



BURSA

TURİZM TANITIM VE MARKA STRATEJİSİ

Bursa Tanıtım, Marka, İletişim Stratejisi
Yol Haritası

Son Güncelleme Tarihi:
23.03.2021

İş Paketi 03 – Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisi



İÇİNDEKİLER

Yönetici Özeti	4
1. Strateji Çerçevesi	5
1.1. Üst Kimlik ve İmaj Çerçevesi	5
1.1.1. Üst Kimliğe Yönelik Tespitler	5
1.1.2. Bütünleyici Kimlik Faktörlerine Yönelik Tespitler	8
1.1.3. Alt Destinasyonların İmaja Etkisine Yönelik Tespitler	10
1.1.4. Bursa'nın Simgelerine Yönelik Tespitler	11
1.1.5. Pazarlamaya ve Tanıtım Araçlarına Yönelik Tespitler	12
1.2. Temalar ve Hedef Kitleler	15
1.2.1. Temalara Yönelik Tespitler	15
1.2.2. İç ve Dış Pazara Yönelik Genel Tespitler.....	17
1.2.3. Avrupa ve Asya Pazarına Yönelik Tespitler	18
1.2.4. Orta Doğu Pazarına Yönelik Tespitler.....	19
1.3. Değerler ve Çekiciliklere İlişkin Tespitler	20
1.3.1. Değerlere Yönelik Genel Değerlendirmeler	20
1.3.2. Kültürel Değerlere İlişkin Değerlendirmeler	22
1.3.3. Doğal Değerlere İlişkin Değerlendirmeler	23
1.3.4. Yöresel Ürünlere İlişkin Değerlendirmeler	25
1.3.5. Soyut Değerlere İlişkin Değerlendirmeler	26
1.4. Benimsenme ve Beşeri Kaynaklar	27
1.4.1. Bursalıların Turizme Bakışına İlişkin Tespitler	27
1.4.2. Turizmde İnsan Kaynağına Yönelik Tespitler	28
1.4.3. Turizm Yönetişim Yapısına Yönelik Değerlendirmeler.....	29
1.5. Fiziki Altyapı ve Destekleyici Hizmetler	30
1.5.1. Konaklama Tesisleri.....	30
1.5.2. Ulaşım Altyapısı	31
1.5.3. Etkinlik Noktaları.....	32
1.5.4. Yapılı Çevre.....	32
2. Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisi	34
2.1. Strateji Temaları ve Hedef Kitleler	34
Hedef Kitle 1: Türkiye Geneli.....	35
Hedef Kitle 2: Türkiye Geneli Beyaz Yakalılar	36
Hedef Kitle 3: Orta Doğulular	37
Hedef Kitle 4: Uzak Doğulular	38
Hedef Kitle 5: Batılılar.....	39
2.2. Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa için Yeşil Stratejiler	40
2026 Yılı Hedefleri.....	40

Eksen 1. Yeşil Hisset (Feel Green) – Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri	42
Eksen 2. Yeşil Yaşa (Live Green) – Çevre ve Topluma Yönelik Stratejiler.....	55
Eksen 3. Yeşil Büyü (Grow Green) – Ekonomiye Yönelik Stratejiler.....	65

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bursa turizminin somut, soyut, kültürel ve doğal değerlerini koruyarak bu özgün değerlerden beslenerek gelişmesi; doğru yönetim mekanizması ile kaynaklarını doğru ve etkin kullanması; nitelikli bir yaklaşımla ve hedeflenen kitleler için doğru mesajları verecek şekilde tasarlanması ve yenilikçi bir yaklaşımla sürdürülebilirliğinin sağlanması Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisinin temelini teşkil etmiştir.

Bu kriterleri karşılamak adına; sahada Bursalıların, yerli ve yabancı mevcut ve potansiyel turistlerin algıları ölçülmüş, Bursa'da turizm ve ilgili alanlarda görev alan yöneticilerin, sektör profesyonellerinin, sivil toplum temsilcilerinin, akademisyenlerin ve araştırmacıların değerlendirme ve görüşleri çeşitli yöntemlerle derlenmiştir. Geçmişte Bursa'da turizme yönelik yapılan araştırma, proje ve yatırımlar analiz edilmiş, üst ölçekli politika belgeleri incelenmiş, veriye dayalı sayısal analizler yapılarak yorumlanmış ve tüm bu girdiler de paydaşların değerlendirmeleri ile bütünleştirilmiştir.

Bu kapsamlı süreç neticesinde Bursa için turizme yönelik tanıtım, marka ve iletişim stratejisi ortaya konmuştur. Bu strateji özellikle altyapı yatırımı gerektiren ve imaj harici unsurlar için tavsiye niteliğinde kurgulanmış, yapısı gereği yatırım ve projeler tanımlamamıştır. Buna karşın mevcut, planlanan ve yapılabilecek çalışmalara girdi sağlamak adına tespitleri içermiştir. Bu tespitler üst kimlik ve imaj çerçevesi, temalar ve hedef kitleler, değerler, benimseme ve insan kaynakları ile fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

Bu tespitler doğrultusunda Bursa ili için geliştirilen strateji çerçevesi "**Gelenekten Geleceğe Akan Şehir**" marka çerçevesi ve **su teması** altında Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan **2026 hedef yılına** yönelik olarak **yeşil eksenler** üzerinden kurgulanmıştır.

Bu kurguda Bursa'nın turistik değerleri beş tema (4 ana tema, 1 destekleyici tema) altında toplanmıştır. Bu temalar 5 ana iletişim temasını şekillendirmektedir. Her bir iletişim teması farklı turist ihtiyacına hitap eder niteliktedir. Bu iletişim temaları ve hitap ettikleri ihtiyaçlar değerlerden beslenen alt kırılımlara sahiptir. **Tarih** teması **saygı ve öğrenme** ihtiyacı, **doğa** teması **kaçış ve dinlenme** ihtiyacı, **kış sporları** teması **adrenalin** ihtiyacı, **sağlık** teması **zindelik** ihtiyacı ve **gastronomi** teması **deneyimleme** ihtiyacı ile değerler bazında sentezlenmiştir.

Bu iletişim çerçevesinin hayata geçirilmesine yönelik bir yol haritası ve eylemler bütünü tasarlanmış ve yeşil eksenler altında bir araya getirilmiştir. Tanıtım ve marka kimliği stratejileri "**Yeşil Hisset** - Sense Green", çevre ve topluma yönelik stratejiler "**Yeşil Yaşa** – Live Green" ve kent ekonomisine yönelik stratejiler "**Yeşil Büyü** – Grow Green" eksenleri altında kurgulanmış ve "Yeşil Bursa" imajına yönelik eylemleri içermektedir.

1. STRATEJİ ÇERÇEVESİ

Bursa için yenilikçi, nitelikli ve tutarlı bir tanıtım, marka ve iletişim stratejisi tasarlanması için kapsamlı analiz çalışmalarına gereksinim duyulmuştur. Bu analiz çalışmaları sürecinde;

- Kent ve destinasyon ölçeğinde tanıtım, markalaşma ve iletişime yönelik kavramsal çerçeve incelenmiş,
- Resmi istatistikler incelenmiş ve anlamlı bir girdi sağlamaları açısından sayısal analiz teknikleriyle birlikte yorumlanmış,
- Bursa hakkında yapılmış çalışmalar ve Bursa'yı kapsayan ulusal ve bölgesel politika belgeleri taranmış,
- Bursa turizmi ve kimliği için karar vericilerin ve alanında yetkin isimlerin değerlendirmeleri alınmış,
- Bursalıların, yerli ve yabancı turistlerin algıları, beklentileri ve değerlendirmeleri sahada araştırılmış,
- Belirli bireyler üzerinden turist profili analizi ve turist deneyimleri ölçme çalışması gerçekleştirilmiş,
- Bursa'nın yurt içi ve dışı rakipleri ve benzer profile sahip örnekleri incelenmiştir.

Bu yaygın analiz ve araştırma sürecinde elde edilen bulgular "strateji çerçevesi" olarak sentezlenmiştir. Bu sentez çalışması stratejilerin tasarımında temel dayanağı teşkil etmektedir. Strateji çerçevesi "üst kimlik ve imaj", "turizm temaları ve hedef kitleler", "değerler ve çekicilikler", "benimsenme ve beşeri kaynaklar" ile "fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler" başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

1.1. ÜST KİMLİK VE İMAJ ÇERÇEVESİ

Bursa'nın ana kimliğini şekillendirmek, Bursa imajının mevcut durumunu ölçmek ve paydaşların beklentilerini bir araya getirmek üzere edinilen bulgular "üst kimlik ve imaj çerçevesi" çatısı altında derlenmiştir. Bursa'nın üst kimlik ve imajına yönelik bulgular "üst kimliğe yönelik genel tespitler", "bütünleyici kimlik faktörleri", "alt destinasyonların genel imaja yönelik etkileri", "Bursa'nın simgeleri" ile "pazarlama ve tanıtım araçları" başlıklarında sentezlenmiştir.

1.1.1. ÜST KİMLİĞE YÖNELİK TESPİTLER

Bursa'nın baskın turizm temalarında bir çeşitlilik olduğu ve bu nedenle turistik imaj için odak zorluğu yaşandığı belirtilmektedir. Bursa'da farklı turizm çeşitlerine yönelik değerlerin fazla oluşu ve bunların birbirinden bağımsız olarak turizmde önemli payları bulunması nedeniyle destinasyon kimliğini tek bir değer ya da değerler bütünü üzerinden ele almada zorluklar yaşandığı vurgulanmaktadır.

Bursa'da tüm kesimler üst kimlik çerçevesi olarak "Osmanlı Kenti" temasının öne çıktığında hemfikirdir. Saha çalışmalarında ve değerlendirme etkinliklerinde öne çıkan ortak görüş Bursa'nın Osmanlı Kenti imajını taşıdığıdır. Özellikle kuruluş dönemi ve erken dönem Osmanlı mimarisinin en önemli eserlerine ev sahipliği yapıyor olmasının bu algının oluşmasındaki en büyük etken olduğu değerlendirilmiştir. Bursa algı araştırmasında "Bursa'yı ziyaret etmede temel amaç nedir?"

sorusuna verilen yanıtların başında kültür ve tarih gelmesi de bu bulguyu doğrular niteliktedir. Yine benzer şekilde Bursalılar penceresinden “Bursa’yı daha önce görmemiş birine nasıl anlatırsınız?” sorusuna verilen ilk yanıt da “Osmanlı Başkenti” şeklinde olmuştur. Paydaş değerlendirmelerinde de turizm profesyonellerinin ve kent yönetiminin altını sıklıkla çizdiği baskın üst kimlik de yine “Osmanlı Kenti” imajıdır. Benzer şekilde yabancı turistlerde de ile gelmeden önce ve geldikten sonraki değerlendirmelerinin karşılaştırılmasında Bursa seyahatinde Osmanlı kimliğinin hissedildiği belirtilmiştir. Farklı aşamalarda tekrar edilen bu bulgu yalnızca kent merkezi için değil Kızık Köylerini de kapsamaktadır. Bu durum Bursa’nın tipik bir Osmanlı kentinin tüm özelliklerini taşıdığı ve yine Osmanlı’nın farklı dönemlerini de bir arada yansıttığını göstermektedir.

Bursa’nın kentsel kimliğinin ve turizm markasının “ilkler şehri”, “başlangıç” ve “kuruluş” kavramlarına atıf yapabileceği önerisi getirilmiştir. Bursa’nın pek çok öne çıkan özelliği ve değeri olmasına karşın Osmanlı’nın kuruluş döneminde birincil rolü oynayan kent olmasının kenti diğer destinasyonlardan ayırır nitelikte olduğu belirtilmektedir. Osmanlı’nın ilk kapalı çarşısı, ilk hastanesi, ilk medresesi ve ilk darphanesinin Bursa’da kurulmuş olması, Osmanlı şehirciliğinin pilot uygulama alanının Bursa olması bu öneriyi destekler niteliktedir. Ayrıca, Bursa’nın Osmanlı döneminde pek çok alanda başlangıçların yaşandığı şehir olmasının yanı sıra Cumhuriyet döneminde ilk kış turizminin Uludağ’da gerçekleşmesi, ileri sanayi hamlesinin simgesi olan yerli otomobil hikâyesinin Bursa’da başlıyor olması gibi unsurlar da bu durumu pekiştirmektedir. 3. Kültür Şurası’nda da bu temanın üzerinde durulmuş ve “Söğüt – Bilecik – Bursa Osmanlı Devleti’nin Kuruluşu Tarihi Alan Başkanlığı” kurulması ve bu temada etkinlikler gerçekleştirilmesi önerilmiştir. Bu girdiler doğrultusunda Bursa’nın bir medeniyetin kurulduğu şehir olmasına vurgu yapılabileceği; ilklerin yaşandığı yer olduğu ve başlangıç ile kuruluş kavramlarının bu çerçevede kullanılabilmesi değerlendirilmiştir.

Bursa tarih boyunca kimliği ve ruhu ile anılan ve diğer yerleşimlerden ayrılan bir kent olmuştur. Evliya Çelebi tarafından “Ruhaniyetli Şehir” olarak tanımlanan Bursa, Bütün Zamanların Güzel Şehri, İlklerin Şehri, Müze Kent ve Evliyalar Şehri gibi tanımlamalarla anılmıştır. Tarihin her dönemine ait yapıları çevre ve hikâyelere sahip olan Bursa, tüm dönemleri yaşatan nitelikte bir kent görünümündedir.



Sadece bir sözcük ile anlatılamayan Bursa, marka eserlerinin ve ürünlerinin çeşitliliği ile “Yeşil Bursa”, “Velhasıl Sudan İbarettir Bursa”, “Bütün Zamanların Güzel Şehri Bursa”, “Evliyalar Şehri Bursa”, “İlklerin Şehri Bursa” gibi çoğaltabileceğimiz örneklerle tanımlanmıştır (Gedik, 2017).

Ululuk ve büyüklük kavramlarının kimlik açısından değerlendirilmesi önerilmektedir. Bursa’nın pek çok doğal, somut ve soyut kültürel değerinde ululuk kavramının yer aldığı tespiti yapılmıştır. Saha çalışmalarında Bursa sloganı olarak Yeşil Bursa’nın ardından “Ulu Şehir Bursa” en çok tercih edilen ikinci slogan olmuştur. Uludağ ve Ulu Cami başta olmak üzere kentin kültürel ve doğal değerlerinde de isimleşmiş olan bu kavramın diğer değerlerle de özdeşleşerek kullanılabilmesi belirtilmiştir.

Bursalılar kış turizminin önemini farkında olmalarına karşın ilin kültür ve tarihi ile markalaşmasını önemsemektedir. Saha çalışmalarında Bursa’nın kış turizmi konusunda önemli bir merkez olduğu konusunda tüm kesimlerin fikir birliğinde olduğu görülmüştür. Buna karşın, ilin

markalaşmasında kültürel ve tarihi öneminin daha baskın olması ve Bursa'nın öncelikle bu özellikleriyle tanınması konusunda da bir mutabakat söz konusudur.

Bursa ulusal politika belgelerinde kültür ve kongre şehri olarak planlanmaktadır. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde Bursa kent merkezinin bir kültür odağı olması, kongre turizmi merkezi haline gelmesi ve özellikle İznik'in uluslararası bir kültür destinasyonu olması hedeflenmektedir.

Bursa'nın Osmanlı kimliği ile öne çıktığına hemfikir olan ve destinasyon markalaşması sürecinde bu kimliği de kapsayan bir üst tasarım ile bu kimliği destekleyici yaratıcı çalışmaların yapılabileceğini belirten kayda değer bir kesim bulunmaktadır. Saha çalışmaları ve paydaş görüşmeleri ile literatür taramalarında Osmanlı kenti imajının öne çıktığı görülmektedir. Ancak, kayıtlı tarihin her döneminde farklı şekillerde önemi olmuş olan Bursa'nın Osmanlı kimliğini de kapsayan daha üst bir bakış açısı ile ele alınmasının faydalı olacağını düşünen görüşler söz konusudur. Bu görüş, Bursa'nın özellikle Selçuklu dönemi ve Helenistik dönem değer ve hikâyelerinin de kapsandığı bir bütüncül bakışı önermektedir. Bu bakışın özellikle yurt dışı pazarlar için avantaj sağlayacağı belirtilmiştir.



Alıntı: Bursa bir tarih sergisidir. Hiçbir kitap onun kadar 1299'la 1923 arasındaki olayları bize doğru haber veremez. Osmanlı şahini, Uludağ'a kurduğu yuvadan havalandı. Kanadının tüyleri, hala Hint hudutlarından Hicaz ülkesine, Marmara kıyılarından İskenderiye koylarına, Volga boylarından Tuna membalarına kadar uçmaktadır. Hâdiselerin rüzgârları, hatta fırtınaları onu yere düşüremedi. (Yücel, 2020)

Bursa'nın tarihi imajı olan “Yeşil Bursa” algısının giderek kaybolduğu yorumu yapılmaktadır. Odak grup katılımcıları genel kanaat olarak, Bursa'nın ülke genelinde en bilinen marka değeri olan “Yeşil Bursa” imajının giderek kaybolduğunu ve bu anlamda kentin ülke genelindeki turizm cazibesini belirli oranda yitirdiğini belirtmektedir. Bu noktada özellikle kent içinde yeşil alanların giderek azalması ve kentsel yaşam kalitesini yukarıya taşıyacak bütünleşik bir yeşil alan planlamasının olmaması en önemli nedenler arasında sayılmaktadır.

Bursa'nın turizm kenti imajı rakiplerine ve çevresindeki illere göre daha zayıf görülmektedir. Değerleri ve turist sayıları bakımından yakın çevresi ile rekabetçi avantaja sahip olan ve pek çok potansiyel barındıran Bursa'nın, algısal olarak turizm kenti imajı çizemediği değerlendirilmektedir. Saha çalışmalarında Bursa'da olduğundan çok daha az sayıda turistik değere sahip illerde dahi turizm kenti imajının daha yerleşmiş olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, gidilmek istenen destinasyonlar arasında da Bursa bu illere göre geri planda kalmaktadır. Bu durum Bursa'nın turistik imajının geliştirilmesini önemli kılmaktadır.

Bursa'nın pahalı bir yer olduğu algısı bulunmaktadır. Saha araştırmalarında Bursa'nın turistik açıdan pahalı bir il olduğu algısının yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda Uludağ'daki tesislerin fiyatlarının yüksekliğinin etkisi olmasına karşın, kent merkezindeki tesisler ile butik oteller için de benzer değerlendirmenin yapıldığı görülmüştür.

Bursa'nın Osmanlı kenti imajının Orta Doğu pazarında karşılık bulmadığı belirtilmiştir. Paydaş değerlendirmelerinde, Bursa'nın tanıtımında Osmanlı kenti teması ile yapılan faaliyetlerin Orta Doğu ülkelerinden gelen ya da gelme potansiyeli bulunan turistler nezdinde cazip gelmediğinin deneyimlendiği belirtilmiştir. Bu pazarda Bursa'nın doğa ve eko-turizm temaları ile karşılık bulunduğu belirtilmiş, bu nedenle pazarlara göre tanıtım stratejilerinin değişim göstermesi ve esnek olması gerekliliği belirtilmiştir.

Bursa'nın Osmanlı ve kuruluş kimliği Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinde daha etkili karşılık bulmaktadır. Orta Doğu ülkelerine yönelik yapılan Osmanlı kenti temalı tanıtımlarda kayda değer bir karşılık alınmadığı belirtilmiştir. Buna karşın kültür turizmi için gelme potansiyeli görece yüksek olan Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerine yönelik olarak Osmanlı kimliğinin daha etkili olabileceği vurgulanmıştır. Tüm katılımcı süreçlerde bu kimlik kullanılırken medeniyetlerin mücadelesi hususunun iletişim süreçlerinde turizm odaklı ele alınmasının önemine değinilmiştir.

1.1.2. BÜTÜNLEYİCİ KİMLİK FAKTÖRLERİNE YÖNELİK TESPİTLER

Büyük oranda kabul görmüş olan Osmanlı ve kültür kenti imajının yanı sıra, yerleşmiş olan “Yeşil Bursa” kimliği ve Uludağ'ın özgün ekolojik nitelikleri Bursa için doğa temasının bütünleyici bir unsur olarak kullanımına olanak sağlamaktadır. Keles ve Orhaneli hattı boyunca yer alan doğal değerler, Karacabey Longoz Ormanları, Sadağı Kanyonu Tabiat Parkı ve Uludağ Bölgesi gibi özgün ve önemli doğal değerler Bursa'yı doğa turizmi ve eko-turizm açısından son derece önemli bir yere taşımaktadır. Saha çalışmaları ve paydaş değerlendirmelerinde kentin turizmde kültür varlıklarının bir bütün halinde öne çıktığının vurgulanmasına karşın, tek değer bazında Uludağ'ın baskın bir şekilde önde olduğu da görülmektedir. Yine saha çalışması bulguları Bursalılar ve yerli turist nezdinde Uludağ'ın marka değerinin görece baskın olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum Bursa kimliğinde ve markalaşmaya yönelik strateji tasarımında Uludağ başta olmak üzere ekolojik unsurların ön planda tutulması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Literatür taramaları kültürel ve doğal değerlerin turizmde bütünleşik olarak kullanıldığı başarılı örnekleri doğrulamaktadır. Buradan hareketle, doğal değerlerin Bursa kimliği için önemini vurgulanması ve yerleşmiş olan “Yeşil Bursa” kimliğinin yeni imajı desteklemesi beklentiler arasında yer almaktadır.

Bursa'ya ilişkin somut olmayan önemli bir kültürel imaj unsuru olarak huzur kavramı ön plana çıkmaktadır. Saha çalışması bulguları ve sektör temsilcilerinin değerlendirmeleri Bursa'nın kültürel mirası, manevi değerleri ve sahip olduğu doğal güzelliklerle birlikte, insanların belleklerinde huzuru ve dinginliği çağrıştırdığını göstermiştir. Sahip olduğu büyük sanayi altyapısı ve büyükşehir dinamizmine rağmen bu fikrin insanlarda oluşabiliyor olması, kentin pazarlama ve tanıtım stratejilerinde huzur kavramının değerlendirilebileceğini göstermektedir. Özellikle Bursa'nın kent çeperi ve ilçelerin sahip olduğu doğal ve ekolojik değerlerin bu bağlamda iletişim stratejisinin temel unsurları olabileceği düşünülmektedir.



Paydaş Görüşü: Bursa'ya bakınca hissettiğim ilk şey huzurdur. Bu şehir bana huzur veriyor.

Farklı kültürlere sahip insanların uzun yıllardır bir arada yaşadığı Bursa'nın bu kültür mozağını kent kimliğinde de vurgulayabileceği değerlendirilmektedir. Bursa uzun yıllardır, farklı kültürlerden insanların ve göçmen grupların birlikte yaşayabildiği ve bu bağlamda toleransın oldukça yüksek olduğu bir kent olarak tanımlanmaktadır. Yerel halkın yanı sıra Balkan göçmenlerinin, Anadolu'nun çeşitli yerlerinden gelenlerin bir arada olduğu bu harmoninin kent kültüründen gastronomik değerlere kadar kendisini gösterdiği tespiti söz konusudur. Bu kültürel çeşitliliğin kentin kimliğinde daha etkin vurgulanarak olumlu bir pazarlama unsuru olarak değerlendirilebileceği önerilmektedir.

Bursa'nın güçlü bir yönü olan geleneksel yöresel ürünlerinin kent kimliğinde yeterince değerlendirilmediği, bu unsurların imajı güçlendirebileceği vurgulanmaktadır. Bursa'nın marka bilinirliği oldukça yüksek olan yöresel ürünlerinin varlığı vurgulanmakta, buna karşın kent imajında ve turizmde yeterli önemi görmedikleri belirtilmektedir. Başta Bursa ipeği, havlusu ve Bursa bıçağı olmak üzere marka bilinirliği yüksek ve kaliteyi temsil eden birçok yöresel değer Bursa'nın kaliteye yönelik imajını destekleyebileceği paydaşlarca dile getirilmiştir. Bursa'nın geçmişten gelen meşhur yöresel değerleri olan ipekböcekçiliği ve Bursa ipeği, buna bağlı olarak havlu başta olmak üzere tekstil ürünleri ile Bursa bıçağı yöresinin en bilinen geleneksel değerleri olarak öne çıkarılmaktadır. Kentin tarihi ve kadim geleneklerine vurgu yapacak biçimde, bu tür geleneksel ürünlerin birer destekleyici imaj unsuru olarak kullanılabilirliği belirtilmektedir. Kalite algısının yanı sıra modern Bursa'nın gelişmiş endüstriyel altyapısına da referans verilecek şekilde, üretimin kentin kimliğindeki önemi bu perspektifle desteklenebilecektir.

Bursalılarda ve turizmcilerde Bursa mutfağının kent kimliğindeki etkisinin arttırılacağı bir konsept beklentisi bulunmaktadır. Bursa; İskender kebabı (Bursa kebabı), İnegöl köfte ve kestane şekeri gibi ülke çapında tanınırlığı oldukça yüksek gastronomi değerlerine sahiptir. Paydaş görüşmelerinde Bursa için geliştirilecek kimliğin; tarihi mekânlarda, geleneksel yöntemlerle, yüksek kalite ve lezzet vurgusuyla sunulan yiyecek - içecekler ile desteklenmesi beklenmektedir. Özellikle, saray mutfağı teması kullanılarak Bursa'nın birden fazla gastronomi değerinin tek konsept altında sunulabileceği belirtilmiştir. Bu şekilde bir kimlik çalışması ile tarihi kent merkezine olan ilginin arttırılabileceği ve Bursa mutfağına olan ilginin geliştirilebileceği vurgusu yapılmıştır. Diğer bir ifadeyle Bursa gastronomisinin kapsamlı bir yaklaşımla ele alınması ve kentin tarih ve **Osmanlı kenti imajı ile bütünlük** gösterecek biçimde konumlandırılması Bursa turizmi açısından önemli bir fark yaratabilecektir. "Anadolu'nun bin yıllık tabakları" gibi sloganlarla bu pazarlama stratejisinin ele alınabileceği önerisi getirilmiştir.

Termal su ve kaplıcalar ile özdeşleşmiş bir kent olan Bursa'nın bu yönünü kültürel ve tarihi değerleri ile birlikte daha etkin sunabileceği belirtilmektedir. Bursa'da kent merkezi başta olmak üzere il genelinde termal kaynaklar bulunmakta ve ilde tarihi kökleri bulunan bir hamam ve kaplıca

kültürü bulunmaktadır. Termal turizmin güçlü olduğu diğer pek çok destinasyonun aksine Bursa'da tarihi yapılar ve kaplıca kültürü termal turizm ile bütünleşmiştir. Bu haliyle diğer destinasyonlardan ayrılan Bursa'nın bu avantajını kimlik çalışmaları ve tanıtım stratejilerinde öne çıkarması öneriler arasında yer almıştır.

Termal su ve kaplıca kültürü Bursa'nın gelişen bir değeri olan sağlık turizmi ile birlikte ele alınması rekabetçi üstünlüğe olanak sağlayabilecektir. Bursa, çok sayıda tarihi kaplıcaya ve güçlü hamam kültürüne sahip bir destinasyon niteliğindedir. Kültür turizmi vurgusunun yanı sıra medikal turizmi de içeren sağlık turizmine yönelik olarak da termal suları ve kaplıcaları daha etkili değerlendirmek öneriler arasında yer almıştır. Yine Bursa'da güçlü bir altyapısı bulunan ve kaplıca geleneği ile uyum gösteren havlu, yöresel aromatik bakım ürünleri, yöresel sabun gibi temizlik ürünleri ve benzeri yöresel ürünlerde Bursa'nın bütüncül bir bakışla imajını güçlendirebileceği belirtilmektedir. Özellikle Bursa ipeğinin bu açıdan ele alınması ile sağlık turizminin tarihi ve kültürel bir referansının bulunduğu vurgusu güçlendirilebilecektir.

1.1.3. ALT DESTİNASYONLARIN İMAJA ETKİSİNE YÖNELİK TESPİTLER

Bursa'da farklı özellikleri ile öne çıkan pek çok alt destinasyon bulunmaktadır. Bursa kent merkezi ve Uludağ'ın baskın turistik profiline rağmen çevre ilçelerde ekolojik değerler, farklı tarih dönemleri için önemli somut ve soyut değerler, denizle ilişkili aktiviteler, tarımsal ürünler, özgün ve korunmuş yerel kültür unsurları ve deneyim turizmine yönelik faaliyetler ile büyük bir çeşitlilik söz konusudur. İde İznik Gölü ve çevresi, Gemlik Körfezi ve çevresi, Uludağ'ın güney kesimleri, Uluabat Gölü ve havzası ile İnegöl ve Yenişehir Ovaları gibi alt destinasyonlar özgün profile sahip olan alanlardır. Buradan hareketle Bursa için bir üst kimlik vurgusunun yanı sıra bu üst kimliği destekler nitelikte alt destinasyonların da kimliklerinin değerlendirilmesi öneriler arasında yer almıştır.

İznik'in, Bursa'nın üst marka imajı ile bütünlük içerisinde, Avrupalı turistler başta olmak üzere yabancı ziyaretçilere yönelik asli bir alt destinasyon olarak konumlandırılması ortak görüştür.

Saha çalışmaları ve paydaş değerlendirmelerinde, İznik'in Hristiyan tarihi için önemi göz önünde bulundurularak inanç turizmi yaklaşımı ile batılı turistlere yönelik önemli bir alt destinasyonu olarak markalaşabileceği belirtilmiştir. Bunun yanında İznik surları, İznik Tarihi Kenti, Roma Tiyatrosu ve Böcek Ayazma Kilisesi gibi değerleri ile birlikte bütünleşik bir kültür ve inanç turizmi rotası olarak değerlendirilebileceği vurgulanmıştır. Bu alt destinasyon kimliğinin Bursa markasını özellikle batılı turist nezdinde güçlendirebileceğine değinilmektedir. Algı araştırmaları bulguları yabancı turistler arasında Bursa'yı duymadığı halde İznik'i bilen kayda değer bir kitlenin varlığını göstermiştir. Doğru bir markalaşma ve iletişim stratejisiyle İznik'in Bursa'ya gelen yabancı turist sayısının artırılmasında önemli bir itici güç olacağı vurgulanmaktadır.

Irgandı köprüsü, kentin pazarlama ve tanıtım stratejisinde önemli rol oynayabilecek potansiyelde görülmektedir. Bursa'da Osmanlı mirası içerisinde en önemli değerlerinden olan Irgandı Köprüsü'nün Bursa'nın tanıtım stratejisinde daha önemli bir yer edinebileceği paydaşlar tarafından sıklıkla vurgulanmıştır. Avrupa'da benzeri yalnızca 4 adet bulunan bir köprü olmasına rağmen, Irgandı köprüsünün bilinirliği hem yurt içinde hem yurt dışında düşük seviyede görülmektedir. Kentin bir simgesi olarak kullanılmaya aday olarak görülen bu yapıyı ön plana çıkaracak stratejiler ile Bursa kimliğinin güçlenebileceği belirtilmektedir.

Özgün yapısı ile Gölyazı, Bursa kimliğini destekleyici bir alt destinasyon olarak öne çıkarılabilecek niteliktedir. Antik dönemden geç Osmanlı dönemine kadar kültürel unsurları yansıtan bir yöre olan Gölyazı, benzeri olmayan bir alt destinasyon olarak görülmektedir. Coğrafi yapısı, özgün kültürü, yaşam tarzı ve doğal değerleri ile birlikte Gözyazı'nın Bursa tanıtımında daha etkili kullanılması paydaşlar ve Bursalılar tarafından beklenmektedir.



Paydaş Görüşü: Kent turizminde son derece önemli bir rol oynayabilecek olan alt destinasyonlar arasında Gölyazı bölgesi yeterince değerlendirilememektedir.

Cumalıkızık başta olmak üzere Kızık Köyleri Osmanlı köy yaşantısını yansıtmaları bakımından Bursa kimliğinin bir bölümü olarak öne çıkartılabilecektir. Cumalıkızık köyü tipik bir Osmanlı köyü olarak pek çok film ve dizide değerlendirilmesinin yanı sıra tanınırlığı yüksek bir yöredir. Korunmuş yapısı ve konumunun kent merkezine yakınlığı da bir avantaj olarak görülen bu köylerin üst kimliğin bir bileşeni olarak değerlendirilmesi sıklıkla vurgulanmaktadır.

1.1.4. BURSA'NIN SİMGELERİNE YÖNELİK TESPİTLER

Bursa imajı için simgesel olarak Uludağ ve Ulucami en öne çıkan değerlerdir. Saha çalışmalarında ve paydaş değerlendirmelerinde Bursa'ya gitmiş ya da gitmemiş kişiler tarafından en bilinen değerler olarak Uludağ ve Ulucami ön plana çıkmaktadır. Bu değerleri takip eder şekilde, bir gastronomi değeri olan İskender kebab ve yöresel tarım ürünü olan şeftali yine ilin simgesel değerleri arasında görülmektedir.

Bursalılar nezdinde ilin simgeleri arasında görülen timsahın Bursa kültürü ile ilişkisi olmadığı, bu nedenle kent imajı unsuru olarak görülmemesi gerekliliği üzerinde mutabakat görülmektedir. Bursa'yı ifade eden simgesel değerler arasında üst sıralarda görülen timsah, Bursaspor ile özdeşleşmiş bir unsur olarak Bursalılar nezdinde kabul görmüş durumdadır. Bursasporlu futbolcular ile taraftarlar tarafından yapılan timsah yürüyüşünden ortaya çıkan ve zamanla Bursaspor ile özdeşleşip spor kompleksine dahi adını veren timsahın Bursa ili ve değerleriyle ilişkisinin simge olacak düzeyde olmadığına sıkça değinilmiştir. Saha çalışmalarında özellikle erkekler ve gençlerde akla gelen timsah figürünün yoğunluğu ve timsahın il kimliği ile de özdeşleşme eğilimi göze çarpmakta olmasına karşın katılımcı süreçlerde Bursa ile daha özdeş unsurların öne çıkartılması önerilmiştir.

İpek ve ipek böceği kozası ilin önemli simgeleri arasında ve Bursa kimliğini destekleyici bir unsur olarak görülmektedir. Özellikle tarihçi ve yazarlar tarafından uzun yıllar ipek endüstrisinin merkezi olan ve ipek yolunun önemli bir durağı olan Bursa'nın ipek ile özdeşleşmiş bir yerleşim olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle ipek, Bursa'nın simgesi ve üst kimlik unsuru olarak bütünleyici bir değer olarak ele alınabilecek potansiyelde görülmektedir.



Alıntı: Bursa iç ve dış pazar için ağır ve hafif ipekli kumaşlar (kemha, kadife, tafta ve atlas) ihraç eden önemli bir ipekli endüstri merkezi idi. 1502 tarihine doğu Bursa'da binden fazla ipekli tezgâhı çalışmaktaydı (İnalçık, 2009).



Alıntı: 1500'e doğru, Bursa'ya her yıl ortalama olarak beş altı İran kervanı geliyor ve bunlar, değeri bir milyon duka altını bulan en az 1.200 balya ipek getiriyordu (İnalçık, 2009).



Alıntı: İtalyan imalatçılar, enfes Bursa brokarlarını taklit ediyorlardı. Örneğin, 1500'lerde Bursa pazarında Hacı Ali Kadifesi diye bilinen bir çeşit çok popüler olmuştu (İnalçık, 2009).



Alıntı: Bursa ipeklileri doğuda da çok popülerdi. I. Selim Tebriz'i fethettiğinde Şah'ın hazinesinde Bursa kumaşından yapılmış 91 adet giysi bulmuştu (İnalçık, 2009).

İldeki tarım ürünleri kentin simgesi olabilecek potansiyelde görülmektedir. İlde köklü bir üretim geçmişine sahip olan ve yüksek tanınırlığa sahip armut, şeftali, siyah incir ve zeytin gibi tarım ürünlerinin Bursa kimliğini destekleyici simgeler olarak ele alınabileceği değerlendirilmiştir. Özellikle şeftali konusunda pek çok tarihçinin ve yazarın değerlendirmeleri söz konusu olmuştur.

1.1.5. PAZARLAMAYA VE TANITIM ARAÇLARINA YÖNELİK TESPİTLER

Bursa'ya gelenler için internet ve sosyal medya ile tanıtım tavsiyeleri öne çıkan araçlardır. Saha çalışmalarında Bursa'ya turistik amaçlarla gelmiş olanların ya da gelmek isteyenlerin bilgi edinme ve ili tanıma vasıtalarına yönelik sorulara verilen yanıtlarda internet ve sosyal medya büyük bir ağırlığa sahip olarak öne çıkmıştır. Özellikle yerli turist nezdinde gezi sayfalarının, seyahat bloglarının ve sosyal medya hesaplarının bu konuda etkili olduğu görülmektedir. Ayrıca, tanıdıkların tavsiyelerine istinaden gelenlerde de önemli bir pay görülmektedir. Bu değerlendirmeler öne çıkan bu platformlardan daha

profesyonel olarak yararlanma beklentisini ve diğer mecraları da etkinleştirme konusunda değerlendirmeleri ortaya çıkarmaktadır.

Yabancı turistler sosyal medya ve diğer dijital tanıtım platformlarında Bursa'yı yeterince görmediklerini belirtmektedir. Saha çalışmalarında tanıdık tavsiyeleri ile Bursa'ya gelenlerin ağırlıkta olmasının yanı sıra sosyal medya ve diğer dijital platformlarda Bursa'nın görünürlüğünün düşük olduğu tespitleri gözlemlenmiştir. Bu durumda farklı kitlelere yönelik dillerin de kullanılmadığı değerlendirildiği paydaşlar tarafından dile getirilmiştir.

Yabancı turistlere erişmek için gelen yabancıların memnun ayrılmalarının sağlanması önemli görülmektedir. Saha çalışmalarının yabancı turistlere yönelik anket uygulamalarında tanıdıklarının tavsiyelerine istinaden gelenlerin baskın olduğu görülmüştür. Bu araştırmalarda Bursa'ya daha önce gelmiş olan akraba ya da arkadaşların tavsiyesi ile gelme durumunun oldukça yaygın olduğu ve her 100 yabancı turistten 43'ünün bu şekilde Bursa'yı ziyaret ettiği ortaya konmuştur. Bu durum yabancı turist sayısının artırılmasında Bursa'ya gelmiş olan turistlerin memnun ve iyi anılarla ayrılmalarının sağlanması gereksinimini ön plana çıkarmaktadır.

İstanbulular başta olmak üzere yerli turistte paket turların ağırlığı yüksek seviyelerdedir. Saha çalışmalarında her ne kadar Bursa hakkında bilgi edinme konusunda ilk sıralarda yer almasa da, Bursa'yı ziyaret etme yöntemleri arasında seyahat acenteleri ya da benzeri araçlar tarafından sunulan paket turların yerli turist nezdinde ağırlığının yüksek olduğu görülmüştür.

Dijital platformların Bursa tanıtımında payının düşük olduğu değerlendirmesine karşın bu mecraların turistlere erişmede paylarının arttığı değerlendirildiği sözdür. Paydaş değerlendirmeleri son dönemde özellikle Avrupa ve Orta Doğulu turistlerde çevrimiçi kanallardan bilgi alarak ve işlemlerini gerçekleştirerek gelişlerin artmakta olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle en simgesel çekiciliklerin, şelale ve göl gibi doğal değerlerin ve alışveriş merkezlerinin bu yöntemlerle öğrenilmekte olduğu belirtilmiştir.

Bursalı turizmciler, dış pazarlara yönelik doğru ve etkin Bursa tanıtımının yapılmadığı, bu nedenle de ilin yeterince dışa açılmadığı değerlendirmesini yapmaktadır. Bursa'da turizmle ilgili faaliyet gösteren kurumlar ve sektör temsilcileri dış tanıtıma ayrılan kaynakların artması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bu tanıtım faaliyetlerinin ortak bir kimlik altında ve profesyonel bir şekilde yapılarak müşteriye güven verir nitelikte olmasını önemsemektedirler.

Tanıtımda yenilikçi yöntemlerin artırılması beklenmektedir. Turizm sektör temsilcileri başta olmak üzere paydaşlar tarafından fuar katılımı ve basılı tanıtım materyali dağıtımı gibi geleneksel tanıtım araçları yerine sosyal medya ve influencerlar gibi çevrimiçi tanıtım kanallarının daha etkili kullanımı beklenmektedir. Geleneksel tanıtım yöntemlerinin eskisi kadar etkili olmadığı, yeni trendlerin takip edilerek tanıtımın bu platformlar üzerinden yapılması şeklinde değerlendirmeler yapılmıştır.

Bursalı turizmciler hedef kitlelere göre farklılaştırılmış ve özelleştirilmiş tanıtım stratejileri ve yöntemleri önermektedirler. Bursa'ya farklı amaçlarla ve farklı coğrafyalardan turistlerin geldiği

görülmektedir. Bu farklılaşmaya örnek olarak başta Avrupalı ve Amerikalı turistler olmak üzere batılı turistlerin özellikle tarihi kent merkezi ile ilgilendiği ve Bursa'ya özgü kaliteli ipek, havlu ve bıçak gibi ürünlere odaklandığı belirtilmektedir. Buna karşın Ortadoğulu turistler nezdinde Uludağ başta olmak üzere doğal çekicilikler ve kent çeperindeki alışveriş merkezlerinin ilginin odağını teşkil ettiği dile getirilmektedir. Bu ve benzeri örnekler çerçevesinde farklı kitleler için farklı tanıtım yöntemleri benimsenmesi gerektiği konusunda bir fikir birliği görülmektedir. Bunun için de hedef pazarların profillerinin detaylandırılması ve stratejilerin çeşitlendirilmesi beklenmektedir.

Bursa turizmi için hikâyeler geliştirilmesi ve Bursa'nın bir hikâye ile tanıtılması beklenmektedir. Turizm sektörü başta olmak üzere paydaşlar nezdinde yurt içi ve dışı tanıtımda kullanmak üzere Bursa'nın kültürünü, tarihini, doğasını ve diğer soyut ve somut unsurlarını içeren hikâyelerin oluşturulması ve tanıtımın bu hikâyelerle yapılması önemsenmektedir.

Bursa'nın değerleri ve öncelikleri ile uyuşan etkinliklerin turizm ve tanıtıma katkı sağladığı belirtilmektedir. Bursa'da Büyükşehir Belediyesi ve Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği iş birliğinde düzenlenen Bursa Gastronomi Festivali'nin ilin gastronomisi için büyük fayda sağladığı paydaşlar tarafından belirtilmiştir. Bu ve bunun gibi etkinliklerin profesyonel olarak gerçekleştirilmesinin il turizmi ve tanınırlığı açısından faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

Uludağ'da turizmi yıl geneline yaymak için uluslararası etkinliklerin fayda sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Kış sezonu dışında doğa turizmi başta olmak üzere hareketlilik sürse de mevsimler arası farklılıkların giderilmesinin ekonomiye katkı sağlayabileceği görüşü paydaşlar nezdinde sabittir. Bu nedenle uzun zamandır uluslararası büyük ölçekli bir etkinlik düzenlenmediği belirtilen Uludağ'da yaz ve sonbahar dönemi başta olmak üzere kapsamlı etkinliklerin gerçekleştirilmesinin doluluk oranlarını arttırabileceği değerlendirilmesi yapılmaktadır.

Ulaşımın kolaylaşması ile artan İstanbul'dan gününbirlik gelişlerin konaklamaya çevrilmesi önemli görülmektedir. Paydaşlar tarafından Osmangazi Köprüsü ve otoyol yatırımları ile İstanbul'dan sabah gelip akşam dönen kitlede artış olduğu değerlendirilmiştir. Benzer şekilde İzmir ve çevresinden de bir hareketlilik beklentisi söz konusudur. Bu şekilde Bursa'ya gününbirlik gelenlerin konaklatılması gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu kapsamda karayolu ile gelen ve gelebilecek kitle için ildeki çekiciliklerinin tanıtımının güçlendirilmesi önerisi yapılmıştır.

Bursalı aşçıların Bursa'yı tanıtmakta olduğu tespiti bulunmakta ve Bursa mutfağının tanıtımı için yenilikçi yöntemler kullanılması önerisi getirilmektedir. Bursalı aşçıların profesyonel şekilde ve markalaşmış ürünler ile çalışıyor olmasının başlıca bir turistik değeri vurguladığı paydaşlar tarafından belirtilmektedir. Bu durumun başlı başına bir turistik çaba olduğu ve ilin tanıtımı açısından önemli görüldüğü dile getirilmektedir. Buradan hareketle Bursa mutfağının markalaşması ve etkili bir şekilde tüm bileşenleri ile tanıtılması turizm ve ilin imajı açısından kritik görülmektedir. Yerel mutfakların tanıtımı için yenilikçi yöntemlerin denenebileceği; buna örnek olarak yıldız aşçılarla iş birliği yapılabileceği, sosyal medya tanıtımlarının artabileceği, geleneksel kitle iletişim araçlarında görünürlüğün arttırılabileceği ve halkın gönüllü Bursa mutfağı elçisi olarak görev almaları gibi öneriler getirilmektedir.



Slogan Önerisi: Osmanlı mutfağının ilk tohumlarının atıldığı yer.

Slogan Önerisi: Anadolu'nun bin yıllık tabakları.

Bursa'nın sanayi kenti kimliğinin turizme ve imaja yönelik doğru kullanımının fayda sağlayabileceği düşünülmektedir. Ülkenin en önemli sanayi merkezlerinden birisi olan Bursa'nın bu yapısıyla turizm kimliğiyle çelişebileceği değerlendirilmesine rastlanmaktadır. Buna karşın, sanayi kenti kimliğinin Bursa'nın ana kimliğini destekleyici nitelikte ele alınmasının fayda sağlayabileceğini düşünen bir kesim bulunmaktadır. Bu şekilde Bursa'da temiz üretim ve çevre dostu sanayi faaliyetlerinin desteklenmesi ve Bursa'ya sanayi ile ilgili olarak gelen iş insanlarının turizme katılımlarının sağlanmasına yönelik stratejiler geliştirilmesi beklentisi bulunmaktadır. Bursa'da en az bir gece konaklayan iş insanlarının taleplerine karşılık verecek turizm ve hizmet sektörünün geliştirilmesinin doğrudan ve dolaylı olarak Bursa turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu anlamda sektörel iş birlikleri konusunda olanakların araştırılması önerileri getirilmiştir.

1.2. TEMALAR VE HEDEF KİTLELER

Bursa'nın turizmde odak alınacak temaları ve hedef kitlelerin etkin şekilde saptanması için ve bu tema ile pazarlara yönelik doğru stratejilerin oluşturulması adına yapılan tespitler "temalar ve hedef kitleler" başlığında bir araya getirilmiştir. Bu tespitler "temalar", "iç ve dış pazara yönelik genel tespitler", "Avrupa ve Asya" ve "Orta Doğu" için tespitler olarak ayrıştırılmıştır.

1.2.1. TEMALARA YÖNELİK TESPİTLER

Bursa'nın en belirgin turizm temaları kültür ve doğa turizmine yönelik aktivitelerden oluşmaktadır. Saha araştırmalarına ait bulgular Bursa'da kültür ve doğa turizmine yönelik değerlerin, çekiciliklerin ve aktivitelerin en belirgin olanları oluşturduğunu göstermektedir. Kayıtlı tarihin hemen her dönemine ait yansımaları sahip olan ve Uludağ başta olmak üzere çok çeşitli doğal değerleri barındıran Bursa bu temalar ile öne çıkmaktadır.

Destekleyici temalar arasında sağlık turizmi, gastronomi turizmi, spor turizmi, kongre ve fuar turizmi, deniz turizmi ve eko-turizm öne çıkan alanlardır. Saha çalışması bulguları kültür ve doğa turizmi değerlerinin yanı sıra sağlık turizmi, gastronomi turizmi, spor turizmi, kongre ve fuar turizmi, deniz turizmi ve eko-turizm ikincil temalar olarak öne çıkarmaktadır. Bu durum turizm kapsamında değerlendirilebilecek temaların büyük çoğunluğunun Bursa'da kendisine olanak bulabildiğini göstermektedir.



Paydaş Görüşü: Bursa'da her şey var ama hiçbir şey tam değildir.

Medikal turizm kentin ekonomi büyüklüğü düşünüldüğünde yeterince değerlendirilmemiş bir fırsat alanıdır. Bursa, özellikle Körfez ülkelerine yönelik hasta bakımı ve genel sağlık hizmetleri

alanında önemli bir hizmet merkezi görünümündedir. Buna karşın, sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren paydaşlar tarafından Bursa'nın Türkiye'ye gelen sağlık turisti potansiyelinden yeterince pay alamadığı değerlendirilmiştir. Yeni ulaşım yatırımlarıyla artan kentin erişilebilirliğinin arttığı ve büyük kentlere olan yakınlığı düşünüldüğünde bu alanda iyileştirilmeye değer çok nokta bulunduğu değerlendirilmektedir.

Bursa'nın sağlık turizmi pazarını büyütmek için mevcut pazarlara daha etkin yaklaşım ve yeni pazarlara yönelik tanıtım faaliyetleri önemsenmektedir. Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren paydaşlar tarafından Bursa'ya tedavi ve operasyon için gelenlerin büyük çoğunluğunun Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinden olduğu ifade edilmektedir. Bu pazarlardan gelenlerin artması ve daha katma değerli hizmetlerin sunulması için özel çalışmalar yapılmasında fayda görenlerin sayısı yüksektir. Öte yandan, çeşitli pazarların bakir olduğu ve etkili bir tanıtımla Bursa sağlık turizmi pazarına katılımlarının sağlanabileceği konusunda değerlendirmeler bulunmaktadır. Sağlık hizmetlerinin pahalı olduğu ya da sağlık altyapısının yetersiz olduğu ülkelere odaklanma bu açıdan önceliklendirilmektedir. Bu çerçevede; Kazakistan, Gürcistan, Rusya gibi ülkeler sağlık altyapısının görece yetersiz olduğu, İskandinav ülkeleri, ise sağlık hizmetlerinde maliyetlerin yüksek olduğu ülkeler olmaları bakımından değerlendirilebilecek pazarlar olarak görülmektedir.

Bursa'nın bir gastronomi turizmi destinasyonu olarak gelişim potansiyeli taşıdığı, bu potansiyelin yerel kültür ve mimari öğelerle ele alınması halinde özgünlüğünün ve etkisinin artabileceği düşünülmektedir. Bursa mutfağını Osmanlı ve Saray Mutfağı kavramları ile özdeşleştiren fikirlerin bulunduğu Bursa'da bu değerlerin yerel kültür ve mimari öğeler ile birlikte pazarlanması halinde daha etkili bir sonuç doğabileceği değerlendirilmiştir. Bursa mutfağını bütüncül olarak ele alan ve pazarlayan bir yaklaşımla Bursa turizminin gelişiminin ve genel imajın güçlenmesinin ivmeleneceği değerlendirilmiştir.



Misi'yi ziyaret eden ünlü gurmeler, yemek yazarları, gazeteciler, aşçılar, sanatçılar Misili kadınlarla kırdı topladıkları otlarla yerel yemekler pişirdikten ve yemeklerin tadına baktıktan sonra, sonra yazılarında Misi'yi anlatmaktadır (Gedik, 2017).

Uludağ'ın kış turizminin yanında spor ve kongre turizmi için de önemli bir merkez olabileceği belirtilmektedir. Uludağ'da ağırlıklı olarak kış sezonunda turizm faaliyetleri yapıyor olması, odak grup toplantıları katılımcılarının önemli bir kısmı tarafından bir sorun olarak belirtilmiştir. Alternatif olarak özellikle spor ve kongre turizminin, Uludağ'ın potansiyeli düşünüldüğünde, yüksek karlılık ve turizm hareketliliği getirecek alanlar olduğu ifade edilmektedir.

Uludağ'ın güneyindeki ilçelerde doğa turizmi ve eko-turizmde değerlendirilebilecek pek çok değer bulunmaktadır. Uludağ'ın güney kesiminde kalan Orhaneli, Büyükorhan, Harmancık ve Keles ilçelerine bağlı yerleşimlerde Yörük ve Türkmen kültürünün de etkisiyle pek çok yöresel soyut değer, yiyecek ve içecek bulunduğu belirtilmiştir. Yörenin keşfedilmemiş olmasının turizm gelişimi açısından bir avantaj olduğu vurgusu yapılmakta ve Bursa turizminde paylarının artırılması yönünde beklentiler dile

getirilmektedir. Ayrıca, bu bölgede doğa sporları gelişimine uygun pek çok bakir alan bulunduğu ifade edilmektedir.

Doğa ve spor turizmi türlerine yönelik uluslararası yarışma ve etkinliklerin turizm faaliyetlerine fayda sağlayacağı belirtilmektedir. Bursa'da doğa turizmi ve doğa sporları kapsamında değerlendirilebilecek aktiviteler için ulusal ve uluslararası etkinlik ve yarışmaların düzenlenmesi önerilmektedir. Özellikle trekking, dağcılık, oryantiring, bisiklet ve motor sporları dallarında potansiyelin bulunduğu ve bu dallardaki etkinliklerin özendirilmesi önerilmektedir.

1.2.2. İÇ VE DIŞ PAZARA YÖNELİK GENEL TESPİTLER

Pazarlama faaliyetleri için iç ve dış pazarda segmentler belirlenmeli ve bu segmentlere yönelik farklı mesajlar verilmelidir. Bursa'ya gelen turistlerde Orta Doğu ve Körfez ülkelerinin baskın olduğu görülmekte olmasına karşın ilin halen bir batılı turist destinasyonu olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, iç turizmde de kayda değer bir gelişme eğilimi görülmektedir. Uzak Doğu ülkelerinden gelen turistlerdeki artış da değerlendirildiğinde Bursa'nın çok geniş bir kitleye hitap ettiği görülmektedir. Buradan hareketle ildeki değerlerin ortak Bursa kimliği altında her bir turist segmentinin beklentilerine hitap eder şekilde tanıtılması beklentisi bulunmaktadır. Bu segment bazlı tanıtım ve pazarlama için çekicilikleri, yöresel ürünleri, etkinlikleri ve konaklama türü farklılaşmalarını içeren örnek ve paket turların oluşturulması paydaşlar nezdinde beklentiler arasındadır.

Segment bazlı pazarlama için kentin turistik simgeleri kentin turizmde sahip olduğu çok yönlülük ve stratejik esnekliğe uygun şekilde farklılaşmalıdır. Bursa'nın sahip olduğu çok sayıda öncü turistik değerlerin varlığı üst bir kimlik kurgusu açısından sorunsal olarak dile getirilmiş olsa da segment bazlı tanıtım ve pazarlama için bir avantaj olarak değerlendirilmektedir. Katılımcı süreçlerde sıklıkla dile getirildiği üzere Orta Doğu coğrafyası için Uludağ ve doğal turizm değerleri ana pazarlama simgeleri olabilecekken, Avrupa için Osmanlı'nın mimari mirası ve İznik'in sembolik değerleri üzerine kurulabileceği gibi örnekler mevcuttur.



Paydaş Görüşü: Bursa çok kültürlü, çok temalı ve dönemsellikleri dikkate alan bir programla birlikte tek bir hedef kitleye odaklanmayan geniş bir turist kitlesine hitap edebilir.

Yabancı turist için öncelikli bir turizm destinasyonu olan İstanbul ile etkileşimi arttırarak buradaki ziyaretçilerin Bursa'ya gelmeleri sağlanabilecektir. Bursa'nın en güçlü gösterildiği nitelikleri arasında İstanbul ile güçlü ulaşım bağlantılarına sahip olması gelmektedir. Yeni yapılan bağlantı yolları ile bu bağ daha da güçlenmiştir. İstanbul'da bulunan seyahat acenteleri ile planlanacak entegre tur paketleri sayesinde Bursa'nın yabancı turist profili çeşitlendirilebilir şeklindeki görüşler yaygın olarak dile getirilmektedir.

Yurt içi turizm pazarına yönelik olarak Osmanlı ve kuruluş gibi kültürle ilgili temaların asli, diğer değerlerin destekleyici unsurlar olarak tanıtılması önerilmektedir. Paydaşlar tarafından yurt içi turizm pazarına yönelik yapılacak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde Bursa'nın öncelikli marka

konumlandırılmasının Osmanlı Kenti konsepti üzerine planlanması gerekliliği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, Bursa'nın turizmde sahip olduğu çeşitlilik ve turizmin farklı türlerine ev sahipliği yapıyor olması ve çeşitliliği turizmde vurgulanması gereken noktalardan birisi olarak gösterilmektedir. Osmanlı kimliğine dayalı bir kültür ve tarih turizmi mesajının yanında gastronomi, doğa ve kaplıca turizmi başta olmak üzere Bursa'nın alternatif turizm değerlerinin de tanıtımının planlanması beklenmektedir.

Gençler ve yüksek eğitim düzeyindeki kitlelerin Bursa'nın turistik değerleri ile daha yakından ilgilenebilecek kesimler olduğu değerlendirilmektedir. Saha çalışmalarında kültür ve tarihi ile öne çıkan Bursa'nın yurt içinde gençler, eğitilmiş kesim ve kadın nüfus arasında daha merak uyandırdığı izlenimi edinilmiştir. Bu nedenle, bu kitlelere yönelik mesajların verilmesinde fayda görüldüğü değerlendirilmiş ve bu segmente özel pazarlama olanaklarının araştırılması önerilmiştir.

Hem yerli ve hem de yabancı gençlerde deneyim ve etkinlik arayışı göze çarpmaktadır. Literatür taramaları ve bunla örtüşen saha çalışmaları dünya genelinde genç nüfusun yöresel unsurlarla uyumlu etkinlik ve deneyim arayışında olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle Uzak Doğu pazarında bu durum daha hızlı yaygınlaşma eğilimindedir. Yakın çevresinde (İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Sakarya, Balıkesir, Manisa, Eskişehir gibi) yoğun bir genç nüfus yerleşik olan Bursa'nın çeşitli aktivite sunumları ve deneyimleme olanakları ile gençler için daha tercih edilir bir yer olma potansiyeli yüksek görülmektedir. Ayrıca, özellikle gece hayatı ve akşam saatleri için etkinlik olanaklarının bunu destekler nitelikte ele alınması halinde etkiyi artırmaktadır.

Bursa'ya gelen sanayici ve iş insanlarının Bursa'da konaklama sürelerini artırmak amaçlı eğlence turizmi Bursa için önemli bir seçenektir. Bursa'daki gelişmiş sanayi altyapısının getirdiği endüstri ilişkileri sonucunda, kentte önemli bir ticari faaliyet hareketliliği bulunmaktadır. Bu sebeplerle Bursa'ya seyahat eden yerli ve yabancı iş insanlarını ve ailelerini Bursa'da birkaç gün daha konaklatmak amaçlı eğlence turizminin iyileştirilmesi ve sunulacak faaliyetlerde bir çeşitlilik yaratılması önemsenmektedir.

Bursa'ya kültür turizmi için gelen yabancı turist sayısı gerekenden düşük seviyede görülmektedir. Bursa'ya kış sporları, doğa turizmi, sağlık turizmi ve diğer aktiviteler için gelen yabancı turist sayısının görece yüksek olmasına karşın, önemli bir kültür ve tarih destinasyonu olan Bursa'ya bu birincil amaçla gelen yabancı sayısının düşüklüğü değerlendirilmez paydaşlarca yapılmaktadır. Bu anlamda büyük potansiyele sahip olduğu değerlendirilen Bursa'nın tanıtım ve pazarlamada bu konuyu dikkate alması önerilmektedir.

1.2.3. AVRUPA VE ASYA PAZARINA YÖNELİK TESPİTLER

Bursa'nın Osmanlı ve kuruluş kimliği, kültür turizmine daha açık olan Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinde etkili bir tanıtım aracı olabilecektir. Bursa'da öncelikli Osmanlı kenti kimliğinin Orta Doğu ülkelerinde kayda değer bir karşılığının bulunmadığı sektör temsilcilerinin deneyimleri ile ortaya konmuştur. Diğer taraftan kültür turizminin daha çok Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerine yönelik bir çekim unsuru olduğu konusunda bir görüş birliği bulunmaktadır. Bu anlamda Bursa'nın Osmanlı kimliği ve kültürel miras birikiminin etki yaratabileceği değerlendirilmektedir.

Avrupa ülkelerine yönelik olası Osmanlı teması stratejisi, önyargıya sebep olmamak üzere hassasiyetlere karşı duyarlı planlanmalıdır. Tarih boyunca siyasi çekişmeler ve savaşlardan ötürü Avrupa'da turistler nezdinde Osmanlı temalı markalaşma faaliyetlerinin tarafsız olması gerektiği vurgusu turizmciler tarafından yapılmıştır. Milli değerlerin iç turizmde, Osmanlı ve diğer medeniyetlerin kent kimliğine yansımalarının dış turizmde vurgulanmasında turistik açıdan fayda görülmektedir. Bu anlamda İznik'in kritik ve belirleyici bir rol oynama potansiyeli vurgulanmaktadır. İznik'in mistik ve manevi anlamına ağırlık veren bir tanıtım stratejisi Avrupa ülkeleri için etki yaratabileceği gibi Uzak Doğu ülkeleri için de bir çekim unsuru olabileceği görünümündedir.

İznik, Hıristiyan dünyası için önemli bir değerdir ve başta Avrupa olmak üzere dış pazarda önemli bir pazarlama unsuru olabilecektir. İznik Konsülü ve Bazilika başta olmak üzere İznik'in Hıristiyan dünyası için tarihi önemi Bursa'yı Türkiye'deki diğer illerden ayıran başlıca farklılıklar arasında yer almaktadır. Bu bakımdan batı dünyası için İznik tanıtımının öne çıkartılması hakkında görüşler yaygındır.

Kaplıca ve sağlık turizmi standartlarının Avrupa ülkelerinin sağlık turizmi standartlarına yükseltilmesi beklenmektedir. Avrupa ülkelerinde artan yaşlılığa bağlı olarak termal tedavinin sosyal güvenlik kapsamına alındığı ve belirli ülkelerde vatandaşlara bu tür hizmetler için geri ödeme yapıldığına değinilmiştir. Bu kapsamda Bursa'daki termal ve kaplıca hizmetlerinin başta bu ülkeler olmak üzere Avrupa ülkelerinde tanıtılmasının etkili geri dönüşlere olanak sağlayacağı belirtilmiştir. Standartların bu pazarlara uygun hale getirilmesi için de hijyen, hizmet kalitesi ve mineral değerler ile iyileştirici etkilerin raporlanması beklenmektedir.

Bursa'yı Avrupalı turist profili için daha çekici kılmak adına, özellikle eğlence turizmi odaklı altyapının iyileştirilmesi önerilmektedir. Kültür, tarih, doğa ya da farklı bir turizm aktivitesi için Bursa'ya gelmiş olan Avrupalı turistler nezdinde özellikle gün batımı sonrasında yapılacak etkinlik alternatiflerinin oldukça sınırlı olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda Bursa'da özellikle batılı turistlere hitap edecek eğlence mekân ve faaliyetlerinin artırılmasının bu kitlenin Bursa'da konaklama süresini uzatacak öncelikli unsurlar olduğuna değinilmektedir.

Asyalı turist farklı deneyimler yaşamak beklentisindedir. Çin, Japonya, Güney Kore gibi ülkelerden gelen ya da gelmesi istenen Asyalı turistlerin çevreyi görmekten ziyade farklı deneyimler yaşama arayışında oldukları literatür taraması ve paydaş değerlendirmelerinde sabit görülmektedir. Bu pazarlardan daha etkin yararlanmak adına bu kitleler için uygun deneyim alanlarının sayılarının artması ve mevcut aktivite alanlarının tanıtılmalarının önemi vurgulanmaktadır.

Uzak Doğulu turist mobil ödeme uygulamaları ve dijital bilgi erişimi arayışındadır. Çin başta olmak üzere Uzak Doğulu turistlerin deneyim ve yerel kültüre ağırlık veren yapıları sabit görüştür. Bu turist profilinin kendilerine has mobil uygulamalar üzerinden ödeme yaptıkları ve kendi dillerinde detaylı bilgiye erişimi önceliklendirdikleri literatür taramaları ve paydaş değerlendirmelerinde görülmüştür. Bu nedenle Uzak Doğulu turistler için dijital platformların zenginleştirilmesi ve yerel turizmcilerin bu konuda bilgi sahibi edilmeleri önemlidir.

1.2.4. ORTA DOĞU PAZARINA YÖNELİK TESPİTLER

Orta Doğu pazarı için yeşil ve doğa etkili karşılık görebilecek başlıca temadır. Saha çalışmalarında Orta Doğu turizm pazarında Osmanlı ve İslam temalarının büyük bir turistik karşılık bulamadığı görülürken; yeşil, doğa ve termal gibi temaların daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, alışveriş konusundaki eğilim hakkında görüş birliği bulunmaktadır.

Orta Doğulu turist tarihi merkeze ve yerel marka ürünlere rağbet göstermemektedir. Bursa'ya gelen Orta Doğu ülkeleri kökenli turistlerin ağırlıklı olarak doğal değerlerin bulunduğu noktalar ile alışveriş merkezlerini tercih ettikleri görülmektedir. Uludağ ve kentin çeperlerindeki doğa turizmi unsurları bu grup için öncelikli ziyaret sebepleri arasındadır.

Orta Doğulu turistlerce ilde yapılacak farklı aktiviteler sorulmaktadır. İlde Orta Doğulu turistlerin doğal destinasyonları gezme ve alışveriş yapma gibi faaliyetlerin yanı sıra kaldıkları süre zarfında yapacakları alternatif aktiviteleri sorma eğiliminde de oldukları belirtilmiştir.

Uludağ'da kış harici sezon Orta Doğulu turist için daha etkili değerlendirilebilecektir. Kültür ve kış sporları ile Bursa'ya çekilemeyen Orta Doğulu turistlere yönelik olarak Uludağ başta olmak üzere yeşil ağırlıklı ve doğa turizmi değerlerine sahip bölgelerin kış harici sezonlar için daha etkili değerlendirilmesi gerektiği paydaşlar tarafından belirtilmektedir.

Orta Doğulu turistin tarihi merkeze çekilmesi için çalışmalar yapılması halinde karşılık görülebileceği değerlendirilmektedir. Özellikle alışveriş merkezlerini tercih eden Orta Doğulu turistin tarihi merkezdeki çarşılarla daha etkili çekilmesi için algı ve tanıtım çalışmaları yapılması halinde bu turistlerin bu bölgeye de çekilebileceği konusunda fikirler bulunmaktadır. Özellikle, hanlar bölgesinde alışveriş konusunda bu turistlerin daha etkili olabilecekleri düşünülmektedir.

1.3. DEĞERLER VE ÇEKİCİLİKLERE İLİŞKİN TESPİTLER

Bursa'nın markalaşmaya yönelik stratejilerinde somut ve soyut değerlerinin rollerine ilişkin doneler "değerler ve çekiciliklere ilişkin tespitler" başlığı altında ele alınmıştır. Bu çerçevede, "değerlere yönelik genel değerlendirmeler" in yanı sıra "kültürel değerler", "doğal değerler", "yöresel ürünler" ve "soyut değerler" ile ilgili tespitler ayrı ayrı sentezlenmiştir.

1.3.1. DEĞERLERE YÖNELİK GENEL DEĞERLENDİRMELER

Bursa'nın turistik değerlerinin detayları hakkında bilgi düzeyi düşük seviyededir. Saha çalışmaları Bursa'daki turistik kültürel, doğal ve soyut değerlerin ismen büyük oranda bilinir olmasına rağmen detayları ve arka planları hakkında bilgi düzeyinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır.

Bursa ağırlıklı olarak kültürü ve tarihi değerleri için ziyaret edilen bir destinasyondur. Bursa'ya iş seyahati harici ve kış sporları dışında gelen turistlerin ağırlığının kültürel ve tarihi değerleri için gelenlerden oluştuğu saha araştırmaları ile tespit edilmiş ve paydaşlar tarafından doğrulanmıştır. Kış döneminde kış sporları için gelenlerin sayısal olarak yüksek olmasına karşın yıl geneline bakıldığında kültür ve tarih temalı değerlerin Bursa'ya gelişlerde öncelikli gerekçe olduğu görülmektedir.



Paydaş Görüşü: Bursa'yı diğer destinasyonlardan farklılaştıracak, farklı doğa, spor, inanç, sağlık, kültür turizmi ve diğer sınıai sektörlerinin sunduklarını tarım ve gıda potansiyeliyle birleştiren bir tanıtımla önemli bir destinasyon yapmak mümkün olabilir.

Kent merkezi ve Uludağ'ın yanı sıra sahil ilçeleri turizmde öne çıkmaktadır. İlde Osmangazi ve Nilüfer ilçelerinin konaklamaların büyük çoğunluğuna ev sahipliği yapması turizm hareketliliğinde bu yörenin ağırlık merkezi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, İnegöl'de yoğun bir yerli turizm konaklaması göze çarpmaktadır. İş turizmi ayrı tutulduğunda turistik hareketliliğin yine kent merkezi ve Uludağ'da yoğunlaştığı görülmektedir. Bu bölgelerin yanı sıra sahil yerleşimleri olan Mudanya ve Gemlik ilçelerinin merkez ilçeleri takip ettiği görülmektedir. Buradaki deniz, doğa ve kültür turizmi faaliyetlerinin varlığı, il geneli içerisinde sahil kesimini turizmde ikincil alt destinasyon olarak öne çıkarmaktadır.

Turizmin kent merkezi ve Uludağ'dan çepere yayılma potansiyeli bulunmaktadır. İldeki turistik değerlerin kent merkezindeki ilçelerde yoğunlaşmış olmasına karşın ayrı ayrı önemli potansiyel barındıran değerlerin ilçelere yayıldığı değerlendirildiği paydaşlarca yapılmaktadır. Gemlik, Mudanya ve Karacabey'de denize dayalı turizm faaliyetleri ve bunun yanı sıra doğa ve kültür turizmi olanakları, İznik'te kültür turizmi ve Orhangazi ile birlikte doğa turizmi, Uludağ'ın güneyinde ve merkezin batı ve doğusunda kalan ilçelerde ise eko-turizm ve doğa turizmi konusunda gelişim potansiyeli bulunduğu paydaşlarca belirtilmektedir.



Paydaş Görüşü: Hem denize, hem dağa 30 dakikada ulaşabildiğiniz nadir yerlerden biri Bursa'dır.

Yerli otomobilin Bursa'da üretilecek olması, Bursa'ya olumlu bir imaj sağlayacaktır. Bursa'nın kadim kimliği ve kültürel birikimi ile yenilikçi ve geleceğe dönük vizyonunu birleştirecek bir tanıtım unsuru olarak yerli otomobil, odak grup katılımcılarına göre, önemli bir fırsat alanı sunmaktadır. Bursa'nın tarihi mekânlarında yerli otomobil ile ilgili sergi ve etkinlikler düzenlenerek geçmişle geleceği birleştiren kent algısı oluşturulabileceğine değinilmiştir.

Bursa'nın doğal değerleri içerisinde "su" ile ilgili olanlar ağırlıktadır. İlde sayı olarak kültür varlıklarına göre az olan, ancak ölçek açısından büyük ve değerler bütünü niteliğinde olan Uludağ başta olmak üzere pek çok doğal değer bulunmaktadır. Bu değerlerin ortak özellikleri arasında su ile ilişkili olmaları göze çarpmaktadır. Akarsu ve su yüzeyleri, şelaleler, göl ve göletler, kar yüzeyleri, sahil ve denize dayalı değerler, jeotermal kaynaklar, baskın doğal değerlere sahip olan Bursa'da "su" temasını öne çıkarmaktadır.

Uludağ'ın güneyindeki ilçelerin değerlerinin bilinme düzeyi düşük seviyelerdedir. Orhaneli, Büyükorhan ve Keles gibi Uludağ'ın güneyinde yer alan ilçelerdeki değerlerin bilinme düzeyleri diğer ilçelere göre düşük seviyededir. Bu ilçelerde bulunan antik yerleşimler, kanyonlar, yerel gelenekler, şelaleler ve kaplıcalar önemli turistik potansiyele sahip olmalarına rağmen Bursa'da yaşayanlarda dahi düşük bilinirlik düzeyine sahiptir.

Bursa'daki turizmciler kırsaldaki değerler hakkında yeterli bilgiye sahip değildir. Değerlendirme toplantıları ve anket uygulamaları turizm profesyonellerinin kent merkezi ve il genelindeki değerlerle ilgili yüksek bilgi düzeyine sahip olduğunu teyit etmiştir. Buna karşın, Uludağ güneyinde kalan ilçeler başta olmak üzere çeper yörelerde yer alan kültürel ve doğal değerlere ilişkin aynı durum söz konusu değildir.

1.3.2. KÜLTÜREL DEĞERLERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

Bursa, nicelik olarak kültürel değerlerin öne çıktığı bir destinasyondur. Pek çok doğal, kültürel ve soyut değere sahip olan Bursa, değerler haritası çalışmasında göze çarptığı şekliyle kültürel değerlerin yoğunluğu nedeniyle baskın karakteristik açısından kültür destinasyonu olarak tanımlanabilecektir.

Bursa halkı ve turizmcileri, Bursa'daki kültür varlıklarının iyi korunduğu düşünülmele birlikte koruma yatırımlarının artmasını beklemektedir. Bursa genelinde yer alan kültür mirası unsurlarının genel olarak kamu ve yerel yönetimler tarafından iyi bir şekilde korunmakta olduğu algısı hem halkta hem turizmciler arasında yaygındır. Bu olumlu durumun yanında ilde henüz restorasyonu yapılmamış, atıl durumda olan ya da koruma faaliyetlerinin geliştirilebileceği düşünülen kültür varlıkları için koruma ve kullanma çabalarının yaygınlaşmasına dair bir beklenti de söz konusudur.

İncil sayısının 4'e indirildiği yer olan İznik'teki bazilika dünya kültürü açısından çok önemli bir yer niteliğindedir. Nicaea kenti Hristiyanlık tarihi başta olmak üzere dünya kültür mirası bakımından önemli bir alan olarak kabul edilmektedir. Bu yörenin fiziki altyapısı ve tanınırlığının sağlanmasının turizm açısından faydalı olacağı tüm kesimler tarafından mutabık kalınan bir değerlendirmedir.

Bursa'da bulunan Osmanlı'daki ilk tıp fakültesi (darüşşifa) kültürel açıdan üzerinde durulması gereken bir alandır. Osmanlı Devleti'nde kurulan ilk hastane / tıp fakültesinin Bursa'da olmasının sağlık turizmi ve ildeki tıp faaliyetleri ile birlikte değerlendirilmesi ve tanıtımda kullanılması paydaşlar tarafından önerilmektedir.

Bursa turizmi için eşsiz değerler olan Kızık köylerinin kültürel anlamda daha etkili değerlendirilebileceği düşünülmelektedir. Bursa'nın Osmanlı kenti imajının besleyen en önemli ve eşsiz değerlerinden birisi de Kızık köyleridir. Son dönemde bilinirlik düzeyinde artış yaşanan ve marka değerini pekiştirmekte olan bu köylerde entegre bir turizm rotası planlaması ile Bursa turizmüne katkılar sağlanabileceği paydaşlarca düşünülmektedir. Öte yandan, bu köylerin özgün dokularını korumaları için önlemlerin alınması da turizmin sürdürülebilirliği açısından üzerinde durulan bir konudur.

Kapanca Antik Limanı, Bursa'nın yeterince faydalanamadığı bir turizm değeridir. Odak grup toplantısı katılımcıları, Kapanca Antik Limanı'nın üzerinde durulması gereken bir turizm değeri olduğunu düşünmektedirler. Antik çağlarda Cenevizlilerin yöresel ürün ve tuz sevkiyatı için kullandığı liman, Bursa ticaretinin geçmişi ile ilgili çok önemli referans noktalarından birisi olması bakımından turistik olarak değerlendirilmeye değer görülmektedir.

Bursa, İslam dönemi eserleri ve mimarisi ile benzerlerinden farklılaşan bir destinasyondur. Bursa'da nicelik açısından en yoğun değer türleri türbeler, camiler, İslam öncesi dönem ibadethaneleri, müzeler, külliyeler, antik kent ve nekropol gibi kalıntılar, hamam ve kaplıcalar ile tarihi yapılar şeklinde

öne çıkmaktadır. Bu haliyle benzer destinasyonlara kıyasla farklı dönemlere ait yerleşimlerin tüm özelliklerini barındıran, bir başka deyişle kayıtlı tarihin tüm dönemlerinde aktif olarak yaşantının sürdüğü bir kent olarak öne çıkmaktadır.

Bursa’da müze yoğunluğu diğer destinasyonlara göre yüksek durumdadır. İde çok sayıda ve farklı temalarda müzeler bulunmakta olup kişi başına ve turist sayısına göre diğer illere kıyasla yüksek bir müze sayısına sahiptir. Bursa’da somut ve soyut kültürel miras, doğal değerler, endüstriyel üretim kültürü, yöresel ürünler gibi pek çok konuda kamuya, yerel yönetimlere ve özel sektöre ait çok sayıda müze faaliyettedir. Bu durum Bursa’nın bir müzeler kenti olduğunu göstermekte ve değerlere verilen önemin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Kent merkezindeki tarihi yapıların isimleri sıkça duyulmuşken yerel halk ve turistler nezdinde detay bilgi sahibi olma düzeyi görece düşüktür. Osmangazi ve Yıldırım ilçeleri kültür varlıklarının büyük çoğunluğunun bulunduğu ilçelerdir. Buralarda bulunan değerlerin yerel halk ve turistler tarafından duyulma ve bilinme düzeyleri oldukça yüksek seviyededir. Buna karşın, bu değerler hakkında detaylı bilgiye sahibi olma ve hikâyeleri ile önemlerine hâkim olma açısından bir eksiklik söz konusudur.

Kültürel değerler kent merkezi, Mudanya ve İznik’te yoğunlaşmaktadır. Bursa’da bulunan kültür varlıklarının büyük çoğunluğu tarihi merkez olan Osmangazi’de bulunmaktadır. Yine merkez ilçelerden Yıldırım’da da kültür değerlerinin fazlalığı kent merkezini bu açıdan ilin odağı haline getirmektedir. Kent merkezi dışında tarihi öneme sahip İznik ve Mudanya’da da kültür varlıklarının fazlalığı görülmektedir.

1.3.3. DOĞAL DEĞERLERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

Bursa’nın turizmde rekabetçi üstünlüğü Uludağ’dır. Bursa, Türkiye genelinde deniz turizminde Antalya, kültür turizminde İstanbul, termal turizmde Afyonkarahisar gibi destinasyonlara görece düşük rekabetçi avantaja sahip olarak görülmektedir. Buna karşın Uludağ’ın ülke genelinde rakibi konumunda olabilecek farklı bir destinasyon olmadığı, bu nedenle de rekabetçi üstünlüğün Uludağ olduğu paydaşlar tarafından belirtilmektedir.

İlin başlıca doğal zenginliği olan Uludağ’da turizm hızlı gelişme eğilimindedir. Uludağ’a kış sezonunda yapılan girişler yıldan yıla düzenli artış seyrine sahiptir. Buna karşın, ilkbahar döneminde (Mart – Haziran) gerçekleşen ziyaretlerde düşüş görülmekte, sonbahar döneminde (Ekim – Kasım) de durağan bir seyir yaşanmaktadır. Özellikle, Bursa Teleferik Hattı’nın (Bursa Uludağ Gondola / Uludağ by the Lift) yenilenmiş olarak faaliyete başladığı 2013 yılı Kasım ayından bu yana bireysel araç ve toplu taşıma harici önemli bir hareketlilik yaşanmıştır.

Uludağ’da turizmin yıl geneline yayılması ve araç trafiğinden arındırılması konusu önemsenmektedir. Uludağ ağırlıklı olarak kış turizmi odaklı ve buna bağlı olarak sınırlı bir dönem içerisinde turizm faaliyetlerine yoğun şekilde ev sahipliği yapabilen bir alt destinasyon görünümündedir. Bu durumun Uludağ gibi önemli bir markanın kente ekonomik katkısının sınırlı kalmasına neden olduğu değerlendirilmiştir. Paydaşlar bu sorunu aşmak için doğa ve spor turizmi gibi alternatif turizm biçimlerinin bölgenin doğal koşullarıyla uyumlu bir biçimde hayata geçirilmesi gerektiğini

düşünmektedir. Böylelikle Uludağ'da turizm 12 aya çıkarılıp kentin turizm markasına katkı sağlayabilecek şekilde görüş birliği mevcuttur. Bir diğer husus da teleferik başta olmak üzere toplu taşıma imkânları güçlüyken bireysel araç ulaşımının fazlalığının çevreye ve kimliğe zarar verdiği düşüncesidir. Alana araç giriş çıkışlarını azaltıcı kısıtlama ya da yatırımların yapılması bu bağlamda paydaşlar tarafından önerilmektedir.

Bursa'da termal kaynak ve bu kaynaklara dayalı kültür varlıklarının sayılarının fazla olması bir avantaj durumundadır. Bursa'da gerek doğal, gerekse de kültürel değerler içerisinde kaplıca, ılıca, termal tesis, termal altyapı ve bir kısım hamam termal kaynaklarla ilişkili değerler olarak öne çıkmaktadır. Bu açıdan Bursa jeotermal kaynakların kültür varlıkları ile bütünleştiği bir destinasyon niteliğindedir.

Bursalılarda ve turistlerde Bursa'nın doğasının yeterince korunmadığı algısı bulunmaktadır. Yapılan saha çalışmalarında ildeki kültür varlıklarının görece iyi korunduğu ve yaşatıldığı düşünülürken aynı durumun doğal değerler açısından yeterli olmadığı görülmektedir. Uludağ, su kaynakları, deniz, ormanlar ve benzeri doğal değerlerde koruma konusunda daha etkili çalışmaların beklendiği görülmektedir.



Paydaş Görüşü: Bursa'nın en öncelikle yapması gereken şey, Yeşil Bursa markasının karşılığını verecek kadar doğaya saygılı olması ve kent merkezinde yeşil alanları artırması gereklidir.

Bursalılar Bursa içi turizm hareketliliğinde ilin doğal değerlerinden yararlanmaktadır. Bursa'da yaşayan insanlar turistik aktivitelerde ağırlıklı olarak hafta sonları il sınırları içerisindeki doğal alanları tercih etmektedir. Yapılan araştırmalarda Ankara ve İstanbul'daki durumun aksine Bursa'da doğal değerlerin alışverişin ve aile/arkadaş ziyaretlerinin dahi önüne geçtiği görülmektedir. Bu durumun il dışına yönelik turizm altyapısı gelişiminde bir avantaj olarak görülüp özellikle çeper ilçelere yayılması için çalışmaların karşılık bulacağı değerlendirilmektedir.

Kent merkezinde termal kaynakların olması büyük avantaj olarak görülmektedir. Termal kaynakların pek çok örnekte metropol bölgelerin belirli mesafe uzağında yer aldığı değerlendirildiğinde paydaşlar tarafından yapılmakta ve literatür taraması ile doğrulanmaktadır. Ancak, Bursa'da bu kaynakların doğrudan kent merkezinde bulunuyor olmasının termal kaynakları turizmde değerlendirme konusunda ciddi bir avantaj sağladığı paydaşlar tarafından düşünülmektedir.

Karacabey Longozu turizmde daha etkili kullanılabilir. İlde dahi yeterince bilinmeyen bir değer olan Karacabey Longozu'nun gerek il içinde gerekse de dışında tanıtımına yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi paydaşlar tarafından önerilmektedir.

Önemli bir tarihi yerleşim merkezi olan Gemlik doğal değerleri ile de öne çıkmaktadır. Önemli bir tarihi yerleşim ve ekonomik bir merkez olan Gemlik ilçesinde kültürel çeşitlilikle birlikte doğal değerlerin fazlalığı göze çarpmaktadır. Bu nedenle Gemlik ilçesi ve çevresinin farklı kitlelere yönelik başlı başına bir alt destinasyon olabileceği düşünülmektedir.

1.3.4. YÖRESEL ÜRÜNLERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

Bursa yöresel yiyecek ve içeceklerin baskın olduğu bir destinasyondur. Ülke ve dünya genelinde pek çok destinasyonun aksine Bursa'da yöresel tarım ürünü ve gastronomi değeri sayısı oldukça yüksek seviyededir. İlde yer alan değerlerden analizde kullanılanların %9'u bu tanıma uyan değerlerdir. Bu yönüyle Bursa bir gastronomi kenti görünümündedir.

Bursa'nın yöresel ürünleri il geneline yaygınlaşmış durumdadır. Kısmen ya da büyük oranda belirli bir yöreden ortaya çıkmış olan tarımsal ürünler, yerel mutfak ürünleri, el sanatları ve yerele mal olmuş endüstriyel ürünler büyük oranda ildeki ilçeler ve yörelerle sınırlı kalmamış ve il genelinde benimsenmiş niteliktedir.

Bursa'nın en bilinir değerleri Uludağ, Ulucami, İskender kebabı, kestane ve kestane şekeri ile şeftali olarak sıralanmaktadır. Bursa'da tüm kesimlere yöneltilen sorulara verilen yanıtlar en iyi bilinen değerlerin Uludağ başta olmak üzere Ulucami, İskender kebabı, kestane ve kestane şekeri şeklinde sıralanmasıyla bir mutabakatı ortaya koymaktadır. Bursa dışında görece düşük bilinirliğe sahip olan Bursa şeftalisi ise yine yerelde daha iyi bilinen ve tanınan bir değerdir.

Bursa ipeği, havlusu ve bıçağı Bursa'nın tarihsel değerleri arasında en fazla önemsenenlerdir. Bursa'nın geçmişinde yöresel değerleri olarak özellikle ipek böcekçiliği ve Bursa ipeği, buna bağlı olarak havlu başta olmak üzere tekstil ürünleri ile Bursa bıçağı marka bilinirliği yüksek geleneksel değerler arasında ilk sıralarda gelmektedir. Bu unsurlar kentin hâlihazırda marka değeri olarak önde gelen ürünlerin arasında olmamakla birlikte, Bursa'nın önemli değerleri arasında görülmelerinden ötürü turizmde ve imajda daha etkin kullanılmaları paydaşlar tarafından önerilmektedir.

İpek, Bursa tarihinde önemli bir değer olmuştur. Yüzyıllar boyunca ipek böcekçiliği ve ipek endüstrisinin merkezi olan Bursa zamanla bu kimliğini kaybetmiştir. Buna karşın ipek halen kent ekonomisinde ve turizmde önemli bir yere sahiptir. İpek endüstrisinin zayıflaması ile dut yaprağına talebin azaldığı, bu durumun da ağaçların kesilmesine neden olduğu şeklinde değerlendirmeler bulunmaktadır. Bursa turizmde ipek tüm kesimler tarafından önemli bir değer olarak görülmekte olup tanıtımda kullanılması önerilmektedir.

Dünyanın en meşhur armut türlerinden birisi olan Santa Maria armudu Bursa'nın bir değeridir. İlde pek çok armut türü yetişmektedir. Bunlar arasında Santa Maria olarak geçen çeşit; yöresel ürün ve turizm değeri olarak görece önemli görülmekte olup başta eko-turizm olmak üzere turizme yönelik faaliyetlerde değerlendirilmesi beklenen bir değer olarak tanımlanmaktadır.

Zeytin, Bursa'nın bir diğer önemli değeridir. Mudanya (kahvaltılık), Gemlik, Orhangazi, İznik (sofralık) yörelerinde yetişen zeytinler ve üretilen zeytin ürünleri il açısından önemli birer değer olarak kabul edilmektedir. Bu değer ekonomiye aktif olarak katkı sağlamakta olmasının yanı sıra eko-turizm ve tanıtım faaliyetlerinde de değerlendirmeye uygun olarak tanımlanmaktadır.

Siyah incir Bursa için önemli bir tarımsal üründür. İngiltere Kraliçesi'ne Bursa ziyareti esnasında ikram edilen siyah incir her sene Kraliçe'ye gönderilmektedir. Bu husus siyah inciri turizmde değerlendirilebilecek potansiyelde bir değer olarak öne çıkarmaktadır.

Bursa mutfağı olarak tanımlanan gastronomi değerleri bütünü içerisinde İskender kebab ve İnegöl Köfte öne çıkanlar olarak görülmektedir. Önemli bir marka olan İskender kebab ve İnegöl köfte Bursa'nın gastronomi kenti olması potansiyeli bakımından önemli görülmektedir. Bu ve benzeri değerlerin Bursa mutfağının bileşenleri olarak geliştirilmesi ve tanıtımda daha etkili kullanılması paydaşların önemli gördüğü konulardandır.

Bursa'nın önemli bir değeri olan kestanenin korunması ve tanıtımı önemlidir. Bursa'da yetişen ve üretilen ürün olarak marka değeri haline gelmiş olan kestanenin zirai olarak korunması, üretiminin artması ve etkili tanıtılmasının önemi sıklıkla vurgulanmaktadır. Bir dönem kestanelerde çıkan hastalığın yeterince hızlı ve etkili şekilde tespit edilemeyip mücadele edilmemiş olması olumsuz olarak değerlendirilmiş bu nedenle zirai önem üzerinde özellikle durulmuştur.



Paydaş Görüşü: Termal kaynaklar, doğa ve dağ turizmi, geleneksel ve yöresel yiyeceklerde yapılacak iyileştirmeler şehrin cazibesini daha arttıracaktır.

Bursa tekstilde önemli bir marka iken fason üretim alanı haline gelmiş bir kent görünümünde olup tekstil ve dokuma ürünlerinde markalaşması arzu edilmektedir. Tekstilde geçmişte var olan ve büyük marka haline gelmiş işletmelerin azalmasıyla ildeki tekstil atölyelerinin yabancı ve yerli markaların fason üretimini yapar hale büründüğü paydaşlarca belirtilmektedir. Bu durumu aksine çevirmek için girişimler yapılmış olsa da halen istenen düzeye gelinemediği vurgulanmakta, bu konuda yapılan çalışmalarda fayda görüleceği belirtilmektedir.

İznic Çinisi Bursa'nın en bilinen değerlerinden birisidir. Bursa'nın Türkiye içerisinde bilinen en önemli ürünlerinden birisi de İznic çinisi. Hem Bursa'nın üreten yönüne vurgu yapan hem de İznic'in tarih ve kültür birikimi ile ilişkili bir simge olarak tanıtımda kullanılabileceği paydaşlarca belirtilmektedir.

1.3.5. SOYUT DEĞERLERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

Bursa'nın yemekleri yüksek kaliteli ve tanınır olmasına karşın Bursa mutfağı bir marka olarak hak ettiği yerde değildir. İlde pek çok yöresel ve tarımsal ürün ile gastronomik değer bulunmaktadır. Buna karşın Bursa mutfağının Gaziantep mutfağı kadar markalaşmadığı değerlendirildiği paydaşlarca yapılmaktadır. Barındırdığı büyük gastronomi potansiyeline rağmen Bursa'nın kent kimliği ile bütünleşmiş bir mutfağı bulunmadığı sıkça belirtilen hususlar arasında olmuş, bu nedenle Bursa mutfağı algısının yerleştirilmesinin önemli olduğu tüm kesimlerce ifade edilmiştir.

Bursaspor kent ve kentlilik kültüründe önemli bir değerdir. Ulusal futbol kümelerinde şampiyonluk yaşamış olan ender spor kulüplerinden olan Bursaspor'un Bursa kenti ve Bursalılık kimliği için önemini

büyük olduğu görülmektedir. Bu nedenle kentin markalaşma stratejisinde Bursaspor ile etkileşim sağlanmasında fayda görüleceği paydaşlar tarafından belirtilmektedir.

Karagöz ve Hacivat Bursa için büyük potansiyel barındıran bir değer niteliğindedir. Yurt içinde ve dışında tanınan bir değer olan Karagöz ve Hacivat kültürünün yaşatılması ve tanıtımda kullanılmasının önemi tüm kesimlerce vurgulanmaktadır. İde Karagöz isminde bir mekân ile Süleyman Çelebi müzesi bulunmaktadır. Bu gibi alanların artması ve ille bütünlüğünün sağlanması paydaşlarca önerilmektedir.

Osman Gazi Bursa'nın simgelerinden biri olarak görülmektedir. Osmanlı'nın kuruluş döneminde önemi oldukça büyük olan Bursa'nın, devletin kurucusu olan Osman Gazi ile ilişkilendirilmesi öneriler arasında yer almıştır.

1.4. BENİMSENME VE BEŞERİ KAYNAKLAR

Bursa tanıtım marka ve iletişim stratejisinin oluşturulmasında en kilit bileşen "insan" olarak görülmektedir. Tüm kimlik tasarımının ve stratejilerin başarısı tüm kesimlerin benimsemesi ile doğrudan ilişkilidir. Benzer şekilde stratejilerin uygulanması da insan kaynağının niteliğine bağlıdır. Bu nedenle strateji sürecinde insana ait tüm bileşenler "benimsenme ve beşeri kaynaklar" başlığı altında bir araya getirilmiştir. Bu başlıkta "Bursalıların turizme bakışı", "turizm sektörünün algısı ve beklentileri" ve "turizmin yönetim yapısı" çerçevelerinde getirilen tespitler sentezlenmiştir.

1.4.1. BURSALILARIN TURİZME BAKIŞINA İLİŞKİN TESPİTLER

Bursalılar ilin dünyanın dört bir yanından turist çeken bir destinasyon olmasını istemektedir. Yapılan saha çalışmalarında halkın tamamına yakınının ilin nitelikli bir turizm destinasyonu olmasını istediği görülmüştür. Bu oran ilin teknoloji, sanayi ya da tarım kenti olması isteğini dahi aşmaktadır. Bu durum ilin markalaşmasının ve turizme yönelik bütüncül gelişiminin kabul göreceğini ve uygulama aşamalarında halkın süreçlere aktif katılacağını göstermektedir.

Bursa halkı turizmi benimsemiş durumdadır ve kente katkı sağladığı konusunda hemfikirdir. Kentte gelişen turizm olanaklarının kent kimliğine, kültürel ve tarihi değerlerinin korunmasına, gelir olanaklarının çeşitlenmesine katkı sağladığının anlaşıldığı görülmektedir. Bu nedenle turizme yönelik nitelikli ve bütüncül çalışmaların halk tarafından desteklenebileceği şeklinde yorum yapmak mümkündür.

Bursalılar turizm faaliyetlerine katkı sağlama eğilimindedir. Yapılan saha çalışmalarında Bursalıların ilin tanıtımında ve turizm faaliyetlerinde aktif rol alma eğiliminde olduğu görülmektedir. Markalaşma faaliyetlerinin halk tarafından benimsenmesiyle ve bireysel tanıtımla katkı vermeleri durumunda çok daha geniş kitlelere yayılma potansiyeli söz konusu olabilecektir. Bu nedenle markanın benimsenmesi için ilgili paydaşlarca il içi yaygınlaştırma faaliyetleri ve Bursalıların nasıl katkı sağlayabileceklerini belirten bir stratejinin uygulanması paydaşlar tarafından faydalı görülmüştür.



Paydaş Görüşü: Bursalıları heyecanlandıracak ve turizme katacak çalışmalar yapılmalı.

Turizmciler tarafından Bursa'da evrensel kültürel değerlerin yerleşmesi arzu edilmektedir.

Bursa'nın artan nüfus, gelen ve verilen göçün de etkisiyle kentlilik kültürünün değişime uğradığı; günlük siyasetten tüm kesimlerin etkilendiği belirtilmektedir. Bu nedenle Bursa'da evrensel değerlerin kabul görmesi, objektif olunması, kentin kimliğini şekillendiren tüm değerlerin tarafsızca korunmasının sağlanması istenmektedir.

Bursa'ya göçle gelenlerde Bursalılık bilinci oluşturulması istenmektedir. Bursa, sanayi başta olmak üzere gelişen istihdam olanakları ile uzun yıllardır Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden göç alan, yakın geçmişte de Suriyeli nüfusunun arttığı bir il görünümündedir. İle göçle gelenlerde Bursalılık kültürünün zayıf olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle bu kentlilik kimliğinin gelişmesi istenmektedir.

Bursa'ya gelen turistte ve Bursalılarda yürüme alışkanlığının artması önemsenmektedir. Kente gelen turistlerin tüm yörelere motorlu taşıtlarla ulaştıkları, yakın mesafelerde dahi yürünmediği tespiti yapılmıştır. Gerek kentin daha iyi hissedilerek gezilmesi gerekse de taşıtlardan kaynaklı olumsuzlukları ortadan kaldırmak adına yürüme kültürünün yayılması istenmektedir.

Turizmciler İznik'in inanç turizmine açılmasının önünde kültürel engeller olabileceğini, bu alanda ön hazırlıklar yapmanın gerekliliğini vurgulamaktadır. Sahada yapılan araştırma bulgularının da ortaya koyduğu üzere, İznik Hristiyan dünyası açısından son derece önemli ve manevi anlamı olan bir bölgedir. Bu bölgede kapsamlı inanç turizmi faaliyetlerine başlamadan önce, yöre halkının toplumsal olarak bu durumu kabul etmesinin önemli olduğu paydaşlar tarafından belirtilmiştir. Bu bağlamda karşılıklı tolerans ve anlayışı geliştirecek önlemler alınmasının değerli olacağı vurgulanmaktadır.

1.4.2. TURİZMDE İNSAN KAYNAĞINA YÖNELİK TESPİTLER

Turistle ilk teması kuran insan kaynağının geliştirilmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Turizm sektöründe çalışan ve turistlerle iletişimi sağlamak durumunda olan çalışan profiline iyileştirilmesi ve daha turist dostu hale getirilmesi konusunda çalışmalar yapılması paydaş değerlendirmeleri arasında yer almıştır.



Paydaş Görüşü: Bursa'da turizmin tüm olanakları var ancak bunları paketleyip satacak insanımız yok.

Bursalı turizmcilerin dış pazarlarla birebir çalışmaları önemsenmektedir. Bursa'ya yurt dışından gelen turlarda İstanbul merkezli acentelerin aktif olduğu tespiti sektör temsilcileri tarafından yapılmıştır. Her ne kadar Bursalılar turizmde aktif olsalar da Orta Doğu ve Avrupa başta olmak üzere dış pazarlarla

birebir çalışma olanaklarının geliştirilmesinin turizmden elde edilen geliri arttırabileceği değerlendirilmesi yapılmıştır.

Bursa'ya gelen turistten kısa zamanda en fazla geliri elde etme güdüsü, olumsuz bir algı oluşturmaktadır. Bursa'da turizmin 12 aya yayılmamış olması sebebiyle, başta kış turizminde, gelen turistlerin kimi zaman yüksek fiyatlara maruz bırakıldığı değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu durum, odak grup toplantısı katılımcılarına göre, Bursa turizminde önemli bir fiyat dezavantajı oluşturmaktadır. Tesislerin birim maliyetleri de bu bağlamda oldukça yüksek olduğu için yeni turizm alanlarına açılım yapmak çok mümkün görülmemektedir. Örneğin, kongre turizmine yönelik olarak otellerin birim fiyatlarının çok yüksek olması sebebiyle Bursa'da kongre yapmanın oldukça maliyetli olduğu belirtilmiştir.

Turist rehberlerinin, turistleri anlaşmalı işletmelere yönlendirmesi (hanuççuluk) halen Bursa turizmi için önemli bir problem. Bursa'da turist kabilelerine eşlik eden rehberlerin, turistleri fiyat rekabetinden ziyade anlaşmalı oldukları işletmelere yönlendirmesi turist grupları arasında hoşnutsuzluğa sebep olmaktadır. Bu noktada sektör profesyonellerinin belirli standartlar getirmesi hem turistin memnuniyetini arttıracak hem de daha geniş bir yelpazede yer alan Bursa esnafının turizmle ilişkisini arttıracaktır. Böylelikle turiste sunulan hizmet kalitesi de il genelinde yükselecektir.

1.4.3. TURİZM YÖNETİŞİM YAPISINA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

Kurumlar arasındaki eşgüdüm ve koordinasyonun artırılması istenmektedir. Bursa turizminde paydaşlar, Bursa'daki turizm çalışmalarında bir koordinasyon eksikliği ve yönetim sorunu olduğunu değerlendirmektedir. Bu durumun da doğru politikaların belirlenmesinde ve etkin bir biçimde uygulanmasında önemli engel teşkil ettiği yorumunu yapmaktadırlar.



Paydaş Görüşü: Turizmin gelişmesine yönelik geniş bir bakış açısının benimsenmemiş olması kısıtlayıcı bir hizmet ortamı yaratmaktadır.

Yöneticilerin görev değişiklikleri tanıtım sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir. Paydaş değerlendirmelerinde değinilen bir husus, ilde valilik başta olmak üzere karar vericilerin görev süresinin tamamlanması sonrası değişimlerinin tanıtım faaliyetlerinde kullanılan yöntemlerin değişmesine yol açtığıdır. Bu nedenle sürdürülebilir ve bu tarz değişimlerden etkilenmeyecek düzenlemelerin yapılması turizmciler tarafından beklenmektedir.

Uludağ'ın yönetilmesinde belirli bir yetki karmaşasından bahsedilmektedir ve bu durumun alan yönetimini zorlaştırdığına değinilmektedir. Uludağ'ın doğal ve kültürel nitelikleri sebebiyle birçok kurumun yetki alanına giren bileşenlerinin söz konusu olduğu ve kimi zaman da kurumların yetkileri ve görüşlerinin çakışmakta olduğu paydaşlarca belirtilmektedir. Bu durumun bölgenin bir bütün olarak ele alınmasını ve yönetim modelinin oluşturulmasının önüne geçtiği belirtilmektedir. Özellikle Davos gibi benzer örneklerdeki yönetim yapılarının incelenmesiyle bu alandaki yetki karmaşasının önlenmesinin önemi vurgulanmaktadır.

Turizm politikaları belirlenirken finansman ve kurumsal sürdürülebilirlik öncelikli olmalıdır. Odak grup katılımcıları, Bursa'da daha önce de turizm çalışmaları yapıldığını ancak hemen hepsinin kurumsal aidiyet ve finansman yetersizliğinden sonuçsuz kaldığını belirtmiştir. Bu durumun yaşanmaması adına, BEBKA, Valilik, Büyükşehir Belediyesi ve Turizm Platformu gibi aktörlerin kurumsal birlikteliğinin önemli olduğu belirtilmiştir.

Tüm tanıtım ve marka kimliği çalışmalarının bürokrasi tarafından benimsenmesi önemli görülmektedir. İlde karar verici konumda olan yöneticilerin oluşturulan ve oluşturulacak marka kimliği ve tanıtım faaliyetlerini benimsemesi turizmciler nezdinde elzem görülmektedir. Özellikle, göreve yeni gelen bürokratların bu çalışmaları sürdürmesi konusunda bir beklenti söz konusudur.

Yapılacak tanıtım çalışmalarının turizm bakış açısıyla yapılması ve kamunun yürütücü değil destekleyici olması gerekliliği vurgulanmaktadır. Kamu tarafından yapılan çalışmaların görev değişikliklerinde sekteye uğradığı turizmciler tarafından sıklıkla belirtilen bir konu olmuştur. Ayrıca, yöneticilerin kendi bakış açılarını yansıtmalarının çalışmaların sürekliliğini zedeleyerek etkilerini düşürdüğü konusuna değinilmektedir. Bu nedenle yürütücülüğün turizm bakış açısıyla olması ve kamunun destekleyici olmasının sağlanması istenmektedir.

Uludağ'da kamu kurumları ve yerel yönetimlerin yoğun sezonda düzenledikleri etkinliklerin turizm açısından olumsuzluk yarattığı düşünülmektedir. Kışın mevsimi de göz önünde bulundurulduğunda Uludağ'a talebin yüksek olduğu kısa sezonda kamu kurumları ve yerel yönetimler tarafından düzenlenen etkinlikler gelir bırakacak turistlerin gelmesi hususu ile çelişmektedir. Kış turizmi odaklı gelmeyenler nedeniyle pistlerde yoğunluk ve eğitmenlerin takvimlerinde sıkışmalar yaşanmaktadır.

1.5. FİZİKİ ALTYAPI VE DESTEKLEYİCİ HİZMETLER

Turizmde "fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler" turistik ürün üretiminin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Bu turistik ürün arzı doğru tanıtım ve pazarlama ile birleştiği takdirde başarı sağlanabilmektedir. Bu nedenle "konaklama tesisleri", "ulaşım altyapısı", "etkinlik noktaları", "yapılı çevre" ve "kültür ve tabiat varlıkları" başlıkları altında fiziki altyapı ve destekleyici hizmetlere yönelik tespitler bir araya getirilmiştir.

1.5.1. KONAKLAMA TESİSLERİ

Bursa'da turistik tesis sayısı düzenli bir gelişme eğilimindedir, buna karşın il ekonomisindeki payı artmamaktadır. İlde turizm alanında konaklama tesisleri, turistik restoranlar, seyahat acenteleri, tur operatörleri, turizm istihdamı ve turist gelişlerinde düzenli artış görülmektedir. Bu durum ilin turistik bir destinasyon imajının pekişmesi için olumlu olsa da ildeki diğer sektörlerin ekonomideki gelişmelerinin gerisinde kalma eğilimi turizm sektörü için söylenebilmektedir.

Bursa'da konaklama kapasitesi sorunu bulunmamaktadır. Bursa'da yakın geçmişte imar planlarında yapılan düzenlemelerle kapasitesi yüksek konaklama tesisleri yaygınlaşmıştır. Bunun yanı

sıra butik tesislerde de daha kısıtlı olsa da artış eğilimi söz konusudur. Nilüfer ilçesinde yapılan yatırımlar son dönemde tesis varlığını daha da arttırmaktadır.

İlde farklı sektörlerden yatırımcılar turizm sektörü yatırımlarında daha etkin yer alabileceklerdir.

İlde pek çok yerli ve yabancı sermayeli sanayi kuruluşu faaliyet göstermekte ve ekonomik olarak düzenli bir gelişim eğilimi sergilemektedir. Hâlihazırda, ildeki turistik yatırımların oldukça önemli bir oranının Bursalı girişimciler tarafından yapıldığı görülmektedir. Turizm sektörünün il ekonomisi ve istihdamındaki oransal gerilemesi de göz önünde bulundurulduğunda iş insanlarının turizm sektörüne daha fazla yönlendirilmesi, butik ya da orta ölçekli tesisleşmede aktif rol oynamaları turizm hareketliliği ve il imajı açısından faydalı görülmektedir.

Uludağ'da kitle turizmi, sahil kesimlerinde orta ölçekli, İznik Gölü çevresinde ise butik otelcilik göze çarpmaktadır. Uludağ, Alp Dağları'ndaki kış turizmi destinasyonları ile karşılaştırıldığında görece büyük ölçekli tesisler ile turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bir alan görünümündedir. Kent merkezi dışında Gemlik ve Mudurnu gibi sahil yerleşimlerde orta ölçekli turistik yatırımlar dikkat çekmektedir. Bu durum ildeki turistik hareketlerin sahillere de yaygınlaşma eğilimini göstermektedir. İznik Gölü çevresindeki İznik ve Orhangazi ilçelerinde ise butik tesislerin yapılmaya başlandığı görülmektedir.

Büyük potansiyel barındıran İznik'te konaklama tesisi yetersizliği söz konusudur. Özellikle, Hıristiyan dünyası için büyük önemi bulunan ve doğa turizmi bakımından önemli potansiyeli bulunan İznik'te konaklama tesisi sayısı ve kalitesi bakımından yetersizlik bulunmaktadır. Son dönemde butik tesislerin arttığı görülmekle birlikte bu yatırımların daha da artması noktasında bir beklenti bulunmaktadır.



Paydaş Görüşü: Bursa'nın en önemli değerlerinden olan İznik'te yeterli turizm altyapısının olmaması bu bölgedeki gelişimin önüne geçiyor.

1.5.2. ULAŞIM ALTYAPISI

Bursa yurt içi ve dışı için erişilebilirliği oldukça yüksek bir destinasyondur. Bursa; Sabiha Gökçen ve Bursa Yenişehir Havalimanlarından havayolu ile, Gebze - İzmir Otoyolu'nun faaliyete geçmesinin ardından İstanbul, İzmir ve tüm Ege Bölgesi'nden karayolu ile, Mudanya üzerinden denizyolu ile yüksek erişilebilirliğe sahip bir destinasyondur.

Kent merkezinde tur otobüsü park alanı konusunda bir yetersizlik bulunmaktadır. Tarihi değerlerin ve kültür odaklı faaliyetlerin yoğunlaştığı kent merkezine tur otobüslerinin doğrudan girebileceği alan yeterli düzeyde görülmemektedir. Paydaşlar tarafından uygun mesafelerde bu tarz alanların oluşturulması ve bir tur güzergâhı içerisinde planlanması önerilmektedir.

Kent içi toplu taşımada yoğunluğun turistleri de etkilediği belirtilmektedir. Paydaşlar tarafından Bursa'da raylı sistemler başta olmak üzere toplu taşımada bir yoğunluk durumundan bahsedilmektedir. Bu tarz yatırımların artmasının turizm hareketliliğini de kolaylaştıracağı değerlendirildiği söz konusudur.

1.5.3. ETKİNLİK NOKTALARI

Bursa'da fuar turizmi için altyapı hazır olmasına rağmen organizasyonlar dışa açılmamaktadır.

Bursa Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nin 1997 yılında faaliyete geçmesi, 2006 yılında ilave yatırım ile genişlemesi ve TÜYAP Fuarcılık tarafından işletilmesi süreci neticesinde ilde fuarcılık konusunda önemli gelişmeler yaşanmış ancak zamanla fuarlar iç pazar ağırlıklı hale gelmiştir. İlin güçlü olduğu alanlarda yapılacak uluslararası etkinliklerin iş turizmine katkı sağlayacağı öngörülmektedir. İldeki fuarlarda yer alan yabancı firmaların sayılarının azalma eğilimi bu alanda olumsuzluk olarak görülmektedir. İstanbul'a yakın kentlerin yaşadığı fuar merkezi olma konusundaki zorluklar Bursa için de söz konusu olmaktadır. Buna karşın, Bursa'nın fuar turizminde bölgesel ve dışa açık bir merkez olma potansiyeli bulunmaktadır.

Bursa, festival ve şenlik gibi etkinliklerden daha çok yararlanabilecektir. İlde azımsanmayacak sayıda etkinlik gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliklerin ilçelere de yayılmış olması bir avantajdır. Bu etkinliklerden ya da yeni belirlenecek temalardan az sayıda uluslararası etkinlik gerçekleştirilmesi ve turizmin görece düşük seyrettiği ilk ve son bahar aylarında turizmi hareketlendirmek için uygulanması önerilmektedir. Koza Günleri'nin tekrarlanması bu açıdan paydaşlar tarafından yapılan öneriler arasındadır.

Bursa'da gece hayatı imkânları yeterli görülmemektedir. Yapılan saha çalışmaları ve paydaş değerlendirmeleri Bursa'da benzer ve rakip destinasyonlara göre turistik değerler açısından güçlü olduğu, bu durumun turist çekmeye yansıdığı ancak özellikle kent merkezindeki turistlerin akşam saatlerinde ve gece hayatına yönelik aktivite yetersizliğinden söz ettikleri görülmektedir. Bu tarz alanların ve niteliklerinin geliştirilmesinin turistlerin kalış sürelerini arttırmasında faydalı olacağı belirtilmiştir.

Bursa'da alışveriş imkânları yeterli düzeyde değerlendirilmektedir. Saha araştırmaları neticesinde Bursa'da gerek genel gerekse de ilde özgü ürünlerin satışı ve sunumu ile ilgili genel bir olumlu algının varlığı görülmüştür. Alışveriş merkezleri ve çarşı ile hanlarda yapılan ticari faaliyetlerin ilin gereksinimleri ile uyumlu olduğu ve turistik açıdan avantaj sağladığı belirtilmektedir.

1.5.4. YAPILI ÇEVRE

Kent merkezinde belirgin yapılaşma ve kentleşme sorunlarına değinilmekte ve bunların turizmi olumsuz etkilediği belirtilmektedir. Bursa'nın hızlı göç alan bir kent olmasının da etkisiyle plansız yapılaşmanın arttığı, kent merkezinde yaya dostu bir alan kullanımı olmadığı, kent meydanının meydan niteliklerini tam olarak karşılamadığı, yeşil alanların azlığı ve dokuya uygun olmayan yapıların kent merkezindeki tarihi dokuyu bozduğu gibi olumsuz değerlendirmelere yaygın olarak rastlanmaktadır. Bu konulara yönelik şehircilik projelerinin uygulanmasının turizmi de destekleyeceği paydaşlar tarafından değinilen konular arasındadır.



Paydaş Görüşü: Bursa'yı Osmanlı kenti olarak markalaştırmaya çalışıyoruz ancak Bursa'daki Osmanlı dokusu neredeyse görünmez durumda. Kent merkezinde Osmanlı dokusunu ve mimarisini ön plana çıkaracak projeler geliştirilmelidir



Paydaş Görüşü: Kent merkezinde trafik sıkışıklığı, elverişsiz bir toplu taşıma ağı, yürüme alanlarının rahatsızlığı, rafine yeme içme mekanlarının noksanlığı ve turizm başkentlerinin altında hizmet kalitesi diğer olumlu unsurların öne çıkmasını önüyor.

Bursa'ya yapılan yatırımlar ve projelerin Bursa kimliğiyle uyumlu olması beklenmektedir.

Bursa'da yapılan kamu ve özel sektör yatırımlarında kentin kimliğiyle uyumlu mimarinin ve isimlendirmenin önemi paydaşlarca vurgulanmıştır. Timsah Arena gibi isimlendirmeler ve tarihi doku arasında uygulanan uyumsuz mimari öğelerinin kullanılmaması beklenmektedir.



Paydaş Görüşü: Düzenli olmayan bir büyüme ve kontrolsüz restorasyon ile bozulan tarihsel dokunun, ulaşım sorunlarıyla birleşmesi sonucu kentin potansiyelinin kullanımına izin vermeyen bir gelişim söz konusu olmuştur.



Paydaş Görüşü: Bursa'nın payitaht şehri olması son derece önemli bir değer olmakla birlikte, gelecek ve yenilikçi sanat üzerinde de yatırım yapılması, geçmiş ve geleceğin birlikte sunulması ile son derece ayrıştırıcı olacaktır.

Bursa'nın denizden yeterince yararlanamadığına yönelik değerlendirmeler bulunmaktadır.

Gemlik ve Mudanya sahilleri ve deniz yüzeyinin gerek turizmde gerekse de kent hayatında yeterince kullanılmadığı paydaşlar tarafından yapılan değerlendirmeler arasındadır. Bu alanlarda tekne turları düzenlenmesi ve kordon, rekreasyon ve yüzme alanlarının fiziki durumlarının iyileştirilmesi gibi çalışmaların fayda sağlayabileceği belirtilmiştir.

2. TANITIM, MARKA VE İLETİŞİM STRATEJİSİ

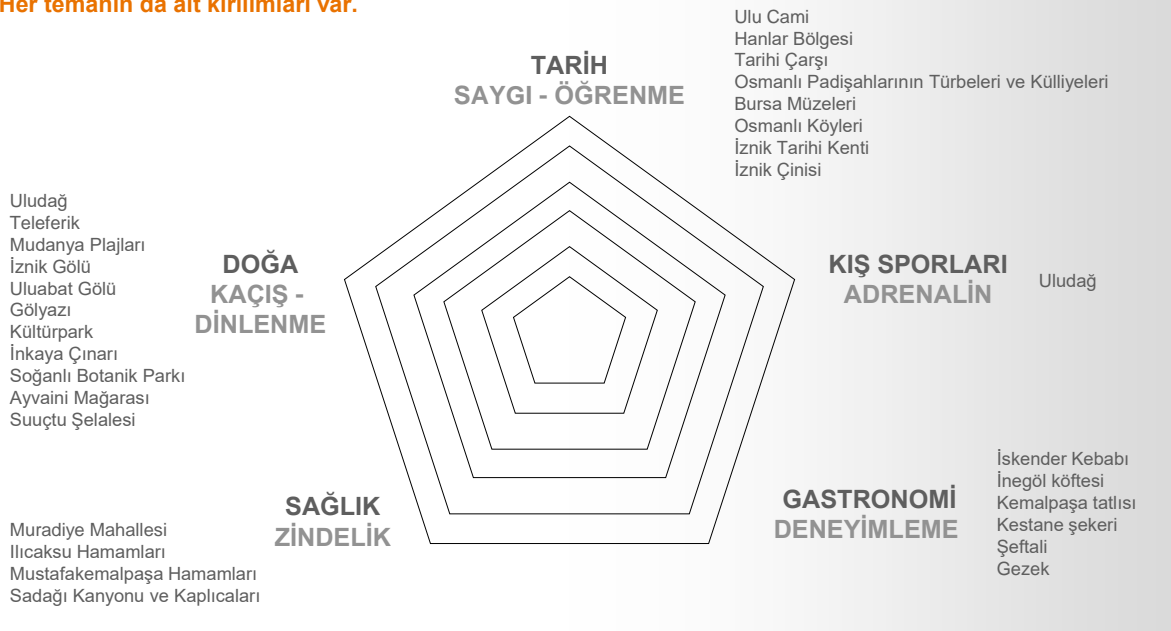
Bursa ili için geliştirilen strateji çerçevesi “**Gelenekten Geleceğe Akan Şehir**” marka çerçevesi ve **su teması** altında Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan **2026 hedef yılına** yönelik olarak **yeşil eksenler** üzerinden kurgulanmıştır.

2.1. STRATEJİ TEMALARI VE HEDEF KİTLELER

Bursa'nın turistik değerleri beş tema (4 ana tema, 1 destekleyici tema) altında toplanmıştır. Bu temalar 5 ana iletişim temasını şekillendirmektedir. Her bir iletişim teması farklı turist ihtiyacına hitap eder niteliktedir. Bu iletişim temaları ve hitap ettikleri ihtiyaçlar değerlerden beslenen alt kırılımlara sahiptir.

Şekil 1 Bursa Strateji Temaları ve Alt Kırılımlar

Her temanın da alt kırılımları var.



HEDEF KİTLE 1: TÜRKİYE GENELİ

Şekil 2 Ülke Geneli Hedef Kitle için Öncelikli İletişim Temaları

İletişim temalarının önceliklendirilmesi

Ülke geneli

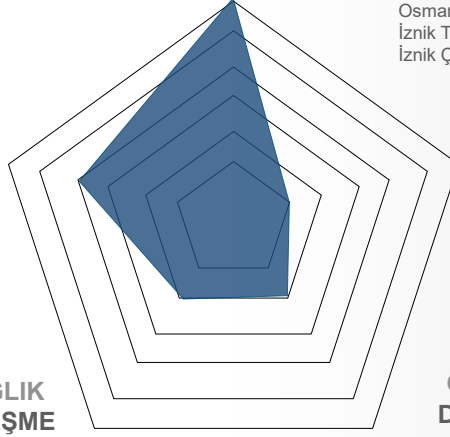
Uludağ
Teleferik
Mudanya Plajları
İznik Gölü
Uluabat Gölü
Gölyazı
Kültürpark
İnkaya Çınarı
Soğanlı Botanik Parkı
Ayvaini Mağarası
Suuçtu Şelalesi

Muradiye Mahallesi
Ilıcausu Hamamları
Mustafakemalpaşa Hamamları
Sadağı Kanyonu ve Kaplıcaları

DOĞA
KAÇIŞ -
DİNLENME

SAĞLIK
İYİLEŞME

TARİH
SAYGI - ÖĞRENME



Ulu Cami
Hanlar Bölgesi
Tarihi Çarşı
Osmanlı Padişahlarının Türbeleri ve Külliyesi
Bursa Müzeleri
Osmanlı Köyleri
İznik Tarihi Kenti
İznik Çinisi

KIŞ SPORLARI
ADRENALİN

Uludağ
Macera Park

GASTRONOMİ
DENEYİMLEME

İskender Kebabı
İnegöl köftesi
Kemalpaşa tatlısı
Kestane şekeri
Şeftali
Gezek

Şekil 3 Ülke Geneli Hedef Kitle için Kilit Mesajlar

Kilit mesajlar

İletişim amacımız:	
- Osmanlı devrine dair "ikinci zaman" deneyimi yaratmak ve bu sayede Bursa'yı ziyaret etmelerini sağlamak	
- Gündelik hayattan bogulanların zihninde Bursa'yı ilk akla gelen kaçış noktası haline getirmek	
Ne diyoruz?	Mesaj teması
En etkili ana temalar	Örnek mesajlar
Ülke Geneli	Tarih
Beyaz Yakalılar	- Bursa'da Osmanlı devrini ve "ikinci zamanı" deneyimle
Orta Doğulular	Doğa
Uzakdoğular	- Şehrin stresinden Yeşil Bursa'ya kaç, huzuru bul
Batılılar	Sağlık
	- Bursa'da tarihi kaplıca ve hamam geleneğini deneyimle
	Gastronomi

HEDEF KİTLE 2: TÜRKİYE GENELİ BEYAZ YAKALILAR

Şekil 4 Türkiye Geneli Beyaz Yakalı Hedef Kitle için Öncelikli İletişim Temaları

İletişim temalarının önceliklendirilmesi

Beyaz yakalı Türkler

Uludağ
Teleferik
Mudanya Plajları
İznik Gölü
Uluabat Gölü
Gölyazı
Kültürpark
İnkaya Çınarı
Soğanlı Botanik Parkı
Ayvainsi Mağarası
Suuçtu Şelalesi

Muradiye Mahallesi
Ilıcaksu Hamamları
Mustafakemalpaşa Hamamları
Sadağı Kanyonu ve Kaplıcaları

**DOĞA
KAÇIŞ -
DİNLENME**

**SAĞLIK
İYİLEŞME**

**TARİH
SAYGI - ÖĞRENME**

Ulu Cami
Hanlar Bölgesi
Tarihi Çarşı
Osmanlı Padişahlarının Türbeleri ve Külliyesi
Bursa Müzeleri
Osmanlı Köyleri
İznik Tarihi Kenti
İznik Çinisi

**KIŞ SPORLARI
ADRENALİN**

Uludağ
Macera Park

**GASTRONOMİ
DENEYİMLEME**

İskender Kebabı
İnegöl köftesi
Kemalpaşa tatlısı
Kestane şekeri
Şeftali
Gezek

Şekil 5 Türkiye Geneli Beyaz Yakalı Hedef Kitle için Kilit Mesajlar

Kilit mesajlar

İletişim amacımız: - "Kış sporları = Uludağ" algısını pekiştirmek		
Ne diyoruz?	Mesaj teması	
En etkili ana temalar	Örnek mesajlar	
Ülke Geneli		
Beyaz Yakalılar		
Orta Doğulular		
Uzakdoğular		
Batılılar		
Tarih	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Kış Sporları - Kışın tadını- Türkiye'nin bir numaralı kayak merkezinde çıkar - Sınırlarını zorla, kendini geliştir
Doğa	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Gastronomi - Ödüllü Truva Müzesi'ni çocuklarına göster.
Kış Sporları	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Doğa - Bursa'nın bereketli toprağından gelen malzemelerle hazırlanmış lezzetleri tat
Sağlık	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Gastronomi	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

HEDEF KİTLE 3: ORTA DOĞULULAR

Şekil 6 Orta Doğulular için Öncelikli İletişim Temaları

İletişim temalarının önceliklendirilmesi

Orta Doğulular

Uludağ
Teleferik
Mudanya Plajları
İznik Gölü
Uluabat Gölü
Gölyazı
Kültürpark
İnkaya Çınarı
Soğanlı Botanik Parkı
Ayvıni Mağarası
Suuçtu Şelalesi

Muradiye Mahallesi
Ilıcaksu Hamamları
Mustafakemalpaşa Hamamları
Sadağı Kanyonu ve Kaplıcaları

**DOĞA
KAÇIŞ -
DİNLENME**

**SAĞLIK
İYİLEŞME**

**TARİH
SAYGI - ÖĞRENME**

**KIŞ SPORLARI
ADRENALİN**

**GASTRONOMİ
DENEYİMLEME**

Ulu Cami
Hanlar Bölgesi
Tarihi Çarşı
Osmanlı Padişahlarının Türbeleri ve Külliyesi
Bursa Müzeleri
Osmanlı Köyleri
İznik Tarihi Kenti
İznik Çinisi

Uludağ
Macera Park

İskender Kebabı
İnegöl köftesi
Kemalpaşa tatlısı
Kestane şekeri
Şeftali
Gezek

Şekil 7 Orta Doğulular için Kilit Mesajlar

Kilit mesajlar

İletişim amacımız: - Bursa'yı; yazın kaçış, kışın kayak merkezi, yıl boyu ise tedavi merkezi olarak konumlandırmak.	
Ne diyoruz?	Mesaj teması
En etkili ana temalar	Örnek mesajlar
Ülke Geneli	Doğa
Beyaz Yakalılar	- Yazın sıcağından kaç, Yeşil Bursa'da huzur bul
Orta Doğulular	Kış sporları
Uzakdoğular	- Türkiye'nin Alpleri Uludağ'a gel
Batılılar	Sağlık
	- Bursa'nın tarihi hamamlarında, modern hastanelerinde ve yeşil doğasında şifa bul
	Gastronomi
	- Osmanlı saray mutfağının en lezzetli örneklerini tat

HEDEF KİTLE 4: UZAK DOĞULULAR

Şekil 8 Uzak Doğulular için Öncelikli İletişim Temaları

İletişim temalarının önceliklendirilmesi

Uzakdoğulular

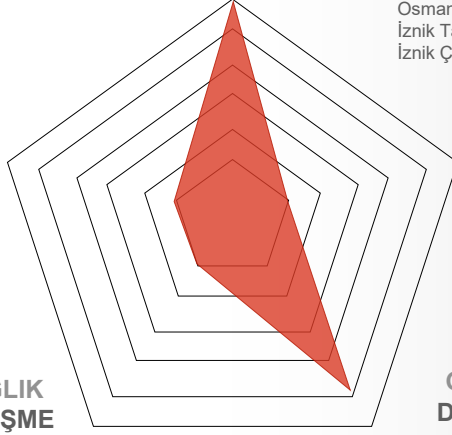
Uludağ
Teleferik
Mudanya Plajları
İznik Gölü
Uluabat Gölü
Gölyazı
Kültürpark
İnkaya Çınarı
Soğanlı Botanik Parkı
Ayvainsi Mağarası
Suuçtu Şelalesi

Muradiye Mahallesi
Ilıcaksu Hamamları
Mustafakemalpaşa Hamamları
Sadağı Kanyonu ve Kaplıcaları

DOĞA
KAÇIŞ -
DİNLENME

SAĞLIK
İYİLEŞME

TARİH
SAYGI - ÖĞRENME



Ulu Cami
Hanlar Bölgesi
Tarihi Çarşı
Osmanlı Padişahlarının Türbeleri ve Külliyesi
Bursa Müzeleri
Osmanlı Köyleri
İznik Tarihi Kenti
İznik Çinisi

KIŞ SPORLARI
ADRENALİN

Uludağ
Macera Park

GASTRONOMİ
DENEYİMLEME

İskender Kebabı
İnegöl köftesi
Kemalpaşa tatlısı
Kestane şekeri
Şeftali
Gezek

Şekil 9 Uzak Doğulular için Kilit Mesajlar

Kilit mesajlar

İletişim amaçımız: - Bursa'yı Osmanlı Başkenti olarak konumlandırmak	
Ne diyoruz?	Mesaj teması
En etkili ana temalar	Örnek mesajlar
Ülke Geneli	Tarih
Beyaz Yakalılar	- Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti Bursa'yı keşfet
Orta Doğulular	- Bursa'da "ikinci zamanı" deneyimle
Uzakdoğulular	Gastronomi
Batılılar	- Osmanlı saray mutfağının en lezzetli örneklerini tat

HEDEF KİTLE 5: BATILILAR

Şekil 10 Batılılar için Öncelikli İletişim Temaları

İletişim temalarının önceliklendirilmesi

■ Batılılar

Uludağ
Teleferik
Mudanya Plajları
İznik Gölü
Uluabat Gölü
Gölyazı
Kültürpark
İnkaya Çınarı
Soğanlı Botanik Parkı
Ayvaini Mağarası
Suuçtu Şelalesi

Muradiye Mahallesi
Ilıcaksu Hamamları
Mustafakemalpaşa Hamamları
Sadağı Kanyonu ve Kaplıcaları

**DOĞA
KAÇIŞ -
DİNLENME**

**SAĞLIK
İYİLEŞME**

**TARİH
SAYGI - ÖĞRENME**

Ulu Cami
Hanlar Bölgesi
Tarihi Çarşı
Osmanlı Padişahlarının Türbeleri ve Külliyesi
Bursa Müzeleri
Osmanlı Köyleri
İznik Tarihi Kenti
İznik Çinisi

**KIŞ SPORLARI
ADRENALİN**

Uludağ
Macera Park

**GASTRONOMİ
DENEYİMLEME**

İskender Kebabı
İnegöl köftesi
Kemalpaşa tatlısı
Kestane şekeri
Şeftali
Gezek

Şekil 11 Batılılar için Kilit Mesajlar

Kilit mesajlar

İletişim amacımız: - UNESCO bağlantısı kullanarak, İstanbul'a gelecek turistlerin seyahat planlarına Bursa'yı da eklemelerini sağlamak	
Ne diyoruz?	Mesaj teması
En etkili ana temalar	Örnek mesajlar
Ülke Geneli	Tarih
Beyaz Yakalılar	- Vatikan'ın kutsal kabul ettiği Hristiyanlığın en önemli şehirlerinden birini, UNESCO listesindeki İznik'i gez
Orta Doğulular	- Çini sanatının en güzide örneklerini gör
Uzakdoğular	Gastronomi
Batılılar	- Saray mutfağının en lezzetli örneklerini tat
	Sağlık
	- Tarihi hamamlarda, modern hastanelerde ve yeşil doğada şifa bul
	Gastronomi

2.2. GELENEKTEN GELECEĞE AKAN ŞEHİR BURSA İÇİN YEŞİL STRATEJİLER

“Gelenekten Geleceğe Akan Şehir” Bursa vizyonunu desteklemek için yeşil stratejiler tasarlanmıştır. Stratejiler mevcut durumun ve algının analiz edilmesi, çerçeve ve iletişim temasının belirlenmesi, örneklerin değerlendirilmesi, paydaş beklentileri ve değerlendirmeleri ile oluşturulmuştur. Stratejiler Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan 2026 yılına yönelik belirlenen hedeflere ulaşmayı amaçlamaktadır.

Şekil 12 Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa 2026 Yılı Yeşil Strateji Eksenleri

Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi
Stratejik Çerçeve

Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri

Bursa'nın tanıtım ve marka kimliği stratejileri "Yeşil Hisset" ekseninde bir araya getirilmiştir. Eksen turizmin ve Bursa kimliğinin yönetimi, tanıtım ve algı yönetimine yönelik strateji ve eylemleri kapsamaktadır.



Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa

2026 için Yeşil Stratejiler

Yeşil Yaşa (Live Green)

Çevre ve Topluma Yönelik Stratejiler

Bursa'nın bütüncül turizm yönetiminde çevrenin ve toplumun yerine ilişkin stratejiler "Yeşil Yaşa" ekseninde bir araya getirilmiştir.

Bursa turizminin ve imajının gelişiminde tarım, endüstri, ulaşım ve altyapı ile ekonomik faaliyetlere ilişkin eylemler "Yeşil Büyü" ekseninde ele alınmıştır.

Kent Ekonomisine Yönelik Stratejiler

Yeşil Büyü (Grow Green)

2026 YILI HEDEFLERİ

Strateji 2026 yılı için 750 bini yabancı olmak üzere 2,5 milyon turist, ortalama 2 gece kalış süresi, 15'i yeşil yıldızlı tesiste olmak üzere toplam 35 bin turistik yatak kapasitesi, 750 turizm işletmesinde 7.500 sektör çalışanı istihdamı, 5 mavi bayraklı plaj, 45 fuar organizasyonu ve 1 uluslararası organizasyon ev sahipliği hedeflemektedir.

Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa 2026 Hedefleri



Gösterge	Mevcut	Hedef	Doğrulama
Turist Sayısı (Tesise Geliş)	1.803.458	2.500.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Yabancı Turist Sayısı (Tesise Geliş)	397.798	750.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Ortalama Kalış Süresi	1,8	2	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Tedavi için Gelen Yabancı Sayısı	-	10.000	Sağlık Bakanlığı İstatistikleri
Turistik Yatak Kapasitesi	23.875	35.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Sayısı	6	15	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Turizm İşletmesi (Otel + Acente)	602	750	SGK İşyeri İstatistikleri (Konaklama-55 ve Seyahat Acentesi-79)
Doğrudan Turizm İstihdamı	6.532	7.500	SGK İşyeri İstatistikleri (Konaklama-55 ve Seyahat Acentesi-79)
Mavi Bayraklı Plaj	0	5	TÜRÇEV Mavi Bayrak İstatistikleri
Yılda Düzenlenen Fuar Sayısı	25	40	TOBB Fuar İstatistikleri
Fuarlara Katılan Yabancı Sayısı	146	1000	TOBB Fuar İstatistikleri
Onaylanan Uluslararası Organizasyon Ev Sahipliği	0	1	Etkinlik Protokolü

EKSEN 1. YEŞİL HİSSET (FEEL GREEN) – TANITIM VE MARKA KİMLİĞİ STRATEJİLERİ

Bursa'nın tanıtım ve marka kimliği stratejileri "Yeşil Hisset" eksenini altında bir araya getirilmiştir. Eksen turizmin ve Bursa kimliğinin yönetişi, tanıtım ve algı yönetimine yönelik strateji ve eylemleri kapsamaktadır.

1.1. TURİZMİ VE MARKA KİMLİĞİNİ BİRLİKTE YÖNET

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği'nin Destinasyon Yönetim Örgütü Niteliği Kazanması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği bir mahalli idare birliği olarak bir başarı örneği haline gelmiştir. Bu yapılanmanın turizm sektörü, kamu sektörü ve akademi kapsanacak şekilde geliştirilmesi bütüncül turizm yönetimi açısından kurumsal bir altyapı oluşturabilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği bünyesinde sektörel danışma kurulu oluşturulması ya da yeni bir yapılanma ile yerel yönetimler adına Birlik'in yanı sıra kamu, sektör ve akademi ile sivil toplumun temsil edildiği bir yapılanma değerlendirilebilecektir. Bu yapının düzenli şekilde bilgi akışı sağlaması, çalışmalarında eşgüdümü takip etmesi, tüm aktörlerle düzenli bir iletişim sistematiğine sahip olması önemsenmelidir. Faaliyetlerin yazılı dayanakla birlikte sürekli ve izlenebilir şekilde kurgulanması sağlanmalıdır.		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
"Gelenekten Geleceğe Akan Şehir" Kimliğinin Ulusal Düzeyde Benimsenmesi ve Sahiplenilmesi Çalışmaları	Bursa Valiliği	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
Bütüncül kimlik çalışmasının yerel halk ve potansiyel turistler nezdinde benimsenmesi için ilk aşamada kamu kurumları, karar vericiler ve turizm konusunda çalışanların benimsenmesi gerekmektedir. Bu nedenle kapsamlı şekilde tanıtılması ve duyurulması önemli olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Milletvekilleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı bürokratları, turizm müşavirleri, turizm sektörü üst kuruluşları ve Bursalılar nezdinde yeni Bursa kimlik çalışmasının karşılık bulması için özel lansman etkinlikleri gerçekleştirilecektir. Ayrıca, kamuoyunu ve sektörü yönlendirici nitelikteki paydaşların bu yaygınlaştırma sürecini desteklemeleri, bunun için çıktıları sosyal medya hesapları başta olmak üzere rutin olarak paylaşmaları sağlanacaktır.		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
---------	-------------	-----------

Sabiha Gökçen Havalimanında Bursa Yönlendirmelerinin ve Bilgilendirmelerinin Güçlendirilmesi	Bursa Valiliği	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan Bursa'ya sağlanan karşılama ve karayolu ulaşımı seferleri özellikle yabancı turistte ilk algının şekillendiği yerlerin başında gelmektedir. Bu noktadan bireysel karşılama, tur ve toplu taşıma hizmeti sunan işletmelerin Bursa ortak kimliğini kullanmaları ve düzenli hizmet sunmaları önemlidir.		
Nasıl? Yöntem		
Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan bireysel karşılama, tur organizasyonu ve toplu taşıma hizmeti sağlayanların Bursa kimliği unsurlarını kullanmaları sağlanmalıdır. Bu araçlarda Bursa'yı tanıtıcı materyaller bulundurulacaktır.		

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursalı Turistik İşletmelerin Yereldeki ve İl Dışındaki Şubelerinde ve Ürünlerinde Kimlik Temalarını Kullanmaları	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2021 / 4
Neden? Gerekçe		
Kent kimliğinin yerleşmesinde turistik işletmelerin ortak kimliğe uygun faaliyet göstermeleri önemlidir. Bu kimlik hizmet ve ürün kalitesinin yanı sıra ortak markanın bir bileşeni olma şeklinde güçlenebilecektir. Bu nedenle Bursa'da ve Bursa dışında faaliyet gösteren Bursa menşeli işletmelerin ve ürünlerinin destinasyon kimliği unsurlarını içermeleri önemlidir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa menşeli yeme-içme, yöresel ürün, ulaşım ve konaklama işletmelerinin Bursa'daki ve Bursa dışındaki şubelerinde Bursa kimliği temalarına yer vermeleri sağlanmalıdır. Bu uygulama Bursa'da ve Bursa dışında il kimliğinin yerleşmesi ve müşterilerde güven duygusu oluşturulması açısından önemli bir algı unsuru olacaktır. Benzer şekilde, ilin ve alt destinasyonların UNESCO Dünya Mirası ve EHTA Termal Kentler Birliği logolarını kullanmaları da bu çerçevede sağlanmalıdır.		

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Uludağ Alan / Destinasyon Yönetiminin Ortak Bir Yapı ile Gerçekleştirilmesi	Bursa Valiliği	2023 / 2
Neden? Gerekçe		
Uludağ, yapısı itibarıyla çok sayıda kurum ve kuruluşun yetkisinin bir arada toplandığı bir alandır. Önemli bir uluslararası turizm destinasyonu olması nedeniyle turizm odaklı planlama ve tanıtımının yanı sıra değerlerin korunması ve uzun erimli planlama yapılması gerekmektedir. Bölgeye yönelik planlama çalışmaları gerçekleştirilmiş ve uygulanmaktadır. Buna karşın alanda tüm kurum yetki ve sorumluluklarını uygulayabilecek tek bir otoritenin oluşturulması çalışmaların ve planlamaların etkinliğini arttırabilecektir.		
Nasıl? Yöntem		

Milli Park statüsünde bulunan Uludağ'da çeşitli kurum ve kuruluşların yetki ve sorumluluk alanları kesişmekte, bu durum da planların ve yatırımların uygulanmasında zorluklara yol açmaktadır. Yapılabilecek alana özel yasal düzenlemeler ile Milli Park Müdürlüğü koordinasyonunda ya da alan başkanlığı benzeri uygulamalarla yörenin bütüncül yönetimi değerlendirilebilecektir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Düzenli Turist Memnuniyet Ölçümleri ve Geri Bildirim	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü / Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 1 - 3
		2022 / 1 - 3
		2023 / 1 - 3
		2024 / 1 - 3
		2025 / 1 - 3
		2026 / 1 - 3
Neden? Gerekçe		
Taleplerdeki değişimlerin anlık olarak bilinmesi, ürün ve hizmet sunumunda karşılaşılan sorunlara anlık çözümler geliştirilmesi için değişim yaşandıktan sonra değil, yaşanma sürecinde bilinerek müdahale edilmesi önemlidir. Bu nedenle turistlerin memnuniyet düzeylerinin karşılaştırmalı olarak öğrenilmesi gerekmektedir.		
Nasıl? Yöntem		
Yılda 2 dönem (yaz ve kış) Bursa'da konaklayan ya da gezen turistlere yönelik olarak standartlaştırılmış ve özet memnuniyet anketleri gerçekleştirilmelidir. Değerlendirmeler destinasyon kimliği, ziyaretçi profili ve temalara göre ürün ve hizmet sunumları, alt destinasyonlar, altyapı ve hizmet kalitesi için yapılabilecektir.		

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Dış Paydaşlarla Düzenli İletişim Sistematiği Kurulması ve Yönetilmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Türk turizminin önemli bir destinasyonu olan Bursa, ulusal ölçekli tanıtım ve turizm planlaması çalışmalarında önemli yere sahiptir. Bu faaliyetlerde Bursa kimliği ile uyumun sağlanması ve eşgüdümlü hareket önemlidir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği üzerinden Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Tarihi Kentler Birliği, yurt dışı Türk misyonları ile sektörel sivil toplum kuruluşları ve birliklerle düzenli iletişim kanalları tanımlanmalıdır. Bu iletişim sistematiği içerik paylaşımı, güncel etkinlik ve turizme yönelik uygulamaların paylaşılması ve söz konusu paydaşların faaliyetlerinde Bursa'nın yerinin artırılması yer almalıdır. Bunun için ilgili kurumlardan irtibat kişileri istenmeli ve bu kişiler üzerinden iletişim düzenli olarak sağlanmalıdır.		

Ayrıca, Bursa Kùltür Turizm ve Tanıtma Birliği toplantılarına dış paydaşların da davet edilmeleri, tematik gündemlerle toplanmanın değerlendirilmesi ve özellikle yabancı ÷lke misyon yetkililerinin katılımlarının sağlanması önemsenmelidir.

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Uludağ Üniversitesi'nde Turizm Fakóltesi Açılması	Uludağ Üniversitesi	2025 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>Turizm gelişiminin akademik arka plan ile birlikte güçlü şekilde ilerlemesi, kalifiye yönetici ve personelin yetiştirilmesi, danışmanlık ekosisteminin güçlendirilmesi için akademik birimlerin kapasite ve olanakları önemlidir. Bu nedenle ilde turizm politikalarının geliştirilmesinde akademik desteğin daha etkili sağlanması ve bu alandaki araştırmaların artması için turizm fakóltesi açılması faydalı gör÷lmektedir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Uludağ Üniversitesi tarafından ilgili paydaşlarla iř birliği içerisinde gerekçe raporu ve ihtiyaç analizinin tamamlanarak Yükseköđretim Kurulu'na başvuru yapılması ve kurumsal yapılanma sürecinin başarılı örnekler baz alınarak ve turizm alanında faaliyet gösteren birim ve akademisyenlerin etkin katılımı ile nitelikli şekilde yönetilmesi önerilmektedir. Fakóltenin mevcut sektör çalışanları ve özellikle yerel rehberlerin kapasitelerinin geliştirilmesi için aktif çalışacak şekilde çalışmalarını faydalı olacaktır.</p>		

1.2. YEŞİL BURSA'YI BİRLİKTE TANIT

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Çinli Turizmcilerin Bursa'da Ağırlanması	Bursa Kültür Turizm ve	2021 / 3 ¹
	Tanıtma Birliği / GÜMTOB	2022 / 3
	– TÜRSAB BTK	2023 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>Çin dünya genelinde turist sayısı ve turizm harcaması bakımından en hızlı gelişen bir ülkedir. Bursa Çinli turistlerin tercihleri ile örtüşen profilde bir destinasyondur. Bu nedenle gelişen Çin pazarından alınacak payın artırılması uzun soluklu bir süreç gerektirecektir. Diğer destekleyici faaliyetlerle birlikte Çin pazarına yönelik tanıtım faaliyetlerinin düzenli ve etkili kurgulanması avantaj sağlayacaktır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Türk Hava Yolları A.O. (ulaşım) ve Çin'deki Kültür ve Turizm Müşavirlikleri (kişi ve kurum tespiti) ile iş birliği içerisinde Çin'den Türkiye'ye turist gönderen seyahat acentesi, tur operatörü ve turizm basını temsilcilerine yönelik bir tanıtım turu düzenlenecektir. Etkinlik kültür rotaları başta olmak üzere İstanbul ile bütünleşik ya da münferit kent merkezi, Uludağ ve İznik'i kapsayan bir rota şeklinde ve ipek teması ile kurgulanabilecektir.</p>		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Balkan ve Karadeniz Ülkelerinden Sağlık Turizmi Acentelerine Yönelik Tanıtım Turu	Bursa Kültür Turizm ve	2022 / 3
	Tanıtma Birliği / GÜMTOB	2023 / 3
	– TÜRSAB BTK - BUSAT	2024 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>Sağlık turizmi konusunda belirlenen alternatif hedef pazarlardan Balkan ve Karadeniz ülkelerinde (Sırbistan, Bulgaristan, Kuzey Makedonya, Arnavutluk, Kosova, Karadağ, Romanya, Moldova, Ukrayna, Macaristan) ikamet eden ve sağlık hizmetlerine erişimde Türkiye'yi tercih edebilecek üst-orta gelir grubuna yönelik faaliyet gösteren acenteler arası iş birliğinin geliştirilmesi anlamlı olacaktır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Hedef ülkelerde yer alan ticaret müşavirlikleri aracılığı ile sağlık turizmi alanında uluslararası çalışmaları olan acente ve aracı kuruluşlara yönelik olarak Bursa'daki sağlık altyapısı tanıtımı gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Türk Hava Yolları A.O. ve müşavirlikler iş birliğinde ve SATURK koordinasyonunda Bursa'da tanıtım turları gerçekleştirilmesi önerilmektedir.</p>		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
Hintli Seyahat Acentelerine Yönelik Tanıtım Turu	Bursa Kültür Turizm ve	2023 / 2
	Tanıtma Birliği / GÜMTOB	2024 / 2
	– TÜRSAB BTK	2025 / 2
Neden? Gerekçe		

¹ COVID-19 salgınına seyrine göre 2021 yılında başlanmayabilecektir.

Dünyada gelişen pazarlar arasında yer alan ve özellikle düşük turizmi için Türkiye'ye geliş konusunda artışın görüldüğü Hindistan; kültür, etkinlik ve doğa turizmi açılarından potansiyel bir pazar durumundadır. Bu potansiyelin değerlendirilmesine yönelik olarak Hindistan'dan seyahat acenteleri ve Hindistan pazarı ile çalışan yerli acenteler ile Orta Doğu ülkelerinde faaliyet gösteren, Bursa ile çalışan ve Hindistan vatandaşları tarafından işletilen acentelerle iş birliği yapılabilecektir.

Nasıl? Yöntem

İstanbul başta olmak üzere Hindistan pazarı ile çalışan yerli acenteler; bu acentelerin Hintli ortakları ve doğrudan bölgeye turist getirebilecek nitelikte olup Kültür ve Turizm Bakanlığı (Tanıtma Genel Müdürlüğü Bölge Koordinatörlüğü ve Yeni Delhi Turizm Müşavirliği) ile birlikte tespit edilecek Hintli acenteler ve Orta Doğu'da faaliyet gösterip Bursa ile çalışan acentelere yönelik Bursa tanıtım turu düzenlenebilecektir. Organizasyonda Türk Hava Yolları A.O. ile iş birliği gerçekleştirilebilecektir. Her bir acente ile kurulacak iletişim sürekliliği, ortak çalışma açısından faydalı olacaktır. Bu süreçte konaklama ve yeme-içme tesislerine yönelik turist profili ve özgün beklentileri konusunda bilgilendirme yapılması önerilmektedir.

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Dubai ATM Fuarına Ortak Katılım		2022 / 2
	Bursa Kültür Turizm ve	2023 / 2
	Tanıtma Birliği / GÜMTOB	2024 / 2
	– TÜRSAB BTK	2025 / 2
		2026 / 2

Neden? Gerekçe

Bursa için temel hedef pazarlarından olan Orta Doğu ülkelerinden gelen turist sayısının artması ve bu pazarla doğrudan Bursalı acentelerin iş birlikleri geliştirerek gelirin aracısız olarak tamamıyla ilde kalmasının sağlanması açısından söz konusu fuar önemli bir buluşma platformudur. Söz konusu fuara katılımında Bursa'nın önemli bir birikimi bulunmaktadır. Bu birikimin verilere daha etkili yansımaları için Bursalı turizmcilerin daha fazla sayıda ve daha hazırlıklı olarak temsil edilmesi önemli olacaktır.

Nasıl? Yöntem

"Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa" teması altında katılımın sürdürülmesi sağlanabilecektir. Bu konuda deneyimli olan Bursa'nın açmakta olduğu stantlarda Bursalı mevcut ve yeni turizmcilerin daha fazla sayıda ve hazırlıklı şekilde yer almaları desteklenebilecektir. Her bir katılımcı tarafından hazır ve alternatifli programların sunulması önemlidir.

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Jeddah International Travel & Tourism Exhibition (JTTX-SA) Katılımı		2022 / 2
	Bursa Kültür Turizm ve	2023 / 2
	Tanıtma Birliği	2024 / 2

Neden? Gerekçe

Suudi Arabistan'ın ekonomik açıdan hareketli olan batı bölgesinde en kapsamlı turizm etkinliği olarak JTTX-SA öne çıkmaktadır. Ağırlıklı olarak firmadan tüketiciye (B2C) şeklinde geçen etkinlikte Cidde

başta olmak üzere Yenbu, Duba, Tebük, Medine, Mekke, Taif gibi gelir seviyesinin yüksek olduğu kentlerde ikamet eden halka erişim imkânı gelişmektedir. Profil olarak yüz yüze iletişimi tercih eden bölge halkına erişim bu şekilde artırılabilir.

Nasıl? Yöntem

Fuarda ildeki yerel acente ve konaklama tesisi temsilcilerinin hazırlıklı hale getirilmesi ve kendilerine yer verilmesi ile yeni müşterilere erişim imkânı gelişebilir. Fuara 3 yıllık düzenli katılım öngörülmekte olup bu bölgedeki turistler ile turizmciler arasında düzenli iletişim ağı kurulması hedeflenmektedir. Bu 3 yıllık süreç sonrasında kurulan bu iletişim ağları üzerinden birebir iş birliklerinin sürdürülmesi sağlanmalıdır.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Riyadh Travel Fair Katılımı	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 2
		2023 / 2
		2024 / 2

Neden? Gerekçe

Suudi Arabistan'ın başkenti olan ve ülkenin doğu yakasındaki kentlerin etki alanında bulunan Riyad'daki en önemli turizm fuarı olan etkinliğe katılım bu bölgeden alınacak payın artması açısından önemsenmektedir. Riyad'ın yanı sıra Dammam, Cübeyil ve Bureyde gibi kentlerde yerleşik halka hitap edebilecek fuarda firmadan tüketiciye (B2C) ve firmadan firmaya (B2B) iş birlikleri geliştirilebilir.

Nasıl? Yöntem

Fuarda ildeki yerel acente ve konaklama tesisi temsilcilerinin hazırlıklı hale getirilmesi ve kendilerine yer verilmesi ile yeni müşterilere erişim imkânı gelişebilir. Fuara 3 yıllık düzenli katılım öngörülmekte olup bu bölgedeki turistler ile turizmciler arasında düzenli iletişim ağı kurulması hedeflenmektedir. Bu 3 yıllık süreç sonrasında kurulan bu iletişim ağları üzerinden birebir iş birliklerinin sürdürülmesi sağlanmalıdır.

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Yenişehir Doğrudan Uçuş Noktalarında Odaklanmış Tanıtım Gerçekleştirilmesi ve Acenteler Arası İş Birlikleri	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği / TÜRSAB BTK	2022 / 1
		2023 / 1
		2024 / 1

Neden? Gerekçe

Havayolu ile ulaşım imkânının güçlü olduğu Ankara, Diyarbakır, Erzurum, Muş, Trabzon ve Gaziantep gibi illerde Bursa'nın tanıtımının yoğunlaştırılması yerli turist akışının artmasına olanak sağlayacaktır.

Nasıl? Yöntem

Ankara, Diyarbakır, Erzurum, Muş, Trabzon ve Gaziantep'te yerel yönetimler ile iş birlikleri içinde genel tanıtım faaliyetleri artırılabilir. Bu illerde il tanıtım günleri gibi tematik etkinlikler değerlendirilebilir. TÜRSAB Bölge Temsilcilikleri üzerinden seyahat acenteleri arası iş birliklerinin artırılmasının teşviki ile uçuşlarda doluluk ve turizm geliri artışı görülebilir.

Eylem 8	Ana Sorumlu	Zamanlama
İstanbul - Mudanya Seferi Yapılan Noktalarda Bursa Ortak Kimliğinin Kullanılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği (Bursa Büyükşehir Belediyesi / Mudanya Belediyesi)	2021 / 3
Neden? Gerekçe		
Bursa'nın denizyolu ile temel destinasyonu olan İstanbul'da yaşayanlara ve gezen turistlere yönelik tanıtım gerçekleştirilmede kapı niteliğinde olan denizyolu istasyonlarında Bursa ortak kimliğinin kullanılması ve düzenli ya da dönemsel olarak yakın noktalarda tanıtımın yapılması ve tanıtıcı materyal bulundurulması faydalı olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
BUDO başta olmak üzere denizyolu ulaşım sağlayıcılarının Bursa ile ilgili ofis, terminalleri ve ulaşım araçlarında Bursa ortak kimliğinin uygulanması önemli olacaktır.		

Eylem 9	Ana Sorumlu	Zamanlama
Orta Doğu Ülkelerine Yönelik "Bursa'da Ramazan" Temalı Paket Programların Yaygınlaştırılması	TÜRSAB Bölge Temsilciliği	2020 / 1
Neden? Gerekçe		
Körfez ve Arap Yarımadası ülkelerinde sıcak aylara denk gelen Ramazan ayını daha ılıman bölgelerde geçirme eğilimi söz konusudur. Halihazırda Bursa'nın da içinde yer aldığı Türk kentlerinde Ramazan aylarında Orta Doğulu turist sayısında artış görülmektedir. Karagöz oyunu ve yöresel yemek kültürü gibi Ramazan ayına yönelik uygun ürün sunma potansiyeli bulunan Bursa'da Ramazan ayına yönelik tur paketlerinin paket olarak pazarlanması fayda sağlayacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Orta Doğu pazarı ile iş birliği deneyimi olan seyahat acenteleri tarafından "Bursa'da Ramazan" temalı paket turların çeşitliliğinin artırılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bursa dışındaki İstanbul, Yalova, Sapanca ve Batı Karadeniz gibi destinasyonları da kapsayabilecek haftalık, 2 haftalık ve aylık programlar tasarlanabilecektir. Takvim açısından uygun olan katılım sağlanacak fuarlar ve tanıtım etkinliklerinde bu paketlerin tanıtımı yapılabilecektir.		

Eylem 10	Ana Sorumlu	Zamanlama
Uluslararası ve Ulusal Festivallerin Düzenlenmesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi / İlçe Belediyeleri / Sivil Toplum Kuruluşları	2022 / 2 2023 / 2 2024 / 2 2025 / 2 2026 / 2
Neden? Gerekçe		
Tematik festivaller ve etkinlikler gerek yerel halkta turizm bilincinin ve koruma kültürünün gelişmesi, gerekse de turistik hareketlilik sağlanması bakımından faydalı olmaktadır. Ölçeğine dikkat etmek		

koşulu ve fayda-maliyet dengesine dikkat edilerek özellikle sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri özendirilebilecektir.

Nasıl? Yöntem

Sinema, dizi, belgesel, orta oyunu, fotoğraf, yöresel ürün ve değerler gibi temalar çerçevesinde gerçekleştirilebilecek etkinlikler belirlenebilecektir. Bu etkinliklerin sivil toplum kuruluşları öncülüğünde ve yerel yönetimler ile diğer paydaşların destekleri ile gerçekleştirilmesi önemsenmelidir. Etkinliklere katılımların artması için il genelinde görsel ve dijital platformlarda güçlü şekilde duyurulması sağlanmalıdır.

Eylem 11	Ana Sorumlu	Zamanlama
Tüm Tanıtım Materyallerinin Ortak ve Marka Kimliğine Uygun Hale Getirilmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 4 2025 / 4

Neden? Gerekçe

Bursa il geneli, ilçeleri ve çeşitli temalar bazında pek çok nitelikli tanıtım materyali hazırlanmıştır ve kullanılmaktadır. Marka kimliğin yerleşmesi, tanıtım faaliyetlerinin ortak hedefe yönelik kurgulanması ve kaynak verimliliği açısından materyallerin eşgüdümlü olarak hazırlanması önemlidir.

Nasıl? Yöntem

Basılı, görsel, işitsel, dijital, mobil ve benzeri mecralarda Bursa'yı ve Bursa'nın turistik değerlerini tanıtan tüm materyallerin ortak dilde ve mükerrer olmayacak şekilde oluşturulması sağlanmalıdır. İlde bulunan tüm müzelerin münferit tanıtım materyallerinin tek bir yayında birleştirilmesi de bu kapsamda sağlanmalıdır. Bu süreçlerde özellikle UNESCO Dünya Miras Alanlarının ve Bursa değerleri arasında öne çıkanların baskın şekilde kullanılmaları önemsenmelidir. Ayrıca, ildeki tüm kesimlerin katkıları ile Bursa'nın tarihi ve kültürünü anlatan ortak bir Bursa kitabı değerlendirilebilecektir.

Eylem 12	Ana Sorumlu	Zamanlama
İznic'in de rotası içinde bulunduğu "Hoşgörü Yolu (Tolerance Way)"nın Tanınırlığının Artırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği / İznic Belediyesi	2024 / 1

Neden? Gerekçe

Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzak Doğu ülkeleri başta olmak üzere önemli potansiyele sahip olan ve belirli kitleler için büyük öneme sahip İznic'in içerisinde bulunduğu Hoşgörü Yolu'nun tanınırlığının artırılmasının bu alt destinasyona turist ziyaretlerini artıracak nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

Nasıl? Yöntem

Avrasya Yolu Kültür Rotaları Projesi ile altyapısı hazırlanmış olan Hoşgörü Yolu'nun daha etkin tanıtımı için çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Bu konuda faal bulunan sivil toplum kuruluşları ile iş birlikleri geliştirilebilecektir.

Eylem 15	Ana Sorumlu	Zamanlama
----------	-------------	-----------

İstanbul Merkezli Acentelerin ve Tur Operatörlerinin ve Sinema Yapım Şirketlerinin Düzenli Olarak Bursa'da Ağırlanması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 1 2023 / 1 2024 / 1 2025 / 1 2026 / 1
Neden? Gerekçe		
<p>Türkiye'de dış pazarlardan turist getiren seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin büyük çoğunluğu İstanbul'da kümelenmiştir. Bu acentelerin yerel destinasyonları tanınmaları dış bağlantıların talepleri çerçevesinde turist getirmek için ve turist beklentilerine yönelik turlar planlamak için önemlidir. Öte yandan ilde sinema ve dizi çekimlerinin artması ile tanınırlığın güçlenmesi için yapım şirketlerinin de benzer şekilde misafir edilmeleri faydalı olacaktır. Bu nedenle bu acentelerin yetkililerinin acentelerin görece düşük sezonları olan ve yıl geneli için planlamaların yapıldığı dönem olan yılın ilk aylarında Bursa'da misafir edilmeleri sağlanmalıdır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Bu ziyaretlerde ilin yeni alt destinasyonları, yeni turistik ürünleri ve yeni yatırımlarının tanıtılmasını içeren 2 ya da 3 günlük programlar düzenlenebilecektir. TÜRSAB BTK iş birliği ve diğer turizm sektör üst kuruluşları ile iş birlikleri planlanabilecektir.</p>		

1.3. BURSALILARDA VE TURİSTLERDE TURİZM ALGISINI YERLEŞTİR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Turistik Çekiciliklerin ve Değerlerin Tabelalandırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği / Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2021 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>Değerlere yönelik araştırmalarda özellikle öne çıkanların ismen bilindiği ancak hikayelerinin yeterince bilinmediği görülmektedir. Bu nedenle değerlerin buldukları konumda yapılan tabela uygulamalarının yaygınlaştırılması ve görsel afişlerin kent genelinde çeşitlendirilmesi fayda sağlayabilecektir. Benzer şekilde ulaşım güzergahları ve dağıtım noktalarında da yönlendirmelerin eksiksiz olması önemlidir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bursa Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü, Vakıflar Bölge Müdürlüğü, Tabiat Varlıklarını Koruma Şube Müdürlüğü, Doğa Koruma ve Milli Parklar Bölge Müdürlüğü, Büyükşehir ve ilçe belediye başkanlıkları koordinasyonunda il genelindeki öne çıkan turistik değerlere ortak tasarım dili ve Bursa kimliği unsurları ile uyumlu şekilde standart tabelalandırma uygulanması sağlanabilecektir. Söz konusu tabelalarda mobil uygulamalarla uyumlu QR kod gibi unsurlara yer verilmelidir.</p>		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa'nın Kent Kapılarına Kimlik Uygulamaları	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>Kentlerin kimliğinde kapılar önemli yer tutmaktadır. Herhangi bir yapı ya da işaretlendirmeye gerek duyulmayan kapı algısı, kent ya da coğrafi bir simgenin silüetinin görüldüğü an ya da yerel kültüre ait soyut özelliklerin hissedilmeye başlandığı an olabilmektedir. Bu niteliğe uyan alanlarda Bursa'ya geldiğini hissettiren nitelikte kimlik uygulamaları marka kimliğinin pekişmesini destekleyecektir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>İzmir - İstanbul Otoyolu üzeri, Mudanya ve Gemlik Feribot İskeleleri, Yenişehir Havalimanı, D150 - D575 - D200 Karayolları ve diğer kent kapısı niteliğindeki ulaşım bağlantılarında Bursa kent kimliğini tanıttıcı uygulamalar Bursa halkı ve turistlerde Bursa'nın turizm şehri algısının yerleşmesini destekleyebilecektir.</p>		
Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
2027 Avrupa Gençlik Olimpik Festivali (European Youth Olympic Winter Festivals - EYOF) Adaylığı	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021
Neden? Gerekçe		
<p>Uluslararası spor etkinlikleri ya da benzeri faaliyetler turizm konusunda yerel halkın ve ulusal ve uluslararası aktörlerin dikkatini destinasyona ve destinasyonun turistik özelliklerine çekmede önemli</p>		

araçlardır. Öte yandan doğru ölçek tercihi ve maliyet etkinliği bu tarz faaliyetlerin amaca ulaşması için önemlidir. Geniş kitlelerin ilgisini Bursa'ya yönlendirecek kadar büyük ve gerektireceği altyapı yatırımları açısından kısıtlı etkinlikler bu kapsamda değerlendirilebilecektir. Etkinlik aynı zamanda kent ekonomisinin canlanmasına da katkı sağlayacaktır. İldeki üniversiteler ve Bursa turizminde payı görece düşük olan genç kitle için EYOF değerlendirebilecektir.

Nasıl? Yöntem

Avrupa Olimpiyat Komitesi (EOC) tarafından düzenlenen etkinliğin başvuru süreçleri 5 yıl öncesinden başlamaktadır. Hem kış hem yaz oyunları için 2021'de başlayacak olan süreç Türkiye Ulusal Olimpiyat Komitesi aracılığı ile gerçekleştirilmektedir.

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Gençlerin Turizm için Çalışmalarının Sağlanması	Bursa Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü	Sürekli

Neden? Gerekçe

Üniversite öğrenci toplulukları, spor kulüpleri, sivil toplum kuruluşları, kent konseyi, genç girişimciler gibi gençlere yönelik yapıların içerisinde aktif rol alacağı etkinliklerin tanınması dinamizmi artıracak ve kimlik algısını güçlendirebilecektir. Dönemsel etkinliklerin bu kapsamda desteklenmesi de değerlendirilmelidir. Avrupa'da gençlerin turizm ve diğer kentsel ve toplumsal süreçlerde rollerini artırmaları için Avrupa Gençlik Forumu ve bunla ilişkili olarak Avrupa Gençlik Başkenti programı uygulanmaktadır. Bu yapının kriterlerinin benimsenmesi ile kent turizmine dinamizm kazandırılabilir.

Nasıl? Yöntem

Bursa kimliğinin yaygınlaştırılması ve gençlerin turizm konusunda aktif rol almalarına yönelik olarak üniversite öğrenci toplulukları, spor kulüpleri, sivil toplum kuruluşları, kent konseyi, genç girişimciler gibi yapıların Bursa kimliği altında yapacağı faaliyet ve etkinliklerin desteklenmesi faydalı olacaktır. Bu kapsamda gençler ve gençlere yönelik yapıların Bursa kimliğini geliştirmeye yönelik faaliyetlerinin teknik ve finansal açıdan desteklenmesi bu süreci hızlandırabilecektir.

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
İzmit'te Turizm Algısının Geliştirilmesi	İzmit Belediyesi	2022 / 1

Neden? Gerekçe

Turistik açıdan büyük potansiyel barındıran ancak yeterli payı alamayan İzmit'te turizmin yerel değerlerin korunarak gelişebileceği algısının pekiştirilmesi faydalı olacaktır. Bunun için özellikle Uzak Doğu ülkelerinden düzenlenecek turların pilot rotalarda geliştirilmesi ve Ayaş - İzmit İpek Yolu Koridorunun tanıtımının artırılması önerilmektedir.

Nasıl? Yöntem

İzmit'in Hıristiyan kültürü için barındırdığı büyük turizm potansiyelinin yanı sıra Türk-İslam dönemi önemli bir ticaret rotası üzerinde bulunmuş olması şehrin tanıtımı açısından avantajdır. Algı araştırması sürecinde görülen turizme karşı temkinli bakış açısını ve kaygıları gidermek adına ilk etapta Ayaş - İzmit İpek Yolu Koridorunun geliştirilmesi için iş birlikleri önerilmektedir. Bu rotada

turizm gelişiminin getireceği hareketlilik İznik'in ilk etapta iç turizmden aldığı payın artırılmasına olanak sağlayabilecek, ilerleyen aşamalarda Avrupa ve Uzak Doğu başta olmak üzere yabancı turiste yönelmede bir aşama olacaktır. Bu süreçte ilgili mahalli idare birliği olan İpek-Bir ile iş birliği geliştirilebilecektir. Ayrıca, İznik'te su altı arkeolojisi uygulamaları gelişim potansiyeli taşımaktadır. Bu alanların turizme açılması yörenin turistik destinasyon olarak konumlanmasına olanak sağlayabilecektir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Turistik Yerleşimlerde (Kızık köyleri, Trilye, İznik, Saitabad vb.) Kültürel Miras ve Turizm Bilincini Geliştirici Eğitim Programları Düzenlenmesi	Bursa İl Millî Eğitim Müdürlüğü	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Turizmin temel ekonomik aktivite olduğu ya da olma potansiyelinde bulunduğu alt destinasyonlar ve yerleşimlerde bilgi eksikliği, koruma kültürünün yeterli düzeyde olamaması gibi olumsuzluklar tespitler arasında yer almıştır. Bunun giderilmesi için erken yaşta bilinç sağlayıcı faaliyetler faydalı olmaktadır. Buna yönelik olarak ilköğretim çağındaki öğrencilere saha ziyaretlerini de içeren programlar düzenlenmesi değerlendirilebilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Söz konusu yörelerde yaşayan eğitim çağındaki çocuklara yönelik olarak aktivite bazlı eğitim programları düzenlenmelidir. İl Millî Eğitim Müdürlüğü tarafından İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve ilgili ilçe belediyesi iş birliğinde söz konusu uygulamalı eğitim programları yılda bir defaya mahsus olarak gerçekleştirilebilecektir.		

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Yerel Gelenekleri Yansıtan ve Turistlere Sunulabilecek Deneyimleme İmkanlarının Süreklileştirilmesi	İlçe Belediyeleri	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Dünya genelinde deneyim turizmine olan ilginin artması ve yalnızca belirli bir yerde deneyimlenebilecek aktivitelere olan talebin yükselmesi analizlerde belirtilmiştir. Bu tarz deneyimleme imkanlarının gelişmesi için yerel yönetimlerin yerele özgü gösteri ve tören gibi etkinlikleri düzenli olarak uygulamaları değerlendirilebilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Aşıklar kahvesi, kılıç – kalkan gösterisi, saat kulesi nöbet değişimi, Karabaş-i Veli Dergahı semazen gösterisi gibi etkinlik ve deneyim olanaklarının sürekli hale getirilmesi sağlanmalıdır.		

EKSEN 2. YEŞİL YAŞA (LİVE GREEN) – ÇEVRE VE TOPLUMA YÖNELİK STRATEJİLER

Bursa'nın tanıtım, marka ve iletişim stratejisinin çevre ve topluma ilişkin bileşenleri "Yeşil Yaşa" eksenini altında bir araya getirilmiştir. Eksen turizmin ve Bursa tanıtımının dijitalleşmesi, uluslararasılaşması, bilinç ve koruma kültürünün yaygınlaştırılmasına yönelik strateji ve eylemlerini içermektedir.

2.1. TURİZMİ VE TANITIMI DİJİTALLEŞTİR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Dijital İçeriklerin Güncel Tutulması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Yapılan araştırmalar ve saha çalışmaları turistlerin bilgiye erişimde dijital içerikleri kullanmasının yaygın olduğunu ve giderek artmakta olduğunu göstermektedir. Bu nedenle yerel tanıtım platformlarının yanı sıra ortak kullanılan platformlardaki bilgilerin güncel, doğru ve etkileyici olmaları önemlidir. Genel seyahat platformlarının yanı sıra ansiklopedik bilgiye ulaşılabilecek ve yaygın kullanılan platformlarda ve yerel kurum ve kuruluşların internet sitelerinde de bilgi girişlerinin gerçekleştirilmesi ve güncelliğin sağlanması gerekmektedir.		
Nasıl? Yöntem		
Wikipedia, Wikitravel, Lonely Planet, Lonely Planet Community, Trip Advisor, Yahoo Travel gibi internet ve mobil tabanlı seyahat platformları turistik olarak bilgi edinmede en sık kullanılanlardır. Bu platformlarda yer alan bilgilerin güncel ve doğru olması için farklı dillerde içerik çalışmaları düzenli olarak yapılmalıdır. Ayrıca, bu gibi platformlara ait forumlarda pek çok soru sorulmakta olup destinasyon yönetimi tarafından hızlı ve doğru yanıt verilmesi destinasyona olan güveni artırmaktadır. Bu nedenle oluşturulacak bir ekip ile düzenli içerik çalışmaları yapılması önerilmektedir.		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Ortak Bursa Tanıtım Sitesi ve Mobil Aplikasyonunun Geliştirilmesi ve Yaygınlaştırılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 4
Neden? Gerekçe		
Turistin ve turist hareketliliğinde etkisi olan acente, tur operatörü, içerik sağlayıcısı, influencer gibi paydaşların detaylı ve güncel bilgiye erişimi için dijital mecralar önemlidir. Bu platformların kullanıcı dostu, mobil uyumlu, güncel ve doğru bilgiye sahip olmaları kritik konulardır.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Büyükşehir Belediyesi tarafından hayata geçirilen www.bursa.com.tr internet sitesi ve çalışmaları gerçekleştirilen mobil uygulamanın bu anlamda tüm il için ortak platform olarak değerlendirilmesi sağlanmalı ve kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. İldeki tüm turistik çekiciliklerin, güncel etkinliklerin ve takvimlerinin, yeme-içme noktalarının, harita ve rotaların yer almaları sağlanmalıdır.		

Rotalar aynı zamanda fiziki olarak yol ve kaldırımlar ile tabelalarda belirtilebilecektir. Bu site ve uygulamanın kullanımının yaygınlaşması için konaklama tesisleri, havalimanı ve istasyonlar, tur araçları ve turistik çekim noktalarında afiş ve broşürlerle tanıtımının yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca, yeni genel öğrencilere yönelik olarak üniversitelerin ve yurtların ilgili alanlarında bilgilendirme yapılması da uygulama ve sitenin amacına ulaşmasında avantaj sağlayacaktır. Söz konusu site ve uygulamalarda ziyaretçilerin Bursa deneyimlerine ve yorumlarına yer verilmesi değerlendirilebilecektir.

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
Çince Dijital İçerikler Oluşturulması ve Mobil Ödeme Uygulamalarının (Alipay ve WeChat Pay) Yaygınlaşması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası / BESOB	2022 / 1
Neden? Gerekçe		
Giderek artan Çinli turist sayısı, bu pazara yönelik gelişmeleri ve profili takip etmeyi önemli kılmaktadır. Çinli potansiyel ve mevcut turistlerin erişebileceği dijital platformlarda Çince tanıtıcı içeriklerin bulunması faydalı olacaktır. Ayrıca, Çinli turistler tarafından özellikle batı ülkelerinin aksine Çin'e özgü mobil ödeme uygulamaları yaygın durumdadır. Çin pazarı ile çalışan konaklama tesisleri, restoranlar, acenteler ve diğer turistik tesislerde Alipay ve WeChat Pay gibi ödeme uygulamalarına ilişkin altyapıların kurulması faydalı görülmektedir.		
Nasıl? Yöntem		
2019'dan itibaren Türkiye'de de kullanılmaya başlanan Çin menşeli mobil ödeme platformlarının turizmciler tarafından tanınması ve kullanılması faydalı olacaktır. Bu amaca yönelik olarak belirlenecek Çin pazarı ile çalışan turizmcilere bu uygulama konusunda bilgi verilmesi önerilmektedir.		

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Hintçe İçerik Oluşturulması ve Sosyal Medyada Kullanılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 1
Neden? Gerekçe		
Gelişmekte olan Hindistan pazarı Facebook başta olmak üzere sosyal medya platformlarının ve basılı materyallerin tercih edildiği bir pazardır. Hindistan'dan turist getirmesi beklenen acentelere yönelik bilgi sağlamak üzere Hintçe tanıtım materyalleri faydalı görülmektedir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa'nın turizm temalarını ve Hint pazarının yoğun olarak ilgi gösterdiği deneyimleme ve aktivite alanlarının tanıtıldığı tanıtım materyali ve internet siteleri içeriklerinin oluşturulması önerilmektedir.		

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Müzelerindeki Farklı Dillerde Sesli Anlatımı için Altyapı Oluşturulması ve Mobil Uygulama Entegrasyonu	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 1
Neden? Gerekçe		

Çağdaş müzecilik yaklaşımlarında basılı materyallerle birlikte işitsel materyallerin payı artış eğilimindedir. Farklı ülkelerden gelen turistlerin kendi dillerinde sesli bilgilendirme imkanlarından yararlanılması tercih edilen yöntemlerdendir. Bursa'da bu alanda gelişim olanakları olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca, Büyükşehir Belediyesi tarafından geliştirilen mobil uygulama ile bu uygulamanın birleştirilme imkanı bulunmaktadır.

Nasıl? Yöntem

Müze Müdürlükleri ile iş birliği içerisinde Bursa Büyükşehir Belediyesi tarafından İngilizce ve Çince başta olmak üzere eserlerin bilgilerinin anlatılabileceği bir sistemin geliştirilmesi sağlanabilecektir.

2.2. YEŞİL KENT UYGULAMALARINI ARTIR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Tarihi Kent Merkezinde Yayalaştırma Uygulamaları	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2
Neden? Gerekçe		
<p>Kültür varlıklarının yoğun olduğu ve tarihi öneme sahip kentlerde turistik ve korunması gereken bölgelerde yayalaştırma uygulamaları dünya genelinde yaygındır. Bu şekilde halkın ve turistlerin kent dokusunu ve kültürünü hissetmeleri daha kolay hale gelmekte ve turistik aktiviteler ile harcanan zaman artmaktadır. Bu nedenle, Lörcher, Prost, Piccinato planları olarak anılan kent planları ve sonrasında ilgili bakanlıklar ve nihayetinde Bursa Büyükşehir Belediyesi'nce gerçekleştirilen plan çalışmalarında benzer kararların yer alması ve bunun uygulanmasındaki başarıların görülmesi Bursa kent merkezinde Hanlar Bölgesi ve Çarşıbaşı ve çevresinde konsept proje ve özellikle yayalaştırma uygulamalarının sürdürülmesini önemli kılmaktadır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Bursa Büyükşehir Belediyesi başta olmak üzere ilgili yerel yönetimler, merkezi kamu kurumları ve yerel mülk sahipleri ve esnaf ile sivil toplum tarafından alana ilişkin başarılı projeler oluşturulmakta ve uygulanmaktadır. Bu projelerin uygulama süreçlerinin hızlandırılması ve yakın çevreye yayılması önemlidir. Bu çalışma yapılırken paydaş değerlendirmelerinde sıklıkla vurgulanan tur otobüsü durma alanları, toplu taşıma imkanları ve otopark gereksinimlerinin mevcut ve gelecek potansiyelleri göz önünde bulundurularak planlanması gerekecektir.</p>		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
22 Eylül Arabasız Gün Uygulaması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 3
		2022 / 3
		2023 / 3
		2024 / 3
		2025 / 3
		2026 / 3
Neden? Gerekçe		
<p>İklim değişikliği, sağlıklı yaşam, çevresel sürdürülebilirlik ve kentlilik bilinci konularına yönelik olarak önce Avrupa'da başlayan sonra dünya geneline yayılan bir uygulama olan 22 Eylül Arabasız Gün uygulaması, düzenlendiği kentlerde yaşayanlar ve kente yönelik dış imaj açısından olumlu olarak yaygınlaşmaktadır. "Gelenekten Geleceğe Akan Şehir" Bursa'nın yeşil stratejileri çerçevesinde bu faaliyetin yılda bir gün düzenlenmesinde fayda görülmektedir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Gün, halkın iş süreçlerini asgari düzeyde etkileyecek şekilde önlemler alınarak ve lojistik olanaklar çeşitlendirilerek uygulanabilecektir. Gün organizasyonunda karar vericiler düzeyinde katılım, Bursa ile ilişkisi bulunan tanınmış isimlerin katılımı ve farklı aktiviteler ile zenginleştirilecek şekilde planlanabilecektir.</p>		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
2023 Yılı Avrupa Yeşil Başkentler (EU Green Capitals) Başvurusu	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2020 / 4
Neden? Gerekçe		
<p>“Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa” markası ve yeşil stratejileri ile uyumlu olarak Yeşil Bursa imajını geliştirmek, tanıtmak ve turistlere yönelik ilgi çekmek adına Bursa'nın 2023 ya da takip eden yıllar için Avrupa Yeşil Başkent Ödülleri'ne aday olması önemli görülmektedir. Bu şekilde Bursa'nın marka değeri önemli ölçüde arttırılabilecektir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Avrupa Komisyonu tarafından her yıl; 3 yıl önceki Ekim ayı sonunda başvuruları alınacak şekilde çağrıya çıkan ödüller için başvuru Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde ve tüm ilgili aktörlerin yer alacağı bir komisyon ile gerçekleştirilebilecektir. 2026 hedef yılına kadar olan dönem için ödülün alınması kent markasına önemli katkı sağlayacaktır.</p>		

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Kent içi Yollarda Dönemsel Kültür ve Sanat Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2
Neden? Gerekçe		
<p>Kentte turistlerin geçirecekleri zamanın arttırılması ve ilginin çekilmesi için kentsel aktiviteler önemli bir araçtır. “Gelenekten Geleceğe Akan Şehir” vizyonu altında konser, tiyatro, sergi ve festival gibi etkinlikler değerlendirilebilecektir.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Bursa Senfoni Orkestrası konserlerinde her konaklama tesisi için kontenjan ayrılması ile katılım yaygınlaştırılabilecektir. Kent merkezinde belirli akşlarda dönemsel sergiler gerçekleştirilebilecek ve bu şekilde aynı zamanda yöresel ürün tanıtım ve sunumları yapılabilecektir. Yine öğrenci şenlikleri gibi etkinlikler kent ile bütünleştirilerek uygulanabilecektir.</p>		

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Gölyazı'da Konaklamanın ve Turistik Etkinliklerin Geliştirilmesi	Nilüfer Belediyesi	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
<p>Coğrafi özellikleri, kültürel geçmişi ve mevcut yapısı bakımından önemli bir turistik destinasyon olan Gölyazı'nın artan altyapı yatırımları ve tanınırlığı ile birlikte turizmden aldığı pay artma eğilimindedir. Bu yörenin potansiyelinden daha etkin faydalanabileceği değerlendirilmektedir. “Gelenekten Geleceğe Akan Şehir” vizyonuna büyük oranda uyan bu yapısı ile Gölyazı, Bursa turizmi için önemli konumdadır.</p>		
Nasıl? Yöntem		

Antik bir yerleşim üzerine kurulmuş olan Gölyazı'da kültür varlıkları ve doğal değerler ile bütünleşmiş bir yaşam söz konusudur. Günübürlük turizmden önemli pay almakta olan yörenin butik konaklama ve yeme-içme tesislerinin artırılması, park alanlarının ve çevre düzenlemesinin geliştirilmesi, gondol / kayık turlarının niteliğinin ve niceliğinin iyileştirilmesi ve yöresel ürünlerin turizmde daha fazla değerlendirilmesi ile konaklamalı turizmde gelişimi hızlandırılabilir. Alanın turizmle yönelik kullanımına yönelik kurumlar arası iş birlikleri gerçekleştirilmektedir. Bu alanın bütüncül yönetimi için yerel halkı ve girişimcileri, Gölyazı Turizm Geliştirme Kooperatifi ve benzeri örgütlenmeleri odağa alacak bir çalışma grubu kurulması ya da alan yönetimi benzeri model uygulanması gelişimi destekleyici unsurlar olabilecektir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Cumalıkızık'ın Yaşayan Osmanlı Köyü Olarak Ülke Genelinde ve Yurt Dışında Tanınması	Yıldırım Belediyesi	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
Cumalıkızık; korunmuş yapısı, turizmden aldığı pay ve sinema sektörünün etkin değerlendirildiği bir alan olması nedeniyle önemli bir alt destinasyondur. Yerleşim Osmanlı köyü olarak tanınmış ve kültür mirası halini almıştır. Yöredeki kültürel değerlerin korunması için bu değerlerin koruma - kullanma dengesi altında değerlendirilmesi ve yerel halk ile girişimciler tarafından yatırımlara konu olmaları önemlidir. Bu nedenle kente gelen turistlerin bu alana daha sık gelmeleri önemsenmelidir.		
Nasıl? Yöntem		
Turlarla ya da bireysel olarak Bursa'ya gelen turistlerin Cumalıkızık'ı ziyaret etmeleri için kent merkezinden düzenli servislerin ve görünürlük olanaklarının artırılması, konaklama tesisleri ve acentelerin bu yöreye yönelik ek turları (excursion) teşvik etmesi, bunun için de tanıtıcı materyalleri daha etkin kullanmaları önemsenmelidir.		

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Turistik Çekim Noktalarında Tur Otobüsleri ve Bireysel Taşıtlar için Oto Park Alanlarının Yaygınlaştırılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 2
Neden? Gerekçe		
Bursa'da turist sayısında düzenli bir artış söz konusudur. Bu artış da turlarla ya da bireysel araçları ile çekiciliklerin ziyaret edilmesini arttırmaktadır. Bu nedenle kent merkezi, ilçe merkezleri, Uludağ, Kızık Köyleri, Gölyazı gibi alt destinasyonlara gelen taşıtların bırakılacağı yer ihtiyacı artmaktadır. Özellikle çekiciliklerin azami derecede yakınına getirilen taşıtların çevresel riskleri de önemli birer faktör olmaktadır. Bu nedenle imar planları ve diğer mekânsal planlarda bu alanların gelecek turist projeksiyonları ve hedefleri çerçevesinde planlanmaları faydalı olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde ve ilçe belediyeleri ya da mekânsal plan konusunda yetkili diğer birimler iş birliğinde il genelinde turistik çekicilikler için tur otobüsü ve bireysel araç tahminleri çerçevesinde uygun park alanları oluşturulmalıdır.		

Eylem 8	Ana Sorumlu	Zamanlama
Turistik Kullanıma Uygun Bisiklet Kiralama Sistemi Kurulması ve Bisiklet Rotalarının Planlanması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2025 / 4
Neden? Gerekçe		
Yeşil kent uygulamalarının başında bisikletli ulaşım ve bisiklet rotaları gelmektedir. Bu nedenle gerek kent için ulaşımında gerekse de turistik rotaların gezilmesinde bisiklet altyapısı ve sistemi önemlidir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa kent merkezinde ve çevre destinasyonlarda kısa ve uzun mesafeli bisiklet parkurlarının planlanması ve şahsi ya da ortak kullanımlı bisikletlerin bu rotalarda daha aktif olmaları için gerekli yatırımlar planlanmalıdır.		

2.3. KORUMA BİLİNCİNİ GELİŞTİR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Ramazan Aylarında Geniş Katılımlı Karagöz Oyunu Uygulamaları ve Destekleyici Ürünler	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2
		2023 / 2
		2024 / 2
		2025 / 2
		2026 / 1
Neden? Gerekçe		
Bursa'nın kültür mirası olan ve dünya genelinde tanınan Karagöz oyununun canlandırılması, yaşatılması ve turizmde kullanılması önemlidir.		
Nasıl? Yöntem		
Ramazan ayları başta olmak üzere Karagöz oyunlarının sayısının ve katılım düzeyinin artırılması, Karagöz ile ilişkili sinema yapımlarının artması ve bu dönemlerde iftar programlarında yer verilmesi önemli olacaktır. Ayrıca, Bursa'ya gelen turistlere sunmak üzere Karagöz temalı hediyelik eşyaların artırılması için girişimler gerçekleştirilebilecektir. Benzer şekilde Karagöz Tasarım Atölyesi'nin etkin değerlendirilmesi		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Mavi Bayraklı Plaj ve Marina Oluşturulması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 2
Neden? Gerekçe		
Bursa'ya komşu illerde ve Marmara Denizi kıyılarında pek çok mavi bayraklı plaj bulunmaktadır. Gerek bölgedeki nüfus yoğunluğu gerekse de turist sayısının yüksek olması bu bölgede deniz turizmi talebini artırmaktadır. Hâlihazırda Marmara Denizi kıyılarında pek çok plaj kullanımdadır. Bu plajların yaygın olarak önemsenen mavi bayrak belgesine sahip olmaları turistik açıdan avantaj sağlayacaktır. Ayrıca, Bursa Büyükşehir Belediyesi'nce devralınan Güzelyalı Yat Limanı'nın da mavi bayraklı marina olma potansiyeli bulunmaktadır.		
Nasıl? Yöntem		
TÜRÇEV tarafından belirlenen kriterlerini sağlanması için yapılacak düzenleme ve yatırımların ardından mavi bayrak başvurusu gerçekleştirilerek belge alınabilecektir. Bu kapsamda çevre eğitimi ve bilgilendirme, yüzme suyu kalitesi, çevre yönetimi ve can güvenliği ve hizmetler konularında 33 kriter bulunmaktadır.		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
Gençlere (Backpackers) Özel Etkinlik ve Olanakların Arttırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 2
Neden? Gerekçe		
Dünya genelinde özellikle genç nüfusta artma eğiliminde olan sırt çantası ile gezenler doğa turizmi destinasyonları başta olmak üzere seyahat planlamaktadır. Bu kitlede tematik ya da dönemsel		

etkinliklere dahil olma eğilimi yüksektir. Trekking, bireysel hava sporları, doğa gözlemciliği etkinlikleri, dalış, gökyüzü ve meteor gözlemi, ekstrem sporlar gibi aktivitelere yönelik alanların oluşturulması ve bunların özellikle gençlerin oluşturdukları topluluklarca düzenlenmesi ziyaretçi sayısını arttırmaktadır. Bu konuda önemli bir unsur güvenlik önlemlerinin alınması olacaktır. Kültür odaklı backpacker'lar tarafından ucuz konaklama ve paylaşım ekonomisi tercih edilmektedir. Bu kitleye yönelik kent içi eğlence olanakları önem arz etmektedir.

Nasıl? Yöntem

Özellikle üniversite öğrenci toplulukları ve gençlerin oluşturduğu spor kulüpleri ve derneklerin faaliyetlerinin koordineli şekilde desteklenmesi değerlendirilebilecektir. Bu etkinliklerin özellikle İstanbul'da yaşayan gençler ve yabancılara yönelik tanıtılması önerilmektedir.

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
İl Geneli Ağaçlandırma Seferberliklerinin Gerçekleştirilmesi	Bursa Orman Bölge Müdürlüğü	2023 / 1 2025 / 1

Neden? Gerekçe

Bursa'nın doğa ve yeşil odaklı kimliğiyle ve yeşil stratejilerle uyumlu olarak özellikle kent kapısı niteliğindeki rotaların, yerleşim yerlerinin ve sanayi bölgelerinin ağaçlandırılması kimlik açısından fayda sağlayacaktır. Ayrıca, yerel halkın bu süreçlere katılımı koruma ve turizm bilinci açısından da önemli olacaktır.

Nasıl? Yöntem

Orman Bölge Müdürlüğü koordinasyonunda, sivil toplum kuruluşları, özel sektör işletmeleri, yerel yönetimler ve kamu kurumları iş birliği ile uygun alanların ve ağaç türlerinin tespiti ile birlikte uygun tarihlerde geniş katımlı fidan dikme etkinlikleri gerçekleştirilebilecektir. Özellikle özel sektörün sosyal sorumluluk projelerinin bu alana yönlendirilmesi önemlidir.

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
İznik Çinisinin Yaşatılması ve Ticarileşmesi	İznik Belediyesi	2025 / 2

Neden? Gerekçe

Önemli bir marka değer olan ve nitelikli hediyelik eşya olarak potansiyel barındıran İznik çinisinin geleneksel üretim teknikleri ile birlikte üretiminin ve kullanımının yaygınlaştırılması önemsenmektedir.

Nasıl? Yöntem

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ve İznik Belediyesi iş birliği ile bu alanda üretimin desteklenmesi ya da düzenli üretimin yapılacağı alanların geliştirilmesi yararlı olacaktır. Bu çerçevede "İznik Çinisi Mükemmeliyet Merkezi" ya da benzeri yapıların kurgulanması değerlendirilebilecektir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Kent Merkezi Dışındaki Yerleşimlerde Restorasyon ve Sokak Sağlıklaştırma Projelerinin Desteklenmesi	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Sürekli

Neden? Gerekçe

Bursa kent merkezinde rölöve, restitüsyon, restorasyon ve sokak sağlıklılaştırma projelendirme ve uygulamalarında ve ören yerlerinde çevre düzenleme projeleri konusunda önemli mesafe kat edilmiş durumdadır. Buna karşın kırsal nitelikli ve nüfusu görece az olan ilçeler ve yerleşimlerde bu çalışmalarda eksiklikler belirtilmektedir.

Nasıl? Yöntem

Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulunca tescillenmiş bulunan kentsel sit alanları arasında projelendirme ve uygulama konusunda eksiklikler bulunanların etaplanması ve Kültür Varlıkları Katkı Payı, BEBKA destek programları, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü fonlarının etkin kullanımı ile çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Bu çalışmalarda turizme yönelik kullanıma uygun projelendirmeler öncelikli görülmelidir. Sit alanlarında yeme-içme, konaklama, kültürel aktiviteler, yöresel ürün üretim ve satışı gibi fonksiyonlara yer verilmelidir.

EKSEN 3. YEŞİL BÜYÜ (GROW GREEN) – EKONOMİYE YÖNELİK STRATEJİLER

Bursa'da turizm ve turizmi destekleyici faaliyetlerin kent ekonomisine katkısını artırmak, kent ekonomisinin turizmle ve il imajıyla ilişkisini kurgulamak amacıyla Yeşil Büyüme Strateji ve Eylemleri önerileri geliştirilmiştir. Kent ekonomisinin gelişiminde yeşil ekonomilerin odağa alınması ve imalat sanayii, tarım ve turizm dışı hizmet sektörlerinin kent değerleri ile barışık ve değerlerin niteliğini güçlendirir şekilde kurgulanmasına önem verilmiştir.

3.1. YÖRESEL ÜRÜNLERİ KORU VE MARKALAŞTIR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Coğrafi İşaret (Menşe, Mahreç) Belgesi Bulunmayan Yöresel Tarım Ürünlerinin İşlemlerinin Tamamlanması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2023 / 2
Neden? Gerekçe		
Santa Maria armudu ve kestane için coğrafi işaret süreçleri tamamlanması ve diğer yöresel ürünlerin de belgelendirilmesi koruma ve turizme yönelik sunma açısından fayda sağlayacak, profesyonellik imajını güçlendirecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Belirlenen ve yeni tespit edilecek tarımsal ürünler, el sanatı değerleri ve gastronomik değerler için Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvuru yapılabilecektir. Bu başvuru süreci neticesinde belirli ürünlerin Avrupa ölçeğinde veri tabanlarına (DOOR, eAmrosia vb.) eklenmesi faydalı olacaktır.		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Yöresel Ürünleri İçeren Lüks Hediyeleşiklerin Geliştirilmesi	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2021 / 4
Neden? Gerekçe		
Turistler tarafından ziyaret edilen destinasyonlara ilişkin anı olarak dayanıklı, özellikle iç turist açısından da tüketime yönelik hediyeleşik eşya konusu önemsenmektedir. Bursa'da hâlihazırda pek çok ürün bu anlamda potansiyele sahiptir. Bu ürünlerin katma değerinin artırılması amacıyla çeşitlendirilmesi ve Bursa kimliğine uygun paketleme ile satışının sağlanması kent ekonomisine ve imajına katkı sağlayabilecektir. Özellikle Bursa'nın çeper ilçelerinden bu ürünlerin üretiminin artırılması kırsal ekonomiye fayda getirebilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Gemlik zeytini, Deveci armudu, şeftali, kara incir, süt helvası, cevizli lokum, Bağdat hurması, sütlü kabak, İnegöl çileği, İnegöl çekirdeği, İznik Müşküle üzümü, kiraz, Mihaliç peyniri, Trilye zeytini ve zeytinyağı, Yenişehir biberi, Karacabey soğanı, Sansarak köyü fasülyesi gibi yöresel tarım ürünleri ve yiyecekler ile Bursa bıçağı gibi yerel el sanatı ürünlerinin tanıtımda ve ticarete daha etkin kullanılmaları için paketleme, lojistik, kurumsal kimlik (grafik tasarım) ve markalaşma konularında desteklenerek yerel üreticiler ve üretici birlikleri üzerinden desteklenmeleri sağlanabilecektir.		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
İpek Böcekçiliği Sektörünün ve İpek Üretimini Geliştirilmesi	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2026 / 3
Neden? Gerekçe		
İpekçilik Bursa'nın tarihi kimliği açısından en önemli değerlerden olmuş, günümüzde dahi bu kimliğini sürdürmektedir. Kimliğin desteklenmesi ve kültürün yaşatılması için halihazırda faal olan ipek böcekçiliğinin geliştirilmesi önemli olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Gürsu ilçesi ve Ericcek köyü başta olmak üzere Bursa'da ipek böceği yetiştiriciliğinin sürdürülmesi için girişimler bulunmaktadır. Teknik tekstil (ameliyat ipliği, savunma sanayi ürünleri vb.) ar-ge'si ve turistik ürün üretimi konuları ile birlikte ele alınacak üretim yaygınlaştırma çalışmalarının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Özellikle TKDK desteklerinden bu alanda yararlanmak için yaygınlaştırma faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.		

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Organik Ürün Üretimini ve Pazarlarının Yaygınlaştırılması	İlçe Belediyeleri	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Bursa'da yetişen ya da Bursa ile özdeşleşen tarım ürünlerinin organik ürün sertifikalı olarak yerel halka ve turistlere sunulması bu değerlerin korunması ve ticarileşmesi açısından önemli olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa'da organik ürün üretimi yapan çiftliklerin ve kooperatiflerin artması, ürünlerin kent merkezinde ve turistik alanlarda satışının yapılması için alan oluşturulması sağlanmalıdır.		

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Mutfağı Markası Altında Standart Turistik Menüleri Oluşturulması ve Düzenli Tanıtımının Yapılması	Bursa Aşçıları Odası	2022 / 3
Neden? Gerekçe		
Bursa'nın başlı başına marka olmuş gastronomi ürünlerinin yanı sıra farklı damak tatlarına hitap eden standart menülerin tasarlanması faydalı olacaktır. Halihazırda yüksek tanınırlığa sahip yemek ve içeceklerin, yöreye özgü tarımsal ürünlerin ve bu ürünlere dayalı yemek ve içeceklerin ve yöreye özgü yöntemlerle hazırlanan geleneksel değerlerin Bursa Mutfağı bileşenleri olarak tanınırlığının artması için ilin farklı yörelerine gelen turistlere standart şekilde sunulması değerlendirilmelidir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Turizm Zirvesi çıktılarından yararlanılarak Bursalı aşçıları öncülüğünde farklı kesimlere hitap edecek yemek ve içeceklerden oluşan menülerin planlanması, bu menülerin otel ve restoranlarda standart olarak sunulması sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra menülerin bu standartlara uygun olarak hazırlanması için eğitim ve bilgilendirme etkinliklerinin gerçekleştirilmesi, mesleki eğitim		

kuruluşlarında öğretilmesi önemsenmelidir. Ayrıca gerek mevcut Bursa gastronomi değerleri gerekse de yeni Bursa mutfağı bileşenlerini tanıtan basılı materyallerin hazırlanması, “nerede ne yenir?” sorusuna yanıt verecek şekilde haritalandırma yapılması ve bunların internet sitesi ve mobil uygulamaya da entegre edilmesi sağlanmalıdır.

Belirlenen menülerin ilgili televizyon programları, Türkiye’de bulunan yabancı ülke temsilcilerine yönelik “Bursa Yemekleri Gecesi”, her yıl düzenli olarak gerçekleştirilecek “Bursa Osmanlı Yemekleri Şenliği” gibi araçlarda tanıtılması değerlendirilmelidir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Hediyeelik Eşya Tasarımı Yarışması ve Atölye Çalışmaları Düzenlenmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 3
Neden? Gerekçe		
Gelen ziyaretçilerin Bursa ile özdeşleşmiş değerleri ifade eden hediyeelik eşyaları almaları ve ile özgü el sanatı ürünlerinin daha katma değerli olarak üretilmesi ve pazarlanması için nitelikli tasarım önemli görülmektedir. Bu nedenle yerel ürün gamının çeşitlendirilmesi ve kalitesinin yükseltilmesi değerlendirilmelidir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa’da ve il dışında faaliyet gösteren endüstriyel tasarım ile ilgili mesleki ve teknik eğitim programları, lisans bölümleri ve tasarım sektörüne yönelik olarak farklı kategorilerde ödüllü bir yarışma düzenlenmesi değerlendirilmelidir. Nitelikli tasarımların bu şekilde artması ve üretime geçme süreçlerinin tanımlanması sağlanmalıdır. Bu anlamda planlı ve turistlerin de yer alabileceği atölye çalışmaları değerlendirilebilecektir.		

Eylem 7	Ana Sorumlu	Zamanlama
Yöresel Ürün Üretimine Yönelik Kadın Kooperatiflerinin Yaygınlaşması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 3
Neden? Gerekçe		
Yöresel ürünlerin üretiminin sürekliliğinin sağlanması, elde edilen gelirin yerel halka ve büyük oranda düzenli geliri olmayan kadınlara ulaşmasını sağlamada kooperatifçilik önemli bir enstrümandır. Bu nedenle kadın kooperatiflerinin geliştirilmesi sağlanmalıdır.		
Nasıl? Yöntem		
Yöresel ürün üretim yapan ve yapabilecek kadınların tespit edilmesi ve Ticaret Bakanlığı tarafından sağlanan Koop-Des benzeri destek mekanizmalarından yararlanmaları için teknik çalışmaların Ticaret ve Sanayi Odası eliyle yürütülmesi değerlendirilmelidir.		

3.2. SANAYİDE TEMİZ ÜRETİMİ BENİMSE

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Organize Sanayi Bölgesinin Yeşil OSB Olması	Bursa Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü	2021 / 4
Neden? Gerekçe		
<p>Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda Dünya Bankası iş birliğinde başlatılan ve Bursa Organize Sanayi Bölgesini de kapsayan Yeşil OSB çalışmaları yerelde Bursa Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ile diğer ilgili kuruluşlar ile bölgedeki işletmelerin katkısı ile yürütülmektedir. Kentin imajı açısından da önemli olacak bu uygulamanın tamamlanması önemlidir. Ayrıca, ilerleyen aşamalarda diğer organize sanayi bölgelerinde de bu uygulamanın yaygınlaştırılması faydalı olacaktır. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nca koordine edilen ve Bursa Valiliği, Bursa Büyükşehir Belediyesi ve Bursa Uludağ Üniversitesi'nin de yer aldığı "Yeşil Büyüme Projesi" ve benzeri uygulamaların Bursa kimliği çerçevesinde tamamlanması, iletilmesi ve tanıtılması önemlidir. Konuyla ilişkili olarak BOSİAD tarafından düzenlenen ve bölge müdürlüklerince "Çevreye Duyarlı Sanayi Tesisi Yarışması" ve benzeri uygulamaların yaygınlaştırılması faydalı olmaktadır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Hali hazırda devam eden sürecin uygulama aşamasında ve tamamlanması sonrasında marka kimliği unsurları çerçevesinde tanıtımda kullanılması önerilmektedir.</p>		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa'da Düzenlenen Fuarlara Yabancı Katılımın Artırılması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 1
Neden? Gerekçe		
<p>Bursa Sac İşleme, Metal İşleme, Otomasyon, Blok Mermer, Hayvancılık, Tarım, Textile Show, Moda Gösteri fuarlarında yabancı katılımın artması için tanıtım, birebir bilgilendirme ve uluslararası iş birliği geliştirilmesi konularında potansiyel ve altyapı bulunmaktadır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Misafir ülke uygulamaları ile hedef ülkenin ithalat ve ihracat olanaklarını da kapsayan çalışmalar gerçekleştirilebilecek, bu konuda sektörel bazda bölgedeki işletmelerin ikili iş birliklerinin olduğu ve Bursa ekonomisinde payı yüksek olan ülkeler belirlenerek davet edilebileceklerdir. Ticaret Müşavirlikleri ile birlikte çalışmalar gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, fuarlara katılım sağlayan yabancılara yönelik uygun süreler ve kapsamlarda paket turlar tasarlanması faydalı olacaktır.</p>		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Sağlık Turizmi Stratejilerinin Uygulanması	Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı	2021 / 1
Neden? Gerekçe		

Bursa Medikal Turizm Sektöründe Stratejik Pazarlama Analizi Stratejileri'nde tanımlanan Avrupa, Orta Doğu ve Kafkas ülkelerine yönelik bütünleşik paket hizmet sunumu gerçekleştirilmesi sağlık turizmi ekonomisini canlandırabilecektir. Yapılmış çalışmalar ve uygulanan destek programları ile belirli bir farkındalık düzeyine ulaşılmış ve altyapıda gelişmeler görülmüştür. Bursa Sağlık Turizmi Master ve Eylem Planı'nda belirlenen hedeflere yönelik çalışmalar sürdürülmelidir.

Nasıl? Yöntem

Strateji belgesinde tanımlanan öncelik ve hedeflere yönelik olarak merkezi kurumlarla görüşmeler, sektörde örgütlenmenin artması, ürün ve marka gelişiminin hızlanması, ortak pazarlama ve iletişim stratejisinin geliştirilmesi ve uygulanması, kurumsal kapasite ve insan kaynağının güçlendirilmesi, iş birliği ve koordinasyonun artması ve transfer hizmetlerinin gelişmesi stratejilerine yönelik eylemler sürdürülmelidir. Özellikle Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış ve belgeli sağlık turizmi işletmelerinin sayısının artması sağlanmalıdır. Bu amaçla birden fazla sağlık kuruluşuna hizmet verebilecek sağlık turizmi acentesi kapasitesi güçlendirilmelidir. Bunlarla birlikte gerek basılı gerekse de dijital platformlarda branşlara göre hangi işletmede hangi hizmetlerin hangi doktorlar tarafından sağlandığını gösteren içeriklerin oluşturulması da faydalı görülmektedir.

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa'ya Gelen İş İnsanlarının Aileleri ile Gelişlerinin Özendirilmesi	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2021 /1

Neden? Gerekçe

Bursa'da alım heyetleri, protokol ziyaretleri, fuar katılımları ve ticari iş birlikleri kapsamında ağırlanmaktadır. Bu kitlelerin eşleri ve çocukları ile birlikte gelmelerinin özendirilmesi tanıtım ve turizm faaliyetleri açısından katma değer sağlayabilecek potansiyeldedir. Bu nedenle bu uygulamaların paket turlarla ya da yapılandırılmış özel programlarla özendirilmesi faydalı olabilecektir.

Nasıl? Yöntem

Turizm harici gerekçe ve amaçlarla kente gelen yabancı misafirlerin bu gelişleri esnasında aileleri ve yakınlarını da beraberlerinde getirmelerini özendirici alternatif programlar seyahat acentelerince sunulabilecektir. Kentin doğal ve tarihi değerleri ile diğer aktivite noktalarını tanıtıcı uygun maliyetli programlar iş ziyaretleri öncesinde yabancı misafirlere ilgili kurum / işletme tarafından sunulmalıdır.

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Ovalar ve Su Havzaları Başta Olmak Üzere Kirletici Sanayi Yatırımlarının Kısıtlanması	Bursa Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü	2026 / 2

Neden? Gerekçe

İlde kimyasal hammadde kullanımının yüksek olduğu, yüksek su kullanım gereksinimi bulunan ve atık miktarı fazla olan sanayi kuruluşlarının ilin kimliğine ve çevreye verdikleri zararlar sıklıkla dile getirilen konulardan olmuştur.

Nasıl? Yöntem

Kentin turistik gelişimi açısından ve değerlerin korunması için yeni kirletici sanayi yatırımlarına izin verilmemesi, mevcutların ruhsatlarının bitim tarihinde yenileme yapılmaması, denetimlerin

sıklaştırılması, temiz üretime geçiş ve yenilenebilir enerji kullanımının artması için yatırımlar desteklenmelidir.

Eylem 6	Ana Sorumlu	Zamanlama
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Çevre Ödülleri Organizasyonu	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	Sürekli
Neden? Gerekçe		
Yeşil stratejilerin uygulanmasında sanayi kuruluşları başta olmak üzere kirlilik potansiyeli yüksek olan aktörlerin bu konuda duyarlı olmaları diğer kesimleri yönlendirme açısından önemlidir. Bu nedenle çevreye duyarlılık gösteren sanayi kuruluşlarının kamuya açık şekilde ödüllendirilmeleri marka değerleri açısından fayda sağlayabilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası tarafından Bursa'da faaliyet gösteren sanayi kuruluşlarının çevre yatırımlarını, yenilenebilir enerji kullanımlarını, verimlilik uygulamalarını ve temiz üretime yönelik projelerini yarışma ile ödüllendiren yıllık bir uygulama geliştirilmelidir.		

3.3. ÇEVREYE DUYARLI YATIRIMLARI ARTTIR

Eylem 1	Ana Sorumlu	Zamanlama
Glamping Yatırımları Yapılması	Doğa Koruma ve Milli Parklar Bölge Müdürlüğü	2023 / 2
Neden? Gerekçe		
<p>Doğa turizmine olan ilgi artışı, kitle turizminden butik turizme kayış ve COVID-19 süreci nedeniyle doğa içerisinde nitelikli tesislere olan talebi artırmaktadır. Glamorous (büyüleyici) ve camping (kamp yapmak) terimlerinden türetilmiş olan Glamping dünya genelinde hızlı gelişen turizm tesis türleri arasında yer almış ve katma değer açısından yüksek seviyede olan bir tür olarak gelişmektedir. Uludağ Milli Parkı başta olmak üzere Bursa'da doğal değerler bakımından zengin alanlarda bu tarz tesisleşmenin artırılması imaj, karakteristik ve turizm geliri bakımından avantaj sağlayacaktır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Uygun alanların ilgili kurumlarca tespit edilmesinin ve yatırıma hazır şekilde imar, izin ve ruhsat süreçlerinin tamamlanmasının ardından TTYD, TUROFED, TUROB gibi sektör çatı kuruluşları ile iletişim içerisinde potansiyel yatırımcılara yönelik alanların tanıtılması sağlanabilecektir.</p>		

Eylem 2	Ana Sorumlu	Zamanlama
Nitelikli Butik Otel Yatırımlarının Artırılması ve Desteklenmesi	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Neden? Gerekçe		
<p>Kitle turizminden butik turizme kayış ve COVID-19 süreci nedeniyle butik konaklama tesislerine olan ilgiyi artırmaktadır. Bursa ili sınırları içerisinde butik tesisleşmeye uygun pek çok alan bulunmaktadır. Bu alanlarda düşük yoğunluklu ve yüksek katma değerli tesisleşmenin geliştirilmesi turist sayısı ve turizm geliri açısından katkı sağlayacaktır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Butik otel yatırımlarına ayrılan alanların artması ve altyapı imkanlarının yeterli düzeye ulaşması ile birlikte bu alanların TTYD, TUROFED, TUROB gibi sektör çatı kuruluşları ile iletişim içerisinde potansiyel yatırımcılara yönelik alanların tanıtılması sağlanabilecektir.</p>		

Eylem 3	Ana Sorumlu	Zamanlama
Yeşil Yıldız Belgeli Otel Sayısının Arttırılması	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Neden? Gerekçe		
<p>Bursa için Yeşil Stratejiler ile uyumlu olarak yeşil yıldızlı otel sayısının artırılması imaj açısından faydalı olacaktır.</p>		
Nasıl? Yöntem		
<p>Bu tesislerin artması için işletme yönetimleri ile birlikte çalışmalar gerçekleştirilebilecek, yatırım süreçleri desteklenebilecek ve BEBKA tarafından destek olanakları değerlendirilebilecektir.</p>		

Eylem 4	Ana Sorumlu	Zamanlama
Helal Turizm Tesislerinin Artırılması	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Neden? Gerekçe		
Orta Doğu ülkelerden gelen turistler başta olmak üzere belirli turist segmentlerinde kendi yaşam tarzlarına uygun tesis ve aktivite tercih etme eğilimi bulunmaktadır. Doğrudan bu gruplara yönelik tesisleşmenin değerlendirilmesi turist sayısı artışında avantaj sağlayabilecektir.		
Nasıl? Yöntem		
Orta Doğu ülkeleri ile çalışan ya da helal turizm kriterine önem veren turistlere ve helal turizm konusunda çalışan acentelere yönelik olarak belirli tesislerde helal otel belgesinin alınmasının sağlanması değerlendirilebilecektir.		

Eylem 5	Ana Sorumlu	Zamanlama
Keles, Orhaneli, Büyükorhan, Harmancık ve Mustafakemalpaşa'da Organik Tarıma Dayalı Eko-Turizm Yatırımlarının Artması ve Turizme Açılması	İlçe Belediyeleri	2024 / 2
Neden? Gerekçe		
İlin, turizm ekonomisinden yeterli pay alamayan güney ilçelerinde özellikle TKDK destekleri değerlendirilerek organik tarım ve iyi tarım uygulamalarının yapıldığı işletmeler kurulması faydalı olacaktır.		
Nasıl? Yöntem		
Bu amaçla ilçe belediyeleri tarafından pilot projeler uygulanabileceği gibi özellikle il merkezi ve İstanbul gibi diğer illerden müteşebbislerin bu bölgeye çekilmesi için tanıtım ve yönlendirme yapılabilecektir.		

Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi Stratejik Çerçeve

Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri

Bursa'nın tanıtım ve marka kimliği stratejileri "Yeşil Hisset" ekseninde bir araya getirilmiştir. Eksen turizmin ve Bursa kimliğinin yönetimi, tanıtım ve algı yönetimine yönelik strateji ve eylemleri kapsamaktadır.

Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa

Bursa turizminin ve imajının gelişiminde tarım, endüstri, ulaşım ve altyapı ile ekonomik faaliyetlere ilişkin eylemler "Yeşil Büyü" ekseninde ele alınmıştır.

Kent Ekonomisine Yönelik Stratejiler

