

**İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMINDA YENİLİKÇİ BİR YAKLAŞIM:
UNICERA 2024 CREAVİT FUAR TASARIMI KURGUSU**

*An Innovative Approach In Interior Architecture and Environmental Design:
Unicera 2024 CreavitFair Design Concept*

Abdullah Süha Ermumcu¹, Esra Uslu², Yasin Dönmez³

Makale Bilgisi	Özet
<i>Araştırma Makalesi</i> <i>Gönderilme:</i> 24 Haziran 2025 <i>Kabul:</i> 10 Temmuz 2025 <i>Yayın:</i> 25 Ağustos 2025 <i>Anahtar kelimeler:</i> Creavit Fuar tasarımı UNICERA 2024	UNICERA 2024 İstanbul Fuarı, seramik ve banyo sektörlerinde yenilikçi tasarım ve sürdürülebilirliği bir araya getiren önemli bir etkinliktir. Makale, Creavit markası için tasarlanan sergi alanının (800 m ²) tasarım sürecini; iç mekân tasarımı, kullanıcı deneyimi ve çevresel sürdürülebilirlik açısından değerlendirmektedir. Çalışmada literatür taraması, saha gözlemleri, tasarım analizi ve 2023 ile 2024 yıllarındaki sergi alanlarının karşılaştırılması yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, Creavit sergi alanı fonksiyonellik ve estetiği dengeli bir şekilde bir araya getirmiştir. Açık plan düzeni, stratejik giriş noktaları ve geniş koridorlar ziyaretçi hareketliliğini artırırken, dijital paneller ve etkileşimli unsurlar marka kimliğini güçlendirmiştir. Sonuç olarak, Creavit'in sergi alanı, ferah, içe dönüklükten uzak ve sürdürülebilir sergi tasarımına örnek oluşturmaktadır. Kullanıcı odaklı mekânsal düzenlemeler, sürdürülebilir malzeme kullanımı ve ileri teknolojilerin entegrasyonu, serginin başarısını artırmıştır. Gelecekteki fuar tasarımları için gelişmiş dijital entegrasyon, daha kapsayıcı erişilebilirlik çözümleri, genişletilmiş sosyal alanlar, ek sürdürülebilirlik önlemleri ve hibrit sergi modellerinin uygulanmasında rol model bir stant tasarımı olmayı hedeflemiştir.
Article Information	Abstract
<i>Research Article</i> <i>Received:</i> June 24, 2025 <i>Accepted:</i> July 17, 2025 <i>Published:</i> August 25, 2025 <i>Keywords:</i> Creavit Exhibition fair design UNICERA 2024	UNICERA 2024 Istanbul Fair is a significant event that brings together innovative design and sustainability in the ceramics and bathroom sectors. This article examines the design process of the 800 m ² exhibition space created for the Creavit brand, evaluating it in terms of interior design, user experience, and environmental sustainability. The study employs literature review, on-site observations, design analysis, and a comparative evaluation of the exhibition spaces from 2023 and 2024. According to the research findings, the Creavit exhibition space successfully balances functionality and aesthetics. The open-plan layout strategically placed entry points, and wide corridors facilitate visitor movement while digital panels and interactive elements strengthen brand identity. In conclusion, Creavit's exhibition space serves as a model for spacious, open, and sustainable exhibition design. User-centred spatial arrangements, the use of sustainable materials, and the integration of advanced technologies have enhanced the exhibition's success. The exhibition stand aims to be a role model for future fair designs by incorporating advanced digital integration, more inclusive accessibility solutions, expanded social areas, additional sustainability measures, and hybrid exhibition models.

Kaynak/Cite: Ermumcu, A.S., Uslu, E. & Dönmez, Y. (2025). İç mimarlık ve çevre tasarımında yenilikçi bir yaklaşım: Unicera 2024 creavit fuar tasarımı kurgusu. *Lokum Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(2), 319-344.

✓ iThenticate
İntihal / Plagiarism

Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve yayın öncesi intihal taraması yapılmıştır. / This article has been reviewed by at least two reviewers and has been checked for plagiarism before publication.

¹Doktora Öğrencisi/Mimar, Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, suhaermumcu@gmail.com, ORCID: 0009-0002-6374-1626

² Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar Meslek Yüksekokulu Mimari Restorasyon Programı, esrauslu@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2039-2278

³ Prof. Dr., Karabük Üniversitesi Safranbolu Başak Cengiz Mimarlık Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, yasindonmez@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2840-6312

GİRİŞ

Fuar alanları, tarih boyunca ulusal ve uluslararası ticaretin gelişmesine olanak tanıyan, yenilikçi fikirlerin ve teknolojilerin sergilendiği alanlar olarak ekonomik ve kültürel dönüşümde kritik bir rol üstlenmiştir. Sanayi devriminden bu yana gelişen fuarcılık anlayışı, zaman içinde ürün ve hizmetlerin tanıtımının ötesine geçerek, deneyim tasarımının ve marka iletişiminin bir parçası haline gelmiştir. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, fuar alanları mimarlık, iç mekân tasarımı ve çevre düzenlemesi gibi disiplinlerin kesişim noktasında birer kültürel ve teknolojik merkez olarak konumlanmıştır (Osborne&Fox, 2018; Bennett, 2020).

UNICERA 2024 İstanbul Fuarı hem Türkiye'nin hem de uluslararası platformların önde gelen banyo ve seramik etkinliklerinden biri olarak, ticari hedefler ile estetik değerlerin bulunduğu bir platform sunmaktadır. Creavit markası için tasarlanan sergi alanı, yalnızca markanın kimliğini yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda kullanıcı deneyimi ve sürdürülebilirlik odaklı tasarım anlayışıyla dikkat çekmektedir. Bu çalışma, UNICERA 2024 özelinde, fuar tasarımının fonksiyonel ve estetik boyutlarını analiz etmeyi ve modern fuarcılık anlayışına dair bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Konuyla bağlantılı olarak literatür taraması yapıldığında devam eden alt bölümlerde her paragraf fuar ve fuarcılık ile alakalı yayınların kısa bir özeti olarak sunulmuştur. Fuarların ve Fuarcılığın, Kongre turizmi ve fuar organizasyonlarının ekonomik etkilerini ve uluslararası ticaretteki rollerini ele alır. Türkiye'nin bu alandaki potansiyeli analiz edilmiş ve gelişim için stratejik öneriler sunulmuştur. Kongre ve fuar organizasyonlarının turizm gelirlerini artırmadaki etkileri ve yerel ekonomiye olan katkıları vurgulanmıştır. Ayrıca, bu organizasyonların planlama süreçleri ve yönetim stratejileri detaylı bir şekilde incelenmiştir (Aymankuy, 2006).

Ticaret fuarlarının, işletmelerin önemli müşterileriyle ilişkilerini geliştirmedeki rolünü vurgular. B2B pazarlama bağlamında ticaret fuarlarının, müşteri sadakatini artırmada ve yeni iş fırsatları oluşturmada kritik bir araç olduğu belirtilmiştir. Çalışma, ticaret fuarlarının stratejik kullanımıyla ilgili pratik öneriler sunarak işletmelerin rekabet gücünü artırma yollarını tartışmaktadır (Blythe, 2002).

Kongre ve fuar organizasyonlarının yönetimiyle ilgili temel kavramları, organizasyonel süreçleri ve etkinlik planlama yöntemlerini ele alır. Organizasyonların başarıya ulaşması için lojistik destek, pazarlama stratejileri ve bütçe planlamasının önemi vurgulanır. Türkiye bağlamında, kongre ve fuar organizasyonlarının sektörel katkıları ve karşılaşılan zorluklar da detaylandırılmıştır (Çakıcı, 2013).

Sergi alanlarındaki aydınlatma tasarımının kullanıcı algısı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Doğru aydınlatma tekniklerinin, sergilenen ürünlerin vurgulanmasında ve mekânın estetik çekiciliğinin artırılmasında oynadığı rol ele alınmıştır. Çalışmada, sergi tasarımında kullanılan aydınlatma düzenlemelerine yönelik öneriler sunulmuştur (Şahin, 2024; Uslu ve Bölükbaşı, 2024).

Kullanıcı deneyimini geliştirmeye yönelik iç mekân tasarımı ergonomi, mekânsal düzenleme ve estetik unsurların önemi fuar alanımızda tasarım ekibi olarak tarafımızca vurgulanmıştır. Bu unsurların, kullanıcı memnuniyetine katkı sağlama potansiyeli detaylandırılmış ve özellikle ticari alanlarda etkili bir şekilde uygulanabilme yöntemleri birlikte alışımsı olduğumuz ajanslar tarafından ele alınmıştır.

Şehirlerin turistik ürün olarak pazarlanmasında kullanılan yöntemleri ve bu süreçte kongre ve fuar organizasyonlarının oynadığı rolü incelemektedir. Şehirlerin

marka değerlerini artırma stratejileri ve Türkiye'nin bu alandaki potansiyel şehirleri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir (Giritlioğlu, İ., & Avcıkurt, 2010).

İstanbul'un kongre turizmindeki rekabet gücünü değerlendirmektedir. Kongre altyapısı, uluslararası etkinliklerdeki başarılar ve bölgesel avantajlar incelenmiş, İstanbul'un küresel pazardaki konumunu güçlendirme stratejileri önerilmiştir (Heper, & Sarıışık, 2015).

Fuar organizasyonlarının başarısını organizatörlerin perspektifinden değerlendirmektedir. Katılımcı memnuniyetinin artırılması, lojistik hizmetlerin iyileştirilmesi ve organizasyonel süreçlerde verimlilik sağlanması gibi konular ele alınmıştır. Çalışmada, fuarcılık sektörüne yönelik iyileştirme önerileri sunulmuştur (Acartürk, 2013; Ayçiçek, 2021).

Ticaret fuarlarının mekânsal tasarımında kullanılan stratejileri ve bu tasarımların kullanıcı deneyimine olan etkilerini analiz etmektedir. Yazar, görsel unsurların ve mekânsal organizasyonun markayı ve ürünleri nasıl daha etkili bir şekilde tanıtabileceğini tartışmaktadır (Lawson, 2017).

Uluslararası fuarların kültürel ve zihinsel mesafe kavramları çerçevesinde analizini yapmaktadır. Çalışma, farklı kültürel geçmişlerden gelen katılımcıların etkileşim süreçlerini ve bu süreçlerde karşılaşılan zorlukları ele almaktadır. Kültürel farkındalık ve stratejik adaptasyon önerileri sunulmuştur (Sungur, & Aytuğ, 2020).

Bölgesel turizm planlamasının Türkiye bağlamındaki uygulamalarını ele alır ve fuarların bölgesel kalkınmadaki önemine dikkat çeker. Araştırma, turizm altyapısının güçlendirilmesi, yerel ekonomilerin desteklenmesi ve bölgesel planlamada fuarların stratejik kullanımı konularında öneriler sunmaktadır. Ayrıca, turizmin bölgesel kalkınmadaki uzun vadeli etkileri vurgulanmıştır (Tosun, & Jenkins, 1996).

Türkiye'nin kongre turizmi pazarındaki konumunu değerlendirir ve İstanbul ile Antalya gibi şehirlerin kongre turizmindeki potansiyeline odaklanır. Çalışma, kongre turizminin ekonomik faydalarını, pazar genişleme stratejilerini ve Türkiye'nin bu alandaki gelişim fırsatlarını detaylı bir şekilde analiz etmektedir (Pektaş ve Aydın, 2021).

Kongre ve fuar turizminin teorik çerçevesini ele alırken, organizasyonel süreçlerin yönetiminde dikkate alınması gereken unsurları detaylandırmaktadır. Kitap, kongre ve fuarların turizm gelirlerine, yerel ekonomiye ve uluslararası tanıtıma olan katkılarını kapsamlı bir şekilde incelemekte ve Türkiye'nin bu sektördeki fırsatlarını değerlendirmektedir (Usta, 2008).

Modern ticaret fuarlarında sürdürülebilirlik ve dijital entegrasyonun önemini vurgulamaktadır. Yazar, artırılmış gerçeklik (Augmented Reality - AR), sanal gerçeklik (Virtual Reality - VR) ve interaktif ekranlar gibi dijital araçların kullanıcı deneyimine olan katkılarını incelemekte ve geri dönüştürülebilir malzemeler ile enerji verimli sistemlerin uygulanmasını detaylandırmaktadır. Çalışma, sürdürülebilir ve teknoloji odaklı tasarımın gelecekteki fuar organizasyonlarındaki potansiyelini ortaya koyar (Partarakis, 2025).

EMITT 2020 Fuarı'nda katılımcıların performans algısını değerlendirmektedir. Çalışmada, fuarın ticari başarıları, katılımcı memnuniyeti ve organizasyonun genel etkinliği detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, EMITT örneği üzerinden fuar organizasyonlarının ekonomik katkıları ve pazarlama stratejileri tartışılmıştır (Yılmaz, 2019).

Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarları üzerinden fuarların bölgesel kalkınmadaki etkilerini incelemektedir. Araştırma, fuarların yerel işletmelerin ulusal ve uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırdığı, bölgesel ekonomiyi desteklediği ve altyapı gelişimine katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma, bölgesel kalkınma stratejilerinde fuarcılığın önemini vurgulamaktadır (Yücel, & Ata, 2006).

Kongre ve fuar organizasyonlarının turizm sektörüne olan katkılarını EMITT örneği üzerinden analiz eder. Çalışmada, uluslararası fuarların yerel ve ulusal turizme sağladığı ekonomik faydalar, uluslararası ziyaretçi çekme potansiyeli ve istihdam yaratma kapasitesi detaylandırılmıştır. EMITT örneği, kongre ve fuarların şehir tanıtımındaki etkisini somut bir şekilde ortaya koymaktadır (Şengelvd, 2018).

Uluslararası ticaret fuarlarının firmalar için sunduğu fırsatları ve pazarlardaki etkilerini ele alır. Özellikle, Türk firmalarının uluslararası fuar etkinliklerinde karşılaştığı zorluklar ve bu zorlukların aşılması için stratejik öneriler sunulmuştur. Araştırma, fuarların markalaşma ve yeni pazar bulma süreçlerindeki önemine vurgu yapmaktadır (Güven, & Ceylan, 2019).

Türkiye’de milli fuarcılığın mevcut durumunu analiz eder ve sektörü geliştirmek için öneriler sunar. Milli fuarların yerel ekonomiye olan katkıları, yerli üreticilerin uluslararası pazarlara erişimi ve organizasyonel süreçlerin verimliliği detaylandırılmıştır. Yazar, milli fuarcılığın gelecekteki potansiyelini artırmak için öneriler geliştirmiştir (Badak, 2018).

Türkiye’de uluslararası fuarcılığın geliştirilmesi için gereken sistematik yaklaşımları ele almaktadır. Araştırma, uluslararası fuarların ekonomik ve kültürel etkilerini değerlendirirken, Türkiye’nin bu alandaki rekabet gücünü artırmak için öneriler sunmaktadır. Çalışma, global pazarda daha etkin bir yer edinmek için stratejik yaklaşımlar önermektedir (Badak ve Özdaşlı, 2019).

20 kaynağı inceleyecek olursak; fuarcılığın ekonomik, sosyal, tasarımsal ve teknolojik boyutlarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Çalışmalar, fuarların yerel ve ulusal ekonomilere sağladığı katkılara odaklanarak istihdam oluşturma, turizm gelirlerini artırma ve yerel işletmelere yeni ticari fırsatlar sunma gibi avantajlarını vurgulamaktadır. Ayrıca, fuar organizasyonlarının iç mekân tasarımındaki işlevsel ve estetik dengesi ile kullanıcı deneyimi üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Özellikle aydınlatma, mekânsal düzenleme ve teknoloji entegrasyonu gibi unsurların sergi alanlarını daha etkili hale getirdiği belirtilmiştir. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme ise modern fuarcılıkta öne çıkan temalar arasında yer almış, geri dönüştürülebilir malzemeler ve Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality-AR) ve sanal gerçeklik (Virtual Reality - VR) teknolojilerinin kullanıcı deneyimini zenginleştirdiği tartışılmıştır. Bununla birlikte, uluslararası ticaret fuarlarının kültürel farklılıklar ve zihinsel mesafeler bağlamında sunduğu zorluklar ve fırsatlar ele alınmış, bu fuarların marka bilinirliği ve pazar genişletme konusundaki önemi vurgulanmıştır. Son olarak, kongre ve fuar turizminin şehir markalaşması ve bölgesel kalkınmadaki rolü, özellikle Türkiye bağlamında değerlendirilmiş, organizasyonel süreçlerin iyileştirilmesine dair öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda, kaynaklar fuarcılık sektörünün çok yönlü doğasını anlamak ve geliştirmek için değerli bir rehber niteliğindedir.

Taranan makalelerin genel anlamda mimarlıkla ilgisinin zayıf olduğu ve tasarım süreçlerine değinilmediği görülmektedir. Uygulama sürecinde de birçok detayın olduğu fuarcılık sektörünün çalışmayla tasarım süreçlerine ve uygulamaya katkı sağlanması planlanmaktadır.

Fuar Alanlarının Tarihsel Gelişimi

Fuarlar, tarih boyunca ticaretin, kültürün ve teknolojinin gelişim süreçlerinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır. İlk olarak yerel pazar yerleri ve panayırlar şeklinde ortaya çıkan fuar anlayışı, sanayi devrimiyle birlikte evrilmiş ve günümüzdeki modern fuarcılığın temelleri atılmıştır. Bu bağlamda, fuar alanlarının tarihsel gelişimi hem mimari hem de işlevsel açıdan ticaretin ve toplumların değişimine ışık tutmaktadır.

Tarihsel olarak fuarların ilk örnekleri, Mezopotamya ve Antik Yunan gibi medeniyetlerde düzenlenen pazar yerleri ve festivallere dayanmaktadır. Bu alanlar, ticaretin yanı sıra sosyal etkileşim ve kültürel paylaşımlar için de bir platform sunmuştur (Ünal Kestane, 2015). Ancak modern anlamda fuarcılığın başlangıcı, 19. yüzyılın ortalarında gerçekleşen sanayi devrimi ile ilişkilendirilir.

1851 yılında Londra’da düzenlenen Büyük Sergi (The Great Exhibition), modern fuarcılığın dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Sergiye ev sahipliği yapan Crystal Palace, dönemin mimari yeniliklerini ve sanayi devriminin teknolojik başarılarını sergilemek üzere tasarlanmıştır. Yaklaşık 6 milyon ziyaretçiyi ağırlayan bu etkinlik, uluslararası ticaretin yanı sıra fuar alanlarının mekânsal ve estetik gereksinimlerini de belirlemiştir (Osborne&Fox, 2018).

20. Yüzyılın başlarında, fuarlar yalnızca ticaret ve ürün tanıtımı için değil, aynı zamanda uluslararası ilişkiler ve kültürel etkileşimler için önemli platformlar haline gelmiştir. Expo 1900 Paris, dönemin teknolojik ve sanatsal birikimini sergileyen önemli bir etkinlik olarak öne çıkmıştır. Bu fuarda elektrik enerjisi, otomasyon ve modern tasarım yaklaşımları geniş bir katılımcı kitlesine sunulmuştur (Lawson, 2017).

İhtisas fuarları yaygınlaşmış ve belirli sektörler için yönelik etkinlikler düzenlenmeye başlanmıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra, fuar alanları küreselleşme ve sanayileşme süreçlerinin etkisiyle daha profesyonel organizasyonlara dönüşmüştür. Fuarlık sektörü, modern mimarlık ve iç mekân tasarımıyla birlikte evrilmiş ve kullanıcı odaklı alanlar haline gelmiştir (Yücel ve Ata, 2006).

Türkiye’de fuarcılık, özellikle Cumhuriyet döneminde hız kazanmıştır. 1930’lu yıllarda düzenlenmeye başlayan İzmir Enternasyonal Fuarı, Türkiye’nin ilk uluslararası fuarı olarak modern fuarcılığın temelini atmıştır. İzmir Kültürpark’ ta gerçekleşen bu fuar, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel bir etkinlik olarak da önemli bir yer edinmiştir (Karpat, 2009).

Samsun Fuarı, Anadolu’da düzenlenen ilk milli fuar olarak 1963 yılında kurulmuştur. Bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlayan bu etkinlik, zamanla eski gücünü yitirmiş ve 1992 yılında son kez düzenlenmiştir (Badak, 2018). Türkiye’de fuarcılık sektörü, 1980’lerden itibaren uluslararası standartlara uygun fuar merkezlerinin inşasıyla hız kazanmıştır. İstanbul, İzmir ve Antalya gibi şehirler hem ulusal hem de uluslararası etkinliklere ev sahipliği yaparak sektörde önemli bir yer edinmiştir (Acartürk, 2012).

Günümüzde fuar alanları, dijital teknolojiler ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar sayesinde büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Dijital ekranlar, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, modern fuar alanlarının vazgeçilmez unsurları haline gelmiştir. Bu uygulamalar, ziyaretçilerin ürünlerle daha interaktif bir şekilde etkileşim kurmasını sağlamaktadır.

Sürdürülebilirlik, modern fuar tasarımlarında öncelikli bir tema olarak öne çıkmaktadır. Çevre dostu malzemelerin kullanımı, enerji tasarruflu sistemler ve geri

dönüştürülebilir sergi elemanları, fuar alanlarının çevresel etkisini azaltmayı hedeflemektedir (Bennett, 2020). Pandemi süreciyle birlikte, sanal fuarlar ve hibrit etkinlikler daha yaygın hale gelmiş, dijital platformlarla fiziksel alanların bir arada kullanıldığı bir model benimsenmiştir.

Fuar alanlarının tarihsel gelişimi, ticaret ve kültürel etkileşim açısından önemli bir dönüşümü yansıtmaktadır. Sanayi devrimiyle başlayan modern fuarcılık anlayışı, 20. yüzyıl boyunca gelişerek günümüzde dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarla birleşmiştir. Türkiye'deki fuar organizasyonları, bu küresel dönüşümün bir parçası olmuş ve uluslararası standartlara uygun yapılarla fuarcılık sektörüne katkı sağlamıştır.

Son Yüzyılda Fuarcılıkta Yaşanan Gelişmeler

Son yüzyılda fuarcılık sektörü, teknolojik yenilikler, dijitalleşme ve küreselleşmenin etkisiyle köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel ticaret ve sergi alanlarından, ziyaretçilerin interaktif deneyimler yaşadığı çok yönlü mekânlara evrilen fuar alanları, ekonomik ve kültürel anlamda toplumların gelişimine katkı sağlamaktadır. 20. yüzyılın başlarında fuarlar, genel endüstriyel ürünlerin sergilendiği büyük etkinlikler şeklinde düzenlenirken, zamanla sektör odaklı ihtisas fuarları ön plana çıkmıştır. Özellikle otomotiv, tarım, teknoloji ve sağlık alanlarına yoğunlaşan bu fuarlar, belirli sektör uzmanlarını bir araya getirmiştir (Lawson, 2017). Bu dönüşümün erken örneklerinden biri olan 1929 Barcelona Uluslararası Sergisi, mimarlık ve tasarımın sergi alanlarında nasıl bir dönüşüm geçirdiğini göstererek, modern mimarinin fuar tasarımlarındaki rolünü güçlendirmiştir (Osborne, & Fox, 2018).

20. yüzyılın ikinci yarısında küreselleşmenin etkisiyle fuarcılık sektörü uluslararası bir boyut kazanmış, II. Dünya Savaşı sonrası ekonomik iş birliğini teşvik eden fuarlar, ülkeler arası ticaretin gelişimine katkı sunan önemli platformlar haline gelmiştir. 1967'de Expo Montreal, sürdürülebilirlik ve teknolojik yenilikleri odağına alarak uluslararası fuar anlayışını dönemin koşullarına uyarlamıştır. Bu süreçte fuarlar, sadece ticari ürünlerin tanıtıldığı organizasyonlar olmaktan çıkıp kültürel ve sosyal mesajların aktarıldığı platformlara dönüşmüştür (Frost ve Laing, 2018). 1980'lerden itibaren dijitalleşmenin hız kazanması, fuar organizasyonlarının yapısını köklü biçimde değiştirmiştir. Dijital ekranlar, bilgisayar destekli tasarımlar ve multimedya sunumları yenilikçi ziyaretçi deneyimleri sunarken, 2000'li yıllarda artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, ziyaretçilerle daha interaktif iletişim imkânı sağlamıştır (Duman, 2024).

Hannover Messe gibi uluslararası teknoloji fuarları, robotik sistemler ve yapay zekâ uygulamalarını tanıtarak teknoloji odaklı fuarcılığın gelişimine katkı sağlamıştır (Özer, 2021). Son yıllarda ise sürdürülebilirlik, fuar tasarımlarının temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Enerji verimli aydınlatma sistemleri, geri dönüştürülebilir malzemeler ve çevre dostu yaklaşımlar, modern fuar organizasyonlarının ayrılmaz bir parçası olmuştur. 2015 Expo Milano, sürdürülebilir tarım ve çevre temalarıyla fuarların küresel sorunlara dikkat çekme potansiyelini gözler önüne sermiştir (Bennett, 2020).

Covid-19 pandemisi, fuar sektöründe yeni bir dönemin başlamasına neden olmuş, fiziksel etkinliklerin kısıtlandığı süreçte sanal fuarlar ve hibrit modeller yaygınlaşmıştır. Online platformlar üzerinden düzenlenen sanal fuarlar, küresel katılımcılara erişimi kolaylaştırırken, fiziksel katılımın sunduğu deneyim eksikliği hibrit fuar modellerini ön plana çıkarmıştır. Bu model hem dijital hem de fiziksel deneyimleri bir araya getirerek

katılımcıların farklı beklentilerine yanıt verebilmektedir ve gelecekte fuarcılığın dönüşümünde önemli bir rol oynayacaktır (Lawson, 2017).

Türkiye’de fuarcılık sektörü de bu dönüşüm sürecine paralel olarak gelişmiştir. İzmir Enternasyonal Fuarı gibi köklü etkinliklerin yanı sıra İstanbul Fuar Merkezi ve Antalya Expo gibi modern fuar alanları, Türkiye’nin uluslararası fuar sektöründeki konumunu güçlendirmiştir. Dijital teknolojilerin entegrasyonu ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar, Türkiye’deki fuar organizasyonlarının dikkat çeken unsurları arasında yer almaktadır. Örneğin, UNICERA Uluslararası Seramik Banyo Fuarı hem yerel hem de küresel katılımcıları bir araya getirerek Türkiye’nin seramik sektöründeki gücünü uluslararası arenada temsil etmektedir. Günümüzde fuarcılık sektörü, endüstri odaklı organizasyonlardan, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik ekseninde gelişen, kullanıcı deneyimine odaklanan etkinlik alanlarına evrilmiştir. Hem Türkiye’de hem de dünyada fuar alanlarının bu değişimlere hızla uyum sağladığı görülmektedir. Teknolojik yenilikler, çevresel farkındalık ve hibrit modeller, gelecekte fuarcılık sektörünün yönünü belirleyen temel faktörler olacaktır (Acartürk, 2012).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tasarım, bireylerin yaşam alanlarını estetik ve işlevsel bir şekilde düzenlemeyi amaçlayan çok yönlü bir süreçtir. Fuar alanları gibi dinamik ve geçici mekanların tasarımı ise, estetik, işlevsellik ve deneyim odaklılık gibi farklı boyutları bir araya getirir. Bu bölümde, iç mekân kavramı, fuar alanlarının tasarım yaklaşımları ve bu mekanların kullanıcı deneyimi üzerindeki etkileri detaylandırılmaktadır.

İç Mekân Kavramı

İç mekân, yapıların sınırları içerisinde bulunan ve bireylerin fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına cevap veren alanlar olarak tanımlanır. İç mekânın sadece fiziksel bir düzenleme değil, aynı zamanda bireylerin duygusal bağ kurduğu bir alan olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda iç mekân, kullanıcılara hem işlevsel hem de estetik bir deneyim sunar.

İç mekân tasarımının, kullanıcıların mekanla olan etkileşimlerini optimize etmek için yapılandırıldığını ifade eder. İç mekân, işlevsellik, estetik, ergonomi ve sürdürülebilirlik gibi unsurların dengeli bir şekilde bir araya getirilmesiyle oluşturulur (Lawson, 2017). Fuar alanlarında iç mekân tasarımı, esneklik ve modülerlik gerektirir (Dikeç, 2013). Geçici mekanların tasarımında hızlı kurulum ve sökölme süreçlerinin yanı sıra, kullanıcı dostu düzenlemelerin önemine dikkat çekmiştir. Bu özellikler, fuar alanlarının sürekli değişen ihtiyaçlara uygun şekilde yapılandırılmasını sağlar.

Fuar Alanları ve Tasarım Yaklaşımları

Fuar alanları hem estetik hem de işlevsellik açısından bir araya gelen karmaşık mekanlardır. Bu alanlar, ziyaretçilerin kolaylıkla erişebileceği, yönlendirici ve görsel olarak çekici bir şekilde tasarlanmalıdır. Fuar alanlarının tasarımında şu yaklaşımları öne çıkarmaktadır.

Fonksiyonel tasarım, fuar alanlarının kullanıcı akışını kolaylaştıran, ürünleri ve hizmetleri en verimli şekilde sergileyen düzenlemelerdir. Geniş koridorlar, açık plan düzenlemeler ve net yönlendirme elemanları, fonksiyonel tasarımın temel unsurlarıdır. Estetik, mekanların ziyaretçilerde olumlu bir ilk izlenim yaratmasını sağlarken, tematik tasarım, belirli bir marka veya ürünle ilişkilendirilen unsurların sergilenmesini içerir. Fuar

alanlarında kullanılan malzeme, renk ve aydınlatma seçimlerinin ziyaretçi algısını doğrudan etkilediğini belirtmektedir (Beril Bal ve Bekar, 2025).

Dijital teknolojilerin modern fuar alanlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini ifade etmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve interaktif ekranlar, kullanıcıların sergilenen ürünlerle daha derin bir bağ kurmasını sağlar (Duman, 2024).

Sürdürülebilirlik, modern tasarım projelerinin temel bir bileşenidir. Enerji verimliliği sağlayan aydınlatmalar ve geri dönüştürülebilir malzemelerin hem çevresel hem de ekonomik faydalar sunduğunu vurgulamaktadır (Akbulut, & Güvenç, 2016).

Fuar Alanlarında İç Mekân Tasarımının Kullanıcı Deneyimine Etkisi

İç mekân tasarımı, ziyaretçilerin fuar alanıyla kurduğu etkileşimde belirleyici bir rol oynar. Ziyaretçi deneyimini şekillendiren temel unsurlar şunlardır:

Mekansal Akış ve Ergonomi

Fuar alanlarında mekânsal düzenlemenin akıcı bir şekilde tasarlanması, ziyaretçilerin alanı kolayca keşfetmesini sağlar. Bu yaklaşım hem kullanıcı memnuniyetini artırır hem de sergilenen ürünlerin daha fazla dikkat çekmesine katkıda bulunur.

Teknolojik Entegrasyon

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, ziyaretçilerin ürünlerle daha derin bir etkileşim kurmasını sağlar. Dijital ekranların ve etkileşimli uygulamaların, ziyaretçilerin bilgiye hızlı ve kolay erişimini sağladığını vurgulamaktadır (Partarakis, 2025).

Dinlenme ve Sosyal Alanlar

Fuar alanlarında yer alan oturma ve dinlenme alanları, ziyaretçilerin rahatlamasını sağlayarak deneyimlerini daha keyifli hale getirir. Bu sosyal alanlar, ziyaretçilerin fuar alanında daha uzun süre vakit geçirmesine ve genel memnuniyetlerinin artmasına katkı sağlar. Tasarım kavramları, fuar alanlarının başarısını şekillendiren temel unsurlardır. İç mekân ve çevre tasarımı, fonksiyonel, estetik ve sürdürülebilir yaklaşımlarla birleştirilerek kullanıcı deneyimine katkıda bulunur. Türk ve uluslararası kaynaklardan elde edilen bilgiler, modern fuar alanlarının dinamik yapısını anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Araştırmanın temel amacı, UNICERA 2024 İstanbul Fuarı'nda Creavit için tasarlanan sergi alanının tasarım ilkelerini ve kullanıcı deneyimine etkilerini değerlendirmektir. Araştırma, modern fuar alanlarında iç mekân tasarımının rolünü irdeleyerek, bu alanların ticari ve estetik hedeflere nasıl hizmet ettiğini anlamayı hedefler.

Çalışmada, aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- İç mekân ve çevre tasarımı, fuar alanlarında kullanıcı deneyimini nasıl etkiler?
- Creavit' in marka kimliği, fuar tasarımında hangi unsurlarla desteklenmiştir?
- Modern fuar tasarımlarında sürdürülebilirlik ve dijitalleşme ne ölçüde ön plana çıkmaktadır?

Bu sorular, UNICERA 2024 örneği üzerinden ele alınarak, ticari fuar tasarımının gelecekteki uygulamaları için çıkarımlar sunulması hedeflenmektedir.

UNICERA 2024 İSTANBUL FUARI VE FUAR MERKEZİ

Bu bölümde, UNICERA 2024 İstanbul Fuarı'nın düzenlendiği İstanbul Fuar Merkezi'nin özellikleri, katılımcı profili, önceki yıllara ait istatistikler, altyapı olanakları ve yerleşim planı ele alınmaktadır (Görsel 1).



Görsel 1.İstanbul Fuar Merkezi, fuar salonları yerleşim planı
(Bölüm 1: İstanbul Fuar Merkezi, 2023)

İstanbul Fuar Merkezinin Alan Büyüklüğü ve Kapasitesi

İstanbul Fuar Merkezi (İFM), Türkiye'nin en büyük ve kapsamlı fuar merkezlerinden biridir. Toplamda yaklaşık 500.000 metrekarelik bir alan üzerine kurulu olan merkez, 96.000 metrekarelik kapalı alana sahiptir. İFM hem ulusal hem de uluslararası etkinliklere ev sahipliği yaparak birçok sektör için önemli bir platform sunmaktadır. Geniş kapasitesi ve çok sayıda salonuyla, aynı anda birden fazla etkinliğin düzenlenmesine de olanak tanımaktadır (İstanbul Fuar Merkezi, 2023).

Fuar Katılımcı Profili ve Firma Sayısı

UNICERA İstanbul, seramik, banyo ve mutfak sektörlerinde dünya çapında tanınan bir fuar olarak her yıl binlerce profesyoneli bir araya getirmektedir. Katılımcı profili, inovasyon ve tasarım odaklı firmalardan oluşmaktadır. 2024 yılında fuara toplamda 330'dan fazla katılımcı firma iştirak etmiştir. Bu firmalar, seramikten banyo ürünlerine, mimari çözümlerden teknolojiye kadar geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır (UNICERA, 2024).

Önceki UNICERA Fuarlarında Katılımcı İstatistikleri

Geçmiş UNICERA Fuarları, katılımcı ve ziyaretçi sayıları bakımından önemli bir başarı elde etmiştir. Örneğin, 2023 yılında düzenlenen fuar, toplamda 88.728 ziyaretçiyi ağırlamış ve 327 katılımcı firma yer almıştır. Ayrıca, 110 farklı ülkeden 12.798 yurt dışı ziyaretçi fuara katılım sağlamıştır (Expo Turkey, 2023). Bu veriler, UNICERA Fuarı'nın uluslararası çekiciliğini ve sektördeki önemini göstermektedir (Görsel 2).



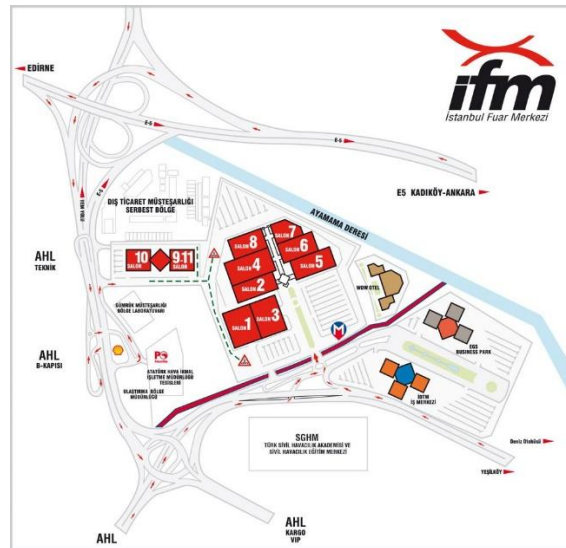
Görsel 2. İstanbul fuar merkezine UNICERA 2024 için gelen katılımcılar ve ülkeleri (Expo Turkey, 2023)

Otopark ve Altyapı Olanakları

İstanbul Fuar Merkezi, geniş otopark ve altyapı olanaklarıyla katılımcı ve ziyaretçilerin konforunu sağlamayı hedeflemektedir. 7.500 araç kapasiteli otoparkı, restoranlar, kafeler ve bankacılık hizmetleri gibi sosyal alanları ile İFM, ziyaretçiler için ideal bir ortam sunmaktadır (URL:4). Ayrıca, fuar alanında teknik destek ve güvenlik hizmetleri gibi altyapı unsurları da yer almaktadır.

Fuar Alanının Haritası ve Yerleşim Planı

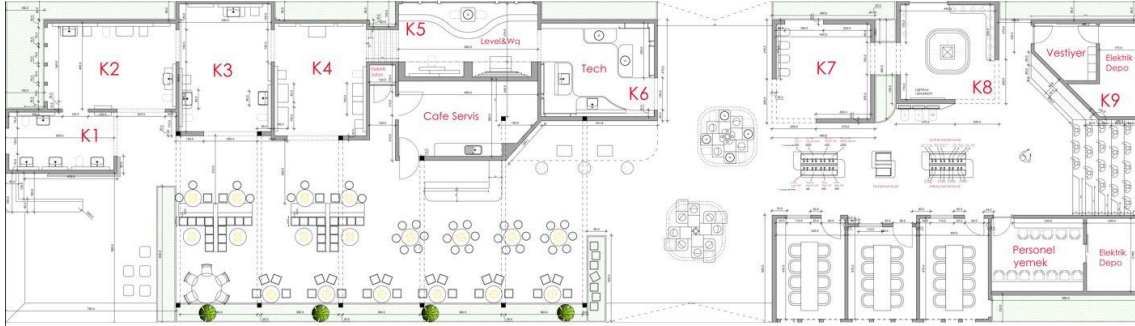
UNICERA Fuarı'nın yerleşim planı, katılımcı firmaların ve ziyaretçilerin fuar alanında kolaylıkla hareket edebilmesi için detaylı bir şekilde hazırlanmıştır. İstanbul Fuar Merkezi, 11 adet fuar salonundan oluşmaktadır ve her bir salon belirli sektörler veya ürün gruplarına tahsis edilmiştir. Ayrıca, fuarın resmî web sitesinde interaktif haritalar ve katılımcı firmaların stant yerleşimlerini gösteren salon planları bulunmaktadır (Görsel 3) (UNICERA, 2024).



Görsel1. İstanbul fuar merkezi otopark yerleşim planı (Bölüm 2: İstanbul Fuar Merkezi, 2023)

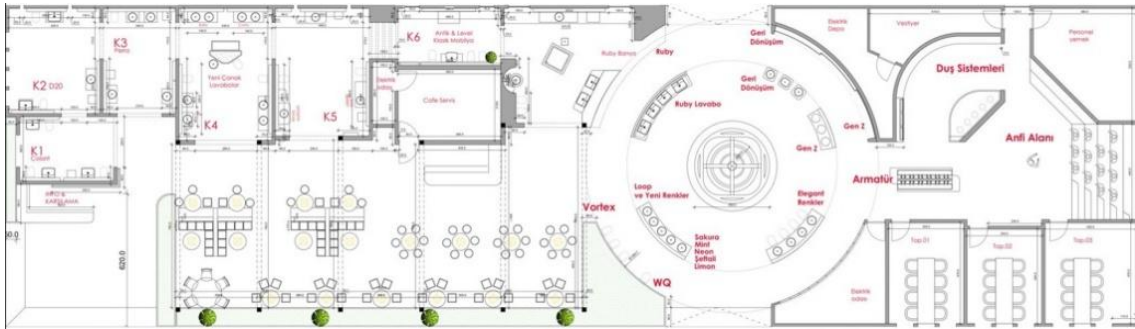
TASARIM SÜRECİ VE PROJE ÖZELLİKLERİ

İstanbul Fuar merkezi (İFM) de yapılan 04-08 Kasım 2024 Tarihleri arasında düzenlenmiş olan UNICERA 2024 İstanbul Fuarı'nda Creavit için tasarlanan sergi alanı hem markanın kimliğini yansıtmak hem de kullanıcı deneyimini zenginleştirmek amacıyla oluşturulmuştur. Bu bölümde, tasarım sürecinin aşamaları, proje özellikleri ve teknik detaylar ele alınmıştır. Projenin çıkış noktası sergileme alanları ile misafirlerin ağırlanacağı, toplanma alanı ve üniversitelerden sektör ile alakalı bilgi verilmesi hedeflenen öğrencilere yapılacak olan sunumun başlangıcı olan amfinin dengeli bir biçimde alan içerisinde kurgulanması sağlanmıştır. 15 metre genişliğinde ve 53 metre uzunluğundaki fuar alanı tasarım faaliyetlerini zorlaştırsa da lineer bir çözümle sergileme ve ağırlama bölümleri çözümlenmiştir. 2023 fuar alanından başlayan tasarım kurgusu 2024 yılında olgunluğa ulaşmıştır (Görsel 4).



Görsel2. UNICERA 2023 Creavit fuar alanı yerleşim planı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

2023 ve 2024 yılında görüldüğü üzere tasarımda değişiklikler yapılmıştır. İlerleyen bölümlerde yapılmış olan değişikliklerden ve mevcut değişikliklerin fuar alanına olan katkılarından bahsedilecektir (Görsel 5).



Görsel3. UNICERA 2024 Creavit fuar alanı yerleşim planı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Fuar Tasarım Eskizleri ve Çizimler

Tasarım sürecinin başlangıç aşaması, konsept geliştirme ve ilk eskizlerin hazırlanması olmuştur. "Vision" teması, Creavit 'in sürdürülebilirlik ve yenilikçilik değerlerini ön plana çıkarmak için belirlenmiştir. Şirketin mottosu haline gelmiş olan "bakış açını değiştir", "banyo bu tarafta", "herkes bakar, görüyor musun" gibi reklam sloganları ise bakış açımızı oluşturmakta önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, eskizlerde aşağıdaki düzenlemeler yapılmıştır (Görsel 6).

- Giriş Alanı: Creavit logosu ve multimedya ekranlarla ziyaretçileri karşılayan etkileyici bir alan.
- Ürün Sergileme Alanları: Her ürün ailesine ayrılmış küteller.

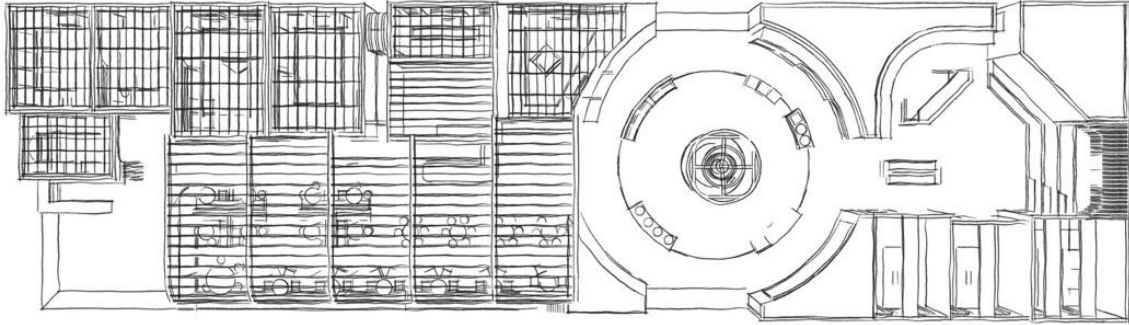
- Dinlenme Alanları: Modern oturma gruplarıyla ziyaretçilere rahat bir mola alanı sunulması.
- Etkileşim Alanları: Ziyaretçilerin dijital araçlarla ürünlerle etkileşim kurabileceği bölümler.

Fuar alanlarının tasarımında, marka kimliğini ön plana çıkaran düzenlemelerin, ziyaretçilerde olumlu bir etki yarattığı dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda, işlevsellik ile estetik unsurlar bir araya getirilerek dengeli bir mekânsal düzen sağlanmıştır (Görsel 7).

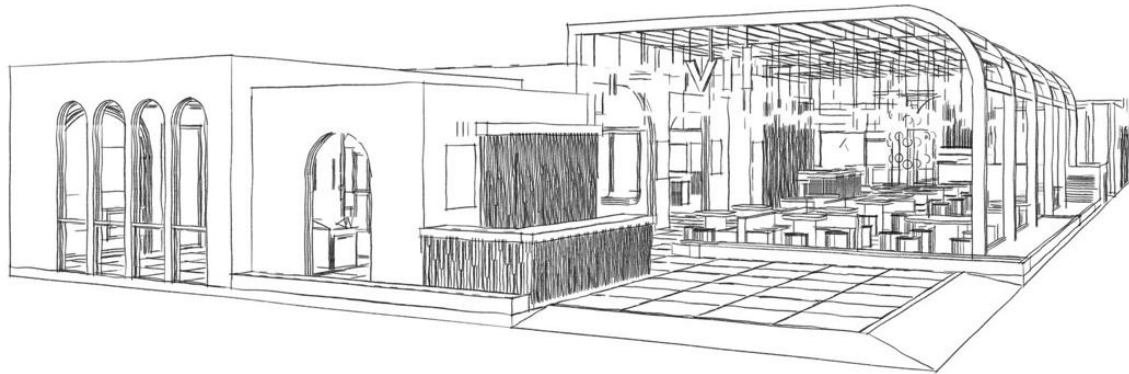
Teknik çizimler, mekânsal organizasyonu ve detayları içermektedir:

- Kat Planı: Ürün sergileme üniteleri, giriş alanı ve dinlenme bölümlerinin yerleşim düzenini gösterir.
- Aydınlatma Planı: Vurgu aydınlatmalarının ve genel ışıklandırma elemanlarının konumları belirtilmiştir.
- Modüler Sistemler: Taşınabilir sergi ünitelerinin ölçüleri ve yerleşim özellikleri detaylandırılmıştır.

Fuar tasarımı sürecinde teknik çizimlerin hem mekânsal verimliliği hem de ziyaretçilerin mekânda rahat hareket edebilmesini sağladığını vurgulamaktadır (Lawson, 2017).



Görsel 4. UNICERA 2024 eskiz plan çalışmaları
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



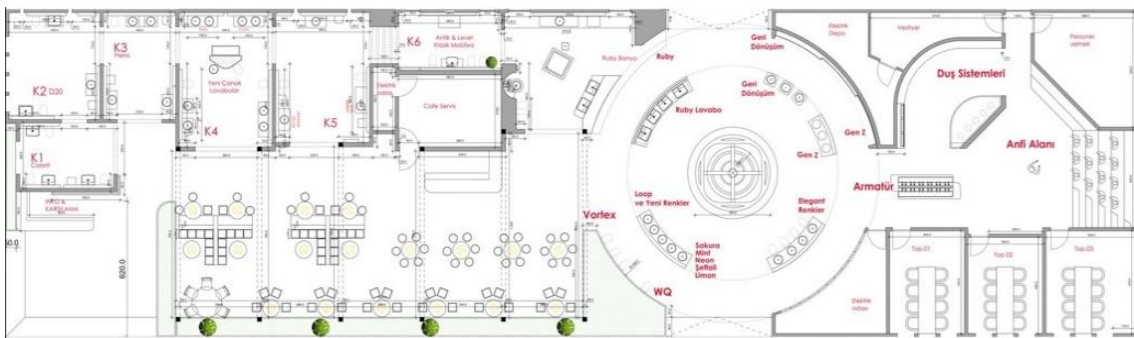
Görsel 7. UNICERA 2024 giriş bölümü eskiz çalışmaları
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Proje Özellikleri, Render ve Teknik Detaylar

Tasarım, 795 m² bir alan üzerine kurulmuş ve aşağıdaki özelliklere göre düzenlenmiştir. Fuarlarda sergi alanlarının tasarımı, kullanıcı deneyimini optimize etmek ve markanın etkili bir şekilde temsil edilmesini sağlamak amacıyla belirli kriterler doğrultusunda şekillendirilmektedir. Bu analizler, saha gözlemleri, literatür incelemeleri ve önceki fuarlardan elde edilen veriler ışığında gerçekleştirilmiştir. Alanın genel yerleşimi, ziyaretçi hareketliliği, ürün sunumu ve mekânsal düzenlemeler, elde edilen

bulgular doğrultusunda değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, Creavit'in UNICERA 2024 sergi alanında uygulanan tasarım kararları; alanın farklı misafir grupları için etkin şekilde kullanılmasını sağlayan esneklik modeli, bu esneklikle paralel bağlantıda koridor genişlikleri ve yönlendirmelerin misafir ağırlama stratejisiyle birlikte daha geniş uygulanması ve özel teşhirleri diğerlerinden ayırmak adına aydınlatma vurgusu kullanılarak ziyaretçiler tarafından dikkat çekmesi sağlanmaktadır (Görsel 8 ve 9).

- Esneklik : Modüler sistemler, alanın farklı etkinliklere uyarlanabilmesini sağlamaktadır.
- Ziyaretçi Akışı : Koridorların geniş tutulması ve ürün kimliklerinin doğru yerleştirilmesiyle akıcı bir hareket sağlanmıştır.
- Odak Noktaları : Öne çıkan ürünlerin sergilendiği bölümler, özel aydınlatmalarla vurgulanmıştır.



Görsel 8. UNICERA 2024 Creavit fuar planı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 9. UNICERA 2024 Creavit fuar planı renderı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Stant seçiminde ise hem sürdürülebilirlik hem de 2023 yılından kullanabileceğimiz birçok malzemeyi sürdürülebilirlik adına tekrardan kullanmayı benimsediğimiz bir proje tasarımı olmuştur. Aşağıda tekrardan kullandığımız stant, mobilya, reklam panoları ve elektrik aydınlatma armatürleri sıralanmaktadır.

- Giriş bankosu mobilyası (Görsel 8 ve 9),
- Cafe alanı, bankosu ve mobilyaları,
- Cafe alanı konstrüksiyonu (Görsel 8 ve 9),
- Zemin malzemesi (Görsel 8 ve 9),
- Meydanda bulunan lale revizyonu (Görsel 9),
- Toplantı alanı mobilyaları ve koltukları,
- Tüm pencere ve kapılar,

- Amfi alanı ve Ruby parametrik tasarımı (Görsel 11),
- Elektrik ve aydınlatma malzemeleri,
- Reklam pano dili ve kutu harf tabelaları.



Görsel 10. UNICERA 2023 Creavit fuar alanı giriş fotoğrafı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 11. UNICERA 2024 Creavit fuar alanı giriş fotoğrafı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

2023 yılında 2,8 mm kalınlığında çelik sac ile yaptırmış olduğumuz standın uyumu plan ile uyumlu olmaktaydı (Görsel 12).



Görsel 12. 2023 yılına ait çelik konstrüksiyon
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

2024 yılında ise anıtsal bir meydan oluşturma isteğinden ötürü mevcut çelik standın etrafına eklentilerle meydan ile aynı formu oluşturmak istenmiştir (Görsel 13).



Görsel 13. 2024 yılına ait düzenlenmiş çelik konstrüksiyon
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Ziyaretçi deneyimini artırmak için teknoloji odaklı çözümler projede yer almıştır:

- Dijital Deneyimleri: Ziyaretçilerin Creavit ürünlerini sanal ortamda incelemesine olanak tanımıştır.
- İnteraktif Paneller: Ürün bilgilerine hızlı erişim sağlanmıştır (Görsel 14)
- Multimedya Ekranlar: Markanın hikayesi ve ürünlerinin kullanım videoları gösterilmiştir (Görsel 15).

Dijital teknolojilerin fuar tasarımı ziyaretçilerin ilgisini artırmada ve markanın yenilikçi yönünü yansıtmada önemli bir araç olmuştur.



Görsel 14. Banyo özelliklerini anlatan interaktif paneller
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 15. Curve dijital ekran
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Sürdürülebilirliği korumaya çalıştığımız bir diğer stant ise parametrik tasarım olan Ruby standı. 2023 yılında ürünün fuar içerisinde gösterimine uygun olması adına stant antrasit rengine boyanmıştır (Görsel 16).



Görsel 16. 2023 yılında kullanılan parametrik tasarım ve amfi alanı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

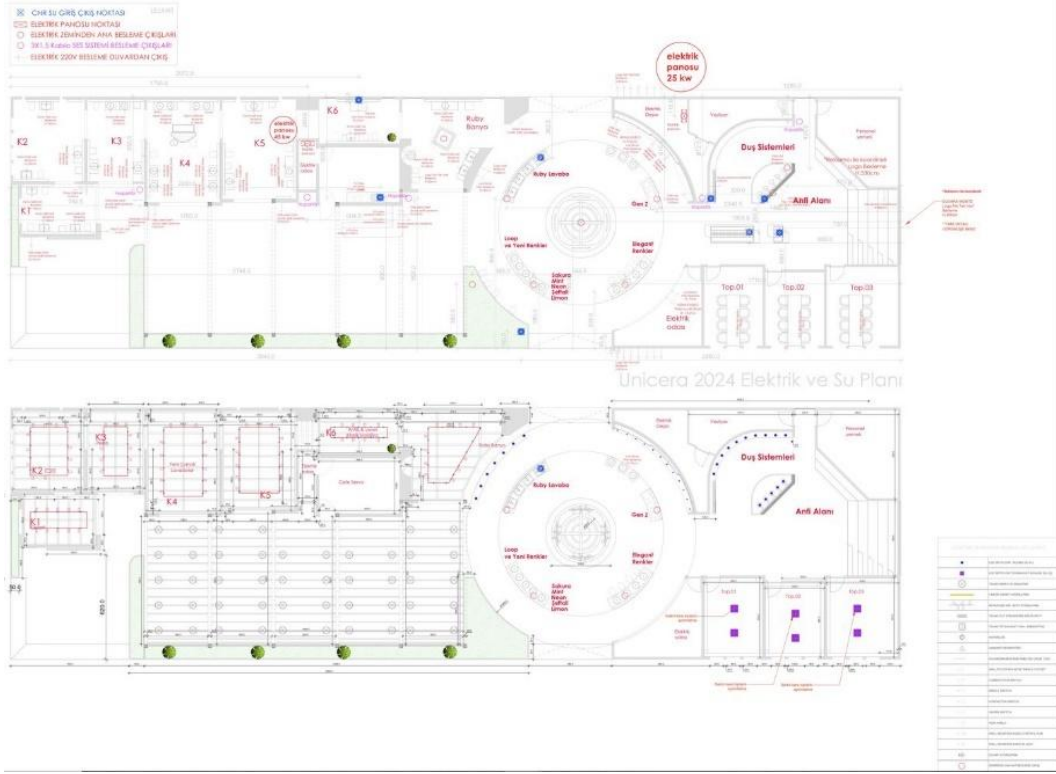
2024 yılında fuar alanı içerisindeki ruby ürününün gösterimine uygun olması amacıyla kullanılan malzeme aynı olup montaj sonrası beyaza boyanmıştır. Saha da koyu bir rengi açık bir renge çevirmek oldukça zorlamıştır. 5 kat boya ile antrasit etkisi tamamen beyaza dönmüştür (Görsel 17).



Görsel 17. 2023 yılında kullanılan parametrik tasarım ve amfi alanı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Aydınlatma, ürünlerin sergileniş biçimini ve mekânın atmosferini etkileyen önemli bir tasarım unsuru olarak belirlenmiştir.

- Vurgu Aydınlatmaları: Sergilenen ürünleri ön plana çıkarmak için LED spot ışıklar kullanılmıştır.
- Dolaylı Aydınlatmalar: Mekânın genel atmosferini desteklemek için yumuşak ışıklandırma uygulanmıştır (Görsel 18).



Görsel 18. UNICERA 2024 Creavit aydınlatma ve elektrik yerleşim projesi
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

Sergi alanlarında aydınlatma düzenlemelerinin, ziyaretçi deneyiminde odaklanmayı artırmak için stratejik bir şekilde tasarlanması gerektiğini ifade etmektedir (Çelik, 2017). UNICERA 2024 Fuarı için Creavit sergi alanı, sürdürülebilirlik, teknolojik entegrasyon ve kullanıcı deneyimini ön planda tutan bir tasarım süreciyle gerçekleştirilmiştir. Eskizlerden teknik detaylara kadar her aşamada, marka kimliğini ve yenilikçi yaklaşımı destekleyen bir tasarım hedeflenmiştir.

Projenin Nihai Fotoğrafları

Tüm detaylarının projeye uygun şekilde tamamlandığını bilmek ölçeği büyük projelerde başarı olarak kabul edilmektedir. Planlama aşamasında tüm detayların projesini çizmek üreticiler için kolaylık sağladığı için projenin kurulum sürecinde zamana karşı yarışırken tüm ürünlerin eksiksiz ve hatasız olarak alanda bulunması gerekmektedir. 7 günlük kurulum sürecinde herhangi bir kaza veya aksaklık olmadan fuar kurulumu tamamlanmıştır. Fuar alanının bitmiş haline ait fotoğraflar aşağıda gösterilmektedir (Görsel 19, 20, 21 ve 22).



Görsel 19. UNICERA 2024 Creavit fuar alanının ziyaretçileri karşıladığı en yoğun nokta
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 20. UNICERA 2024 Creavit fuar alanının banyo mekanlarına ait ürün ve ürün kimlikleri
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 21. UNICERA 2024 Creavit fuar alanının tekil ürünler standı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)



Görsel 22. UNICERA 2024 Creavit fuar alanının meydana bulunan sürdürülebilir ürünlerle yapılmış olan standı
(Yazar fotoğraf arşivi, 2024)

SONUÇ

UNICERA 2024 İstanbul Fuarı'nda Creavit için tasarlanan sergi alanı, modern fuar tasarımının sürdürülebilirlik, estetik ve kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımını yansıtan bir proje olmuştur. Bu bölümde, projenin genel değerlendirmesi yapılmış, elde edilen bulgular detaylandırılmış ve gelecekteki çalışmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

Proje, Creavit 'in yenilikçi vizyonunu ve sürdürülebilirlik değerlerini yansıtan bir tasarım anlayışıyla gerçekleştirilmiştir. Tasarım süreci, markanın kimliğini güçlendirme, kullanıcı deneyimini iyileştirme ve sektörde öne çıkma hedeflerine uygun olarak planlanmıştır. Fuar alanı hem teknik hem de estetik açıdan bir bütünlük sunmuş, ziyaretçilere etkileyici bir deneyim yaşatmayı amaçlamıştır.

Doğal malzemelerin kullanımı ve enerji verimli aydınlatma elemanları, çevresel duyarlılığı ön plana çıkarmış ve Creavit 'in sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemiştir. Bu yaklaşım, modern fuar tasarımında çevre dostu uygulamaların önemini bir kez daha vurgulamaktadır. Bir önceki senelerden kalan aydınlatma elemanları tamir edilip kullanılmıştır. Bununla birlikte reklam tabelalarından da tüm ışıklı kutu harfler tamir edilip kullanılması özellikle desteklenmiştir. Ahşap stant elemanları küçük değişikliklerle bir önceki senelerden farklılaştırarak; boya rengini değiştirerek günümüzde kullanılmıştır.

Dijital deneyimleri ve interaktif paneller, ziyaretçilere ürünleri daha iyi anlama ve deneyimleme imkânı sunarak marka ile kullanıcı arasındaki etkileşimi artırmıştır. Teknolojinin bu şekilde entegre edilmesi, fuar alanlarının daha dinamik hale gelmesini sağlamıştır. Geçtiğimiz senelerden farklı olarak ilk defa büyük ekran panelini curve (eğik) şeklinde kurarak fuar tarihinde bir ilk oluşturulmuştur.

Mekânsal düzenlemelerin açık planlı ve yönlendirme elemanlarının etkili bir şekilde yerleştirilmiş olması, ziyaretçilerin alanda kolayca hareket etmelerini sağlamıştır. Bu durum, ziyaretçi memnuniyetini artırarak fuarın genel başarısına katkı sağlamıştır. Fuarın çevresindeki koridorlardan geçen ziyaretçilerde bu şekilde açık bir planlamanın fuar standımıza baka baka yürümeleriyle göstermiştir. Sadece stant içinden değil stant dışından geçen ziyaretçilerde bu ferahlığı ve dikkat çekiciliği gözlemlendiği tespit edilmiştir.

Sergi alanının estetik detayları, renk seçimleri ve malzeme kullanımı, Creavit 'in modern ve yenilikçi kimliğini ziyaretçilere etkili bir şekilde aktarmıştır. Meydan tarafında bulunan çelik konstrüksiyon lale tasarımı renkli lavabolarımızı tij yardımıyla asmamıza vesile olurken aynı zamanda anıtsal bir öge olarak dikkat çekicilik sağlamıştır. Neredeyse tüm misafirlerimiz renkli asılı lavabolarımızın önünde fotoğraf çekmiştir.

Gelecek fuar projelerinde, yapay zekâ tabanlı yönlendirme sistemleri ve daha gelişmiş AR/VR uygulamalarının dahil edilmesi önerilmektedir. Bu yenilikler, ziyaretçilerin mekanla daha fazla etkileşim kurmasını sağlayabilir. Daha fazla geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı aydınlatma sistemleri gibi uygulamalar sürdürülebilirlik vurgusunu güçlendirebilir. Gelecek tasarımlarda, engelli ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayacak daha kapsayıcı düzenlemeler yapılması önerilmektedir. Ziyaretçilerin yoğun tempoda dinlenebileceği daha fazla sosyal alan eklenmesi, deneyim kalitesini artırabilir.

UNICERA 2024 İstanbul Fuarı için tasarlanan Creavit sergi alanı, modern fuar tasarımının tüm gerekliliklerini karşılayan bir proje olarak dikkat çekmiştir. Sürdürülebilirlik, teknolojik entegrasyon ve estetik yaklaşımların bir araya getirildiği bu tasarım, marka kimliğini etkili bir şekilde ziyaretçilere aktarmış ve kullanıcı deneyimini zenginleştirmiştir. Gelecekteki çalışmalar, daha fazla dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarla bu başarıyı ileriye taşıyabilir.

Dijitalleşmeyi firmaların daha etkin kullanarak birbirlerine örnek olması gerekmektedir. 5 gün süreyle ziyaretçi ağırlayan fuar sistemi harcanan paraların önemli ölçüde kısılmasına katkı sağlayabilir.

Etik İlkeler

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmemektedir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma kapsamında yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çatışma Beyanı

Bu makalenin yazarları herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması içerisinde değildir.

KAYNAKÇA

- Acartürk, K. (2012). Türkiye'de Fuarçılık ve Fuarların Coğrafi Dağılımı. *Coğrafya Dergisi*, (25), 55-66.
- Acartürk, K., (2013). *Fuar Organizasyonlarının Katılımcı Firmaların Finansal Performanslarına Etkileri*. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akbulut, E., & Güvenç, H. (2016). Sürdürülebilir Fuar Tasarımı. *Mimarlık ve Çevre Dergisi*, 12(3), 45-58. <https://doi.org/10.26835/my.1159187>
- Ayçiçek, S., (2021). *Fuar Lojistiği*. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre turizmi ve fuar organizasyonları*. Detay Yayıncılık.
- Badak, S. (2018). Türkiye'de Milli Fuarçılığın Durum Tespiti ve Gelişimine Yönelik Bir Model Önerisi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://doi.org/10.17932/IAU.SANAT.2015.015>
- Badak, S. & Özdaşlı, K., (2019). Sistem Yaklaşımı Açısından Türkiye'de Uluslararası Fuarçılığın Gelişimine Yönelik Bir Model Önerisi. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 24(4), 847
- Bennett, P. (2020). *Designing for Experiences: Event Spaces and Exhibition Planning*. Architectural Press.
- Beril Bal, H. ve Bekar, İ., (2025). Sürdürülebilir Tasarım Yaklaşımıyla Fuar Stantlarında Atık Malzeme Kullanımı: Stüdyo Deneyimi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34 (1), 520-537. DOI: 10.35379/cusosbil.1586032
- Blythe, J. (2002). Using trade fairs in key account management. *Industrial Marketing Management*, 31(7), 627-635.
- Çakıcı, A. C. (2013). *Toplantı yönetimi: Kongre, konferans, seminer ve fuar organizasyonları*. Detay Yayıncılık.
- Dikeç, I., (2013). Küçük Konutların İç Mekân Tasarımında İşlevsellik Bağlamında Esneklik: Nef Flats Levent 163 Örneği. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Duman, A.T., (2024). Fotoğrafta Dijital Sergileme Biçimlerinin Anlam Bağlamında Esere Etkisi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.

- Expo Turkey. (2023). UNICERA 2023 istatistikleri. <https://www.expointurkey.org/tr/fuar/unicera-2024>
- Frost, W., & Laing, L., (2018). Exhibitions, Trade Fairs and Industrial Events. Routledge. New York.
- Giritlioğlu, İ., & Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması: Örnek şehirler ve Türkiye'deki şehirler üzerine öneriler. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 74-89.
- Güven, Ö. Z., & Ceylan, T. (2019). Fuarların uluslararası pazarlar açısından önemi: Turizm işletmeleri üzerine bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 3(3), 277-294. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.616007>.
- Heper, F. Ö., & Sarıışık, M. (2015). Kongre turizmi açısından İstanbul ili'nin rekabet gücü analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6, 61-75.
- İstanbul Fuar Merkezi, (2023). İFM hakkında. <https://ifm.com.tr/tr/hakkimizda/ifm-hakkında>
- İstanbul Fuar Merkezi. (2023). Altyapı ve otopark olanakları. <https://ifm.com.tr/tr/hakkimizda/ifm-hakkında>
- Karpat, G. (2009). *İzmir Kültürpark ve Fuar Alanının Tarihsel Gelişim Sürecinin Araştırılması ve Geleceğe Yönelik Tasarım Programının Oluşturulması*. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Ünal Kestane, S., (2015). Antik Çağda Pazarlama ve Pazarlama Karması Elemanlarına Yönelik Değerlendirmeler. *BEU. SBE. Dergisi*. 4 (1).
- Lawson, B. (2017). The language of space in trade fairs. Routledge.
- Osborne, J., & Fox, R. (2018). History of World Fairs and Expos. London University Press.
- Özer, İ., (2021). *Fuar Endüstrisi Kavramlar ve Hizmet Kalitesi*. Nobel Yayıncılık. Ankara.
- Pektaş, Ç. & Aydın, E., (2021). Bibliometric Profile Of Postgraduate Theses On Congress Tourism. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*. 3 (1), 72-83.
- Sungur, B., & Sözüer, A., (2020). Uluslararası fuarlar ve zihinsel mesafe. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 889-910. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.706465>
- Şahin, B., (2024). Modern Sanat Mekânlarında Sergileme Tasarımı: OMM Modern Müzesi, İstanbul Modern ve CerModern Örneği. *Bingöl Üniversitesi Teknik Bilimler Dergisi*. 5 (2). 28-42.
- Tosun, C., & Jenkins, C. L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7), 519-531.
- UNICERA (2024). Yerleşim planı ve haritalar. <https://unicera.com.tr/>
- Uslu, E., & Bölükbaşı Ertürk, E., (2024). *Tarihi Yapıdan Müze'ye: Mekân-Sergi-İnsan*. Eğitim Yayınları.
- Usta, Ö. (2008). *Kongre ve fuar turizmi*. Detay Yayıncılık.

- Yılmaz, M. (2019). Fuar organizasyonlarının performans algısı: EMITT 2020 Fuarı örneği. *Turizm ve Otelcilik Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 45-58. <https://doi.org/10.11616/basbed.v21i60671.898003>.
- Yücel, F., & Ata, A. Y. (2006). Bölgesel kalkınma stratejileri açısından fuarcılık: Birinci ve ikinci Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarlarının değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 505-522.
- Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T., & Işgın, M., (2018). Kongre ve fuar organizasyonlarının turizm sektörüne etkileri: EMITT örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(1), 4-20.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

UNICERA 2024 Istanbul Fair is a significant event where innovative designs and sustainability in the ceramics and bathroom sectors converge. This study examines the design process of the exhibition space created for the Creavit brand, evaluating its contributions within the context of interior design and environmental planning. The research aims to explore the role of exhibition design in enhancing user experience and promoting sustainable practices while aligning with Creavit's brand identity. Additionally, it investigates how contemporary fair designs address evolving demands such as technology integration and environmental awareness.

Method

The study adopts a mixed-methods approach, incorporating qualitative and quantitative frameworks to analyze Creavit's exhibition space at UNICERA 2024 Istanbul Fair. Methods include a literature review, on-site observations, design analysis, and comparative evaluations of past and current designs. The study focuses on spatial organization, material selection, technological integration, and aesthetic features. Design sketches, technical drawings, and photographs were used as visual documentation. Furthermore, the study compares exhibition spaces from 2023 and 2024, aiming to achieve a more efficient and functional fair layout.

Findings

The study identifies several key findings regarding Creavit's exhibition space:

Spatial Organization: The 15x53-meter exhibition area strikes an effective balance between functionality and aesthetics. Open-plan layouts strategically positioned entry points, and spacious corridors facilitated visitor movement and enhanced product visibility. Interactive panels and clear directional signage enriched the user experience. The design successfully catered to both professional and individual visitors, optimizing visitor engagement. The observation of visitors entering through the designated entry points confirmed the success of the layout design.

Brand Identity and User Experience: Creavit's brand values were effectively reflected in the exhibition through thematic elements, slogans, digital displays, and innovative lighting. Vibrant colors and dynamic structures enhanced brand recognition, leaving a lasting impression on visitors. Social and rest areas improved user comfort and satisfaction. Additionally, digital panels and interactive screens presenting product stories fostered visitor engagement. Feedback highlighted the positive impact of these features on user experience.

Sustainability Practices: The project implemented sustainable practices such as reusing materials from previous exhibitions, energy-efficient lighting, and modular design elements. Recyclable materials and adaptive structures reduce waste typically associated with temporary spaces. This approach serves as a model for environmentally conscious fair design. Local materials were prioritized to minimize carbon footprints, and energy-efficient technologies significantly contributed to environmental sustainability goals.

Technological Integration: Interactive screens and advanced technologies like augmented reality (AR) and virtual reality (VR) provided visitors with innovative ways to interact with the products. These features not only enhanced the user experience but also reinforced the brand's innovation-driven identity. Technological elements effectively conveyed product specifications and applications to visitors, fostering a deeper connection with the brand.

Aesthetic Appeal: The exhibition emphasized elegance and modernity through clean lines, minimal visuals, and thematic motifs. A central installation featuring suspended lavatories stood out as a distinctive aesthetic element, encouraging social media interaction. Lighting design throughout the exhibition highlighted the products while creating a warm and inviting atmosphere. Variations in lighting schemes across different sections of the space provided visual diversity for visitors.

Conclusions and Recommendations

The Creavit exhibition space at UNICERA 2024 Istanbul Fair emerges as a model for innovative and sustainable exhibition design. By integrating functional, aesthetic, and technological elements, the project successfully met contemporary design standards and increased visitor engagement. Key takeaways include.

Importance of User-Centric Design: The inclusion of spatial arrangements and social areas underscores the necessity of prioritizing user needs in exhibition design. Ergonomics and aesthetics should harmonize to enhance user satisfaction.

Role of Sustainability: Sustainable practices, such as material reuse and energy-efficient solutions, play a critical role in aligning with global environmental goals. These approaches also provide cost-saving benefits for future exhibitions.

Value of Technology: Advanced digital tools such as AR/VR create dynamic and engaging experiences for visitors, positioning the brand as an innovator in its sector.

The study offers the following recommendations for future fair designs: **Advanced Digital Integration:** Incorporate AI-powered navigation systems for real-time guidance and personalized visitor experiences.

Enhanced Accessibility: Design inclusive spaces catering to diverse visitor needs, including individuals with disabilities, to attract a broader audience.

Expanded Social Zones: Develop more rest and interaction areas to increase visitor satisfaction and prolong engagement with the exhibition.

Further Sustainability Measures: Utilize renewable energy sources, biodegradable materials, and waste-reduction strategies to minimize environmental impacts, making exhibitions eco-friendlier and more cost-effective.

Hybrid Exhibition Models: Combine physical and digital elements in hybrid formats to enhance accessibility and foster more dynamic interactions. Strengthening the connection between digital and physical spaces can expand participation and engagement.