektördeki profesyonel standartların korunması için önemli roller üstlenmektedir. Bu tür organizasyonlar, yalnızca etkinliklerin kalitesini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda sektörel iş birliğini teşvik ederek ekonomik büyümeye de önemli katkılarda bulunmaktadır. STK'lar, sektörel aktörler arasında bilgi paylaşımını ve dayanışmayı güçlendirerek, fuarcılığın dinamiklerini ve rekabet gücünü artıran bir ekosistem oluşturmaktadır. Dolayısıyla, yukarıda sayılan kuruluşlara ilaveten, TİM ve ihracatçı birliklerinin rolü hem ulusal düzeyde hem de uluslararası ölçekte fuarcılık sektörünün gelişimi açısından kritik bir öneme sahiptir.
- Özel sektör ise, fuar alanlarının finansmanı, işletilmesi ve teknolojik altyapısının sağlanması gibi temel ihtiyaçlar konularında kritik bir aktördür. Fuar alanlarının

rekabet gücünü artıracak profesyonel çözümler sunarak, uluslararası standartta alanların inşa edilmesini sağlayıp ülkenin fuarcılık potansiyelini artırmakta ve daha fazla yabancı yatırımcı çekilmesine olanak tanımaktadır.

- Kamu-özel sektör iş birliği modeli, büyük projelerin finansmanı ve yönetimi için önemli bir çözüm sunarken, kamu zararı oluşmaması için sürecin iyi yönetilmesi gerekmektedir.
- Bu modelde özel sektör genellikle projenin tasarımı, inşaatı ve işletmesini yürütmektedir. Bu durum, kamu sektörünün projeler üzerindeki kontrolünün azalmasına ve hizmet kalitesinin kamu yararına göre değil, kâr amacıyla optimize edilmesine yol açabilir. Bu, özellikle sosyal fayda sağlayacak projelerin göz ardı edilmesi ve daha fazla ticari getirisi olan projelerin ön plana çıkarılması anlamına gelebilir.

7. Türkiye Özelinde Öneriler

- **Belediye, TOBB, TİM, odalar, ihracatçı birlikleri, sektör dernekleri ve fuar yöneticileri arasında sinerji oluşturulmalıdır.**

Belediyeler, genellikle fuarların düzenlenmesi ve altyapı gereksinimlerinin karşılanması gibi kritik roller üstlenmektedir. TİM ve ihracatçı birlikleri, ülkemizin ihracat kapasitesini artırmak için strateji geliştirmek, uygulamaya koymak, yeni pazarlar keşfetmek, mevcut pazarları genişletmek, hükümet ile iş birliği yaparak ihracatçıların sorunlarına çözüm geliştirmek, ihracatçılara eğitim ve danışmanlık vermek, ihracat sektörleriyle veriler toplamak, raporlar yayınlamak, ihracatçıların uluslararası temsilini sağlamak konularında önem arz etmektedir. TOBB ve ticaret odaları, iş dünyasını temsil ederek fuarlara katılımı teşvik etmekte ve ticari ilişkilerin güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Sektör dernekleri, belirli sektörlerin çıkarlarını temsil etmekte ve fuarlarda katılımcıları bir araya getirerek sektöre yönelik iş birliği ve inovasyonu harekete geçirmektedir. Fuarların planlanması, pazarlanması ve yönetilmesinde uzmanlaşan fuar yöneticileri ise etkin ve verimli fuarların düzenlenmesine imkân vermektedir.

Dolayısıyla sektörü ilgilendiren bu paydaşlar arasında güçlü iş birliğinin bulunması halinde fuarların düzenlenmesi, tanıtımı ve yönetimi daha etkili bir şekilde

gerçekleştirilmektedir. Her paydaşın üzerine düşen görevi yerine getirdiği durumlarda bu sinerji hem yerel ekonomiye hem de sektöre katkı sağlayacaktır. Örneğin, kamu ve yerel otoriteler tarafından vergi muafiyeti, finansal destekler, altyapı iyileştirmeleri gibi teşviklerle fuarcılık sektörünün desteklenmesi mümkündür. Altyapı iyileştirmeleri kapsamında ulaşım olanaklarının geliştirilmesi, konaklama imkânlarının artırılması ve güvenlik önlemlerinin güçlendirilmesiyle birlikte hizmet kalitesi de artırılabilir. Sektörün potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için tüm bu paydaşların iş birliği yapması ve oluşturulacak ortak platformlarda aktif rol alması gerekmektedir.

- **Fuar düzenlenen alanların altyapısına önem verilmelidir.**⁷⁶

Fuar düzenlenen alanlardaki altyapı sorunları genellikle ulaşım, otopark, elektrik, su, internet erişimi gibi alanları içermektedir. Fuar alanlarının fuar katılımcıları ve ziyaretçileri açısından kolay erişilebilir bir konumda olması ve ziyaretçilerin rahatça ulaşım sağlayabilmesi önemlidir. Fuar alanının etrafında iyi planlanmış toplu taşıma ağlarının ve yeterli otopark alanının bulunmasıyla fuara katılımın artması beklenmektedir. Öte yandan, fuar organizasyonları genellikle büyük miktarda elektrik enerjisi tüketmekte ve bu ihtiyacın karşılanması için güçlü bir elektrik altyapısına ihtiyaç duyulmaktadır. Katılımcı ve ziyaretçilerin konforunu sağlamak ve etkinliklerin sorunsuz bir şekilde yürütülmesini desteklemek için fuar alanlarında su ve internetin erişim kolaylığı kritik öneme sahiptir. Son yıllarda teknolojik gelişmeler ve sağlanan kaynaklar ile internet erişim altyapısı güçlendirilmiş, toplu taşıma ağları kuvvetlendirilmiş olup yeni kurulacak fuar alanlarında tüm unsurlarıyla kaliteli bir altyapı oluşturulması kaçınılmaz hale gelmiştir.

Bu anlamda fuarcılık sektörünün altyapı imkânlarının sağlanmasında merkezi yönetim ve belediyeler kritik bir rol oynamaktadır. Belediyelerin yerel ve butik fuar alanlarının inşası ve bakımıyla ilgilenmesi, fuar alanı ve çevresine yönelik otopark, elektrik, su, çevre düzenlemesi gibi hizmetlerinin sağlanması sektörün gelişiminde önemli katkılar sağlamaktadır. Merkezi yönetim ise, fuar alanına doğrudan ve hızlı ulaşımın sağlanması için gerekli köprü, havaalanı, metro gibi geniş ölçekli altyapı projelerinin inşasında kaçınılmaz bir role sahiptir. Her iki otorite de fuar alanının bir cazibe merkezi olması ve

⁷⁶ Uluslararası Fuarcılık Çalıştay Raporu, 2-3 NİSAN 2018 (İhracat Genel Müdürlüğü)

fuvarların başarılı bir şekilde düzenlenmesi için gerekli olan fiziksel ve lojistik altyapısının oluşturulmasına anahtar hizmetler sunmaktadır.

- **Mevcut fuvar alanlarının modernizasyonu ve teknoloji entegrasyonu sağlanarak fuvar organizasyonları ve stant tasarımları daha verimli ve etkili hale getirilmelidir.**

Günümüzde dijital dönüşüm fuvar alanlarının ayrılmaz bir parçasıdır. Fuar merkezlerinin teknolojiyle entegrasyonu sayesinde sosyal medya, web siteleri, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlar aracılığıyla fuvar etkinlikleri hakkında bilgi paylaşımı yapılarak hedef kitlelere daha kolay ulaşılmaktadır. Fuarcılık sektöründe teknolojinin kullanımı, fuvar etkinliklerine dijital katılımı ve etkileşimi artırmaktadır. Katılımcıların ve ziyaretçilerin fuvar etkinliklerine katılımı; sanal fuvarlar, çevrimiçi seminerler ve diğer dijital platformlar aracılığıyla artmaktadır. Dijital pazarlama ve iletişim olanakları, interaktif sergi alanları, online kayıt ve katılım sistemleri gibi teknolojik yenilikler vesilesiyle gerçekleştirilmesi mümkündür. Öncelikle, fuvar alanlarının modernizasyonu ile alanın fiziksel altyapısının yenilenmesinin ve çağdaş bir görünüme kavuşturulmasının hedeflenmesi gerekmektedir. Alanın iç ve dış peyzajının güncellenmesi, daha iyi aydınlatma ve havalandırma sistemlerinin kurulması, engellilere erişilebilirlik olanakları sağlayacak düzenlemelerin yapılması da modernizasyonun bir parçasıdır. Teknoloji entegrasyonu ise, fuvar alanlarının dijitalleşmesi ve akıllı teknolojilerle donatılması vasıtasıyla sağlanabilmektedir. Entegrasyonun; akıllı bina sistemleri, interaktif ekranlar, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri, dijital rehberlik sistemleri, online kayıt ve online bilet satış platformları gibi teknolojik yenilikler kullanılarak sağlanabilmektedir. Öte yandan akıllı bilet sistemleri, yüz tanıma teknolojisi gibi güvenlik önlemleri fuvar alanlarında güvenliği geliştirmektedir. Bununla birlikte, fuvar merkezlerinin teknolojiyle entegrasyonunun hızla sağlanması, fuvar organizasyonlarının ve stant tasarımlarının da daha verimli ve etkili bir şekilde yönetilmesini kolaylaştırmaktadır. Modern ve yenilikçi fikirlerle dizayn edilmiş bir fuvar, sektördeki diğer etkinliklerden daha cazip ve dikkat çekici hale gelerek daha geniş bir katılımcı ve ziyaretçi kitlesine ulaşılmasını sağlamaktadır.

Fuar alanlarının modernizasyonu kapsamında yeşil dönüşüm projeleri de önem taşımaktadır. Zira en iyi performans gösteren fuvar komplekslerinde; fuvar alanlarının

çevre dostu bir şekilde ısıtıldığı ve soğutulduğu, geri dönüşüm yönetim sistemine sahip oldukları, çatılarında güneş enerjisi sisteminin kurulduğu, yemek hizmetlerinde gıda israfının önleildiği, su ve enerji tüketiminin ve karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik tedbirler alındığı sıklıkla görülmektedir.

Diğer yandan, fuar yatırım projelerinde sadece yeni inşa edilen bir başka deyişle sıfırdan yapılan fuar merkezleri değil aynı zamanda mevcut fuar alanlarının genişleme ve modernizasyonu projeleri de bu kapsamda değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca uygulanmakta olan 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar çerçevesinde fuar alanına yönelik yapılacak tevsi ve modernizasyon yatırımlarının da komple yeni yatırımlar için tasarlanacak olan avantajlı yatırım teşvik uygulamaları kapsamında değerlendirilmesi önerilmektedir.

- **Ülkemizin küresel bir çekim merkezi haline getirilmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır.⁷⁷**

Dünyada fuarcılık sektörü kapsamlı bir dönüşüm geçirmektedir. Daha önce tarihi merkezlerde defalarca tekrarlanmış ve klasik olmuş fuarların, Avrupa ve ABD de var olan sanayinin batıdan az gelişmiş ülkelere doğru yönelmesiyle birlikte belli coğrafi merkezlere kaydığı gözlemlenmiştir. Ortadoğu (özellikle BAE, Katar ve Suudi Arabistan) son yıllarda hiçbir sanayi barındırmamasına rağmen, turizm ve ticaret merkezi haline gelerek ve dünya ticaretine olan entegrasyonun değerini görebilen fuarcılık konusunu başrol alan bir dizi tanıtım ve etkinlik uygulamaları ile bir adım öne geçmiştir.

Ülkemizde de benzer stratejik çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir. Ekonomik olarak yatırım amaçlı politikaların oluşturulması ve iş dünyasına sağlanacak teşviklerin artırılması gerekmektedir. Kültürel kapsamda Türkiye'nin zengin folklorik mirası ve tarihi değerleri kullanılarak festivaller, sanat ve müzik etkinlikleri gibi faaliyetler düzenlenmelidir. Serbest ticaret anlaşmaları, ihracatı teşvik eden uygulamalar ve uluslararası ticaret fuarları ülkenin cazibe merkezi olmasına katkı sağlayacaktır. Son olarak, uluslararası araştırma projelerine daha fazla destek vererek eğitim ve Ar-Ge alanında teşvikler sağlanmalıdır. Bu çalışmaların başarılı bir şekilde yürütülmesi ülkenin uluslararası alanda daha etkin bir rol oynaması, ekonomik büyüme ve

⁷⁷ Uluslararası Fuarçılık Çalıştay Raporu, 2-3 NİSAN 2018 (İhracat Genel Müdürlüğü)

kalkınmanın desteklenmesi, turizmin ve ticaretin geliştirilmesi, kültürel etkileşimin artırılması ve uluslararası iş birliklerinin güçlenmesi anlamına gelecektir.

Öte yandan, ülkemiz fuarlarının uluslararası arenada bilinirliğinin artırılması ve ülkemizin bu alanda cazibe merkezi haline getirilebilmesine yönelik tanıtım faaliyetleri önem arz etmektedir. Bu kapsamda fuarcılık sektöründe faaliyet gösteren çatı kuruluşlar ve firmaların daha etkin çalışmasının önü açılmalıdır. Özellikle son dönemde Hizmet İhracatçıları Birliği'ne 56 adet fuar firmasının üye olması ile birlikte Birlik bünyesinde fuarcılık komitesinin oluşturulmasının hizmet sektörleri içerisinde sektörün temsili anlamında sektöre önemli katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.

- **Marka fuarların satın alınarak ve Türkiye’de düzenlenmesi sektörün gelişimi açısından faydalı olacaktır.**

Marka fuarların satın alınması yoluyla fuar organizatörlerinin uluslararası pazarda tanınmış ve etkili fuarları ülkemize yönlendirmesi sektörel gelişim anlamında faydalı olacaktır. Marka fuarların Türkiye’de düzenlenmesiyle birlikte, katılımcılar ve ziyaretçiler arasında yüksek düzeyde marka bilinirliği sağlanabilecek, uluslararası katılımın ve ticaretin artırılması mümkün hale gelecektir. Öte yandan belirli sektördeki marka fuarların Türkiye’ye getirilmesi, o sektörde faaliyet gösteren yerel firmaların uluslararası piyasada daha görünür hale gelmesini sağlayacaktır.

Bu anlamda önemli örneklerden biri, Almanya merkezli fuar organizatörü Messe Frankfurt tarafından düzenlenen fuarların Türkiye’ye taşınmasıdır. Adı geçen organizatör, dünya çapında marka haline gelmiş Automechanika fuarını “Automechanika İstanbul” adıyla İstanbul’da düzenlemeye başlamıştır.⁷⁸ Bir diğer örnek ise, yine global bir marka fuar olan CPHI Worldwide’ın yerel versiyonu “CPHI İstanbul”dur. Bu örnekler, marka fuarların Türkiye’ye getirilmesinin, sadece uluslararası katılımı ve ticareti artırmakla kalmadığını, aynı zamanda Türkiye’deki sektörlerin küresel pazarlardaki görünürlüğünü de artırarak sektörel gelişime katkı sağladığını göstermektedir.

⁷⁸ <https://automechanika-istanbul.tr.messefrankfurt.com/istanbul/en/press/press-releases/2024/2024-03-04-EN.html>

- **Ticaret Bakanlığı tarafından fuarcılık hizmetlerine ve fuar alanı yapımına verilen destekler çeşitlendirilmeli ve güçlendirilmelidir.**

Ticaret Bakanlığınca 5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar kapsamında, hizmet sektörlerinde döviz kazandırıcı faaliyetler desteklenmektedir. Bu hizmet sektörlerinden biri olan fuarcılık sektörüne tescil koruma, pazara giriş, reklam tanıtım ve pazarlama, fuar organizasyon ve yurt dışı etkinliklere katılım destekleri gibi çeşitli destek kalemleri harcama esaslı sunulmaktadır. Diğer yandan, fuarcılık alanında ülkemizin dünyada söz sahibi olabilmesini teminen, anılan Karar kapsamındaki destek üst limitlerinin gözden geçirilmesi faydalı olacaktır. Ayrıca, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda istihdam, mesleki eğitim, dijitalleşme, yeşil dönüşüm gibi yeni alanların destek kapsamına alınmasının değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

- **Fuar, sergi merkezi yatırımları 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar kapsamında daha avantajlı desteklerden faydalanmalıdır.**

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca yürütülen 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar, Türkiye'de ekonomik büyümeyi teşvik etmek, istihdamı artırmak ve bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla devlet tarafından sağlanan destek ve teşviklerin çerçevesini belirlemektedir. Bu Karar, ekonomik büyümeyi hızlandırmak, istihdamı artırmak, bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmak ve stratejik sektörlerin gelişimini desteklemek amacıyla yatırımcılara çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu Karar kapsamında sağlanan destekler, yatırımın niteliğine, büyüklüğüne, yapıldığı bölgeye ve sektörüne göre değişiklik göstermektedir. Karar kapsamında yatırımlar, “genel”, “bölgesel” ve “öncelikli” olmak üzere üç ana grupta desteklenmektedir. Bu üç ana destek içerisinde en avantajlı olanı öncelikli yatırımlara sağlanan desteklerdir. Bu yatırımlar devletin stratejik olarak belirlediği sektörlerde daha uzun süreli vergi indirimleri ve faiz destekleri sunmaktadır.

Anılan Karar'a göre, Kültür ve Turizm Bakanlığından gerekli belgelere sahip bir fuar alanı yatırımı, yalnızca genel teşvik sisteminden (KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti) faydalanabilmektedir. Bu durum, fuar ve sergi merkezi yatırımlarının daha sınırlı bir destek mekanizması çerçevesinde kalmasına neden olmaktadır ve Türkiye'nin fuarcılık alanında hedeflenen noktada yer alabilmesi için yeterli görülmemektedir.

Anılan Karar kapsamında, fuar ve sergi merkezi yatırımları için özel hükümler bulunmaktadır.

Nitekim, Kültür ve Turizm Bakanlığında alınacak Kültür veya Turizm Belgesini haiz fuar, kongre, sergi ve gösteri merkezi yatırımları için teşvik belgesi düzenlenebilmektedir. Yine, bu yatırımlar için belirli kriterlerin de karşılanması gerekmektedir. Buna göre, fuar ve sergi merkezlerinde asgari kapalı alanın 5.000 m², kongre merkezlerinde asgari koltuk sayısının 1.000, gösteri merkezlerinde ise asgari koltuk sayısının 2.500 olması şartı aranmaktadır. Özetle, fuar alanı yatırımlarının teşvik edilebilmesi için, belirlenen minimum alan, koltuk sayısı ve diğer teknik gereklilikler gibi şartların karşılanması gerekmektedir. Ancak Türkiye'yi uluslararası alanda ön plana çıkaracak büyüklüğü sağlayan fuar yatırımlarının (orta ve büyük ölçekli-20 bin m² ve üzeri) mevcut uygulamadan daha kapsamlı desteklerden yararlanabilir hale getirilmesi faydalı olacaktır.

Yürütülen mevzuat güncelleme çalışmalarında, Türkiye ekonomisine hem doğrudan hem de dolaylı olarak yüksek katkılar sağlayan fuar alanı yatırımlarının, devletin belirlediği öncelikli sektörler arasına alınması bu anlamda büyük önem taşımaktadır.

- **Uluslararası fuar işletme modelleri, yerel ihtiyaçlar ve küresel standartlar göz önünde bulundurularak tasarlanmalıdır.**

Fuarcılık sektöründe gelişmiş ve bu sektörden büyük gelirler elde eden ülkelerin fuar işletme modellerinin analiz edilerek Türkiye'ye uyarlanması faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, Almanya'nın fuarcılık alanındaki organizasyon yapısı ve pazarlama stratejileri dikkat çekicidir. Almanya, Messe Frankfurt ve Hannover Messe gibi önde gelen fuar organizasyonlarıyla, sektördeki en büyük etkinlikleri düzenleyen global merkezdir. Bu organizasyonlar, katılımcı ve ziyaretçi deneyimlerini ön planda tutarak, etkinliklerin uluslararası tanınırlığını artırmaktadır. Benzer şekilde, Çin'in hızlı bir şekilde büyüyen fuar endüstrisi, özellikle Çin İthalat ve İhracat Fuarı (Canton Fair) ile öne çıkmaktadır. Bu fuar, dünya genelinden binlerce katılımcıyı ve ziyaretçiyi bir araya getirerek, ticari ilişkilerin geliştirilmesine önemli katkılarda bulunmaktadır. Çin, dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanarak fuar deneyimini zenginleştirmekte ve katılımcılara daha geniş bir kitleye ulaşma imkânı tanımaktadır.

Özellikle, dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, teknoloji entegrasyonu ve müşteri odaklı hizmetlerin ön planda tutulması, Türkiye'nin fuar sektöründeki rekabet gücünü

artırmak için kritik bir adım olacaktır. Bu tür bir analiz, Türkiye'nin fuarcılık alanındaki potansiyelini ortaya koyarak, uluslararası alanda daha güçlü bir konum elde etmesine yardımcı olacaktır.

- **Dünyanın en prestijli fuar merkezlerinden biri olan İstanbul Fuar Merkezi (İFM)'nin genişletilme çalışmaları tamamlanmalı ve ülkemizin fuarcılık sektöründeki uluslararası rekabet gücü artırılmalıdır.**

İstanbul'da yer alan İFM her yıl birçok uluslararası fuara ev sahipliği yapmaktadır. Ülkemizde düzenlenen fuarların %40'ından fazlası İstanbul'da organize edilmektedir. Dolayısıyla, İstanbul'un ihtiyacı olan fuar alanı kapasitesinin artırılması anlamında İFM'nin genişletilmesi çalışmaları kritik öneme sahiptir. Bu anlamda, İFM'nin sahip olduğu alanın genişletilmesi ile birlikte ülkemizin fuarcılık sektöründen aldığı payın artırılması ve uluslararası fuarların ülkemize getirilmesinin yolu açılacaktır.

Bu kapsamda İFM'nin, çevresinde bulunan Ticaret Bakanlığı uhdesindeki alanların da ilavesiyle fuar alanının 225 bin m²'si kapalı olmak üzere toplam 433 bin m² kapasiteye ulaşması mümkün olabilecektir. Dünya ölçeğinde önemli bir büyüklüğe ulaşacak fuar merkezinin sektörde uzman profesyonellerden alınacak destek ile Türkiye'nin vizyonuna uygun olarak yapılacak bir planlama dahilinde tamamen yeniden tasarlanması ihracat hedefimize ilave katkılar sağlayacaktır. İFM'nin geliştirilmesi projesi, burada düzenlenecek uluslararası fuarlarımızda yerli ve yabancı katılımcıları ve ziyaretçileri ağırlayacak ölçekte ve aynı zamanda ülkemizin orta-uzun vadede ihtiyacını karşılayacak nitelikte bir proje olması sebebiyle, ülkemiz için önemli bir yatırım olarak değerlendirilmektedir.

8. Sonuç

- Fuarcılık sektörü ülkelerin üretimlerini ihracata dönüştürmede önemli bir işlev göstermektedir. Nitekim, günümüzde Çin, Almanya, İtalya, Fransa gibi ülkeler fuarlar vesilesiyle ticaretlerini güçlendirmekle kalmamakta aynı zamanda, küresel ticaretin yeniden şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Türkiye'nin de bu alandaki potansiyeli dikkate alındığında büyük ölçekli fuar alanlarının inşası ülkemizde önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.
- 2003 yılında hizmete açılan Konya Fuar Merkezi, özellikle tarım ve sanayi fuarlarına ev sahipliği yaparak bölgenin ticaret ve sanayi potansiyelini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Fuar alanı, her yıl düzenlenen Konya Tarım Fuarı gibi büyük ölçekli etkinliklerle de tanınmaktadır. 2015 yılında hizmete açılan İzmir (Gaziemir) Fuar Alanı, İzmir'in fuarcılık sektöründeki geleneksel rolünü modern bir altyapı ile desteklemek amacıyla inşa edilmiştir. "Fuar İzmir" olarak da bilinen bu kompleks, Türkiye'nin en büyük ve en modern fuar alanlarından biri olarak hizmet vermektedir. Yenikapı'da 2018 yılında hizmete açılan İstanbul Fuar Merkezi (İFM) ise, İstanbul'un ticaret ve fuarcılık potansiyelini artırmak amacıyla tasarlanmış olup yüksek katılımcı kapasitesi ve son teknolojiye sahip altyapısıyla öne çıkmaktadır. Neredeyse her hafta bir fuara ev sahipliği yapan İFM, Türkiye'nin fuarcılıkta lider ülkelerden biri olma hedefinin bir göstergesi olarak dikkat çekmektedir. Dünyaca bilinen marka fuar alanları arasında yer alabilmesi adına Cumhurbaşkanlığı Makamı tarafından yapılan açıklama doğrultusunda İFM'nin kapalı alan büyüklüğünün daha da artırılarak 100 bin m²'den 225 bin m²'ye çıkarılması planlanmaktadır. Bu genişletme projesi sonrasında İFM'nin küresel kapalı fuar alanları büyüklük sıralamasında bugünkü verilerle; dünyada 14'üncü, Avrupa'da 7'nci sıraya yükselmesi beklenmektedir. Bu durum, İstanbul'un global fuar alanları sıralamasında önemli bir konum elde etmesini sağlayacak ve Türkiye'nin uluslararası fuarcılık arenasındaki rekabet gücünü artıracaktır. Bu bilgiler ışığında ülkemizde orta ve büyük ölçekli fuar alanlarının inşası özellikle ülkemiz ticareti anlamında rekabet gücünün artırılması anlamında önemli bir adım olarak görülmektedir. Diğer yandan, fuar alanı yatırımları geniş anlamda ele alınmalı; bina ve otopark yapımının yanı sıra ulaşım ve lojistik altyapısı ile, çevre düzenlemesinin yapıldığı ve oteller ve restoranların bulunduğu geniş bir kompleks olarak

değerlendirilmelidir. Yine, fuar alanlarının inşasında ya da modernleştirilmesinde dijitalleşme seviyeleri mutlaka geliştirilmelidir.

- Yeni fuar alanlarının geliştirilmesi ve var olanların kapasitelerinin artırılması ve yenilenmesi anlamında yürütülecek çalışmalar fuarcılık sektörünün gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Ticari nitelikli etkinliklere ev sahipliği yapacak fuar alanlarının inşası, bölgesel ve küresel ölçekte ekonomik faydalar sağlamaktadır. Bölgesel olarak, yerel ticaretin canlanmasına, istihdamın artmasına ve altyapının güçlenmesine katkıda bulunurken, küresel düzeyde uluslararası iş birliklerinin gelişmesine, yabancı yatırımcı ve ziyaretçilerin ilgisini çekerek döviz girdisine ve ihracatın artmasına olanak sağlamaktadır. Bu tür projelerin ihdasında uygulanabilecek farklı yatırım modellerine raporda yer verilmiştir. Kâr odaklı bir yaklaşım için özel sektörü yatırım modeli daha uygun olacak iken, kamu yararının gözetildiği bir projenin merkezi idare modeli ile gerçekleştirilmesi daha doğru sonuçlar verecektir. Kamu özel iş birliği modeli ve irtifak hakkı modelinde ise önceki iki modelin ortasında bir yol tutulması hedeflenerek bir yandan proje kamu yararı sağlanmaya çalışılırken diğer yandan finansmanın bir şekilde paylaşıldığı kâr odaklı ve yenilikçi bir yaklaşım sergilenmeye çalışılmaktadır. Diğer yandan, her ülkede/her fuar alanında uygulanabilir tek tip (one-size-fits-all) önerilebilecek bir model bulunmamaktadır. Nitekim, her modelin avantaj ve dezavantajları bulunduğundan fuar alanı yatırımları için ülke, bölge, şehir ve fuar alanı özelinde farklı modellerin tercih edilmesi mümkündür. Dolayısıyla, raporda ele alınan modellerin iç içe geçmiş versiyonları oluşturularak *hibrit* bir modelle fuar alanı projelerinin gerçekleştirilmesi mümkündür.
- Fuar projelerinin hız kazanmasında altyapı yatırımları ile yatırıma elverişli şartların oluşmasının sağlanması temel bir önceliktir. Fuar alanlarının yapımı orta ve uzun vadeli planlama açısından politika dokümanlarında yerini almalı ve mevcut destek mekanizmaları gözden geçirilerek daha işlevsel hale getirilmelidir.
- Hibrit modelle kurgulanacak fuar alanı yapım projesinde, yatırımın genel teşvik mekanizmasından daha avantajlı desteklerle teşvik edilmesi sektöre hareket kazandıracaktır. Buna ilaveten, Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanmakta olan 5448 sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi

Hakkında Kararda yer alan “fuvar alanı yapım desteği”nin kapsamının (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından sağlanacak yatırım teŖvik desteğinin kapsamına bağlı olarak) kredi faiz desteği yerine/veya kredi faiz desteği ile birlikte ana parayı destekleyecek Ŗekilde revize edilerek projenin finansmanının belirli Ŗst limitler ve koŖullar dahilinde karŖılanması önemli bir adım olarak gŖrŖlmektedir. Yine aynı destek unsuru ile fuvar dıŖındaki, belli bŖyŖklŖkteki kongre, konferans, seminer vb. etkinlik alanlarının da yapım ve revizyon maliyetlerinin desteklenmesi Ŗeklinde kapsamın geniŖletilmesi, uluslararası toplantı, kongre ve fuvar sektŖrŖnŖ temsil eden MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events & Exhibitions) sektŖrŖnŖn Ŗlkemizde Ŗne çıkmasına imkân verecektir.

- Projenin yapılacağı Ŗehirdeki belediye ise yer tahsisi ve enerji, su, internet gibi altyapı alıŖmaları gerekleŖtirebilir. Belediyelerin fuvar alanı yapım projelerinde sŖrece aktif katılımının sağlanması önemlidir. Belediye bŖtesi el verdiği takdirde Ŗehir için önemli gŖrŖlen fuvarlarda belirli profildeki katılımcıların (kooperatif, kadın ve genç girişimci gibi) stant giderlerinin bir kısmını karŖılaması mŖmkŖndŖr. Bu Ŗekilde sağlanan destekler, maliyetlerin dŖŖrŖlmesine yardımcı olarak yatırımcıları teŖvik etmekte, aynı zamanda bŖlgenin ekonomik kalkınmasına ivme kazandırmaktadır.
- TŖm modellerin artıları ve eksileri olmasına rağmen, gŖnŖmŖz fuvar alanı projelerinin etkin ve verimli olabilmesi adına gŖze çarpan en iyi modelin kamu-Ŗzel iŖ birliği yatırım modeli olacağı değerlendirilmektedir. Bu model, fuvar alanlarının geliŖtirilmesi sŖrecinde finansman kaynaklarının eŖitlendirilmesi ve risklerin paylaŖılması açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Bu model, bir yandan kamu kaynaklarının daha etkin kullanılması sağlarken diğer yandan da Ŗzel sektŖrŖn yenilikçi ve verimli yaklaŖımlarından faydalanmayı da mŖmkŖn kılmaktadır. Ayrıca, uluslararası standartlara uygun modern fuvar alanlarının inŖası, Ŗlkelere ekonomik katkılar sağlamanın yanı sıra global ticaret ve iŖ birliklerinin geliŖmesine de zemin hazırlamaktadır. Bu modelin daha baŖarılı bir Ŗekilde uygulanabilmesi için kamu ve Ŗzel sektŖr temsilcileri arasında iyi yapılandırılmıŖ bir sŖzleŖme yŖnetimi ve karŖılıklı iletiŖim gerekmektedir.
- GŖnŖmŖzde kamu-Ŗzel iŖ birliği modeli hem Ŗlkemizde hem de dŖnya genelinde fuvar alanlarının geliŖtirilmesinde kullanılan en yaygın yatırım modeli olsa da fuvar

alanı özelinde, şehrin coğrafi, ekonomik, bürokratik koşullarının değerlendirilmesiyle modelin geliştirilmesi mümkündür.

- Sonuç olarak, Dünya genelinde başarılı fuar alanı yatırım projelerinin incelenmesi, uygulanan modellerin avantaj ve dezavantajlarının ortaya konulması anlamında işbu rapor önemli bir fonksiyon görmekte ve fuarcılık sektörünün sürdürülebilir büyümesinin sağlanmasında önemli bir rehber niteliği taşımaktadır.