



# ADANA TİCARET ODASI

## Basın Bülteni

Mayıs ayı Meclis toplantısında konuşan Adana Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Atila Menevşe:

## Hizmet Sektörü Çalıştayı ile Adana yeni ufuklara açıldı

Adana Ticaret Odası (ATO) Yönetim Kurulu Başkanı Atila Menevşe, geçtiğimiz günlerde uzman ve akademisyenlerin katılımlarıyla düzenlenen, “Dünyada ve Türkiye’de Hizmet Sektörünün Yeri ve Çukurova’nın Potansiyeli Çalıştayı” ile Adana ekonomisinin yeni ufuklara yelken açtığını belirterek, “Hizmet sektöründen daha sistemli bir şekilde yararlanmak için hem istihdam, hem de katma değer yaratacak potansiyelimiz var. Bunu mutlaka değerlendirmeliyiz” diye konuştu.

Adana Ticaret Odası’nın Mayıs ayı olağan Meclis toplantısı Tarkan Kulak başkanlığında gerçekleştirildi. Toplantıda konuşan Meclis Başkanı Tarkan Kulak, ATO tarafından düzenlenen, “Dünyada ve Türkiye’de Hizmet Sektörünün Yeri ve Çukurova’nın Potansiyeli Çalıştayı”nın çok başarıyla tamamlandığına işaret ederek, Adana’nın sektörden gerekli payı mutlaka alması gerektiğini bunun için atılan adımların da umut verici olduğunu söyledi.

ATO Yönetim Kurulu Başkanı Atila Menevşe de, “Dünyada ve Türkiye’de Hizmet Sektörünün Yeri ve Çukurova’nın Potansiyeli Çalıştayı”nın kent ekonomisi için yeni bir açılım yaratacağını belirterek, “Adana’daki hizmet sektörü, sanayi ve tarım kollarına kıyasla hızlı bir büyüme yaşamaktadır. Yaptığımız değerlendirmeler sonucunda, Adan’ın Türkiye’nin en önemli hizmet merkezlerinden biri olduğunu gördük. Özellikle Sağlık alanında ciddi bir büyüme gözlenmiştir. Özel sağlık hizmetlerinin sunumu ve sağlık turizmi konularında Adana ilk sıraya yükselmiştir. Şimdilerde Avrupa fonlarıyla yaşanan Avrupa nüfusuna terapi sağlayacak merkezler kurulması gündemdedir. Biz Adana olarak, iklim, coğrafya, hizmet kalitesi olarak bu işe adayız. Hizmet sektöründeki yetkinliğimizi ve donanımımızı ortaya koymak için gerçekleştirdiğimiz bu çalıştayı da son derece olumlu gelişmelere zemin hazırlayacağını düşünüyoruz. Çalıştayı raporunu en kısa zamanda tamamlayarak buradan çıkacak sonuçların kentimize istihdam ve katma değer olarak dönmesi yönündeki çalışmalarımıza hız vereceğiz” dedi.

Geride bıraktığımız Nisan ayında düzenlenen Portakal Çiçeği Karnavalı’nın da Adana’nın marka değerini yükselttiğini ifade eden Menevşe, “Turizmden yeterli payı alamayan Adana, bu alandaki en önemli sınavını Portakal Çiçeği Karnavalı ile vermiş ve başarılı olmuştur. Önümüzdeki yıllarda düzenlenecek karnavallarda daha da başarılı olacağımıza inanıyorum. Adana’nın karnavallarla anılması, renkli görüntülerle gündeme gelmesi çok sevindiricidir” diye konuştu.

Konuşmasının son bölümünde, TOBB’de 8 Nisan 2015 tarihinde, Başbakan Ahmet Davutoğlu’nun da katılımıyla gerçekleşen 8. Türkiye Ticaret ve Sanayi Şurası’nda Adana’nın sorunlarına ilişkin rapor sunduklarına değinen Menevşe “Şura’da tüm iller sorunlarını ve çözüm önerilerini Başbakan ve Hükümet temsilcilerine aktardı. Biz de Adana’nın sorunlarını önceliklendirmek için İl Oda ve Borsaları olarak bir araya gelerek hazırladığımız raporu sunduk” dedi.

### **Bozkurt: Karnaval ile Adana’nın hayalini gerçekleştirdik**

ATO’nun Nisan ayı Meclis toplantısına konuk olan, Toyota Türkiye CEO’su Ali Haydar Bozkurt da konuşmasında Portakal Çiçeği Karnavalı’nın nasıl hayata geçirildiğine ilişkin bilgiler verdi. Bu karnaval ile Adana’nın bir hayalinin gerçekleştiğini ifade eden Bozkurt, “Bu yıl üçüncü kez düzenlediğimiz Portakal Çiçeği Karnavalı Adana’nın gücünü net şekilde ortaya koydu. Burada en önemli etken ise Adanalı’nın ilkelerine sahip çıkmasıydı. Bu fikrin ortaya çıkmasından itibaren Adana Ticaret Odası sürekli yanımızda oldu. Sunduğu katkı ve ortaya koyduğu sahiplenme duygusundan dolayı başta Adana Ticaret Odası olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlara teşekkürlerimi sunuyorum” diye konuştu.

Karnavala üç yıldır yurtiçinden ve yurtdışından katılımlar olduğunu ve bu konudaki desteğin giderek büyüdüğünü söyleyen Ali Haydar Bozkurt, “İlk aşamada Adana’yı harekete geçirdik. İkinci aşamada ise Türkiye’nin dikkatini çektik. Son karnavaldaki ise Adana’ya yabancı konukları getirdik ve kentimizi dünyaya tanıtmaya fırsatı bulduk. Üç karnaval ile Adana’da bir farkındalık yarattık. Karnaval öncesi ve sonrasında gündeme gelen Adana’nın elde ettiği reklam karşılığı 33 trilyon lira. Adana’yı televizyon ve gazetelerde yayınlanacak reklamlarla tanıttığımız olsaydı harcaacağımız para 33 trilyon olacaktı. Bundan sonra karnavalın artılarını ekonomiye kazandırmak için çaba göstermeliyiz. Karnaval süresince başta otel ve restoranlar olmak üzere birçok sektör müthiş ciro yaptı. Adana’daki kebabçılar, tarihinde belki de ilk kez müşterilerine –Et bitti, üzgünüz- yanıtı vermek zorunda kaldılar. En önemlisi de Türkiye’deki en mutsuz iller- listesinin ilk sıralarında yer alan Adana, karnavaldaki ortaya çıkan tablo ile bu göstergeyi tersine çevirip, başta Türkiye olmak üzere bütün dünyaya - Adanalılar mutlu- mesajını vermeyi başarmıştır” dedi.