

TÜRKİYE PATENT HAREKETİ PLATFORMU

[www.turkiyepatenthareketi.org](http://www.turkiyepatenthareketi.org)

# Marka Şehir ANTALYA

Antalya'nın Markalaşması  
Fikirlerin Teknolojiye ve Türk Ekonomisine Katkısı

04 ŞUBAT 2021 WEBINAR TOPLANTISI

## SONUÇ RAPORU



TÜRKİYE  
PATENT  
HAREKETİ



ANTALYA  
TEKNOKENT

adres patent  
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

**1**  **TÜRKİYE**  
**MİLYON**  
***PATENTE KOŞUYOR***

**MARKA ŞEHİR ANTALYA**  
**ANTALYA'NIN MARKALAŞMASI**  
**FİKİRLERİN TEKNOLOJİYE VE TÜRK EKONOMİSİNE**  
**KATKISI**

**WEBİNAR TOPLANTISI**  
**Deşifre Metni ve Sonuç Raporu**  
**04 Şubat 2021**



**Türkiye Patent Hareketi Platformu**

**Adres:** Büyükdere Cd. No:62 K:3 Lale İş Merkezi Mecidiyeköy, Şişli / İstanbul

**Telefon:** +90 537 515 9958 | **Faks:** +90 212 356 4181

**E-posta:** genelsekreter@turkiyepatenthareketi.org

**Web:** www.turkiyepatenthareketi.org

#### GENEL YAYIN YÖNETMENİ

**Av. Ali ÇAVUŞOĞLU**  
Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanı

#### YAYINA HAZIRLAYAN

**Halil İbrahim YILMAZ**  
Türkiye Patent Hareketi Platformu Genel Sekreteri

#### MODERATÖR

**Av. Ali YÜKSEL**  
Adres Patent Yönetim Kurulu Başkanı

#### KONUŞMACILAR

**Ömer ERSOY**  
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Antalya İl Müdürü

**Halil BÜLBÜL**  
Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

**Volkan GÜLER**  
Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri

**İbrahim YAVUZ**  
Antalya Teknokent Genel Müdürü

**Prof. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN**  
AKDENİZ Üniversitesi Hukuk Fakültesi

**Av. Ali ÇAVUŞOĞLU**  
Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanı

#### ORGANİZATÖRLER

Türkiye Patent Hareketi Platformu  
Adres Patent  
Antalya Ticaret Borsası

**KAPAK TASARIMI**  
Fikren Zikren Media

#### BASIM YERİ VE TARİHİ

İstanbul | Mart 2021  
İhlas Gazetecilik A.Ş.  
+90 212 454 3000

Her türlü yayın hakkı **Türkiye Patent Hareketi Platformu**'na aittir.



## ÖNSÖZ

Katma değerli üretimin temel taşları arasında yer alan patentler, ülkelerin millî sermayesidir ve uluslararası sahada ülkelerin prestijine katkı sağlayan önemli bir unsurdur. Ayrıca, bir ülkenin kalkınması, sanayisinin gelişmesi ve refah seviyesinin artması o ülkenin patent zenginliğiyle de doğru orantılıdır. Dolayısıyla bizler Türkiye Patent Hareketi Platformu olarak toplumumuzun her kesiminde patent bilincini artırmak, farkındalık oluşturmak ve ülkemizin patent sayısının artmasına katkı sağlamak misyonuyla “paneller, eğitim seminerleri, buluş günleri, patent yarışmaları, patent ödülleri ve patent zirvesi” gibi çeşitli etkinlikler düzenleyerek ve bu alanda yaptığımız projelerle ve kampanyalarla itici güç oluşturmaya çalışmaktayız.

Bu minvalde, **04 Şubat 2021** tarihinde Türkiye Patent Hareketi Platformu, Adres Patent ve Antalya Ticaret Borsası ortaklığında “**Marka Şehir Antalya - Antalya'nın Markalaşması Fikirlerin Teknolojiye ve Türk Ekonomisine Katkısı**” konulu webinar gerçekleştirdik.

Çok değerli konuşmacılarımızın olduğu panelimizde, Antalya'nın markalaşması, fikri ve sınai mülkiyet haklarının şirket stratejisine ve kârlılığına etkileri, patentlerin katma değere dönüştürülmesi ve ticarileştirilmesi, ekonomiye ve ihracata katkısı gibi konular ele alındı.

Bu bağlamda, panelde konuşulan konuların deşifresini ve programın sonuç raporunu istifadenize sunar, hayırlara vesile olmasını temenni ederim.

Saygılarımla

### **Av. Ali ÇAVUŞOĞLU**

Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanı  
Patent Hareketi Derneği Başkanı  
Patent ve Marka Vekili

# Marka Şehir ANTALYA

Antalya'nın Markalaşması Fikirlerin Teknolojiye  
ve Türk Ekonomisine Katkısı

ONLINE  
ETKİNLİK



Av. Ali YÜKSEL  
Adres Patent  
Yönetim Kurulu Başkanı



Halil BÜLBÜL  
Antalya Ticaret Borsası  
Yönetim Kurulu  
Başkan Yardımcısı



Ömer ERSOY  
Sanayi ve Teknoloji  
Bakanlığı Antalya İl Müdürü



Volkan GÜLER  
Batı Akdeniz Kalkınma  
Ajansı Genel Sekreteri



İbrahim YAVUZ  
Antalya Teknokent  
Genel Müdürü



Av. Ali ÇAVUŞOĞLU  
Türkiye Patent Hareketi  
Platformu Başkanı



Prof. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN  
AKDENİZ Üniversitesi  
Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi

zoom Meeting ID: 920 0310 2440  
Passcode: 104173

Kayıt



4 Şubat Perşembe



Saat:  
14.00-16:00



İletişim:  
Gönül AKPINAR: 549 860 34 81  
gonul.akpinar@adrespatent.com



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
"Görünür ve Bilimsel Öncü Üniversite"



## ORGANİZATÖRLER

TÜRKİYE  
**PATENT**  
HAREKETİ

adres **patent**  
"Kalma Değerli Hizmet Merkezi"

Antalya  
Ticaret  
Borsası  
1920

## PAYDAŞLAR



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



ANTALYA  
TEKNOKENT



## MARKA ŞEHİR ANTALYA ANTALYA'NIN MARKALAŞMASI FİKİRLERİN TEKNOLOJİYE VE TÜRK EKONOMİSİNE KATKISI

### Webinar Toplantısı Deşifre Metni ve Sonuç Raporu 04 Şubat 2021

Türkiye Patent Hareketi Platformu, Antalya Ticaret Borsası ve Adres Patent iş birliğinde, 04 Şubat 2021 Perşembe günü "Marka Şehir ANTALYA - Antalya'nın Markalaşması Fikirlerin Teknolojiye ve Türk Ekonomisine Katkısı" konulu online panel gerçekleştirildi.

Moderatörlüğünü Adres Patent Yönetim Kurulu Başkanı Sayın **Av. Ali YÜKSEL**'in yaptığı webinar toplantısına konuşmacı olarak T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Antalya İl Müdürü Sayın **Ömer ER-SOY**, Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sayın **Halil BÜLBÜL**, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Sayın **Volkan GÜLER**, Antalya Teknokent Genel Müdürü Sayın **İbrahim YAVUZ**, Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanı Sayın **Av. Ali ÇAVUŞOĞLU**, Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi Sayın **Prof. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN** katıldı.



Panelimizde, Antalya'nın markalaşması, fikri ve sınai mülkiyet haklarının şirket stratejisine ve kârlılığına etkileri, patentlerin katma değere dönüştürülmesi ve ticarileştirilmesi, ekonomiye ve ihracata katkısı gibi konular ele alındı.

# PANEL KONUŞMALARI



**Av. Ali YÜKSEL**  
Adres Patent Yönetim Kurulu Başkanı  
(Moderatör)

Bugün panelimizin konusu Marka Şehir Antalya. Antalya'nın markalaşması, fikirlerin teknolojiye yansması ve ekonomiye katkısından bahsedeceğiz. Çok değerli konuklarımız var. Antalya Ticaret Borsası Başkan Yardımcısı Halil Bey aramızda kendisi ev sahibi aynı zamanda. Tabii Antalya Ticaret Borsası deyince 1920'de kurulmuş bir borsadan bahsediyoruz. Türkiye'nin ilk borsalarından. Bugün 100. yılını kutluyor zannediyorum. Sebze, meyve, turizm, tohum ve bunlara dayalı da sanayide çok güçlü bir şehirden bahsediyoruz.

Aynı zamanda 407 adet 5 yıldızlı tesisi barındıran turizmin merkezi bir şehir. Gıdanın, tohumculuğun da merkezi olan bir şehirden bahsediyoruz. Antalya gerçi hep tarımla, turizmle anılır ama sanayi tarafı da güçlü olan bir şehrimiz. Antalya hem nüfusuyla hem de nüfuzuyla Türkiye'nin gerçekten markaları arasında. Ben yurt

## Marka Şehir Antalya

dışına çıktığım zamanlarda da Antalya markasının öne çıkan büyük şehirler arasında olduğunu görüyorum. Özellikle Avrupalı Türkiye'ye gelmiş kişilerin Antalya'yı yoğun bir şekilde hatırladıkları ve gülümsediklerini de görmek ayrıca mutluluk verici. Ticaret Borsaları, ticari mal ve hizmetlerin piyasasının düzenlenmesi, haksız rekabetin olmaması ve ürünlerin geliştirilmesi, uygun fiyata satılmasını sağlayan yegâne kurumlar. Yalnız Antalya Ticaret Borsası'nın, YÖREX Yöresel Ürünler Fuarı'nda çok fazla görev aldığını biliyorum. Her sene geliyoruz fuara ve bu konuda ciddi anlamda Avrupa'da marka olmuş bir fuar. Coğrafi işaretlere çok önem verildiğini de biliyoruz. Borsa'nın özellikle desteklediği coğrafi işaret projeleri var.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı İl Müdürümüz Ömer Ersoy Bey aramızda. Ömer Bey, Gazi Üniversitesi Mühendis kökenli bir kişi ve gerçekten koltuğunu hak eden, çevre bilimleri konusunda doktora yapmış bir kişi olarak da Antalya'da İl Müdürlüğünü hem teknoloji hem de sanayi tarafını temsil eden güçlü bir temsilci olarak görüyoruz.

Volkan Güler Bey, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri. Ajanslar, devlet teşviklerinin doğru noktaya aktarılması ve gerçekten ekonominin desteklenmesi konusunda çok önemli. Hem danışmanlık hem de destek veren kurumlar. Genel Sekreterimiz de maliye kökenli, İktisat Teorisi Doktoru. Doğu Anadolu ve İzmir Kalkınma Ajansı'nda çalışan tecrübeli bir ajans uzmanı diyebiliriz.

Diğer taraftan İbrahim Yavuz Bey, Antalya Teknokent Genel Müdürü. Gerçekten de Türkiye'de teknolojinin gelişmesi, patentin her noktadan anlaşılması ve teşvikler için yegane kuruluşlardan birisi. Gıda Yüksek Mühendisi ve Akdeniz Üniversitesi'nde dersler de veren bir akademisyen kendisi.

Av. Ali Çavuşoğlu, Türkiye Patent Platformu Başkanı aramızda. Patentle doğmuş, patentle giden bir kişilik diyebiliriz. Gerçekten bu konuda yayınları, makaleleri, kitapları olan, yüzlerce konferans ve seminer vermiş bir kişiden bahsediyoruz. Türkiye'de 1 milyon patente ulaştığımız zaman biz, dünyadaki ilk 3-4 ekonomiyle bilek güreşi yapabileceğiz. Bu bilinçle yürüyor. Amerika 1911 yılında almıştı 1 milyonuncu patentini. Bizim ise hedefimiz 2029 yılına kadar 1 milyon patente ulaşmak. 26 Nisan Dünya Fikri Mülkiyet Günü ve Patent Haftası'nı inşallah hep beraber kutlarız.

Prof. Dr. Ayşe Odman Boztosun hocamız hukukçu, akademisyen. Kendisiyle çok çalıştık şimdiye kadar. Bugün de onunla beraber olmaktan çok mutluluk duyuyoruz. Kendisi İstanbul Hukuk mezunu. Oxford'da yüksek lisans yaptı ve yine İstanbul Üniversite'sinde doktorasını yapmış. Ürün ve tohum ıslahları, rekabet hukuku, fikri mülkiyet konusunda kitapları olan son yıllarda özellikle fikri mülkiyetin gelişmesi, patent, marka, tasarım konularında ülkemize çok güzel katkıları olan özel bir alana yoğunlaşmış değerli bir akademisyen. Antalya Ticaret Borsası'nın tüm ekibine çok teşekkür ederiz.

## Marka Şehir Antalya

---

kür ediyorum. Duyurular ve içerik ihtiva eden çalışmalarını için. Yine Adres Patent Müdür Yardımcısı Derya Hanım'a teşekkür ediyorum. Türkiye Patent Hareketi Platformu Genel Sekreteri Halil İbrahim Bey'e teşekkür ediyorum. Ayrıca Antalya bölgesi sorumlusu arkadaşımıza da çok teşekkür ediyorum. Ben şimdi sözü çok uzatmadan Antalya Ticaret Borsası Başkanımız Halil Bey'e sözü vermek istiyorum.



**Halil BÜLBÜL**  
Antalya Ticaret Borsası  
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Pandemi sürecinin devam ettiği, dünyada ve ülkemizde sağlık başta olmak üzere, tarımdan ticarete, sanayiden turizme, eğitimden sosyal hayata kadar birçok alanda önemli sorunların olduğu bir süreci yaşıyoruz. Bunun yanında aşı konusunda da umut verici gelişmelerin yaşandığı bir sürecin başındayız. Kovid-19 yalnızca sağlığımız üzerinde değil, ekonomiler üzerinde de ciddi bir etki oluşturdu. Alınan kısıtlama tedbirlerinin sonucu olarak dijital çağa ayak uyduramayan rekabet düzeyi düşük ve markalaşma sürecini tamamlayamamış firmaların geride kaldığını hep birlikte üzülerken takip ediyoruz.

Özellikle Antalya olarak, kent ekonomimizin yaklaşık %75'inin hizmet sektörü ve turizmden oluşmasına bağlı olarak bu durumu daha derinden hissederek yaşamaktayız. Dolayısıyla hangi alanda iş yaparsak yapalım markalaşmanın ve kurumsallığın öneminin net bir biçimde anlaşıldığını görmekteyiz.

## Marka Şehir Antalya

Ülkemizde dünyaya en açık kent olmamız dolayısıyla, marka konusunda diğer illerimize göre biraz daha şanslı olduğumuzu söyleyebilirim. Örneğin dünyanın birçok ülkesinde yaşayanlarca, deniz, güneş, kum, tarih, kültür ve iklimi sayesinde önce Antalya, ardından Türkiye anımsanmaktadır. Tabii bu durum kentimizdeki markalaşma sürecini diğer kentlere oranla biraz hızlandırmıştır. Ancak elimizdeki potansiyeli kullanma anlamında çok da başarılı olduğumuzu söyleyemeyiz. Çünkü Antalya'nın sahip olduğu kapasite, doğal ve kültürel birikimi, ekonomik geleceği için son derece önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

Bizler Allah'ın bize bahsetmiş olduğu deniz, güneş, kum ve iklim avantajlarını kullanarak Kemer, Belek, Manavgat, Alanya, Kaş; geçmişimizden tarihi olarak gelen Aspendos, Termosos, Kaleçi, Side, Perge, Mira, Olimpos ya da Düden veya Manavgat Şelaleri gibi doğal markalarımızı sınırlı düzeyde tanıtarak gelir elde etme yolunu tercih ediyoruz. Oysaki bizim ürettiğimiz ürünün katma değeri yüksek bir bölümünün bu topraklarda kalacağı, kent ve ülke markası üzerinden kazanç elde edebileceğimiz bir markalaşmaya geçmemiz gerekmektedir. Bu konuda markalaşmanın önemine vurgu yapmak için sizlerle daha önce yaşadığım bir örneği paylaşmak istiyorum.

2009 yılında bir İtalyan müşteriyle sohbet ederken, o dönemde de Türkiye'de bir kriz vardı. Ekonomik kriz, 2008-2009 yıllarında bildiğiniz gibi. Sohbet ederken müşteri bana dedi ki, biz bu işi biraz daha kolay halledeceğiz, çabuk atlatacağız. Çünkü bizim



Made in İtaly gibi bir markamız var. Yani biz 1 dolara mal ettiğimiz bir ürünü 10 dolara satabiliyoruz. Siz 1 dolara mal ettiğiniz bir ürünü 1,5 dolara satmaya çalışırken biz burada çok daha hızlı yol alabiliriz, demişti. Tabii bu biraz can sıkıcı bir sohbet olsa da sanki çok da gerçeklerden uzak değildi. Burada markalaşmanın ne kadar önemli olduğunu vurgulamak için bu örneği özellikle vermek istedim.

Marka konusunda Antalya Ticaret Borsası olarak kentimiz adına yapmış olduğumuz 3 ana projemizden de kısaca bahsetmek istiyorum. Bunlardan ilki, kıyıda köşede kalmış ürünleri ekonomiye kazandırma konusunda kentimize ve ülkemize kazandırdığımız YÖREX Yöresel ürünler Fuarı projesi. Bildiğiniz gibi en tanınmış markalar bahsi geçen yöreye özgü ürünlerin yarattığı değerlerdir. Kendiliğinden öğrenilmiş, ünü sınırlarını aşmış, tat, aroma, kalite ve güvenilirlik kaygısı olmadan talep edilen, büyük istek ve mutlulukla tüketilen ürünler olan yöresel ürünlerdir. Kentimizde bu konuya en iyi örnek Finike portakalıdır. Bunun yanında dünyadan Rokfor peyniri, İtalyanların parmesan peyniri gibi örnekler vermek de mümkün. Bu konuda insanların harekete geçmesinde YÖREX ile ülkemiz çapında önemli bir iş başardığımızı düşünüyoruz.

Bunun yanında Antalya kent merkezinde bulunan 2630 dönüm bir alan olan, 20 bini zeytin olmak üzere 25 bin ağacın yer aldığı, eski adıyla Vakıf Çiftliği'nin borsamızın girişimiyle 29 yıllığına kira-

## Marka Şehir Antalya

lanması ve Zeytinpark markası adıyla zeytin ve zeytinyağı üretimine geçmesidir. Bu proje zamanla Antalya tavşan yüreği zeytinini de kendi içimizde tanımamız ve ülkemize tanıtmamız açısından etkili olmuştur. Zeytinpark dünyada bir şehir içerisinde bulunan en büyük 9., ülkemizde ise 1. alandır. Küresel ısınma ve kuraklık gibi konuların konuşulduğu bu günlerde, bu konuda da çok önemli bir adım attığımızı düşünüyorum.

Üçüncü projemiz ise kentimizin ülke ve dünya nezdinde tanınırlığını ve marka değerini artırmak amacıyla "Şimdi Antalya Zamanı" adı altında başlattığımız ve 5 yıldır devam eden sosyal medya çalışmamızdır. Bu çalışmanın sosyal medya üzerinden sürdürülebilirlik kadar kararlılık ve kent aidiyetimizi göstermek açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Bunların dışında üyelerimize yönelik markalaşma ile uluslararası alanda rekabet, kalite ve verimlilik düzeyinin yükseltilmesini amaçlayan projeler, eğitimler, bilgilendirme toplantıları da düzenliyoruz. Ben tabii sözü çok fazla uzatmadan bir konuya da temas edip sözü değerli panelistlerimize bırakmak istiyorum.

Benim işim gereği çok fazla yurt dışına seyahat ediyorum. Aslında Antalya'nın tanınırlık açısından bir problemi yok. Ali Bey'in de söylediği gibi Antalya artık dünya çapında bilinen bir şehir. İnsanlar Antalya'dan bahsettiğimiz zaman Antalya'nın neresi olduğunu tarif etmemiz gerekmiyor. Hatta şöyle bir örnek verebilirim. BBC International'ı seyredirken hava durumunda dikkatimi çekti. Dün-

yanın bütün önemli kentlerini sayarken hava durumunda, Paris, Londra, New York, Moskova, Antalya'yı da artık sayıyorlar. Çünkü önemli bir turist destinasyonu ve dünyada dikkat çeken bir şehir. Özellikle Avrupa'da artık Antalya'nın nasıl bir şehir olduğunu insanlara anlatmamıza gerek yok. Burada önemli olan bu tanınırlığı ekonomik olarak da pozitif anlamda kullanabilmek. Dolayısıyla Antalya Ticaret Borsası olarak bizler de bunu yapmaya çalışıyoruz. Ben şimdilik sözlerimi burada tamamlamak istiyorum. Panelistlerimize daha fazla zaman tanımak adına. İleriki sürelerde tekrar fikirlerimi paylaşabilirim. Teşekkür ediyorum. İyi bir panel olmasını diliyorum.



**Ömer ERSOY**  
T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı  
Antalya İl Müdürü

Antalya'nın markalaşması, fikirlerin teknolojiye ve Türk ekonomisine katkısı konulu bu panel vesilesiyle sizlerle birlikte bir arada bulunmaktan büyük bir mutluluk duyuyorum. Bu vesile ile şahsım ve kurumum adına hepimizi saygıyla selamlıyorum. Biraz önce sizlerin de bahsettiği gibi marka olmak, sadece ürün ve hizmetler için değil, aynı zamanda kurumlar ve şehirler için de çok önemli bir konu. Günümüzde rekabet, yalnızca ürünler ve firmalar arasında değil, ülkeler ve kentler arasında da yaşanmakta. Marka şehir olmanın temel amacı, şehirde yaşayanların refah seviyesinin yükseltilmesi ve en önemlisi ülke ekonomisine katkı sağlanmasıdır. Marka şehirlerin ülke ekonomisine çok daha büyük katkı sağladığı görülmektedir.

Aslında her kentin diğer bir kentten ayırt edici özelliklere ve farklılıklara sahip olduğundan her kent bir marka olarak değerlendirilebilir. Ancak marka değerini yakalamak ve kenti marka haline getirmek için büyük çaba sarf etmek gerekmektedir. Bu markalaşma

da tabii ki kentin güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilerek, güçlü yanlarını ön plana çıkarmak ve geliştirmek, markalaşmada önemli bir avantaj sağlayacaktır. Tabii ki, daha sonra bu markalaşma sağlandıktan sonra oluşturulan marka değerinin korunması en önemli husustur. Biz de burada Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız ve İl Müdürlüğü olarak Antalya'nın bu markalaşmış değerini nasıl koruduğumuza, korumaya çalıştığımızı yönelik faaliyetlerimizi aktarmaya çalışacağım. Şehirlerimizin marka haline getirilmesi söz konusu olduğunda, kentin tarihi, coğrafi, kültürel ve ekonomik özellikleri büyük önem arz eder.

Tarihi geçmişi olan şehirlerin bu yönde avantajları daha fazladır. Bunun yanında coğrafi konumuyla da şehirler çok büyük avantajlar sağlamaktadır. Antalya bu özellikleriyle köklü tarihi, coğrafyası ve doğal güzellikleriyle zaten büyük bir yol kat ederek dünya çapında tanınmış ve markalaşmış bir şehir olmuştur. Turizm ve tarımdan sonra, son yıllarda sanayi faaliyetlerinde de ilimizde çok büyük gelişmeler görülmektedir. Dünyanın gözde şehirlerinden Antalya'nın, tarihi, kültürel ve doğal mirasını koruyacak, çağın gereksinimlerine uygun şekilde sanayi konusunda planlı gelişmesini sağlayacak ve şehrimizin marka değerini koruyacak işler yapmak bizim öncelikli hedeflerimizdir.

Peki, şehrimizin marka değerini korumakta ve bu hedeflere ulaşmakta bizler, Bakanlığımız, İl Müdürlüğümüz ve diğer paydaşlarımız olarak neler yapıyoruz? Bunu da sanayimizin gelişmesi için

## Marka Şehir Antalya

yöntemler ve politikalar belirleyerek uyguluyoruz. Bunun dışında, katma değeri yüksek ve nitelikli ürünlerin üretilmesine olanak sağlayacak yatırım alanları sağlamaya çalışıyoruz. Bu yatırımların yapılmasında teşvikler, desteklerle öncülük ediyoruz. Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerinin kurulmasında, tespit edilmesinde rol oynuyoruz.

Bunların yanı sıra tarımsal ürünlerin yoğun olduğu ilimizde tarımsal Ar-Ge çalışmalarıyla katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesini sağlamak yönünde faaliyetlerimizi, çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu önceliklerin hayata geçirilmesiyle, Antalya'nın her zaman marka değerinin korunacağına inanıyorum.

Şimdi müsaadenizle, 2020 yılında Antalya ilinin sınai mülkiyet raporundan kısaca bahsetmek isterim. Antalya'da 2020 yılında 5225 marka başvurusu, 136 patent başvurusu, 71 faydalı model başvurusu, 510 da endüstriyel tasarım başvurusu olmuştur. Bunun dışında da ilimizde 7 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu açıdan da bu rakamlara baktığımız zaman ilimiz Türkiye'de marka başvurusunda 5. sırada yer almaktadır. Bu da bizim için tabii yeni ürünler üretildiği ve yeni işler yapıldığının bir kanıtıdır. Biraz önce ifade ettiğim gibi, marka değerinin korunması konusunda bizler neler yapıyoruz İl Müdürlüğü ve Bakanlığımız olarak? Tabii, burada Bakanlığımız, ilimizin marka değerinin korunmasında sanayi, tarım ve turizm alanları başta olmak üzere birçok yeni yatırıma ya da yenileme yatırımlarına destek vermektedir. Bunlar doğrudan

Bakanlığımız ya da bağlı kuruluşlar eliyle yürütülmektedir. Bunun detaylarını zaten Teknokent Genel Müdürümüz ve Genel Sekreterimiz detaylı bir şekilde anlatacaklardır.

Bunun yanı sıra çok önemli bir husus olan organize sanayi bölgeleri çalışmaları Bakanlığımızca yürütülmektedir. Burada önemli husus yatırımcılara çevre ve doğa dostu, planlı sanayi alanları oluşturarak, gerekli teknik, sosyal ve donatı alanlarının bulunduğu, sınırları belli olan organize sanayi bölgeleri yatırımcılara hazır halde sanayi alanlarının kurulmasıdır. Bu Bakanlığımız eliyle yürütülmektedir. Antalya'da organize sanayi bölgesi olmasının ilimizin marka değerini artırdığını düşünüyorum. Şöyle ki, ilimizde bulunan organize sanayi bölgelerinde ihracata yönelik önemli firmalar bulunmaktadır. Bunlar da imalat sanayiinde, dünya çapında rekabet edebilen tesisler olması ve bizim ürünlerimizin Türkiye'de, Antalya'da üretilen ürünlerin, dünyanın her bölgesinde kullanılması, Antalya'nın hem marka değerini artırmakta hem de ülkemizin ekonomisine ciddi kazanç oluşturmaktadır.

Şimdi, Antalya ilimizde bulunan ve projeleri devam eden organize sanayi bölgelerinden kısaca bahsetmek isterim. Bilindiği üzere ilk organize sanayi bölgemiz; Antalya Organize Sanayi Bölgesi 1976 yılında kurulmuştur. Bugünkü sınırları 692 hektar. Tabii yıllar içerisinde yatırımcıların ihtiyacını karşılama ve sanayi alanında yapılan yatırımları artırmak amacıyla genişleme alanları oluşturulmuş. Bu

## Marka Şehir Antalya

genişleme alanlarının tamamlanmasıyla OSB alanının 778 hektara çıkması hedefleniyor. Antalya Organize Sanayi Bölgesinde şu anda yaklaşık 15 bin kişi istihdam edilmektedir. Birçok sektörde de üretim faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Bunun dışında 2020 yılında Korkuteli ilçesinde 85 hektar büyüklüğünde Korkuteli Mermer İhtisas Organize Sanayi Bölgesi kuruldu. Yine 2020 yılı içerisinde Manavgat'ta 35 hektar büyüklüğünde Manavgat Organize Sanayi Bölgesi kuruldu. Bunların hepsi de yeni ve parselizasyon ve plan çalışmaları devam ediyor.

Devam eden projeler kapsamında Serik ilçesinde 64 hektar büyüklüğünde bir alanda Organize Sanayi Bölgesi kurulması planlanıyor. Aynı zamanda da ilimizin batı bölgesinde Kaş ilçesinde 35 hektarlık bir alanda Kaş Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi kurulması planlanıyor. 2019 yılı sonunda 692 hektar olan planlı sanayi alanımız, 2020 yılı sonu itibariyle yaklaşık %17 artarak 812 hektara ulaştı. Bu projelerin 2021 yılı sonunda sonuçlanmasını hedefliyoruz. Sonuçlandıktan sonra 2019 yılına kıyasla sanayi alanlarında %30 artması öngörülmekte ve yaklaşık planlı sanayi alanlarının 900 hektara ulaşması hedeflenmektedir.

Antalya'nın marka değerinin korunmasında sadece büyük çaplı sanayilerde değil, küçük sanayi siteleri olarak adlandırılan plansız ve denetimsiz bir şekilde yapılaşmış, çevre kirliliği ve plansız kentleşmeye neden olan dağınık şekildeki iş yerlerinin bir arada toplandığı küçük sanayi şehirlerinin, sitelerinin kurulduktan sonra alt-



yapı ve üst yapı desteği Bakanlığımızca sağlanmaktadır. Antalya ilimizde 16 tane küçük sanayi sitesinin 7 tanesi Bakanlığımız kredi desteğiyle tamamlanmıştır. Şu anda da devam eden 1 tane küçük sanayi sitesi, 2021 yılının 2. yarısında tamamlanması planlanmaktadır. Bu dağınık haldeki iş yerlerinin bir arada toplanması, yine bahsettiğimiz gibi marka değerinin korunmasında önemli bir yere sahiptir.

Bunun dışında yine Ar-Ge merkezlerinde katma değeri yüksek ürünler üreten, verimliliği ve özellikle uluslararası yenilikçilik kapasitesini geliştiren 19 tane Ar-Ge merkezi bulunmaktadır. Bu 19 Ar-Ge merkeziyle biz Türkiye'de 11. sıradayız. İnşallah hedefimiz ilk 10'a girebilmek. Antalya'nın tarım sektöründeki yoğunluğundan dolayı bu 19 Ar-Ge merkezinin 10 tanesi tarımsal Ar-Ge faaliyetleri yapmaktadır. Diğer geri kalanlar ise makine, mobilya, iklimlendirme ve gıda sektöründe faaliyet göstermektedir. Yine Antalya'mızın marka değerini artıran ve Bakanlığımız, Gençlik ve Spor Bakanlığı, TÜBİTAK ve Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı yürütücülüğünde kurulan, ülkemizde 27 ilde 33 tane dene-yap atölyesi bulunmakta ve bunların iki tanesi ilimizde yer almaktadır. Bu atölyede, yaklaşık 300 öğrenci, ortaokul ve lise başlangıç çağındaki gençlerimize eğitim verilmektedir. İnşallah üçüncüsünün de kurulmasını istiyoruz. Antalya'mız için çok önemli bir kazanım olacağını değerlendiriyoruz.

## Marka Şehir Antalya

---

Bunun dışında İl Müdürlüğümüz olarak Antalya'da piyasaya arz edilmiş olan sanayi ürünlerinin ve ölçü aletlerinin uluslararası standartlara uygunluğunu denetleyerek izlenebilir bir piyasa oluşturulmasını sağlıyoruz. Antalya'da piyasada olan bütün ürünlerin ve diğer ölçü aletlerinin denetlenerek bunların güvensiz ürünlerden meydana gelecek kazaların ve ürünlerin kullanılması sonucunda oluşacak olumsuz intibanın önlenmesi yönünde de çalışmalarımız var. 2020 yılında yaklaşık 750 ürün ve hizmet yeri ve 25 bin ölçü aleti denetlenmiştir.



**İbrahim YAVUZ**  
Antalya Teknokent Genel Müdürü

Antalya 640 kilometre sahil şeridi olan bir şehrimiz ve Türkiye'nin göz bebeği. Benim için Türkiye'nin ve dünyanın en güzel şehri. Öncelikle şunu söylemek istiyorum; bizim bir tarafta portakalımız, keçi boynuzumuz, tavşan yüreği zeytinimiz, domatesimiz, biberimiz, salatalığımız var; bir tarafta da Elmalı, Akseki gibi ayrı güzellikleri olan ilçelerimiz var. Portakalda artık herhalde açık ara öndeyiz. Bunun da ötesinde birçok hem gıda anlamında hem de yöresel anlamda bizim marka değerimizi artıran turizm, tarım, teknoloji dışında Elmalı'da Antalya'nın büyük bir değeri olan ve 660.'sı yapılan Antalya Güreşleri var. Antalya Elmalı ilçesinde, aslında gözden kaçırılan önemli bir marka değeri.

Antalya'nın marka değerine sağlamış olduğumuz katkıları kamuya şeffaf bir şekilde elimizden geldiğince yaklaşık 5 yıldır paylaşıyoruz. Antalya Ticaret Borsamızla, Antalya Ticaret ve Sanayi

## Marka Şehir Antalya

Odasıyla, Kalkınma Ajansıyla, ilgili kurum ve kuruluşlarla bir ekosistemin parçasıyız. Birçok STK'da da girişimcilik, Ar-Ge, inovasyon sistemine destek olmak için çalışmaya devam ediyoruz. Akdeniz Üniversitesi ve Antalya Teknokent açısından da bu perspektife bakacak olursak 2004 yılında kurulmuş bölgenin, Batı Akdeniz Bölgesinin teknolojik girişim üssü, Antalya Teknokent diyoruz. Hem marka, patent, sınai mülkiyet hakları, teknoloji transfer ofisi, prototip atölyesi, gençlerin bu sisteme entegrasyonu, dünyayla olan iş birlikleri, hedeflere bakıldığı zaman hep teknoparkların kafasında bir silikon vadisi kurmak, şirketleri bir araya getirmek, start-up kültürünü scaleup süreciyle başka bir noktaya taşımak, şirketleri büyütme, bu şirketlerden unicorn çıkartmak, hatta bölgeleriyle anılan bir ekosistem kurmak.

Dünyanın şu anki hedefi ve başarılı olan sistemlere baktığımızda Amerika'da, İngiltere'de, Fransa'da bunları görüyoruz. Biz bu anlamda Antalya'yı tarım, turizm, ticaret ve dördüncü "T" olarak hep teknolojiyi kastediyoruz. Teknoloji vadisi hikayemiz var. Tabii bunu yaparken de Antalya Teknokent'i Antalya'nın özellikleriyle ele aldığımızda en güçlü yerlerimizle yükselmeye çalışıyoruz. Turizm teknolojisi, travel technology diye bahsettiğimiz bir kümelenmemiz de var aynı kapsamda çalışan. Tarım teknolojisi, sağlık teknolojilerini biz artık 3 kulvarda çok artırmış durumdayız. Sağ kanat, sol kanat, orta sahaya baktığımızda da diğer sektörlerde çalışan birçok şirketimiz var. Bunların tabii genellikle dağılımları sağlık teknolojileri, gıda, kimya, tarım, turizm teknolojileri, elektrik-

elektronik ve yeni dönemde de gelişen dijitalleşmeyle artan yapay zekâ teknolojisi. Bununla ilgili çalışan veri elemanlarını görüyoruz. Tabii bunların hepsini topladığımızda ortaya şöyle bir durum çıkıyor. 1.100 tane çalışanın olduğu ve bunların 800'ünün Ar-Ge personeli olduğu, yıllık ihracat tutarının 33,5 milyon dolara ulaştığı, fikri sınai mülkiyet hakkı olarak baktığımızda tescillenmiş 78 patentin ve 74 yeni başvurusu halen süreçte olan ekosistemiz var.

1 milyon patent hedefine Antalya Teknokent olarak katkı sağlamaya çalışıyoruz. Tabii bu tüm ülkeyi, tüm paydaşlarıyla ilgilendiren bir konu. Tek başımıza bizim yapabileceğimiz bir politika değil. Bunun farkındayız ama biz kendi özelimizde Antalya markasını, az önce de bahsettiğim gibi Antalya'yı teknoloji şehri yapabilmek için önce alt yapıyı, girişimciyi ve yatırımcıyı Antalya'ya çekebilmek için alt yapı sorunlarını çözmeye çalışıyoruz. Teknokent'i yakından takip eden hocalarımız, paydaşlarımız, girişimcilerimiz çok iyi biliyorlar. Şu anda hedefimizin %60'ına ancak gelmiş durumdayız. 86 Teknopark içinde, Antalya Teknopark şu an 8. sırada. Bu Antalya için önemli bir rakam. Antalya Teknokent'in de Antalya adına bir marka olduğunu gösteren bir şey ama hedef kesinlikle yeterli değil. Antalya Türkiye'nin 5. büyük şehri. Antalya'nın futbol takımı, belediye sıralaması, valiliğin yaptığı hizmetler, herhangi bir derneği, girişimcisi de en kötü ihtimal Türkiye'de ortalama 5'e girmek zorundadır. Ben böyle olması gerektiğine inanıyorum.

## Marka Şehir Antalya

Pandemiden önce İstanbul'a, Ankara'ya, yurt içinde yaptığımız toplantılarda bize ne vaat ediyorsunuz dedikleri zaman hep şunu söylüyorum, Antalya'yı vaat ediyoruz ilk önce. Güzel bir hava, temiz bir güneş, güzel bir sahil, dünyanın her noktasına en fazla 2 aktarmayla uçabildiğiniz müthiş bir ekosistemden bahsediyoruz. İkincisi yeterli işgücü. Burada büyük sıkıntı yaşıyoruz. Yani yeterli eleman, kalifiye, yetişmiş, üniversite mezunu ama alanda çalışabilecek yetkinliğe de sahip olması lazım. Yani yeni mezun olan bir kişiden tam performansı sağlayamıyorsunuz. Bunu bir ara eleman olarak düşündüğünüzde en az 5 yıllık deneyime de sahip olması gerekiyor.

Antalya'nın turizmle ve tarımla anılan bu algısını da aslında değiştirmek açısından Teknoloji Vadisi projemiz var. Ankara, İstanbul'a sıkışmış, hele hele pandemi sürecinde doğaya kaçış yapan ama bir yandan da girişimi devam ettiren, dijitalleşmiş bir şekilde çalışmasını devam ettiren şirketlerin en az 5 tanesiyle şu an görüşüyoruz. İstanbul ve Ankara ofislerini Antalya'ya, hatta Akdeniz Üniversitesi'ne, Antalya Teknokent'e taşınması için ön anlaşmalarını yaptığımız şirketlerimiz var. Yani bu hep söylediğimiz noktaya geliyor aslında. Tamam İstanbul'da bazı avantajlarınız var ama biz orada sağladıkları imkanları size tam olarak burada da sağlamak istiyoruz. Ne istiyorsunuz diye yola çıkmıştık iki sene önce ve bu anlamda pandemiye de biz bir fırsata çevirdik. Tersine göçü de metropolden sahillere inen, sadece denize girmek için değil, aynı zamanda hem denize girebildiğin hem bilimini ve teknolojisini üre-

tebilen bir alan düşüncesiyle Antalya Teknokent Teknoloji Vadisi projesini hayata geçiriyoruz. Bununla ilgili ikinci binaya başladık şu anda. Birincisini yatırımcılarla yapmıştık.

Ben de 10 yıl önce TÜBİTAK projesiyle şirketini teknokentte kurmuş bir girişimciyim. Hala da hem akademisyen hem şirketi olan bir Genel Müdürüm. 3 kulvarda da sürecin nasıl işlediğini, eksiklerimiz olmakla birlikte iyi bilen birisiyim. O anlamda da en büyük sıkıntının da şu olduğunu görüyorum. Şimdi biz girişimciyiz 200 bin lira para veriyoruz ya da herhangi bir kaynak. Start-up'ını başlat. Zaten bunun 100 bin lirası devlet harcamalarına ve kira giderlerine gittiği zaman arda kalan parasıyla patentini mi yapacak, fikrini mi koruyacak, bununla ilgili bir pazar bulabilecek mi, eleman çalıştırabilecek mi? Bunun için 18 ay kuluçka süresi var. Bu süreci start-up'ı scaleup'a büyütebilenler, akademisyenlerin Spinoff yaptığı, şirket kurduğunu düşündüğümüzde ofis alabilmesi lazım. Ofis aldıktan sonra eğer işleri iyi giderse, şu an geçen sene 1 kişiyle başlayıp 27 kişiye çıkan bir şirketimiz var. Korona sürecinde gerçekleşti. Ona daha iyi imkanları sağlamak için kendi modelini kurmasını öngörüyoruz. Bu da nedir? Yap, kullan, devret modeliyle kendi binasını yapabilir. Üniversite öğrencilerinin çalışabildiği, Akdeniz Üniversitesi, sadece üniversitede 80 bin öğrencinin olduğu bir üniversiteden bahsediyoruz. Kampüste 60 bin öğrenci var. Türkiye'nin en büyük kampüslerinden birisi. Isparta, Burdur, Antalya'yı düşündüğümüzde bu üçgende Isparta, Burdur'un ken-

## Marka Şehir Antalya

---

dine özgü güçleri ve Antalya'nın güçlerini buluşturduğumuzda farklı bir yere gideceğini düşünüyoruz.

Bu anlamda da Antalya'nın yine marka değerini, Antalya'nın yükselişine destek sağlayacak yapay zekâ, veri merkezi gibi konularda çalışan çok önemli şirketler var. Çağırduğunuz zaman, internet hızı, internet hızının güvenliği, alanın güvenliği, mesela savunma sanayinde çalışan özel alanlar isteyen şirketler. Artık geldiğimiz noktada hem savunma sanayi hem uzay teknolojileri alanında çok önemli firmalarımız var. Ankara'da hazırda bulunan, yıllardır kurulmuş ama başka bölgelerde de yatırım yapan hem devlet kurumları hem de önemli, büyük oyuncular Şampiyonlar Ligine çekmek için uğraşıyoruz.

Diğer bir konu, Ar-Ge merkezleri. 19 tane Ar-Ge merkezi var. Bunların, tabii biz içimize döndüğümüzde 140 tane şirketimiz var Antalya Teknokent'te. Bu şirketlerin en az 40 tanesi Ar-Ge merkezi kurabilecek kapasitede. Zaten doğal olarak teknopark şirketi olduğu için Ar-Ge merkezi bunlar. Yani bunların ötesinde, diğer bir konu, 365 bin metrekare bir alanda kurulan teknokent ve hala projeksiyonun da parselasyonun da %70'i boş ve inşa edilebilir bir alan. Bunun da ötesinde, Antalya'nın domates fiyatlarını, hal fiyatlarını konuşmaktan da öte şeyler yapılmasının farkında olan bir inaniş var. Biz de buna inanıyoruz.

Bir de bu anlamda bitki ıslahı çok önemli biliyorsunuz. Antalya'da



doğrudan ve dolaylı 1.000 tane tarım şirketi tohum sektörü ile ilgili çalışma yapıyor. Bunu da farklı mecralarda da hep öngörüyoruz. Bunlara hem hizmet eden hem de Türkiye'nin bakıldığında hem bonus arısı üretiminde hem domates üretiminde hem diğer meyve sebzelerin üretiminde hem de tohum teknolojisinde ıslah yapan şirketlerin tamamına baktığımızda tohum sektöründe özellikle Türkiye'nin en önemli 20 oyuncusu Antalya'da. Türkiye'nin en önemli 10 oyuncusu da Antalya'da. Bu anlamda bunlarla bir çalışma yaptık. Antalya'da bunu bilim anlamında, teknoloji anlamında, laboratuvarlar anlamında nereye taşıyız diye biz 2 yıldır çalışma yapıyoruz. Bu çalışmayı da Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, BAKA ile Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, Antalya Teknokent birlikte yaptık. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın TİKA projesi kapsamında bir proje yürütmek için yol aldık. Şimdi hala çalışmalarımız devam ediyor.

Bitki ıslahı, gen bankası şu an Türkiye'de olmayan bir akredite laboratuvar şeklinde olmayan bir alan. Biz bunu yaptığımız zaman Hollanda örneğini alarak, Türkiye'ye uyarlayarak yaptığımız bir çalışma. Biz bunu çok önemsiyoruz. 2012 yılında geldiğimizde Akdeniz Üniversitesi'nde yeni dönemde, yeni anlayışla farklı bir hedefimiz vardı. Tarım teknoparkı kurmak için bizim bir hayalimiz vardı. Mevcut teknoparkımızın bir şubesi, bir ikinci yerleşkesi olarak ki böyle bir alanımız var. 500 metre karelik, 500 dönümlük ara-

## Marka Şehir Antalya

zide de tarım teknoparkı yapmak için resmi girişimlere başladık. İnşallah 2021 yılı içerisinde de bu bahsettiğim tohum teknoloji şirketlerini, tohum teknolojisi, ıslah gen bankasını ve diğer, şu an kampüste de bulunan şirketlerimizi toplayıp Türkiye'de hiç örneği olmayan bir tarım teknoparkını aktif bir şekilde Aksu'ya yakın bir alanda hayata geçirmiş olacağız. Böyle bir arazimiz var. Bunun çalışmalarını da başlatmış durumdayız.

Diğer yandan Antalya'da en büyük eksikliklerden bir tanesi baktığınızda yaklaşık şehir merkezinde yaşayan 1 milyon insan var. Genç nüfusu düşündüğümüzde üniversiteler, liseler, gençlik merkezlerinin dışında kendilerini ifade edebilecekleri, kendilerini teknolojik anlamda yetiştirebilecekleri mekanlar olmalı. Bunun örnekleri Amerika'da workstation, İstanbul'da Kolektif House gibi, Ankara'da ODTÜ'nün yeni kurduğu CoZone gibi, İTÜ'nün Arı Teknokent gibi birçok örnekleri var. Hepsini gördük, gezdik. Bunun ayısının farklı, Antalya'ya uygun bir modelini bakanlığımızın da bütçe onayıyla başlatıyoruz. 1.500 metrekarelik bir alanda, sadece üniversite öğrencisi olmasına gerek yok, 30 yaş altı girişimcilere ücretsiz olacak şekilde planlıyoruz. Görüşmelerini yapabildiği, prototip atölyesini kullanabildiği, teknolojik alt yapısından faydalanabildiği bir projemiz var. 3 yıl üzerinde çalıştığımız projemiz onaylandı. 2022'nin başında mevcut alanlarımızın dışında 20 bin m<sup>2</sup>'lik yeni binamızda tüm Antalya'yı hem Burdur, Isparta tüm teknoparklarımızla da görüşüp yapıyoruz. Üniversitemizin de ilgili birimleriyle, Rektörlüğümüzün de destekleriyle belli bir noktaya getireceğiz.

Bu anlamda Őu Şekilde toparlamak istiyorum. Antalya'nın marka değeri için daha da en üstten baktığımızda tarım, turizm, ticaret hepsinde var aslında. Dördüncü T olarak bakıldığında teknolojiyi getirmek için teknolojinin alt yapısını hazırlamış durumdayız. Bunun için de hem OSB'mizdeki firmalarla hem OSB ile hem de yeni büyüyen, az önce anlattığım ilçelere Alanya'dan GazipaŐa'ya kadar birçok firma ile görüştük. Katkı sağlamaya çalışıyoruz. Bu anlamda da bunun üzerine görüş ve önerileriniz, eleştirileriniz varsa bunu daha da güzelleştirerek hep birlikte Antalya için belli bir noktaya getirebiliriz.

Evet patent duvarlarının olması teşvik edici bir özellik olur. Patent konusunda yapılan patentlerin %51'inin tarım makineleri olduğu ifade edildi. Bu da bizim daha çok Ar-Ge tarafıyla uğraştığımız için tarım makineleri kısmında, Antalya Teknokent ve diğer teknokent özelinde konuşuyorum. Belki çok farklı etki olmaz ama demonstrasyon dediğimiz, yani denemesi yapılmış, patenti alınmış ürünler. Hatta bazen patenti alınmadan tohum sertifikası alındığı için tohum sertifikası alındıktan sonra o tohumla ilgili patentleşme sürecini Şirketler yapmıyor. Yani biz duruluk, yeknesaklık diyoruz mesela. Birkaç tane parametresi var. 3 tane buğday var. Buędaydan bakacak olursak. Ekmeklik, buğdaylık, makarnalık. Ekmeklik buğday, makarnalık buğday, pastalık, böreklik buğday. Bu özelden bakalım mesela sadece. Bunun da dediğimiz alt türleri var. Bununla ilgili her firmanın kendi geliştirdiği bir hat var. F1, F2 ve de-

vamları var. Şimdi bunlara baktığımızda hepsine patent alması mümkün değil ama gen haritasını çıkartırsa, pcr testleri yapılırsa, bunun da ötesinde bu testlemenin sonucunda hastalıklara karşı dayanımları da bir hattın gerçekleştirilirse burada patent alması, geliştirilen ürünün patent alması daha doğru. Patentçilerimiz daha iyi bilir faydalı model burada çok uymuyor. Öyle özelliklerle belki bir ürün ve proses geliştirme anlamında patent alınabilir. Tarım makineleri kısmında da zaten onu da ayrıca, üretici firmamız, tarıma hizmet eden, tarım inovasyonu için, mesela bugün için Turkcell'le, Vodafone'la, diğer operatörlerle, Meteoroloji Genel Müdürlüğü ile çalışan, o entegrasyonu yapan 4-5 firmamız, dijital tarım platformlarının teknokent ürünleri var Antalya'da. Bir de bioland yıkama makinesi geçen hafta geçildi teknoparkta. Buna benzer şeylerin patentlerini arttırmak için çalışıyoruz zaten.

1 milyon mühendis olduğunu söylediniz Türkiye'de. Her mühendisin Türkiye'ye bir patent borcu var. Mühendisten öte her akademisyenin borcu olduğunu düşünüyorum ben. Borcumu yerine getirmek üzere de 2019'da borcumu ifa ettiğimi düşünüyorum. Bir tane patentim var başvuru sürecinde. İki tane TÜBİTAK projem var. 2010'dan beri de kurduğum 2 tane şirketim var. İkisi de aktif. Ben borcumu ödemek için çalışıyorum zaten. Bence mühendislerden öncelik sırası akademisyenlerde. O yüzden devlet 2547 sayılı Öğretim Elemanı Kanununu çıkartmış. 4691 sayılı Teknoloji Bölgeleri Geliştirme Kanunu, 5746 Ar-Ge Teşvik Kanunu'nu koymuş 2023'e kadar. 4691, 2028'e uzadı. Üniversitedeki hocaya diyoruz.

Gel ücretsiz ofis al, ücretsiz yer bul, seni biz yurt dışına göndereyim. Scaleup'a yazalım. Mesela TİM'le şu an başladık. Scaleup sürecine soktuk 15 firmayı. Yani bu kadar imkân varken ben dışarıda işsiz gezen, 1 milyonun da belki yarısı işsiz belki bilemiyorum. Üniversitede henüz maaş alan, çalışan belli bir yere gelmiş, teknoparkı olan bir üniversitede çalışan, özellikle Türkiye'de 45-50 tane üniversitede var. Öncelik sırası bence akademisyenlerin. Bu öneriyi de ben sunmuş olayım.



**Volkan GÜLER**  
Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı  
Genel Sekreteri

Markadan herkes bahsetti. Ayırt edici özellik, farklılık, öne çıkan unsur. Tabii ticari nitelikteki markalarda özellikle isim, logo, sembol, şekil, uygulamalar öne çıkıyor ama şehir markalaşmasında biraz daha farklı unsurlar devreye giriyor. Ekonomik, sosyal, kültürel değerler öne çıkmış oluyor. Bu ölçülebilir değerlerin katma değer yaratılmasına yönelik uygulamalar ürün markalaşma stratejisi olarak şehirler üzerinde önemli etkilerde bulunuyor.

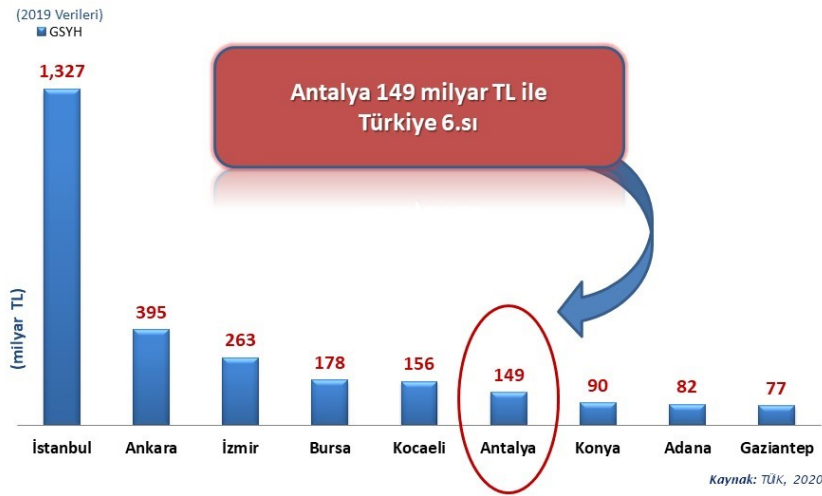
Şehir markalarının en önemli özelliği diğer şehirlerden olumlu yönde ayrışarak çekim merkezine dönüştürülebilecek, özellikle mimari, tarihi, alt yapı, ticari gibi bütün unsurları irdelendikten sonra aktörlerin bir araya gelerek mutabık kaldığı başlıklar olarak dile getirebiliriz. Şehir markası inşa edilirken bu yüzden en önemli hususlar, ayırt edici özellikler nelerdir, yönetim ve pazarlama teknikleri neler olacak. Sosyo-ekonomik durum ve mekansal planlamayı göz önüne almamız lazım.

Şimdi bütün bu farklılıklardan, bütün bu ayırt edici özellikleri dile getirirken ticari markadan öteye giden unsur şu olmuş oluyor kentlerimiz için; kimlik, kültür, iş birliği ve sosyal medyanın rolü. Bu zikrettiklerim özellikle son dönemde marka şehirler ve markalaşmak için çok önemli. Zira gerek turistler gerekse yatırımcılar için ya da tacir ya da öğrenciler için biz daha cazibedar olmamız için sahip olduğumuz bu unsurların birinci olarak namını, ününü daha çok arttırmamız lazım. Bunları belirli sistematik çerçevesinde tespit ediyor olmamız lazım ve tabii en önemlisi, bunun farkındalığının artırılıyor olması lazım. Bu anlamda da marka şehir kavramından bahsederken öncelikle söz konusu marka şehir ve ortak bir anlayışın benimsenmesi gerekiyor.

Marka şehir, durağan, statik bir kavram olmaktan ziyade dinamik ve sürekli aynı anlayış çerçevesinde yürütülüyor olması gerekiyor. Tabii bunun ölçülmesi gerekiyor. Sık sık ölçülmesi. Standartların tanımlanması. O standartlar çerçevesinde aktörlerce ortak olarak ölçmek, yönetmek ve bunun bir etkileyici tarafının olması için de mutlaka ve mutlaka promosyon önemli. Promosyona getirmişken, şunu dile getirmek istiyorum, biraz önce de zikredildi. Antalyamız zaten marka şehir. Zaten bilinen bir şehir ama şunu vurgulamak istiyorum. Rönesans danışmanlığın yaptığı bir çalışma var. Dünyanın öne çıkan marka kentlerine değinmişler. Londra, Singapur, New York, Paris, Sidney, Amsterdam, Los Angeles gibi kentler öne

## Marka Şehir Antalya

çıkıyor ki, bunların hepsi çok bilinen, çok marka değeri yüksek kentler ama şu anda dünyada kentini en fazla pazarlamaya çalışan, en fazla tanıtımını da yapmaya çalışan kentler arasında yer alıyor. Dolayısıyla şunu yapmamak gerekir, 'Biz Antalyayız, zaten biliniyoruz'dan ziyade sürekli olarak daha iyi nasıl geliştirebiliriz? Biz ayırt edici özelliklerimizi ki biraz önce çokça zikredildi, bunları sürekli olarak nasıl geliştirebiliriz? Bunlara dair farkındalığı daha iyi nasıl oluşturabiliriz, bunun üzerine daha fazla zaman harcamak gerekiyor.



Marka şehir Antalya dedik. Biraz böyle birkaç rakam zikretmek istiyorum. Antalya 149 milyar TL ile Türkiye'nin GSYİH açısından 6. büyük kenti sıralamada. Öte yandan çoklu kültürel dokumuz mevcut. Türkiye'de yabancılara konut sayısı satış rakamlarına bakıldı-

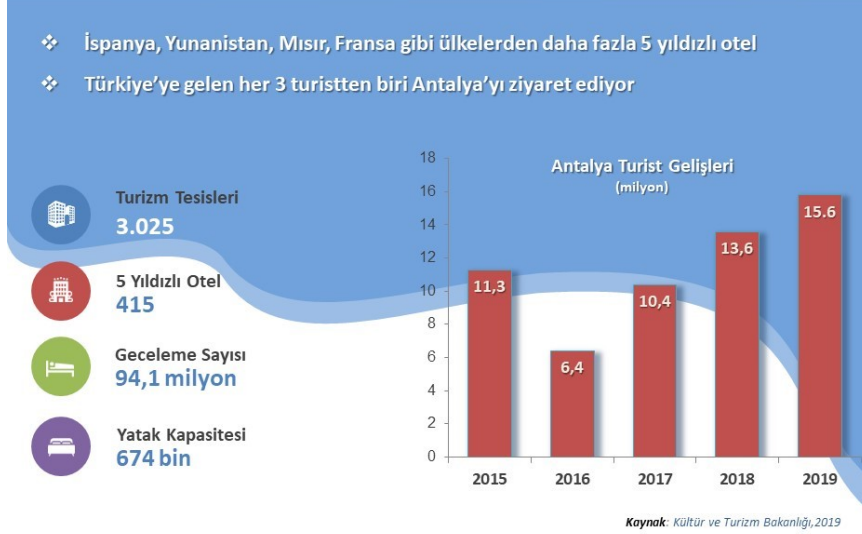




ğında, Antalya Türkiye ikincisi İstanbul'dan sonra. Türkiye'de ikamet eden yabancı uyruklu sayısında da oranda da %6.6 ile önde geliyor. İstanbul ve Ankara'dan sonra 3. sırada yer alıyoruz. Toplam 102 bin kişi Antalya'da ikamet etmekte.

Çoklu kültürel bir doku var, ki bu çok önemli bir nokta. Turistik alt yapımız zaten biliniyor. Bizim İspanya, Yunanistan, Mısır, Fransa gibi ülkelerden çok daha fazla 5 yıldızlı otel imkânımız mevcut. 415 adet 5 yıldızlı otel bulunuyor Antalya'da. Turizm tesislerimizin sayısı 3.025. Geçtiğimiz seneki, daha doğrusu 2019 özellikle veri olarak kullanıyoruz. 2020 daha ekstrem bir durum olduğu için. Türkiye'deki konaklamaların, gecelemelerin yaklaşık %50'si Antalya'da gerçekleşti. 94.1 milyon geceleme mevcut. Yatak kapasitemiz 674 bin. 15.6 milyon turist ağırlandı Antalya'da. Öne çıkan unsurlarımıza bakıyoruz. Sit alanlarımız 784 adet. Kentsel sit alan-

## Marka Şehir Antalya

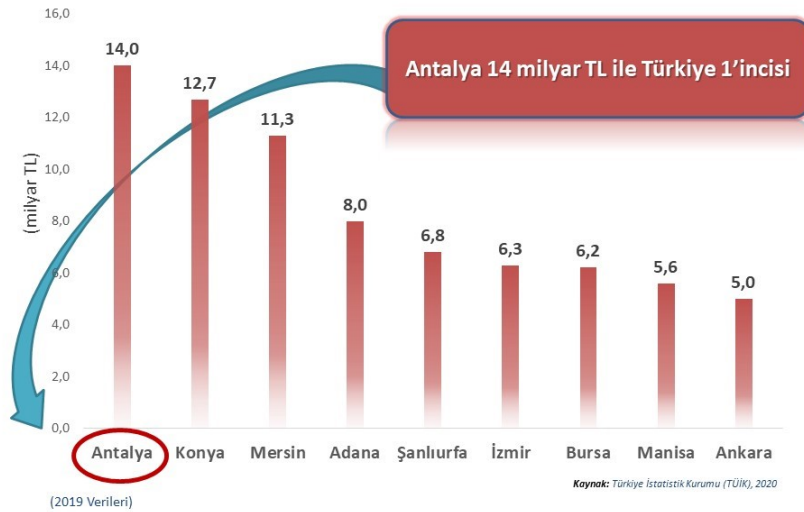


larımız, tarihi sit alanlarımız, doğal sit ile çakışan çeşitli diğer sitle-  
rimiz var. 819 adet sit alanı mevcut Antalya'da. Unesco dünya mi-  
ras listesine baktığımızda asıl listede olan Santos Leton var. Bu-  
nun dışında 10 adet geçici listede bulunan Karain Mağarası, Alan-  
ya Kalesi, Saint Nicholas Kilisesi gibi önemli kültürel varlıklarımız  
listede yer alıyor. Bu işin turistik boyutu.

Tarıma geldiğimizde, Antalya bitkisel üretim değerleri arasında  
Türkiye'de 1. sırada yer alıyor. 14 Milyar TL ile birinci sırada. Biz  
bazen bu sunumu yaptığımızda özellikle merkezi düzeydeki kuru-  
luşlar, gerçekten bu böyle mi, biz hep turizme odaklandık, daha  
çok tarım zikredilince, Konya, işte İzmir çok farklı kentler hatırımi-  
za geliyor diye söylenir. Biz tabii vurgulamak istiyoruz. Burada bit-  
kisel üretim değerleri açısından Antalya 14 milyar TL ile ülkemizin

en önde gelen kenti. Tescilli coğrafi işaret sayımız 8 adet. Döşemealtı el halısı, Finike portakalı, Antalya piyazı, Kayağdı armudu gibi 8 adet ve bunun dışında da coğrafi işaret alabilecek bir sürü ürün mevcut. Bunlara ilişkin de çalışmalar yapılıyor. Şunu zikretmek istiyorum. Biz, tabii ki sanayimiz önemli. Mutlaka sanayi alanındaki çalışmalar devam edecek ama sanayi alanına ilişkin yatırımlar, sanayide gerçekleştirilecek olan katma değer artışının temelinde, tabanında tarım ve turizmi mutlaka ele almamız gerekiyor. Tarım ve turizme dayalı olarak bir politika tespit ettiğimizde, hem bu 2 sektörde katma değer yaratmış olacağız hem de sanayide de daha ileri safhalara geçmiş olabileceğiz.

Ajanslarımız özellikle teklif çağrılarını suretiyle KOBİ'lere hibe desteği sağlıyor. Bunlar devam ediyor. Ajansımız tarafından 10 yıl içerisinde yüzlerce projeye finansman sağlanmış durumda. Bunları tek



tek zikretmek oldukça uzun süre alacaktır ama şöyle dile getirebilirim. KOBİ'lerde özellikle ajansların sağlamış olduğu finansman desteği, bir yandan yatırım sermayesi, yatırım desteklemesi olarak yönlendirilmişken, öte yandan da özellikle insan kaynakları kapasitesinin arttırılması, coğrafi işaret alınması, marka, patent, tescil gibi alanlarda da önemli ölçüde destekler sağlandı. Teknik destekler de keza aynı şekilde, teklif çağrılarını destekler vaziyette devam ediyor. Ben bir diğer unsura değinmek istiyorum. Biraz önce İbrahim Bey de bahsetti. Üniversite-Sanayi iş birliğini sağlayıcı Ar-Ge projelerine destek sağlamaya çalışıyoruz. Bir yandan da çeşitli fon arayışlarına girmeye çalışıyoruz.

Bunun yanı sıra biz yakın bir süre içerisinde tamamlamış olacağız, Süleyman Demirel Üniversitesi'ne bölgesel nitelikte bir yatırım yaptık. Söz konusu yatırımda şunu gerçekleştirmiş olacağız. Bölgemizde üretilmiş olan üretilen veya doğadan toplanan tıbbi ve aromatik bitkilerin hem katma değerinin arttırılması için Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesi, işte ekstraktların yapılması. Ki bizde maalesef özellikle farmagrade ilaç sektöründeki veya kozmetik sektörü nitelikteki üretimler biraz kısıtlı. Bunları Ar-Ge'lerle daha çok arttırmak istiyoruz ve aynı zamanda tescil için gerekli olan analizlerin de yapılmasını sağlayacağız ki daha proje tamamlanmadan üniversitemizce onayı alınmış oldu. Böylelikle Asya-Pasifik bölgesinde geçerliliği olan bir akreditasyon imkânı sağlanmış oldu. Tıbbi ve aromatik bitkiler sektörü veya diğer sektörlerde kimyevi analize ilişkin özellikle uçucu yağ sektörü başta olmak üzere

bu sektördeki analiz çalışmalarında ihtiyaç olan akredite edilmiş laboratuvarı kurmuş oluyoruz. 1-2 ay içerisinde resmi açılışını da gerçekleştireceğiz. 10 Milyon TL'nin üzerinde güçlü bir yatırım yapıldı. Ülkemizde herhalde bu alanda en önde gelen yatırımlardan birisi haline gelmiş oldu. Bunu da sanayicimizin kullanımına açmış oluyoruz.

Yöresel değerleri ve markaları tanıtmak için ulusal ve uluslararası organizasyonlara katılım sağlıyoruz. Tabii ki buradaki katılımdan maksat şu değil, ajans personeli veya ajans uzmanı gidip bu tür fuarlara katılmaktan ziyade biz bilinmeyen, hiç gün yüzüne çıkmamış marka değerlerimizi tanıtmak üzere söz konusu üreticileri, söz konusu faaliyet alanında iştigal edenleri alıp ilgili organizasyona birlikte gidiyoruz. YÖREX bunlardan bir tanesi ama onun dışında İbrahim Beyler çok iyi bilecekler, Antalya Teknokent'teki yazılımcı firmalarımızın Berlin'deki firmalara katılımı gibi, uluslararası fuarlara katılımlarına da destek veriyoruz, öncülük ediyoruz, birlikte gidiyoruz.

Teknokentlerde ön kuluçka ve kuluçka merkezleri inşa ettik, inşa etmeye de devam ediyoruz. Söz konusu kuluçka merkezleri biliyorsanız çok önemli. Ar-ge girişimcilik faaliyetleri bir anda oluşmuyor. Hadi ar-ge yapıyoruz, girişimcilik yapıyoruz demekle mümkün olmuyor. Buna ilişkin ekosistemin güçlendirilmesi gerekiyor. Ajans olarak da biz özellikle bu ekosistemin güçlendirilmesi

## Marka Şehir Antalya

için ön kuluçka ve kuluçka merkezi prototip atölyelerinin oluşturulması için gerekli destekleri veriyoruz. Hem Isparta, Burdur'daki üniversitelerimize ve son olarak da Antalya Bilim Üniversitemize bir alt yapı oluşturuyoruz. Söz konusu alt yapıyla gençlerimizin hem bir yandan yeni teknolojiyi kullanmalarını, daha iyi adapte olabilmelerini sağlayacağız, hem bir yandan da ar-ge faaliyetlerini desteklemiş olacağız.

Yöresel ürünlere ilişkin coğrafi işaret temini sağlanması için gerekli çalışmaları yürütüyoruz. Ajansımız ile birlikte kuruluşlarla coğrafi işaret temin etmeye çalışıyoruz. Burada özellikle dile getirmek istiyorum Toroslar bizim için çok önemli. Geçiş güzergahında yer alan coğrafyalar. Özellikle rakımın farklılaştığı coğrafyalarda bu farklılıklar dolayısıyla ortaya çıkan farklı özellikler meydana gelmekte. Bu özellikler gerçekten dünyada eşsiz katma değer yaratacak ürünler ortaya çıkarmakta. Özellikle tıbbi ve aromatik bitkiler konusunda. İşte kekik, çalba, adaçayı gibi çok özellikli ürünlerde hem katma değer artırılması hem de coğrafi işaret temini sağlanmasına yönelik faaliyetlerimiz devam ediyor.

Birkaç tane böyle ana başlıktaki konuları çok detaya girmeden izah etmiş olacağım. Antalya coğrafi işaretler seminerini birlikte, üniversitemizde gerçekleştirmiştik. Tarihi yolları haritalandırma, bunların akıllı telefon uygulamalarına aktarılmasını destekliyoruz. Antalya OSB'miz ile birlikte Ar-Ge inovasyon eğilimlerinin tespit edilmesine yönelik fizibilite çalışması gerçekleştirdik. 2015 yılında

Antalya'nın yerel ve yöresel ürün envanterini ortaya çıkarmış olduk. Dijital hafıza haritasını, ki yeni tamamlandı, ATSO ile birlikte, ticaret odamızla birlikte gerçekleştirdik. Bioteknolojik ve bio benzer tıbbi ürünlerin Ar-Ge ve ticari potansiyelinin belirlenmesi gibi alanlarda Akdeniz Üniversitemizle bir çalışma yaptık. Şunu dile getirmek istiyorum. O kadar çok proje gerçekleştirdik ki, burada tek tek zikredilmesi biraz zaman alacaktır ama vurgulamak istediğimiz şu; yöresel üründen tutun, bioteknolojik ürünlerden, dijital hafızadan tutun coğrafi işaretlere kadar çok çeşitli alanlarda faaliyet göstermeye çalışıyoruz, devam ediyoruz.

Peki, bundan sonra yeni dönem politikaları nasıl gidiyor, nasıl gitmelidir? Evet, tarım ve turizmde biz marka kentiz ama biraz önce dile getirmeye çalıştım, marka kent durağan bir yapıdan ziyade sürekli gelişim gösteren bir hüviyete büründürülmediği sürece maalesef zamanla kendini yiyip bitirecektir. O yüzden bizim şu anda tarım ve turizmde sahip olduğumuz potansiyeli mutlaka çağımızın önemli bir unsuru olan artık endüstri 4.0 diye bahsettiğimiz politikalarla entegre etmemiz lazım. Bu entegrasyonu sağlayacak hem ekosistem oluşturmamız hem de faaliyetleri destekliyor olmamız lazım. Endüstri 4.0'la ne dünyamıza girdi? Arttırılmış gerçeklik, eklemeli imalat, nesnelere interneti, simülasyon, büyük veri, siber güvenlik, bulut bilişim, sistem entegrasyonu gibi birçok başlık gündemimize giriyor. Endüstri 4.0 olunca biraz ilk başta bunun tarım uygulaması nasıldır, turizm uygulaması nasıldır diye

belki imtina edilebiliyor ama şunu unutmamak gerekir. Endüstri 4.0'da hala gecikmiş değiliz. Özellikle tarım 4.0 boyutuyla ve turizm 4.0 boyutuyla. Antalya biraz önce zikrettiğim ve birazdan da dile getireceğim potansiyeller çerçevesinde sadece ülkemizin değil, dünyanın en önde gelen en potansiyele sahip kentlerinin başında yer almakta. Bu çerçevede çok kaçırmadan, çok acilen bizim Antalya'da tarım sektöründe mutlaka ve mutlaka tarım 4.0 uygulamalarını yaygınlaştırmamız gerekiyor.

Tarım marka değerimize ilişkin önümüze çıkan potansiyel ve sorunlar neydi covid öncesi? Birincisi artan tüketim talebi. Birleşmiş Milletler'in rakamlarına göre 2050 yılında dünyadaki nüfus 9.4 milyar olacak. Ülkemizde ise 104.7 milyon kişiye ulaşmış olacağız. Öte yandan başka bir veri vermek istiyorum. Ülkemizde son 10 yıl içerisinde tarımla işgal eden kesimdeki istihdam sayısı, istihdam oranı %25'den %18'e geldi. Bu bir yandan iyi. Diğer sektörlerimizdeki istihdam oranı artıyor ama bu şunu gösteriyor, daha az kişiyle bizim daha fazla üretmemiz lazım. Hele ki, bir yandan da iklim değişikliğini gündeme aldığımızda. Organik ve doğala olan yönelimi dikkate aldığımızda ve çevresel sorunlar dolayısıyla ortaya çıkan ve alan daralması sebebiyle bizim mutlak ve mutlak tarım sektöründe teknolojiyi, dijitalleşmeyi kullanmamız gerekiyor ki marka kentliğimizi sürdürelim. Buradan katma değeri elde edelim. Turizm de keza aynı şekilde. Katma değerinin arttırılması ihtiyacını hep dile getiriyorduk. Pandemi dönemi öncesinde de dile getiriliyordu. Sayısal olarak çok önemli düzeylerde turist ağırlıyoruz ama



katma değeri arttırmak üzere yenilikçi turizm ürünlerini veya turizmde yenilikçi bakış açılarına ihtiyacımız olduğunu hep dile getiriyorduk. Kovid bunu biraz daha aslında tetiklemiş oldu. Yeni deneyimleme arzusu. İnsanlar artık yeni yeni şeyleri deneyimlemek istiyor. Deniz, kum, güneş turizmine ilişkin zaten çok önemli bir potansiyel, kullandığımız bir potansiyel. Bu mutlaka devam edecek ama yeni deneyimleri aşmak için özellikle bizim iç kesimlerle entegrasyonu sağlamak ve bu entegrasyonda mümkün olduğunda teknolojiyi kullanıyor olmamız lazım.

Kovid-19'da ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar, yeni fırsatlar. Kovid-19 sonrasındaki dönemde şunu görmüş oldu, dünyada en hazırlıklı olan coğrafyalar arasında Antalya kendini bulmuş oldu. İşte İstanbul'la birlikte en fazla uçuşun gerçekleştirildiği Avrupa'daki merkezler arasında yer alması, teknolojiyi daha iyi kullanır hale hızlıca adapte oluyor olması, yeni sertifikasyonların tanımlanmış olması Antalya'yı daha hazır hale getirdi ama burada mutlaka bizim turizm 4.0 politikalarına ilişkin yeni uygulamalar, yeni destekleme politikaları geliştirmemiz lazım. Şimdi buradan şuna varmak istiyorum. Aslında dile getirmek istediğim husus şu; biz evet, ticari marka olarak 1 milyon patent sayısına ulaşmak çok önemli bir hedef. Bu hedefe ulaşmamız lazım. İnşallah ulaşacağız ama ticari markaların patentleri kentlerin markalaşmasından ayrı düşünmemiz mümkün değil. Mutlaka onlarla entegre bir şekilde gitmesi

## Marka Şehir Antalya

lazım. İşte biraz önce Made in Italy kavramının ortaya çıkardığı katma değer dile getirildi. Bu yönüyle bakmadan maalesef işletmelerimiz, girişimcilerimiz tek başına rekabet etmeleri mümkün değil. Artık kentler rekabet ediyor. Dolayısıyla biz bundan sonraki dönemde, özellikle Antalya için tarım 4.0 politikalarına ilişkin marka değerlerinin arttırılması gerektiği ve turizm 4.0 politikalarına ilişkin marka değerlerinin arttırılması gerektiğinden hareketle kent markasına ilişkin politikalarla uyumlu bir ticari markalaşma özendiriciliğinin bulunması gerektiğini düşünüyoruz. Kent bir yandan tarımda, turizmde markalaşma oluşturacağım derken ticari hayatta tamamiyle farklı bir şey, farklı bir yönde eğilim olursa maalesef başarmak çok mümkün değil. Bununla entegre olmuş bir şekilde markalaşma özendiriciliğinin ilgili tüm aktörlerce sağlanması gerekir. Standartların mutlaka oluşması ve izlenmesi lazım.

Özellikle hem gıda üretiminde hem turizmdeki hizmetlerinin sunumunda hem ekoturizmde mutlaka bu standartların oluşturulması ve izlenmesi gerekiyor. Burada marka değerlerinin korunacak şekilde bir alt yapının oluşturulması gerekiyor. Marka kent dokusu ile uyumlu fikri ve sınai hak danışmanlığının sağlanması bence en önemli unsurlardan bir tanesi. Genel danışmanlık bilgisi çok önemli ama kent dokusuyla uzmanlaşmış, kent dokusuyla uyumlu bilgi seviyesine haiz insan kaynakları yetiştirmemiz lazım. Yani, biz eğer nesnelere internetinden bahsedeceksek, eklemeli imalattan bahsedeceksek, yeni teknoloji bilgilerinden bahsedeceksek bununla uyumlu, bunlara ilişkin hukuku bilecek, bunlara

ilişkin markalaşma dokusunu, kültürünü benimsemiş, öğrenmiş insan kaynaklarının da mutlaka yetiştirilmiş olması lazım.

Son olarak şunu dile getirmek istiyorum; kent markası tanıtımı yapılırken ticari markaların da entegre edilmesi çok önemli. Ben son yıllarda özellikle uluslararası sunumlarda şunu görüyorum. Kent markasının altına mutlaka ticari markaları da entegre ediyor. Kent, ticari markalardan ayrı olamaz. Ticari markalar da kent markasından ayrı olamaz. Bundan sonraki süreç içerisinde ben Antalya'da belki yapılması gereken gerçekleştirilmesi gereken ilk iş olarak şunun olması gerektiğini düşünüyorum. Bu, şu anda sunumda gördüğünüz 4 tane başlığı ihtiva edecek ve geleceğe dair vizyon, perspektif çizecek bir stratejik belge, stratejik doküman hazırlığı çok önemli olacaktır diye düşünüyorum. Tabii konu çok fazla, çok uzun. Çok farklı noktalara değinmek gerekiyor. Aklıma konuşurken birçok unsur geliyor ama fazla da uzatmak istemiyorum. Belki soru-cevapla daha da netleştirmiş olabiliriz.

Tabii hedef koymak çok önemli. Hedef konulduğu zaman en azından motivasyon da artıyor. Ben şöyle bir hızlıca istatistiklere baktım. Patent başvurularının illere göre dağılımına bakmaya çalıştım. 95 yılından bugüne kadar nasıl değişmiş diye. 136'ya çıkmış 2020 yılında. Artış oranı olarak 19,4 kat bir artış yakalamış. Diğer illerle biraz mukayese ettiğimde açıkçası geride nispeten kaldığını, yani geriden takip ediyoruz. Özellikle bizim Antalya segmentindeki

illerle mukayese ettiğimizde maalesef geride kalıyoruz. Dolayısıyla potansiyelin daha çoğunun kullanılmadığını gösteriyor bu. Açıkçası ekosistem bu hedefi tabii analiz etmek lazım, ne kadar gerçekçidir, ayrıca incelemek lazım ama şunu dile getirebilirim; özellikle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın girişimleriyle Sayın İl Müdürümüz de bahsetti. Sayın İl Müdürümüz ciddi bir gayret gösteriyor çok sağ olsunlar. Organize Sanayi Bölgesi sayımız 5'e çıkacak. Bu yatırımlar bir taraftan, bir taraftan İbrahim Bey'in bahsettiği üzere Genel Müdürümüz, teknokent yeni alanlarda girişimcilere yönelik de alt yapı oluşturuyor.

Özellikle teknokentler zaten işin Ar-Ge boyutunda. Bir de diğer taraftan OSGB'de ayrı bir teknokent kuruldu. Orada da bir alt yapı inşası mevcut. Tarıma dair bir teknoloji girişim çalışmaları var. O da gerçekleşirse 1'den 5'e çıkmış organize sanayi bölgesinin herhalde en az bir 5 katlık bir etki doğuruyor olması lazım patent sayısı açısından. Şu anda 100 patent almış, 136 başvuru. Bunun en az 5 katına zaten çıkıyor olması gerekir normal şartlarda bu kadar yatırımla ama çok ulaşılamaz bir hedef değil. Gerçekten böyle iyi bir stratejiyle ve sürekli gündemde tutarak biraz da desteklemelerini, destekleme demek illa finansman desteği bağlamında değil, işin fikri ve motivasyon desteğiyle erişilebilir gibi görünüyor. Çok böyle aşırı uçuk bir hedef değil. Motive edici bir hedef diyelim. Realize etmesi kolay değil ama motive edici bir hedef. İyi bir stratejiyle desteklenir diye düşünüyorum.



**Av. Ali ÇAVUŞOĞLU**  
Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanı

Konumuz markalaşma ve patent aynı zamanda ve inovasyonla alakalı. Biz tabii Türkiye Patent Hareketi Platformu olarak yaklaşık 10 yıldan beri ülkemizin 1 milyon patente ulaşması konusunda çalışmalar yapmaktayız. Buraya nereden geldik? 1911 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin 1 milyonuncu patente ulaştığını öğrendikten sonra peki biz neredeyiz diye bir araştırma yaptık. Baktık ki, 2010 yılındaki sayılarda yaklaşık 200 binlerdeydik.

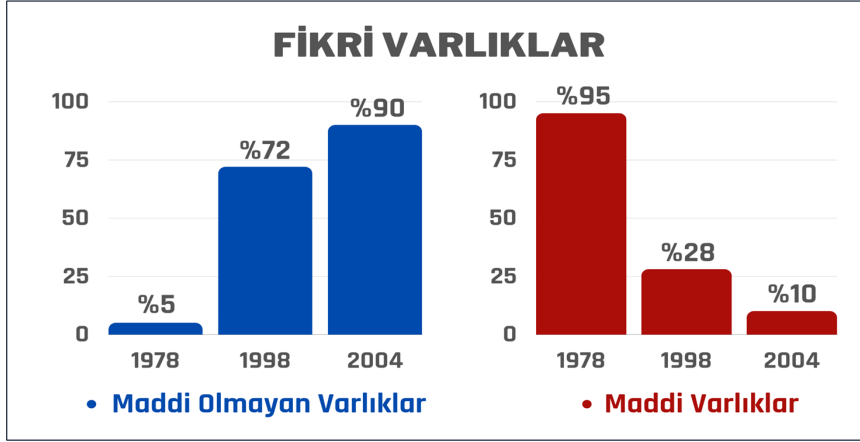
Şu anda tabii her geçen gün, her geçen yıl sayılarımız artıyor. 1879'da Türkiye'de Patent Kanununun kabul edilişi, Osmanlı Devleti zamanında İhtira Beratı Kanunuydu o zaman ismi. Kabul edilmişinin 150. yılında, 2029 yılında, 1 milyon patente ulaşmayı hedefliyoruz. Böyle bir hedefimiz var. Bu konuda tabii ki Antalya'daki paydaşlarımızla böyle bir çalışma yapmak istiyoruz. Bu konuda bize destek vermelerini rica ediyoruz. Çünkü özellikle Nisan ayın-

da dünyada patent günü olarak kutlanıyor. 26 Nisan günü Dünya Fikir Mülkiyet Patent Günü olarak kutlanıyor. Biz de Türkiye Patent Hareketi olarak, tabii aynı zamanda Adres Patent iş birliğinde birçok üniversitemizle, birçok teknokentimizle birlikte Nisan ayının tamamını bir patent ayı şeklinde tabiri caizce etkinliklerle kutluyoruz, etkinlik yapıyoruz ve patent konusunda, inovasyon konusunda ülke çapında farkındalık oluşturmaya çalışıyoruz. Bu konuda Antalya'daki paydaşlarımızın da bizimle birlikte olmasını rica ediyoruz.

Özellikle patentin önemine kısaca değinmek istiyorum. Şu anda her geçen gün patentin önemi artmaya başladı. Örneğin geçen bir haber vardı. Tesla'nın sahibi Elon Musk dünya çapında yılın en zengin insanı oldu. Buna nasıl ulaştı bu kişi? Tabii ki patentleri sayesinde, inovasyonla alakalı görüşleri sayesinde. Çünkü yatırımcılar da bu firmadan ya da bu kişiden daha büyük şeyler bekliyor ki, firmasına çok büyük bir değer verdiler ve yatırım yapmaya devam ediyorlar halen daha. Çünkü uzay konusunda, diğer konularda da patent konusunda, elektrikli otomobiller konusunda özellikle çok büyük buluşlara imza attı kendisi. Bu nedenle patentin firmaların değeri içerisindeki toplam değeri her geçen gün daha da artmaya başladı. 70'li yıllarda %5 olan değer, şu anda 2000'li yıllara baktığımızda bir firmanın toplam değeri içerisinde, fikri ve sınai haklar dediğimiz, yani maddi olmayan varlıkları, marka, patent, tasarım, yazılımlar ve içindeki ticari sırlardan bahsediyoruz. Bunların tamamı gayri maddi mal varlıkları, yani maddi olmayan mal varlıkları

dediğimiz hakların tamamı şirketin toplam değeri içerisinde şu anda %90'a kadar çıkmış durumda ve her geçen gün artmakta. Özellikle katma değerli ürün üreten firmaların değerinde, toplam patentin, markaların ve tasarımların değeri ve yazılımların değeri her geçen gün daha da artmakta. Bu nedenle 1 milyon patent konusu bu açıdan daha çok önem kazanmakta. Özellikle Kovid süre-

#### SINAI MÜLKİYET HAKLARININ ŞİRKET DEĞERİNE ORANI



İşletmedeki Maddi Emsallerine Kıyasla Bilgi, Teknik Bilgi, İş Modelleri, Süreçleri, Kişiler vb.  
Maddi Olmayan Varlıkların Göreceli Önemi

cinde bunu canlı olarak yaşadık. Geçen sene kimsenin belki de bilmediği, çok az yatırımcının bildiği, birçok zengin yatırımcının bildiği bir firma var. Biontech firması. Kurucuları da Türk. Geçen sene Ocak ayında daha düşük bir değerdeyken 1 yıl içerisinde Kovid aşısını bulmasıyla birlikte değeri yaklaşık olarak dolar bazında 5 kat daha artmış oldu. Bunu canlı olarak patentin önemini bizzat yaşamış olduk. Yani şu anda Biontech firması patentle bü-

## Marka Şehir Antalya

yüyen bir firma. Bunu canlı olarak görüyoruz. Şu anda sahipleri de Almanya'da en çok zengin olan ilk 100 kişi arasına girdiler.

Antalyamızın tabii ki sınai mülkiyetle alakalı son rakamlarını söyledi müdürümüz ama toplamda da baktığımızda patent başvurusu son, özellikle 3 yılda toplamda 1.040 tane olmuş toplamda. Antalya'ya şu anda Türkiye çapında ilk 10'da. Faydalı modelde 9. sıradadır. Marka başvurusunda ilk 5'te şu anda Antalya. Tasarımda ise 9. sıradadır. Tabii ki biz Antalya'ya paydaşlarımızla birlikte bir hedef vermek istiyoruz. Antalya'daki üniversite sayılarını dikkate aldığımızda, teknokentteki firmaların sayılarını dikkate aldığımızda ve Antalya'daki organize sanayi bölgelerinin içindeki firmaların sayılarını dikkate aldığımızda Antalya'nın yıllık 150-200 tane patent ya da faydalı model yapan bir il olmaması gerekiyor. Daha çok patent üretiminin olması gerektiğini düşünüyoruz.

Akıllı tarım uygulamaları tabii ki her geçen gün artıyor. Tarım kenti ve çok modern tarım uygulamaları şu anda dünyada devam ediyor. Bununla alakalı da ülkemizde ve dünya çapında alınan pa-



tentlerin sayısı her geçen gün artıyor. Tarımla alakalı da her geçen gün patentlerin sayısı artmaya devam ediyor. Şu anda



mesela baktığımızda tabii ki tarım sektörüne çok yatırım yapan firmalar var. Bunlar da tabii ki, Türkiye'de bazılarını biliyoruz işte, John Deere. İlaç firmaları da var tarımla alakalı faaliyet gösteren. Türk firmaları arasında henüz en çok patenti alan firmalara aslında giren bir Türk firması yok. Böyle bir firmamızın en kısa zamanda Antalya'dan çıkacağına inanıyoruz. Özellikle dünya çapında ilk 100'e girmesiyle alakalı. Şu anda tarım makinelerine baktığımızda %51 civarında. Yani 100 patent içinde, tarımla alakalı alınan patentlerin 100 tanesinden 51 tanesi tarım makineleriyle alakalı. İlaçlar, otomasyon sistemleri gibi sistemlere baktığımızda çok yoğun bir şekilde tarımla alakalı patent alınmaya devam ediliyor şu anda. Tabii ki şu anda dünya çapında tohumla alakalı, bitki çeşitleriyle alakalı tescil sayıları da her geçen gün artmaya devam ediyor. Sadece geçen sene Çin'de, 2019'da 7834 tane bitki çeşidi için başvuru yapılmış. Şu anda ülkemizde de bitki çeşitleriyle alakalı, özellikle tohumlarla alakalı başvuruları Türk Patent değil Tarım Bakanlığı bu konuda bir sertifikasyon vermeye devam ediyor. Tohumlara, yeni bitki türlerine tescille alakalı ülkemizde de çok büyük çalışmalar var. Şu anda Tarım Bakanlığı bu konuda çalışma yapıyor. Bu konuda da Antalya'nın öncü olduğunu görüyoruz. Özellikle tohumculuk sektöründe.

Peki 1 milyon patent neden önemli? Tabii ki patent bir prestijdir. Ülke için bir prestijdir. Biraz önce bahsedildi. Antalya bir marka şehir olma yolunda devam ediyor ve her geçen gün, özellikle ta-

## Marka Şehir Antalya

rım konusunda, turizm konusunda ve sanayi de artmaya devam ediyor ve aynı zamanda bir üniversite şehri Antalya ama eğer patentler konusunda da Antalya'da çok yoğun bir şekilde sayı artması olursa, Antalya'nın bu konuda, inovasyon kenti olması konusunda bir çalışma yapılabilir. Antalya'da tarımla alakalı bir teknokentin kurulmak üzere planlandığından bahsedildi. Bu da çok güzel bir gelişme. Özellikle tarımla alakalı otomasyon, inovasyon sistemleri, yeni makinelerle alakalı, 5G ile alakalı, yeni çıkan sistemlerle alakalı çalışma yapılabilir bu konuda. Bu nedenle 1 milyon patentin Antalyamız için çok önemli bir konu olduğunu düşünüyoruz. Çünkü ülkemizin gelişmiş ülkeler arasına girmesi konusunda da 1 milyon patent çok önemli bir seviyede olacaktır. Çünkü biz özellikle Amerika'nın 1911'de ulaştığı bu sayıya biz 2029 yılında ulaşmayı hedefliyoruz.

Özellikle katma değerli ihracat konusunda, kilogram başına ihracatın artması konusunda, ülkemizdeki patent sayısının artması çok önemli. Tabii ki şu an üniversitelerimizin ve sanayicilerimizin bir kısmı ticarileşmeye çok önem veriyorlar. Yani patent sayısının artmasından ziyade, satılabilir, ticarileşebilir patent sayısının artması gerektiğini düşünüyorlar. Ben de şöyle diyorum, ticarileşebilir, satılabilir, özellikle lisansla ilgili patentlerin sayısının artması çok önemli ama öncelikle sayılar artacak ki bunların içinden de bir şekilde ticarileşebilir, satılabilir patentlerin sayısı artsın diyoruz. Bunu ben şöyle bir örnekle anlatmak istiyorum. Örneğin, bir petrol arandığı zaman, mesela bir sahayı düşünelim. 10 yere bir son-

daj yaparsın. Bir tanesinde belki petrol bulursun ya da 100 yere sondaj yaparsınız 10 tanesinde petrol bulursunuz. Ben zaten petrol bulamıyorum diyerek, onuncuda petrol aramayı bırakırsan, sadece 1 tane bulmuş olursun ama petrol aramaya devam edersen 100 tane kuyudan 10 tane çıktığı gibi tabii ki görüldüğü gibi %10'a çıkmış oluyor seviye. Bu şekilde de patent sayısı arttıkça içinden ticarileşebilir patentlerin, ürüne dönüşebilir ve ülkemize katma değerli ihracatın yolunu açacak patentlerin sayısı da her geçen gün artacaktır. Bu nedenle patent sayısının artması da çok önemli.

1 milyon patent neden çok önemli? Çünkü ülke imajını güçlendirecek, firma imajını güçlendirecek, buluşçuların imajını ve üniversite imajını da güçlendirecek. Bu nedenle ülkemizin 1 milyon patent sayısına ulaşması konusunda çalışma yapmamız gerekiyor. Bu konuda destek bekliyoruz katılımcılarımızdan da. Şu anda tabii



ki 1 milyon patent hedefine ulaşmak bizim için bir kıvılcık elmadır. Patent sektörünün bir kıvılcık elması aslında. Biraz önce bahsettim, Amerikalılar 1911 yılında 1 milyon patent sayısına ulaşmışlar. 2011 itibariyle 8 milyon patent vermişlerdi. 2022 yılında ise 10 milyonuncu patente ulaşmayı hedefliyordu ancak bu hedefe 4 sene önceden 2018 yılında ulaştılar. Amerika şu anda 10 milyonuncu patenti verdi. Tabii ki şu anda geriden gelen bir Çin var. Çin 2010 yılında ABD'yi geçti patent sayısında. Şu anda yılda 1,5 milyonun üzerinde patent yapmaya devam ediyorlar ve en kısa zamanda toplam patent sayısında da ABD'yi 2'ye, 3'e katlayacaklarını görmekteyiz. Şu anda bizim tabii ki en önemli hedefimiz mucitlerimizin para kazanması. Yani, özellikle patentle kazanan mucitlerin sayısının artması. Patentle kazanan, patentle büyüyen şirketlerin, aynen Biontech firmasında, Tesla Motor'da olduğu gibi patentle büyüyen şirketlerin artması ve ülkemizin de patentle büyüyen ülkeler arasına katılması. Örneğin, Almanya gibi, Japonya gibi ve özellikle son yıllarda hızla büyüyen, Samsung örneğinde olduğu gibi Güney Kore gibi büyüyen ülkelerin arasına katılması katma değerli üretim için önemlidir. Türkiye 1 milyon patente koşuyor.

Peki yıllara göre patent sayımız nedir? Şu anda toplamda 268 bin civarında bir patentimiz var. Toplam ama bu 2029 yılına kadar 732 bin adet patent yapmamız gerekiyor toplamda. Şu anda geçen yıl itibariyle yani 2020 sayıları açıklandı. 8 bin adet yerli patenti geçtik şu anda. Toplamda 4 bin civarında da faydalı modelimiz var.

Bu patent sayılarının çok hızlı bir şekilde 25 binlerin üzerine çıkması gerekiyor ki, son yani 2029 yılına 5 yıl kala da 100 binlerin üzerine çıksın. Bu konuda sanayicilerimiz, tabii ki teknokentlerimiz, özellikle Ar-Ge merkezlerimiz var, bu konuda bu çalışmalar arttıkça patent sayısı yükselecektir. Örneğin 1 milyon patent başvurusunu geçen ülkeler, şu anda baktığımız zaman Amerika, Çin, Güney Kore, Japonya, İngiltere, Almanya, Fransa toplamda 1 milyon patent sayısını geçen ülkeler arasına girmiş oldu.

Patent sayısı arttıkça aynı zamanda istihdam da artmış oluyor ve işsizlik oranı azalmış oluyor ters orantı olarak. Örneğin, %4 mesela şu anda işsizlik oranı Amerika'da. Patent sayısının ekonomik gelişmeye etkisi konusunda özellikle lisansta da bunu görüyoruz. 2012 yılında yapılan araştırma, en son yapılan araştırma, daha önce yapılmamış, 1 yılda patente veya lisanslara ödenen paranın toplamda 240 milyar doları geçtiği söyleniyor bu konuda yapılan araştırmalarda. Çünkü bu sayı ve rakamlar her geçen gün artıyor. Özellikle üniversitelerin patent sayısı artıyor, ülkelerin patent sayısı artıyor ve ticarileşebilen patentlerin sayısı artıyor. Bu patent sayıları arttıkça bunların lisans gelirleri de her geçen gün daha da artarak milyarlarca dolar seviyesine çıkmış oluyor. Örneğin dünya çapında en değerli 100 markanın patent sayılarına baktığımızda da şu anda mesela başı Samsung çekiyor. Örneğin, 308 binden fazla patenti var. IBM firması, Canon firması, Panasonic baktığımız zaman birçoğu Güney Kore ve Japonya ve ABD firması. Bunların

yüz binlerce patentleri var. Sadece 1 firma yüz binlerce patent yapıyor. Bunun sebebi de Ar-Ge'ye ve inovasyona çok önem veriyorlar. Biz de Ar-Ge ve inovasyona çok önem verirsek, farkındalıkla alakalı, özellikle gündemimizde sürekli patent konusunu, katma değerli üretim konusunu tutarsak ülkemizin de patent sayısı artacaktır ve firmalarımızın, üniversitelerimizin de patent sayısı artacaktır doğru orantılı olarak.

Neler yapabiliriz? Özellikle 1 milyon patent hedefine ulaşma konusunda bütün sanayicilerimizin kendisine bir hedef vermesi gerektiğini düşünüyorum. Çünkü nasıl ki yıllık ciro hedefi veriyoruz, yıllık üretim hedefi veriyorsak en azından yıllık bir patent sayısına ulaşma hedefi de vermemiz lazım. Aynen illerimizin vermesi gibi, üniversitelerimiz aynı şekilde, teknokentlerimiz içindeki firmalarla birlikte ve özellikle Ar-Ge merkezlerimizin de kendilerine bir patent hedefi koymasına gerekiyor ve bunu 1 yıl içinde bütün üst yönetimden, bütün personele, işçisine kadar bunu yaymaları gerekiyor. Bir firma içerisinde, üniversite içerisinde, sanayicinin firması içerisinde ve teknokentler içerisinde patent farkındalığı arttıkça ve hedefler kondukça bu sayının her geçen gün artacağını düşünüyorum. Özellikle Ar-Ge personelinin mutlaka patent hedefi olması lazım. Mesela, 5 mühendis çalışan bir firmanın yılda 1 tane patent mutlaka alması gerekiyor. Aksi takdirde 5 tane Ar-Ge mühendisini biz niye çalıştırıyoruz gibi sorgulama yapmaları gerekiyor.

Tabii ki burada 1 milyon kişi başına düşen patent sayısı da önemli.

Bugün mesela Türkiye'nin 2020 nüfusu açıklandı. Toplamda 83 milyonu geçmişiz. Yani bizim 1 milyon kişi başına, örneğin bin tane patent almış olsak baktığımızda, şu anda 83 bin tane patent almış olmamız gerekiyor. Mesela Güney Kore şu anda 1 milyon kişi başına düşen patent sayısında şu an başı çekiyor. 3.148 tane patent almış Güney Kore 1 milyon kişi başına. Bizim tabii ki bu rakamlara ulaşmasak bile en azından yıllık 1 milyon kişi başına en azından 1.000 tane patent hedefine ulaşma hedefini koymamız lazım bir şekilde. En çok patent başvurusu yapan ülkelerde Çin başı çekiyor. Tabii ki özellikle patent farkındalığı çok olan ülkelerde şöyle bir manzarayla karşılaşıyoruz; özellikle sanayiciler, teknoparklar, üniversitelerin duvarlarında patent duvarlarını görüyoruz. Özellikle sanayicilerin firmaların girişlerinde patentlerin, binlerce patentin belgesini asmış oluyorlar. Girişlerinde patent wall'lar oluşturuyorlar. Bu şekilde gelen müşteriler, gelen elemanlar, Ar-Ge mühendisleri, içinde çalışan bütün personeller sürekli patent-

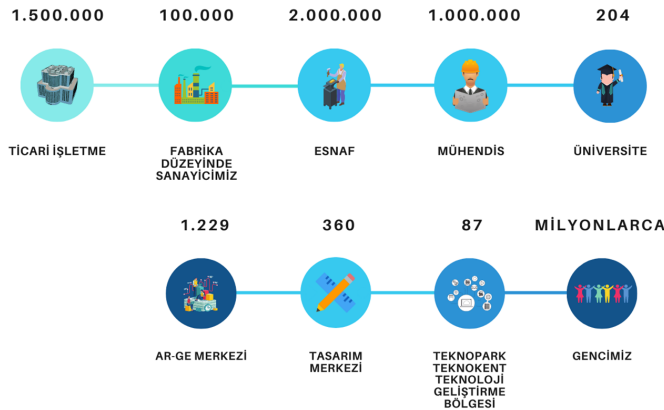
Ülkemizdeki okulların, üniversitelerin, teknoparkların, OSB'lerin ve fabrikalarımızın bu şekilde patent duvarlarının dolup taşıdığı bir günü görmeyi arzu ediyoruz.



leri tabiri caizse beynine kazımış oluyor. Benim de patent yapmam lazım, benim de yeni bir buluş bulmam lazım, firmama katkıda bulunmam lazım şeklinde bir hedef koyuyor kendisine. Bizim de duvarlarında binlerce patentin olduğu firmalarımızın sayısı her geçen gün artacaktır. Bu konuda hedef koymamız gerekiyor.

Ülkemiz, 1 milyon patente ulaşabilir mi? Böyle bir potansiyel var mı? Tabii ki var diyoruz. Çünkü ülkemizde şu anda 1,5 milyonun üzerinde limited ve anonim şirketi düzeyinde firmamız var. 100 binden fazla fabrika düzeyinde sanayicimiz var şu anda. 2 milyona yakın esnaf var. Esnafın hepsi patent yapmasa bile bazı, özellikle üretim yapan esnafın birçok patent, en azından faydalı model yapabilecek seviyede. Şu anda ülkemizde 1 milyona yakın mühendisimiz var. Her bir mühendisimizin aslında ülkesine 1 tane

### DÜNYANIN İLK 10 ÜLKESİ ARASINA GİREBİLECEK POTANSİYELİMİZ VAR





patent borcu olduğunu düşünüyorum. Bunu beynimize yazmamız lazım. Yani, hedef olarak en azından benim 1 patent yapmam lazım. Nasıl ki bu ülke beni iyi yetiştirdi, ilkokuldan üniversiteye kadar, bu nedenle benim de ülkeme 1 patentle, 1 buluşla katkıda bulunmam lazım şeklinde yerine koyması lazım. Şu anda 200'den fazla üniversitemiz var. 1.500'den fazla Ar-Ge merkezi oldu şu anda toplamda. Her Ar-Ge merkezinin en az 10-15 tane patent yapması lazım. Şu anda bu sayı maalesef çok az. Yılda 3'ten fazla patent yapan Ar-Ge merkezi maalesef az şu anda ama normalde her 5 mühendise 1 tane patent hedefi verilmiş olsa bu sayı çok hızlı artıracaktır ve katma değerli ihracat artacaktır. Şu anda 500'den fazla tasarım merkezi var, 60'tan fazla teknokent var.

Örneğin Türk Patent'in yürüttüğü bu sene bir yarışma vardı: "Patentle Türkiye" Geçen sene üniversiteler düzeyinde yapılmıştı. Bu sene lise seviyesine indirildi. Şu anda Türk Patent ve bizim gibi patent firmaları da dahil olmak üzere liselere ve liselerdeki öğretmenlere, Milli Eğitim Müdürlüklerine çok yoğun bir şekilde patent eğitimi verilmiş oluyor. Şubat ayının sonunda bitecek bu yarışma katılımı. Bu yarışmayla özellikle lisede okuyan gençlerimiz de patent konusunda bilgi sahibi oluyorlar. Bu da bizim için çok umut verici bir gelişme. 1 milyon patent için üniversitelerimiz aynı şekilde kendisi hedef koyması gerekiyor. Örneğin 2009'da bizim yaptığımız bir araştırma vardı. Toplamda o zaman 148 tane üniversite vardı Türkiye'de. O zaman 28 tane patent yapılmıştı. Şu anda

## Marka Şehir Antalya

200'den fazla üniversite var. Toplamda patent sayısı şu anda 4 bini geçti. Üniversitelerin aldığı patent sayısı 4 bini geçti. Bu da çok iyi bir gelişme. Aslında 10 yıl gibi bir süre zarfında toplamda üniversitelerimizin patent sayısı 28 kat artmış oldu. Bu da bizim için iyi bir gelişme.

Her geçen gün özellikle yeni yazılımlarla alakalı firmaların değeri artıyor. Örneğin, birkaç yıl önce whatsapp'ı facebook firması satın almıştı. Çok yüksek bir miktara satın almıştı. 50 çalışanı olan bir firmaydı. Ülkemizden de Peak Games firması, bir mobil oyun fir-

### Patent Sayısının İhracata ve Katma Değeri Yüksek Ürün İhracatına Etkisi



 <p><b>Kuruluş:</b> 1933 <b>Çalışan Sayısı:</b> 35.275 (2018) <b>Sektör:</b> Uçak Yolcu Taşıma <b>Piyasa Değeri:</b> 2.48 Milyar Dolar <small>*Halka açık borsa değeridir.</small></p>	 <p><b>Kurucusu:</b> Sidar Şahin <b>Kuruluş:</b> 2010 <b>Çalışan Sayısı:</b> 100 + <b>Sektör:</b> Mobil Oyunlar <b>Piyasa Değeri:</b> 1.8 Milyar Dolar</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2020 Yılında 1.8 milyar dolara ABD'li Zynga'ya satıldı.</li><li>• Oyunları kısa zamanda 193 ülkede indirilen bir şirkete dönüştü.</li><li>• İlk Türk unicorn yani Turcorn</li></ul>
---	--

ması 1.8 milyar dolara yurt dışına satıldı. Şimdi tabii ki 100'den fazla çalışanı var ama örneğin bir THY'ye bakıyoruz. Çok büyük firmamız. Gerçekten de gurur verici bir firmamız. Türkiye olarak, dünya çapında faaliyet gösteriyor ama baktığımız zaman bir oyun firmasının değerine yaklaşık bir değeri var. Bu nedenle katma de-

ğerli ürünler, özellikle ağırlıkta küçük, pahada ağır diyebileceğimiz şekilde katma değerli ürünlerin sayısının her geçen gün artması gerekiyor. Peak Games firması gibi. Örneğin şu anda Getir firmasının değeri her geçen gün artıyor. Şu anki değeri 850 Milyon dolara çıkmış. 2015 yılında kurulan bir firma. Gerçi pandeminin etkisiyle yükselen bir trendi var ama bir şekilde yenilikçi firma olduğu için de her geçen gün değeri katlanmış oluyor. Bu nedenle patente ve inovasyona değer veren firmalar her geçen gün daha da çok değer kazanacaktır.

Biz neler yapıyoruz 1 milyon patent hedefi için? Özellikle Türkiye Patent Hareketi Platformu, neler yapılabilir diye diğer paydaşlarımızla birlikte şu anda Ticaret ve Sanayi odalarımız, Sanayici ve İş Adamı derneklerimiz, organize sanayi bölgeleriyle birlikte Zoom üzerinden bu tarz toplantılar yapmaya çalışıyoruz. Bizim amacımız burada farkındalık oluşturarak her firmamızın, üniversitemizin ve her mühendisimizin, Ar-Ge mühendislerinin ve özellikle Ar-Ge merkezlerinin patent hedefi koymasını, bu şekilde ödüller verilmesi gerekiyor. Ticaret ve Sanayi Odalarının üyelerini patent, inovasyonla ilgili motive etmeleri gerekiyor. Özellikle eğitici çalışmalar yapmaları gerekiyor. Bu şekilde ülke çapında farkındalık eğitimlerine biz de devam ediyoruz bütün kamu kurumlarıyla birlikte.

Toplumumuzun her kesiminde, özellikle patent konusunu gündeme getirmeye çalışıyoruz. Şu anda bir de dernek kurduk. Türkiye

## Marka Şehir Antalya

Patent Hareketi bizim platformumuzun ismi ama Ocak ayı itibarıyla sadece Patent Hareketi Derneği isminde bir dernek kuruldu. Ülkemize patentle ilgili katkı anlamında çok yoğun bir şekilde çalışma yapacağız. Bu şekilde Antalya'daki paydaşlarımızdan da destek bekliyoruz. Paneller düzenliyoruz, yarışmalar yapıyoruz. Özellikle buluş günleri düzenliyoruz, patent yarışmaları yapıyoruz, patent ödülleri vereceğiz ve patent zirvesi yapacağız yakın bir zamanda. Antalya'nın patent hedefi ne olmalı şeklinde bir soru soruldu biraz önce. Geçen sene 136 patent, 100'e yakın faydalı model, toplamda 300'e yakın bir buluş yapılmış Antalya'da. Ama gördüğümüz gibi 10'a yakın üniversite var şu an Antalya'da. Teknokentimiz, sanayicilerimiz ve içindeki firmalarla birlikte binlerce Ar-Ge mühendisinin olduğu bir Antalya'da ben yıllık 1.000 tane patent hedefi koymamız gerektiğini düşünüyorum. Bu şekilde bir farkındalık çalışmasıyla, bu hedefi eğer bütün kamu kurumlarıyla birlikte bütün sanayicilerimiz, sanayi odalarımızla birlikte eğer benimserseniz bu konuda eğitimlerimizi de birlikte arttırabiliriz ve gerçekten de 2021 yılında özellikle 1.000 tane patent hedefine ulaşabiliriz diye düşünüyorum.

Bizim de tabii ki hedefimiz 2029 yılında Türkiye'mizin, ülkemizin 1 milyonuncu patent belgesi vermesini arzu ediyoruz ve bu konuda bir hayalimiz var. Bir simülasyonumuz var. 1 milyonuncu patent numarasını, özellikle o tarihteki artık Sanayi ve Teknoloji Bakanımız ya da Cumhurbaşkanımız kim olursa, o tarihte onun elinden buluşçumuza 1 milyon numaralı patenti hangi buluşçumuz ala-

caksa böyle bir törenle, özellikle İstanbul'un fethine denk gelen bir törende verilmesini istiyoruz. Böyle bir beklentimiz, hayalimiz var bizim de. Ücretsiz patent araştırma sitelerinin linklerini de verdim. Patente ilgi duyan herkesin bu patent sitelerinden faydalanabileceğini düşünüyorum. Çünkü ücretsiz bunlar sonuçta ve aklımıza bir buluş gelirse ya da bir Ar-Ge konusunda çalışmamız varsa, bir buluşumuz varsa bu sitelerden ücretsiz olarak faydalanabiliriz. Bizim bir de kitabımız var. Patentle Kazan. Patent gerçekten de kazandırabilir. Boşa uğraşılmaz. Patentle Kazan kitabını da pdf olarak Türkiye Patent Hareketi sitesinden indirip okuyabilirsiniz. Teşekkür ediyorum.



**Prof. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN**  
Akdeniz Üniversitesi  
Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi

Benim bu işlerle ilgilenmeye başladığım dönem 2010'ları buluyor. Yani ulusal yenilikçilik ekosistemiyle ilgilenmeye başladığım dönem. Üniversitemize bu konuda katkı sağlamak için girişimde bulunduğum dönem de 2013. Aradan geçen 8 yılda gerçekten büyük bir ilerleme kat edildi. Bugün tüm kurumlar hem fikri mülkiyet konusunda bilinçli hem de Ar-Ge ve inovasyonun önemini kavramış durumda. En önemlisi de artık sahada ürünlerini görüyoruz. Yani gençlerimiz bu kültürle yetişiyorlar.

Bizim ilk bu merakımızı anlatmaya çalıştığımız dönemlerde farkındalık daha çok düşüktü. O nedenle daha böyle rüzgâra karşı ilerlemeye çalışıyorduk ama şimdi bütün bu enerjiler birleşiyor. Dolayısıyla bundan büyük mutluluk duyuyorum. Teknokentimizde İbrahim Bey'in çok güzel çalışmaları var. Bence çok doğru bir yerden yakalamışlar. Tarım teknokenti son derece önemli. Bizim bu Akdeniz Üniversitesi'nde teknoloji transfer ofisini kurduğumuz

dönemde de sahaya girdiğimizde ilk gördüğümüz gerçekten üniversitemizin ziraat alanında çok güçlü olduğu ve ıslah çalışmalarının zaten yürütülegeldiydi. Bu konuda üniversitemiz öncü rolü oynuyor.

Yani tüm bölge için rol oynuyor. Hatta ülkemizde de bölgesel olarak da bir çekim merkezi. Şu anda dışarıda sıcaklık 22 derece, hava güneşli. Harika bir ortam var. Antalya'ya gelmiş olanlarınız da biliyordur katılımcılardan. Burası başlı başına bir cazibe merkezi. Ben de işte 12 yıl önce bu cazibeye kapılanlardan biriyim. Doğma büyüme İstanbullu olduğum halde kendimi Antalya'lı olarak görüyorum. Burada yazanlar arasında ilginç bir paylaşım gördüm. Fuarçılık açısından çok önemli olduğu ve birçok ürünün tanıtımının yapılabilmesi için Antalya'nın çok iyi bir mekân teşkil edebileceğini söylüyor. Hakikaten sadece varlığıyla Antalya büyük bir değer ifade ediyor. Güneş burayı aydınlatıyor. Hem tarıma çok büyük bir katkısı var hem turizme. Belki bir T'ye de bunu eklemek lazım. Antalya bir tanıtım mekânı aynı zamanda. Tanıtım demek doğrudan fikri mülkiyet değerleriyle ilgili olmak demek. Marka, tasarım, bunlar da nispeten Ali Bey'in çok güzel sunumunda paylaştığı üzere yüksek olarak, yüksek sayılarda gerçekleşen başvurular. Böyle baktığınız zaman Antalya'nın hakikaten bulunduğu konum belki genel olarak Türkiye genelinde beşinci ama çok özel bir konumu var ve potansiyeli de çok yüksek.

Ben biraz şöyle geçmişı karıştırdım. Şu dergiyi buldum. Tek Antalya diye. Bu 2016 yılında bizim teknoloji transfer ofisimizin 3 ayda bir çıkardığı derginin ilk sayısı. Bakın orada hep birlikte ileri teknolojilere diye bir başlık atmışız. Sonra içindeki yazıyı da okudum. Burada tüm paydaşlar için sanırım kritik olan ve sinerji yaratacak olan iletişim ve koordinasyon. Çünkü çok güzel çalışmalar yapılıyor. Mesela Baka Genel Sekreterimizin sıraladığı, üniversite ile birlikte yürütülen projeler arasında organize sanayi bölgemizin Ar-Ge ve yenilikçilik eğiliminin, firmaların Ar-Ge ve yenilikçilik eğiliminin ölçülmesi vardı. O projeyi Teknoloji Transfer Ofisi olarak Baka ile birlikte gerçekleştirmiştik. Mesela bu çok değerli bir kaynak. Bu çalışma orada kalmadan başka çalışmalara evrilip bir referans kaynağı olmalı ve tüm kurumlar birbirleriyle konuşmalı. Akıllı sistem diye neye diyoruz? Birbirleriyle konuşan makineler. Bizim de o akıllı göstermemiz, birbirimizle iletişim içinde olmamız enerji kaybına yol açmadan enerjiyi çoğaltmamız gerekiyor.

Ben Sayın Ali Çavuşoğlu'nun canla başla sürdürdüğü, hiç yılmadan sürdürdüğü, hiç enerjisini kaybetmeden vurguladığı bu 1 milyon patent hedefine çok inanıyorum. Bu bence başlı başına bir marka oldu zaten. Hakikaten hedefimiz 1 milyon patent olmalı. Bu işlere ilk başladığımda ben "ya işte patent hemen ticarileşecekse alınsın" diye, tabii biraz da kıt kaynaklarımız olduğu için, o yaklaşımdaydım ama şu anda çok daha net görüyorum. O patent alma süreci, patent alma sürecinde olan kişiye öyle bir bilgi ve donanım sağlıyor ki, çevresine de bunu aktarıyor ve kültür değişikliğini çok



hızlı gerçekleştiriyor. Şimdi mesela İbrahim Beyler patent duvarını yaptıklarında bu oradan gelip geçen insanlara, öğrencilere çok başka bir mesaj verecek. Dolayısıyla bu sayıyı arttırmayı hedeflemek çok doğru bir yaklaşım. Oraya ayrılan kaynak hiçbir zaman boşa gitmez. Başlı başına bir eğitim süreci. Orada da bir üniversite varmış gibi düşünebiliriz. Bunları yapmamız gerekiyor.

Bir de mekânın sanala kaydığını görüyoruz. Bugün ATSO'nun bir merkezi var mesela. İnovATSO adı altında. Muratpaşa Belediyesi ATSiM diye bir merkez kurguladı. Teknokentimiz modernleşti, bir kuluçka merkezi var. Bizim Teknoloji Transfer Ofisimizin Caretta diye bir yine ön kuluçka merkezi var. Organize Sanayi Bölgesi inşaatı sürdürüyor. Bildiğim kadarıyla bir yine prototip atölyesi de Bakan'ın desteğiyle planlanıyor. Bilim Üniversitesi'nin Teknoloji Transfer Ofisi var ama sanırım onların bünyesinde henüz böyle bir şey yok. Dolayısıyla aslında Antalya içerisine bakarsanız bir girişimcinin, "ya benim şöyle bir mekana ihtiyacım var, şu desteğe ihtiyacım var" dediğinde yararlanabileceği pek çok mekan var ama bu mekanların da iletişim içinde olması gerekiyor ve girişimciler o beklediğimiz nitelikli insanlar, vasıflı insanlar buraya hem bu güzelliği yaşamak için hem de bir sosyal çevreye dahil olacaklarını bilerek, yani kendi ayarlarında, kendilerinin o fikirlerini daha da açmalarını sağlayacak bir çevreye geleceklerini bilerek gelmeli. Bizim bu yönde de markalaşmamız gerekiyor. Bu nedenle tekrardan ben iletişim ve koordinasyonun önemini vurgulamak istiyorum. Hakikaten hep birlikte hareket etmek gerekiyor. Burada ben'i aşmak ve biz'e ulaşmak gerekiyor.

Bir de önemli bir gelişme var. Onu çok heyecanla karşıladım ben. Burada da söylemiş olalım. Networkün ne kadar önemli olduğunu ifade etmek için bu Plug and Play, Türkiye'ye geldi. Plug and Play firmasını duymuş musunuzdur bilmiyorum ama yani teknolojilerin bir vitrini. En ileri teknolojilerin geldiği ve firmaların teknoloji havuzundan beslendiği çok güzel bir iş modeli. Türkiye'yi de bir merkez olarak kabul edip İstanbul'da merkezlerini kurdular. Buradan Orta Doğu'ya ve yine kendi arka plandaki daha geniş bir coğrafyaya hitap edecekler. Mesela buraya hemen eklenmek gerekiyor. Şunu bilmeli girişimci; ben Antalya'da herhangi bir teknolojinin veya bu bahsettiğim kurumlardan birisini çaldığımda beni Plug and Play'in ilgili kişisiyle görüştürebilir. Bu kurumlar bir nevi annelik yapacak, bir nevi o girişimciyi el üstünde tutacak ki o yaratıcılığını ortaya çıkarabilsin. Yani, ilk adımları onlar attıracaklar. Senin hemen bir patent için başvurman lazım, biz seni şimdi şu firmaya yönlendiriyoruz. Öyle harcıalem bir patent yazma, çok kıymetli bir şey var burada. Bunu yapabilmesi gerekiyor.

Benim Teknoloji Transfer Ofisi deneyimim bana bunu öğretti. Hem network çok önemli hem de o anda ihtiyacı olan bilgiyi vermek. Bu konuda Volkan Bey'in sunumundaki vurgu da çok önemliydi. Yani kent kültürüne uygun, dokusuna uygun fikri mülkiyet bilgisinin, sınai mülkiyet bilgisinin verilmesi çok önemli. Naçizane biz bu Teknoloji Transfer Ofisi'nde 9 tane arkadaşımızı TÜBİTAK desteğiyle yetiştirdik. Onlar halen orada çalışıyorlar. Kenti tanıyorlar, dinamiklerini tanıyorlar. Mesela bitki ıslahı konusunda dene-

yimli arkadaşlar var. Bir bitki ıslahçısı oraya gitti mi tam isteğine uygun hizmet alacağını biliyor. Çok güzel öneriler yapıldı. Şimdi bunları hayata geçirmek için daha çok çalışmak gerekiyor. Ben bu aşamada bunları izleyerek gururlanıyorum, mutlu oluyorum. Patent hareketine beni de dahil ettiğiniz için ayrıca çok teşekkür ediyorum. Her zaman için elimden gelen ne olursa yardımcı olmaya da hazır olduğumu ifade etmek istiyorum.

# DEĞERLENDİRMELER



**Av. Ali YÜKSEL**  
Adres Patent Yönetim Kurulu Başkanı  
(Moderatör)

Halil Bey, özellikle İtalyan müşterisinin 1 dolara 1,5 dolar Türkiye ürünü, kendileri 1 dolara 10 dolar kazandığını söyledi. Bu gerçekten önemli. Bu konuda TİM'in bir çalışması var. Türkiye'de eğer 1 dolarlık ürünümüzü 2,5 dolara kadar çıkarırsak satış bedelini, ihrac bedelini Türkiye'nin tüm dış borcu siliniyor, bitiyor. Eğer 4 dolara çıkarsa artık dünya ortalamasının üstüne çıkmış oluyoruz. Ayrıca TİM'in başka bir araştırmasında da 1 adet patentin ülkemize ihracat olarak katkısı 2 milyon dolar. Bunun da hesabı yapılmış durumda. O yüzden gerçekten de dünyada hammaliye çalışanlar mı, gerçekten katma değerli çalışanlar mı ayrımını sorduğumuz zaman soruyu, eğer en müreffeh, en zenginleri yeşile boyarsak ülkelerini ve şehirlerini, onların da markalaşmış, patentini, teknolojisini, inovasyonunu bir seviyede yakalamış ülkeler olduğunu görüyoruz.

## Marka Şehir Antalya

Ömer Bey'e de çok teşekkür ediyoruz. Bize Antalya'ya şöyle bir sanayi ve teknoloji turu attırdı. Teşekkür ediyoruz güzel konuşması için. Tabii benim en çok dikkatimi çeken de dene-yap atölyeleri olarak bu inovasyonun, Ar-Ge'nin, teknolojinin daha çocukluk seviyesinde aşılınmaya çalışılması oldu. Gerçekten de bu önemli.

İbrahim Bey aslında çok sakin ve durağan diyemeyeceğim, anlattı ama ben ondan çok enteresan vurgular yakaladım. Çünkü aslında flaş olan bazı şeyler var. İbrahim Bey'e normal geliyor. Çünkü içinde yaşıyor, o yüzden. Şimdi bir kere gen bankası manşetlik olay bir taraftan Türkiye için. Manşet olacak bir olay. Diğer taraftan tarım teknoparkı bambaşka bir fikir zaten ve tarımın endüstri ve sanayileşmesi yoluyla şehrin büyümesi, zaten Antalya için onu başlatmaları çok önemli. Diğer taraftan 3T, Antalya için 3T sloganını üretti. Bizim için yeni bir slogan gibi geldi bana. Tarım, turizm, teknoloji, 3T dedi. Gerçekten de tam da uyuyor. Belki bu slogan işlenirse daha kolay, doğru insanların zihninde yerleşir. Yani hedef başlıklara göre insanların zihinleri olgunlaşır.

Antalya 2 yılda %44 markayı artıran enteresan bir il. Yani marka sayısını 2 yılda %44 arttırmış. Bu markalaşmanın çok yoğun olduğunu gösteriyor gerçekten. Başka bir ilde bunun örneğine çok az rastlarsınız. Çoğu ilde durağan şekilde ilerleyen bir markalaşma trendi yüksek olan bir şehir olduğunu görüyoruz. Yine pandemi esnasında, Antalya'nın bir teknolojik göçe sahne olduğunu söyledi. O da çok önemli bir başlık benim için. Yapay zekâ teknolojisini-

den de bahsetti. Demek ki Antalya gerçekten tarihteki, Antik Çağ'daki önemli fonksiyonlarını yeniden kazanan, 1 milyon nüfus barındıran büyük bir şehir olarak gündemimize geliyor. Bu arada 1 milyon patent hedefini de benimsemeleri de gerçekten çok önemli. Altını çizmek gerekiyor.

Türkiye Patent Hareketi Platformu Başkanımız Ali Bey'e de teşekkür ediyoruz. Ali Bey'in tabii ki 1 milyon patentten yıllık Antalya'ya 1.000 adet patent önermesi önemli. Antalya, Türkiye'nin en büyük şehirlerinden birisi. Yani Antalya 1 milyon patent için yılda 1.000 patent üretebilecek kapasitesi var.

Volkan Bey'e çok teşekkür ediyorum. Volkan Bey, özellikle bir kentin markalaşması, onun alt markaları yani onu oluşturan alt ticari markalar, bireysel, şahıs, kültürel ticari markalarla beraber çok önemli bir tespitte bulundu. Çünkü markalaşma kül, bütün olan bir şeydir. Tek başına olmaz. Diğer taraftan yabancılarla entegre bir şehir. 102 bin yabancıнын yaşadığı bir şehirden bahsetti. Dışa açık, dış marka bilinirliği çok yüksek. Önceki konuşmacılarımız da bunu söylemişlerdi. Analiz laboratuvarının çalışmaları, kurulması, yöresel değerlere özel katkılar verilmesi, hibe katkılarının verilmesi, kuluçka merkezlerinin desteklenmesi önemli.

Coğrafi İşaret olarak sayı az geldi bana. Yani bu kadar büyük coğrafyadaki hele dünyaca az bilinen birçok ürünün oraya özgü ola-

## Marka Şehir Antalya

rak bilinen ürünlerin olduğu bir coğrafyada belki ben 180 tane coğrafi işaret beklerdim, 8 tane çok düşük. Belki çalışmalar ajansın radarındadır ve büyüyecektir bu çalışmalar. Diğer taraftan tarım ve turizm 4.0 diyerek gerçekten bu konudaki iddiasını ortaya koymuş oluyor Antalya. Prototip merkezi üretimi de çok enteresan geldi. Bu çok önemli bir şey. Özellikle, tabii prototip derken teknolojik prototiplerden bahsediyorlar. Türkiye'de ilk patent, üretim, prototip üretim merkezini Gebze'de, Adres Patent ortaklığıyla Gebze Güzeller Organize Sanayi Bölgesi kuruyor. Önümüzdeki ay açıklanacak kamuoyuna. Onu da söylemek isterim. Tabii tıbbi aromatik bitkilerle ilgili geliştirmeleri desteklemesi çok önemli.

Ayşe hocama da çok teşekkür ediyorum. Aynı zamanda Türkiye Patent Hareketi Platformu'nun da Danışma Kurulu üyesi ve kendisini her zaman aramızda görmek istiyoruz. Değerli fikirleriyle, yayınlarıyla, makaleleriyle, görüşleriyle. Patentler Akdeniz Üniversitesi'nin bir koridorunda, yine aynı zamanda Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü'nün koridorunda bir küçük tablolarla yansıtılırsa, çünkü çok fazla değil, teşvik edici olabilir. Hem öğrencilere hem de sanayicilere örnek olabilir. Gerçekten de bilinç meselesi, teşvik meselesi. Bu konudaki görüşe teşekkür ediyorum. Yine networkün çok önemli olduğundan bahsettiniz. Oradaki çalışanların networke dahil olmasının öneminden bahsettiniz. Teşekkür ediyorum hocam. Güzel çalışmalarınızı her zaman bekliyoruz.





*Hedef 2029 yılına kadar*  
**1 Milyon Patent**

**TÜRKİYE  
PATENT  
HAREKETİ**



**TÜRKİYE PATENT HAREKETİ PLATFORMU**

Büyükdere Cad. No:62 K:3 Lale İş Merkezi Mecidiyeköy, Şişli / İstanbul

genelsekreter@turkiyepatenthareketi.org

[www.turkiyepatenthareketi.org](http://www.turkiyepatenthareketi.org)