

Uluslararası toplantı ve kongrelerde pazar payımızı arttırmanın yolu etkili tanıtımlardan geçiyor

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 24

Turizm, gıda firmalarının portföylerini genişletmelerine ve yenilikçi olmalarına katkı sağlayan önemli bir pazar

Projeler Dosyası, Sayfa 48

Karadeniz Bölgesi, 26 yeni otel ve 5 bin 8 yatak ile Türkiye turizm pastasından aldığı payı arttırıyor

KURUMSAL İHTİYAÇLARINIZA UYGUN ELEKTRİKLİ ARAÇ ŞARJ İSTASYONLARI VESTEL'DE

Uzaktan yönetim imkanı, farklı ağ bağlantı seçenekleri ve ayarlanabilir çıkış gücü ile tüm projelerinize uygun elektrikli araç şarj alanlarını yaratabilirsiniz.



Sınıfının En İyisi Alev Geciktirici
5VA Plastik Gövde



Uzaktan Kontrol
(Drive Green uygulaması)



Uzaktan Yazılım Güncelleme
(USB veya OCPP)



Uzaktan Teşhis
(OCPP ile)



Dinamik Yük Yönetimi
(Ethernet, Wi-Fi, RS485 veya
OCPP ile)





DOWNTOWN



Dosso-Dossi-Hotels-Downtown



dossodossidowntown



SULTANAHMET



dossodossihotels



dossodossihotelsoldcity/



LALELİ



dossodossilaleli/



YENİKAPI



dossodossiyenikapi



DOWNTOWN / Akşemsettin Mahallesi, Adnan Menderes Bulvarı, Vatan Caddesi 34080 No: 46-48 Fatih / İSTANBUL
T:444 37 26 F:+90 (212) 533 10 08 E:infodowntown@dossodossihotels.com

SULTANAHMET / Alemdar Mah Alay Köşkü Cad No:12 P.K: 34110 Sultanahmet, Fatih / İSTANBUL
T:444 9905 - +90 (212) 526 40 90 F:+90(212) 528 08 83 E:info@dossodossihotels.com

LALELİ / Kemal Paşa, Ordu Caddesi Yeşil Tulumba Sokak No:8 Fatih / İSTANBUL
T:0212 520 10 42 E:infolaleli@dossodossihotels.com

YENİKAPI / Aksaray Mahallesi Langa Bostanları Sk. No:24 Yenikapi - Fatih / İSTANBUL
T:+90 (212) 521 57 59 E:infoyenikapi@dossodossihotels.com

www.dossodossihotels.com

Yayın Merkezi

Turas Turizm Medya

Yayıncılık ve Ticaret

Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi

No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul

0216 486 29 24 - 0542 412 07 16

www.turizmprojedergisi.com

Sahibi ve Sorumlu

Yazı İşleri Müdürü

Tuğyan Büyükaras

Genel Müdür

Bülent Büyükaras

bulent@turizmprojedergisi.com

Editör

Tuğyan Büyükaras

tugyan@turizmprojedergisi.com

Muhabir

Derin Ünal

Araştırma

Halet Tuncel

Projeler Danışmanı

Faruk Tuncel

Görsel Yönetmen

Esra Akgüngör

karaesra@gmail.com

Baskı

Şan Ofset

Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

Abonelik

Yıllık Abone Bedeli 500 TL

IBAN:

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

Yayın Türü

Ulusal, Süreli, Aylık

Baskı yeri ve tarihi

İstanbul, Nisan 2022

Turizm sektörü, bir belirsizlik içindeki bekleyişini sürdürüyor

Turizm sektörü bir belirsizlik içinde beklemeyi sürdürüyor. Bu anlamsız savaştan bahsetmiyor olmayı, bitmiş olmasını diliyoruz ama maalesef bu dileğimiz gerçekleşmedi. Savaş beraberinde getirdiği yıkım, acı ve gözyaşı ile devam ediyor. Her alanı ve her ülkeyi etkileyen ve ne zaman biteceği belli olmayan bu durum için ülkeler kendilerine göre pozisyon alıyorlar. Türkiye’de turizm sektörü artık kaybedilmiş gözü ile bakılan Rusya ve Ukrayna pazarını Avrupa ülkelerinden kapatma arayışına girdi. Almanya, İran, İngiltere, Hollanda, Doğu Avrupa ülkeleri, ülkemizde bu sezon ağırlık kazanacak görünümü veriyor. Turizm, en küçük krizden ilk önce etkilenen ancak en çabuk ayağa kalkan bir sektör. Bu özelliği ile de turizmciler sezona umutlu bakmak istiyor. Dileğimiz savaşın bir an önce son bulması ve barışın tüm dünyaya hakim olmasıdır.

Turizm Proje Dergisi olarak Nisan sayımızın “Projeler” dosyasında, “Karadeniz Bölgesi Yeni Otel Yatırımları” konusunu işledik. Son güncellemelerini bu ay bizzat gerçekleştirdiğimiz çalışmamızı, dergimizin özel haberi olarak sizlere sunuyoruz. Tedarikçiler bölümünde Ev Dışı Gıda Tedariki sağlayan firmaları inceledik. Turizm sektöründe otellere, restoranlara, kafelere gıda tedariki sağlayan firmaların sorunlarını, sektör hakkındaki görüşlerini, gelecekle ilgili beklentilerini masaya yatırdık. Oteller bölümümüzde ise dosya konumuz “Toplantı ve Kongre Turizmi” oldu.

Bu alanda hizmet veren otellerin ve kongre merkezlerinin MICE sektörü ile ilgili pandemi öncesi ve sonrası değerlendirmelerini aldık. 2022 yılı beklentileri, sanal ve hibrit toplantıları, değişen trendleri, sektörün durumunu inceledik. “Gündem” bölümümüz, güncel turizm haberleri, “Dünyadan” bölümümüz, dünyada turizm haberleri, “Etkinlikler” bölümümüz, önemli, turizm fuarları, toplantıları gibi sektör faaliyetleri, “İstatistikler” bölümümüz rakamsal turizm verilerini içeriyor. Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz...

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz...

İçindekiler

Oteller Dosyası

Uluslararası toplantı ve kongrelerde pazar payımızı arttırmanın yolu etkili tanıtımlardan geçiyor..... 4

Tedarikçiler Dosyası

Turizm, gıda firmalarının portföylerini genişletmelerine ve yenilikçi olmalarına katkı sağlayan önemli bir pazar 24

Projeler Dosyası

Karadeniz Bölgesi, 26 yeni otel ve 5 bin 8 yatak ile Türkiye turizm pastasından aldığı payı arttırıyor 48

MARKA YENİ HEDEF BÜYÜK

Türkiye'deki buklet sektöründe kaliteli ve farklı olmak bizim önceliğimiz. Çalışmalarımızı bu yönde yapılandırıyoruz. Sektöre bizzat kendi yürüttüğüm çok özel bir proje ile farklı bir bakış açısı kattığımızı düşünüyoruz.

Bu projeyi açarsak; tüm ürünlerimizin üzerine körler alfabesi (Braille) ile ürün isimlerini yazarak engelli arkadaşlarımıza yardımda bulunmayı hedefledik. Bu projenin hayata geçebilmesi adına körler alfabesini (Braille) öğrenmek benim için çok özel bir tecrübe oldu.

Parlıtayı, ışıltıyı ve ihtişamı anlatan aynı zamanda sadeliği öne çıkartan bir isim olması için markamızı Luster Collection olarak hayata geçirdik. Luster Collection; farklı beklentilere cevap verebilmek adına yılların birikimi ile oluşmuş bir buklet tasarım ve üretim fabrikası diyebiliriz.

Biz müşterilerimize özel proje üretmek, müşterilerimizin istek ve talepleri doğrultusunda markalarını bir üst seviyeye taşımak için konusunda uzman arkadaşlarımızla beraber çalışıyoruz. Pandemi dönemini kendi adımıza iyi değerlendiren tarafız. Bu dönemde firmamızı kurduk ve projelerimizi hayata geçirdik.

Zorlandığımız noktalar olsa da pandemi dönemini başarıyla atlatan bir firma olduk.

Aşılamanın artması, sınırların açılması ve yasakların kalkmasıyla yeni otel projeleri ile artan talepler doğrultusunda çalışmalarımız hızla devam ediyor.

2022 yılında turizm sektörünün toparlanacağına ve firmamıza olumlu yansımaları olacağına inanıyoruz. Ayrıca 2022'de yurtdışı pazarına açılarak uluslararası bir marka olmayı hedefliyoruz.

Bitmeyen enerjimiz ve süpriz çalışmalarımızla gelecek yeni yılın parlayan markası Luster Collection olacak.

2022 yılının tüm turizm camiasına hayırlı olmasını diliyoruz.



oteller



Uluslararası toplantı ve kongrelerde pazar payımızı arttırmanın yolu etkili tanıtımlardan geçiyor

Toplantı ve kongre konseptli oteller ile kongre merkezleri, toplantı, kongre, kurumsal etkinlikler, lansman, davetler gibi her türlü ihtiyaca, çeşitli, ebatlarda, birleşebilen ve bölünebilen, yüksek tavanlı salonlarında, fuaye alanlarında ve teraslarında, 10 kişiden 5 bin kişiye kadar kapasitesi ile değişen seçeneklerde, son derece modern teknolojik altyapıları ve zengin menüleri eşliğinde en üst segmentte hizmet veriyorlar.

İş insanları toplantı ve etkinlikleri için kendilerine, ihtiyaçlara göre tasarlanabilen, değişik metrekareleri ile farklı alternatifler sunabilen, gün ışığı alan salonlarda en son ses ve görüntü teknolojileriyle donatılmış, kaliteli hizmet ve konfor sunan otel ve kongre merkezlerinden üst seviyede hizmet alıyor. Oteller, birleşebilen, bölünebilen, kolonsuz alternatifli salonlarının yanı sıra kendilerine ait lobi ve karşılama alanları, fuaye alanları, teraslı panoramik manzaralı açık hava stüdyoları ve alanları, geniş bahçe ile çevrili açık ziyafet alanları gibi değişik alternatiflerle sadece toplantı ve kongre değil, düşün, davet, konferanslara, festivallere ve konserlere de ideal kullanım alanları sağlıyor. Toplantı ve kongre gelirleri, pandemi öncesi, konseptlerine göre otellerin

yaklaşık olarak yüzde 10'u ile yüzde 50'si arasında değişen bir bölümünü oluşturuyordu. Covid-19 sürecinin MICE endüstrisine verdiği zararın boyutu çok yüksek oldu. Pandeminin getirdiği tedbir kararları, sosyal mesafe kuralları, seyahat yasakları, izolasyon kapsamında kapanma süreçleri sonucunda en çok etkilenen sektör turizm ve dolayısıyla insanları bir araya toplayan MICE sektörü oldu. Sektörde iptaller, ertelemeler yaşandı ve bu durum ciddi gelir kayıplarına, beraberinde kalifiye eleman kayıplarına yol açtı.

Dijitalleşmenin büyük önem kazandığı pandemi döneminde sanal ve hibrit toplantı çözümleri ivme kazandı

Sürecin uzaması ve belirsizlik ortamı, toplantı ve kongre alanında yeni trendlerin

oluşmasına sebep oldu. Dijitalleşmenin büyük ivme kazandığı pandemi döneminde, hem iş hem de gündelik hayatta fiziksel olarak gerçekleştirilemeyen toplantıları sektör temsilcileri, sanal ve hibrit toplantı çözümleriyle gerçekleştirdi; yeni sürece hızlıca adaptasyon sağlandı. Oteller ve kongre merkezleri, yüz yüze ve sanal olarak yapılan toplantıları birleştirerek, güvenilir bir görüntü, ses ve video konferans sistemi, çift ekran, kablosuz sunum cihazı, yüksek hızda internet bağlantısı ile stüdyolar kurarak hibrit toplantılar gerçekleştirdiler. Gelen her 3 talepten bir tanesinin hibrit toplantıya yönelik olduğunu belirten sektör profesyonelleri, iş insanlarının, teknolojik altyapının imkanlarıyla dünyanın her



tarafından yüzlerce çalışana, müşterilerine, paydaşlarına kolaylıkla ulaşabildiklerini, bu konseptin normal koşullara döndüğümüzde bile hayatımızda olmaya devam edeceğini belirtiyorlar. Yasakların kalktığı dönemlerde eş zamanlı olarak sanal ve az katılımlı fiziksel toplantılar da gerçekleştirildi. Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından, turizmde yaşanan kayıpların önüne geçmek ve akışı sağlamak amacıyla Güvenli Turizm Sertifikası uygulamasına geçildi. Güvenli Turizm Sertifikası alan oteller ve kongre merkezleri, pandeminin yavaş yavaş etkilerinin azalması, aşılama oranlarının artması, seyahat yasaklarının hafifletilmesi ve kalkmaya başlaması üzerine tüm hijyen kurallarına uyarak kişi sınırlamaları ile toplantılar yapmaya başladılar. Bu bağlamda sektör temsilcileri özellikle açık hava ve hibrit toplantı taleplerinin biraz daha yoğun şekilde geldiğini belirtiyorlar. Sosyal mesafe gözetilerek, kişi sınırlaması ile yapılan etkinliklerde, girişte HES kodu uygulamaları, ateş ölçümleri, kişiye özel tek kullanımlık servisler, dezenfektan uygulamaları ile son derece korunaklı ve güvenli etkinliklere imza atan sektör profesyonelleri, tüm bu uygulamalara ek olarak kendi hijyen programlarını da oluşturdular. Gerek online gerek hibrit gerekse yüz yüze yapılacak toplantılar için teknolojiyi yakından takip eden sektör profesyonelleri, kapanma dönemlerini renovasyona ve teknolojik altyapılarını yenilemeye ayırdıklarını ifade ediyorlar.

Kongre turizmi için ülkemizi ziyaret edenler, diğer ziyaretçilere oranla üç misli fazla harcama yapıyor

Toplantı ve kongre turizminin sorunlarının, genel başlık altında incelendiğinde turizm sorunları birebir örtüşmekte olduğunu belirten sektör temsilcileri, ana problemlerin, alt ve üst yapı sorunları, örgütlenme ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği sorunu, tanıtma ve pazarlama sorunu, uluslararası kataloğlara girme sorunu, toplantıların Türkiye'ye daveti sorunu, toplantıların organizasyonu sorunları olduğunu vurguluyorlar. Bununla birlikte toplantı, konferans ve etkinliklerin, her zaman aynı şehirlerde yapılmasının,

farklı destinasyonlara yönlendirilmesinin de yanlış olduğunu belirtiyorlar. Kongre turizmi destinasyonunu ön plana çıkaran etmenlerin; çekicilik, coğrafi konum, konaklama imkanları, teknolojik altyapı, güvenlik, kongre merkezlerinin mimari yapısı ve kongre merkezlerinin yeterliliği başlıkları altında incelenebileceğini belirten sektör temsilcileri, bu bağlamda İstanbul, Ankara ve Antalya dışında farklılaştırılmış kongre destinasyonların yaratılması gerektiğini açıklıyorlar. Türkiye'nin turizm gelirleri açısından iyi bir yere sahip olduğunu ancak konu toplantı turizmine geldiğinde bu oranın, toplam turizm gelirleri içerisinde yüzde 10'un da altında dolayısıyla Dünya'ya oranlarsak çok daha düşük seviyelerde seyrettiğini açıklıyorlar. Ülkemiz, özellikle uluslararası toplantı ve kongre organizasyonları özelinde çok ciddi potansiyeli olan bir ülke. Türkiye'yi sadece deniz güneş kum algısından çıkaracak pazarlama aktivitelerinin artırılması, uluslararası kongrelerde pazar payımızı arttırmak adına ana hedefimiz olmalı görüşünü paylaşan sektör profesyonelleri, kongre turizmi için ülkemizi ziyaret edenlerin, diğer ziyaretçilere oranla üç misli fazla harcama yaptığını ve alt sektörlere de katkı sağladığı için, dış pazara en iyi biçimde tanıtılması, MICE'a yönelik tanıtım



ve reklam faaliyetlerinin daha da artırılması, ülkemizin dünya çapında mega etkinliklere ev sahipliği yapması adına adımlar atılması gerektiğini ifade ediyorlar. MICE fuarlarının lüks otel katılımının artırılması ve devlet tarafından daha fazla destek sağlanması gerektiğine vurgu yapıyorlar. 2022 yılının son iki yıla kıyasla bir toparlanma yılı olacağını, gelecek yıllarda da pandemi öncesi potansiyele geri dönebileceğimizi söyleyen sektör temsilcileri, 2021 son çeyreğinden başlayarak pek çok toplantı, kongre, seminer, davet, genel kurul, düşün gibi organizasyonlara ev sahipliği yaptıklarını ve özellikle pandemi sürecinin de sonlarına yaklaştığımız bu dönemde dijital mecralardan ziyade yüzyüze toplantılara ilginin oldukça arttığını, buna bağlı olarak da toplantı ve kongre gruplarıyla görüşmelerinin ve rezervasyonlarının arttığını belirtiyorlar.



MICE sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından takip eden sektörümüz, yenilikçi ve akıllı sistemlerle oldukça başarılı çözümler sunabilmektedir

Türkiye'nin ilk uluslararası otel zinciri ünvanını taşıyan Dedeman Hotels & Resorts International olarak, 55 yıldır, 2'si yurt dışında olmak üzere 18 otelimizde, bini aşkın çalışanımızla turizm sektöründe hizmet vermekteyiz. Dedeman ve Park Dedeman markalarımız ile bulunduğumuz yerlerdeki dinamiklerin farkında olarak, o bölgenin turizmine değer katma hedefiyle çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Dedeman markalı otellerimiz; büyükşehirler ve tatil destinasyonlarında, iş-tatil seyahatlerinde yüksek standartlarda konfor, hizmet ve konaklama sunan üst sınıf otellerimizdir. Park Dedeman otellerimiz ise; iş insanlarının güncel ihtiyacı olan servisleri, özgün hizmet anlayışı ile ekonomik standartlarda servis prensibi ile sunan şehir otellerimizdir. Tüm otellerimizde, her türlü kurumsal toplantı ve organizasyonun yapılabileceği, farklı büyüklüklerde salonlarımız mevcuttur. Bu salonlarımızda ayrıca, bulunduğumuz bölgelerde yaşayanların düğün, nikâh gibi özel gün organizasyonlarına da ev sahipliği yapıyoruz.

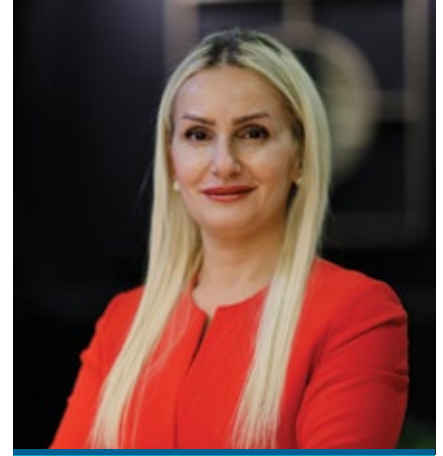
Kongre ve toplantı organizasyonlarımız, ortalama değerlere bakıldığında, yıllık istatistiklerimizde, yüzde 30 ila yüzde 40 arasında bir payı oluşturmaktadır

Pandemi döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısındaki düşüş, şirket toplantıları, konferans ve seminer gibi organizasyonlar için konaklamalı-konaklamasız seyahatlerin azalması, izolasyon önlemleri kapsamında alınan kararlar doğrultusunda kongre ve düğün organizasyonlarının iptal edilmesi durumları, otellerimizin bu alandaki etkinliklerinde bir düşüş yaşanmasına neden oldu. Yıl-dönem bazında kongre ve toplantı etkinliklerinin oranı, pazarın etkin olduğu periyodlara ve değişen dinamiklere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Kongre ve toplantı organizasyonları, ortalama değerlere bakıldığında, yıllık istatistiklerde yüzde 30 ila yüzde 40 arasında bir payı oluşturmaktadır. COVID-19 pandemisinin tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik, toplumsal ve bireysel pek çok olumsuz etkilerini yaşadık. Hastalığın pandemi haline gelmesinde, ulusal ve uluslararası hareketliliğin önemli bir etken olduğu düşünüldüğünde, turizm sektörü bu sürecin olumsuz etkilerinin en çok hissedildiği sektörlerden birisi oldu. Pandeminin ilk yılı diğer tesislerde olduğu

gibi, ne yazık ki otellerimizde de etkinlik anlamında olumsuz bir yıl olarak geçti. Devam eden süreçte, sosyal mesafeli yeni pandemi kurallarının gelmesiyle birlikte, salonlarda kişi sınırlamaları gözetilerek etkinlikler düzenlenmeye başlandı. Kişiyözel kahve molası servisleri, salon girişlerinde HES kodu makineleri ve dezenfektan uygulamaları ile salona giriş yapılması gibi uygulamalarla yeni sürece hızlıca adaptasyon sağlandı. 2021 yılının ikinci yarısından sonra kısıtlamaların esnetilmesi, aşılama oranının artmasıyla bu alanda da artışlar yaşanmaya başladı. Dijitalleşmenin büyük ivme kazandığı pandemi döneminde hem iş hem de gündelik hayatta fiziksel olarak gerçekleştirilemeyen toplantılar, sanal ve hibrit toplantı çözümleriyle gerçekleştirildi; yeni sürece hızlıca adaptasyon sağlandı. Öncelikle, online toplantılar için internet alt yapısı hızlandırıldı. Dedeman Hotels & Resorts International olarak, hayata geçirdiğimiz "Yeni Nesil Dijital Toplantı Platformu"muz ile acentelere, kurumlara ve markalara yaratıcı, etkili ve alanında fark yaratan bir hizmet modeli geliştirdik. Her içerikteki toplantı ve her çaptaki organizasyon için yapılan platformumuz ile tüm Dedeman otellerimizde hızlı, verimli ve yaratıcı sanal etkinlik çözümleri sunduk. Hybrit ve Yeşil Ekran uygulamaları ile sanal toplantılara zemin hazırlandı; belirli toplantı salonlarımız stüdyo haline dönüştürülerek, yeni dönemin gereksinimlerine uyumluluk hızla sağlandı.

Ülkemizin pazarda hak ettiği paya sahip olabilecek profesyonelliğe ve tecrübeye sahip olduğu tartışmasız bir gerçek

Turizm sektöründe yapılacak olan iyileştirmeler ve yatırımların; farklı ülkelere kaybedilen turizm potansiyelinin, özellikle toplantı ve kongre etkinliklerinin yeniden ülkemize dönmesini sağlayacağını düşünüyorum. Geçmiş yıllarda İstanbul'da gerçekleştirilen büyük uluslararası kongre ve etkinlikler, şehrin genelindeki dolulukları da artırıyordu. Bu nedenle aynı doluluğu yakalamak için, etkinlik ve organizasyonların yeniden kazandırılması yönünde çalışmalara yönelmek gerekmektedir. Ülkemizin pazarda hak ettiği paya sahip olabilecek profesyonelliğe ve tecrübeye sahip olduğu tartışmasız bir gerçek. İhtiyacımız olan, pazarlama faaliyetlerimizin bu doğrultuda daha fazla aktifleştirilmesi. Turizm



Gülhan Balta Kuzu / Dedeman Hotels & Resorts International Satış ve Pazarlamadan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi

politikalarının kendisinden beklenen fonksiyonları yerine getirebilmesi için, sektörü etkileyen ya da sektörün etkilediği diğer makro politikalar ile uyumlu bir hale getirilmesi, yerel, ulusal ve uluslararası politika hedefleri ile bütünleştirilmesi gerekmektedir. Global birçok firmaya ev sahipliği yapması ve iki kıtayı birbirine bağlayan jeopolitik yapısı ile İstanbul her zaman yurtdışı MICE sektörünün öncü şehirlerdendir. MICE sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından takip eden sektörümüz, yenilikçi ve akıllı sistemlerle oldukça başarılı çözümler sunabilmektedir. Turizm tanıtımlarının yanı sıra MICE sektöründe elde etmiş olduğumuz bu başarıları da daha çok ön plana çıkarmalıyız.

2022 yılı, son iki yıla kıyasla bir toparlanma yılı olacak

İstanbul sadece turizm şehri değil aynı zamanda tüm sektörlerin hayat bulduğu lokomotif bir şehir. İş dünyası için her zaman hareketliliğin olabileceği bir şehir olması nedeni ile İstanbul için 2022 itibarı ile pozitif bir tablo bekliyoruz. Genel olarak rezervasyon oranlarına baktığımızda da 2022 yılının son iki yıla kıyasla bir toparlanma yılı olacağını, gelecek yıllarda da pandemi öncesi potansiyele geri dönebileceğimizi söyleyebiliriz. Yıl genelinde talep oranlarımız ve konfirme oranlarımız her geçen ay pozitif bir ivmeye sahip olup, kongre, seminer gibi etkinliklerde hedeflediğimiz cirolara ulaşabileceğimizi göstermektedir.

Pandemi döneminin bizlere bıraktığı eser, sanal toplantıların hayatımızda daha çok yer alması ve bundan sonra da alacak olmasıdır

2017 tarihi itibarıyla faaliyete başlayan, Anadolu'nun dünyaya açılan kapısı olan Selçuklu Kongre Merkezi, 35 bin metrekare kullanım alanı, bünyesinde barındırdığı 14 salonu, 45 kişiden 2000 kişiye kadar kapasitesi ile oldukça verimli bir ortam sağlamaktadır. Etkinlik ve organizasyonların, eşsiz bir deneyimle gerçekleşmesi için tasarlanan ve muhteşem mimarisi ile gözlere hitap eden merkezimiz, iki farklı kapasitede oditoryum salonları, 1400 metrekare balo salonu ve 11 adet farklı boyutlarda toplantı salonları, 10 bin metrekare fuaye alanı ile 4 ayrı kattan oluşmakta ve 950 araçlık açık otoparkı ile hizmet vermektedir. Selçuklu Kongre Merkezi, doğal akustik mekanları, geniş fuaye alanları; kongre, toplantı ve balo salonları ile gala, düğün, iftar gibi organizasyonlara ev sahipliği yapabilecek üst düzey mutfak altyapısıyla, ulusal ve uluslararası düzeyde kongreler, fuarlar, sergiler, müzikaller, film galaları, şirket toplantıları gibi her türlü bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere kapılarını açmaktadır. Selçuklu Kongre Merkezi, hizmet ve servis konusundaki deneyimli kadrosu, son teknoloji ve eşsiz mimarisi, açık ve kapalı alanları ile aynı anda 5 bin kişiyi ağırlama kapasitesiyle her ihtiyaca cevap verebilecek niteliktedir. Pandeminin ortaya çıktığı ve tüm dünyayı etkilediği bir ortamda, SKM olarak, bizler de bu süreçten çok etkilendik. Alınan tedbir kararları sonucunda toplantı, kongre ve etkinliklerin

iptalleri ile gelir kayıpları yaşadık. Tabii bu süreçte SKM genelinde hijyen, sosyal mesafe ve diğer kontrolleri, özel uygulamalarla son derece titiz bir şekilde yürüttük. Bakanlığımız tarafından belirlenen tüm tedbir ve uygulamaları eksiksiz olarak yerine getiriyoruz. Fiziki toplantılara tekrar dönmemize rağmen sanal toplantıları da aynı anda gerçekleştirmeye devam ediyoruz. Pandemi döneminin bizlere bıraktığı eser, bu sanal toplantıların hayatımızda daha çok yer alması ve bundan sonra da alacak olmasıdır. SKM olarak, teknolojik açıdan güçlü bir alt yapıya sahip olduğumuz için, teknolojik yatırımlarımızı hızlıca etkinliklerimize yansıtılabiliyoruz.

2022 yılında, organizasyonların yeniden planlanıyor olması hareketli bir yıl olacağını düşündürmektedir

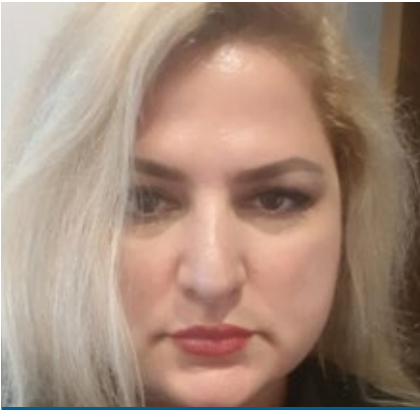
2017 yılında ülkemiz, uluslararası kongre ve toplantı turizminde, dünyada iyi bir noktada yer alırken, yaşanan küresel terör olaylarının etkisiyle sonraki 2-3 yılda negatif etkilendi. Bu olumsuz süreçten oldukça zarar gören sektör, Covid-19 pandemisi ile de tamamen durma noktasına gelmiştir. Pandemi ile seyreden süreçte meydana gelen personel kaybının geri dönmemiş olması büyük riskler arasında yer almaktadır. Devletimizin ve ilgili bakanlıklarımızın, bu durumdan etkilenecek olan bizlere kulak vermesinin, muhtemel risklere yönelik tedbirlerin alınmasının sektör



Murat Güzel / Selçuklu Kongre Merkezi Müdürü

için önem arz ettiğini düşünmekteyim. 2022 yılı ilk çeyreği durgun ilerlese de aşılama oranlarındaki artışın vaka sayılarına olan olumlu etkisi sayesinde, geçen yıl salgın nedeniyle ertelenen toplantı, seminer ve kongreler, resmî kurum etkinlikleri, konser, tiyatro ve fuar organizasyonlarının yeniden planlanıyor olması hareketli bir yıl olacağını düşündürmektedir. Bu dönem gerçekleşen ve önümüzdeki dönem de gerçekleştireceğimiz etkinlikler arasında, T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından ilki düzenlenen "İklim Şurası" öne çıkmaktadır. Bunun yanında önümüzdeki dönemde takvimimizde, Türkiye'nin en yüksek katılımlı kitap fuarı, müzik festivali, fuarlar, kongreler, sergiler vb. birçok kesintiye uğramış organizasyon ve etkinlik yer alacaktır.

Yeterli ve etkili tanıtım ile dünya firmalarının ilk sıralarda tercih edeceği ülkelerden biri olabiliriz



Derya Gürdoğan / Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn / Satış Direktörü

Accor uluslararası otel zincirine bağlı olan Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn, 2015 yılından bu yana; şehrin kalbinde, Haliç'in tarihi dokusunu yansıtan, çoğunluğu Haliç manzaralı, balkonlu ve suit odalar dahil olmak üzere toplam 136 odası ile konforlu bir atmosfer sunmaktadır. Haliç Kongre Merkezi'nin tam karşısında ve

İstanbul Havalimanına 30 dakika uzaklıkta olan otelimiz, otoyol bağlantılarıyla da şehrin en önemli merkezlerine ulaşım kolaylığı sağlıyor. Modern tasarımı, son teknoloji ekipmanlarla donatılmış, gün ışığı alan ve Haliç Manzaralı salon alternatifleri ile 4 kişiden 440 kişiye kadar farklı kapasitelere sahip 7 adet toplantı salonumuz ile kurumsal etkinlikler, lansman, toplantı, düğün ve davetler için hizmet vermekteyiz. Eşi benzeri görülmemiş bir kriz olarak tanımlanan Koronavirüs salgının başladığı Aralık 2019'dan itibaren kongre ve toplantı organizasyonları aşama aşama durdurulmuş ve bu süreçten otel gelirimiz ve istihdam sürecimiz olumsuz etkilendi. Kongre ve toplantı organizasyonları otelimizde, 2021'in ikinci yarısından itibaren hareketlenmeye başladı. Pandemi öncesindeki yıllarda toplantı geliri ve misafir sayısı otel gelirinin yaklaşık yüzde 7'sini oluştururken; 2021'in ikinci yarısından itibaren bugüne, oran yüzde 5 oldu. Türkiye'de toplantı ve kongre turizmi, sektörün gelişimine dönük çalışmalar; kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin girişimleriyle daha iyi yerlere gelecektir. Şu anda ülke olarak genç ve çalışmaya seven iş gücümüz, teknolojik gelişmeleri takip eden ve uygulayan

yapımız ve fiziki olarak tam donanımlı otel ve merkezlerimiz ile büyük bir potansiyele sahip olduğumuzu düşünüyorum. Yeterli ve etkili tanıtım ile dünya firmalarının ilk sıralarda tercih edeceği ülkelerden biri olacağımıza hiç şüphem yok. Türkiye'deki oteller ve tedarikçiler, özellikle pandemi süresince birçok global firma tarafından tercih edilen hibrit toplantılar için gerekli teknik ekipman altyapısını sağlayabilmiş ve gündeme ayak uydurarak ihtiyaçlara cevap verebilmiştir. Kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütleri, toplantı ve kongre turizminin sorunlarını tespit ederek, çözüm üretmeye devam etmelidir. En önemli sorunumuzun artan maliyetler ve buna bağlı olarak yükselen fiyatlar olduğunu söyleyebilirim. Türk turizminin gelir artırıcı en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilen toplantı ve kongre turizminin, 2022 yılı itibarı ile toparlanmaya başlayacağını öngörüyoruz. Kongre, toplantı ve iş segmentinde, bu yıl yavaş yavaş başlayan hareketlenme gelecek yıl itibarıyla yeniden yükselişe geçecektir. Toplantı segmentinde, önümüzdeki dönemler için hem yurtdışından hem yurtiçinden birçok grupta anlaşmalarımız bulunuyor.

Bölgede, kış döneminde kongre ve toplantı gruplarımızı ağırlayarak örnek teşkil ettik

Boyalık Beach Hotel, Çeşme merkeze 2 km mesafede, ulaşımı en kolay lokasyonda, bölgenin gözde alanı olan Boyalık Mevkiinde yer almaktadır. Toplamda 253 oda ve 4 toplantı salonu ile misafirlerimize hizmet sunmaktayız. Kişi kapasitelerimizi pandemi dönemi öncesi ve sonrası belirtmemiz gerekirse, pandemi süreci öncesinde en büyük kapasitedeki salonumuzda, değişen toplantı düzenlerine istinaden 250 ile 440 kişilik toplantı organizasyonlarını ağırladık. Yüksek sezon harici yıl genelinde kongre ve toplantı gruplarının payı büyüktür. Bu payda pandemi sürecinde de aynı ağırlıkta devam etti. Belirtilen tüm kurallar ve aldığımız tüm tedbirlerle kongre ve toplantı gruplarımızı pandemi süreci boyunca ağırladık. Bu hususta bölgede kış dönemi de hizmet vermeye devam ederek, bir nevi pilot alan olduğumuzu ve örnek teşkil ettiğimizi söyleyebiliriz. Yıllık gelir ve misafir sayısı baz alındığında, toplantı gruplarımızın senelik payda yüzde 40 gibi yüksek bir rakam oluşturduğunu ifade edebiliriz. Pandemi süreci tesisimiz, her ne kadar pilot alan özelliği taşıdıysa da tabii ki hiç etkilenmedi demek mümkün değildir. Mevcut şartlar ve kurallar bütünü ile maksimum güvenlik

önlemlerimizi ve özeni göstererek misafirlerimizi ağırlamayı sürdürdük. Tesis yönetiminde görev alan yöneticilerle, temas halinde olduğumuz şirketlerle birebir gerçekleştirilmesi gereken tüm görüşme ve toplantıları ben de dahil olmak üzere sanal olarak gerçekleştirdik. Özellikle pandeminin ülkemizde ilk başladığı ve sürecin belirsiz olduğu dönemde bu şekilde gerekli görüşmeleri sağladığımızı belirtebiliriz.

Gerek yurtiçinden gerek yurtdışından alınan talepler, belirlenen lokasyonlarda hem tatil hem toplantı ve kongre programlarını gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır

Ülkemizde toplantı ve kongre turizminde ciddi bir potansiyel mevcuttur. Gerek yurtiçinden gerek yurtdışından alınan talepler, belirlenen lokasyonlarda hem tatil hem toplantı ve kongre programlarını gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu hususta özellikle yurtdışı gruplarını ağırladığımızda, ülkenin ve bölgenin tanıtımı da sağlanarak aynı anda birçok hususta avantaj sağlayan bir durumun söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Toplantı ve kongre turizminin sorunları ile genel başlık altında incelediğimiz turizm sorunları birebir



Orhan Belge / Boyalık Beach Hotel & SPA
Çeşme / Genel Müdür

örtüşmektedir. Bu hususta en fazla ön plana çıkan unsur, tanıtım konusudur. Harici olarak teknolojik gelişimde ülkemizde sektöre uyarlanmamış, güncellenmemiş ya da gelişim göstermemiş bir alan yok denecek kadar azdır. Talep arttıkça bu husustaki gelişimin arttığı gözlemlenmiştir. Her yıl olduğu gibi 2022 yılı içinde de 2021 yılından başlayıp içinde bulunduğumuz tarihlerde devam eden anlaşmalarımız bulunmaktadır. 2022 yılı kış dönemi, toplantı ve kongre grupları bazında planladığımızın üzerinde seyretti. Bu hususta 2023 yılı kış döneminin daha dolu ve umut vadeden bir süreç olacağını düşünmekteyiz.

Lokasyon avantajımız ve 1500 kişiye kadar salon olanaklarımızla toplantı ve kongreler için üst segment hizmet sunmaktayız



Özkan Altın / Budan Thermal Spa Hotel
& Convention Center / Genel Müdür
Yardımcısı

Budan Thermal Spa Hotel & Convention Center olarak, termal turizmin başkenti ünvanına sahip Afyonkarahisar'da, Budan şirketler grubu yatırımında, 28 bin 100 metrekare hizmet alanımız ve 17 bin 500 metrekare açık sahamız ile 2013 tarihinden beri termal kaplıca, SPA, kongre merkezi ve sosyal tesislerimizi misafirlerimizin hizmetine sunmaktayız. Tesisimiz, Afyon İzmir karayolunun 5. kilometresinde, konum itibarıyla; şehir merkezine 5 kilometre, şehirlerarası otobüs terminaline 4 kilometre, Zafer bölgesel hava alanına 55 kilometre mesafede konumlanmıştır. Budan Thermal SPA Hotel Convention Center'da;

134 Standart oda, 3 Connect oda, 8 Deluxe oda, 8 Corner Deluxe Suit oda, 2 King Suit oda, 2 bedensel engelli odası ile birlikte 157 oda, 450 yatak kapasitemiz ile konuklarımızı ağırlamaktayız. Termal hizmetlerimiz yönünden farkımız, misafirlerimizin, farklı bölgelerde bulunan termal olanaklarını veya farklı turizm işletmelerinde beğendikleri ama hepsini bir otelde bulmadıkları termal kaplıca, sağlık, şifa, eğlence hizmetlerini termal otelimizde buluşturup, değerli misafirlerimizin termal tatil beklentilerinden daha fazlasına cevap verebilmektir. Afyon'un stratejik yapısı gereği ilimize ulaşım her koşulda kısa ve rahattır. Toplantı ve organizasyonlar için bir avantaj olan lokasyonumuzla, otel içinde ve entegre kongre merkezimizde, 60 kişiden 1500 kişiye kadar kapasiteli, kolonsuz yüksek ve ferah, ses akustiği, kaliteli servis sunum ve lezzetli yemekler ile 5 adet salonumuzla hizmet vermekteyiz. Salonlarımızda; yıl boyunca iş toplantıları, otomobil ve ticari araç tanıtım lansmanları, konserler, kongreler, fuarlar, seminerler, balo, gala geceleri ve yemekli ya da pasta ikramlı düğünler ile pek çok ulusal sanatçıyı konuk ettiğimiz özel etkinlikler düzenlenmektedir. Konferans,

toplantı ve organizasyonlar için salonlarımız en son teknolojik donanımlara sahiptir. Zümrüt salonumuzda lobi fuaye alanı bulunmaktadır. Bununla birlikte SPA termal olanaklarımız, toplantı dışındaki zamanınızda sağlıklı yaşam, dinlenme ve arınma için bir fırsattır. Toplantı ve organizasyonlar yıllık bütçemizin yüzde 20 kısmını oluşturmaktadır. Dünyayı 2 yıldır etkisi altına alan koronavirüs pandemisi nedeniyle tüm sektörler olumsuz etkilendi. Özellikle turizm sektörü bu olumsuz etkileri son derece ağır yaşadı. Seyahat yasakları, kapanmalar sonucu turizm hareketleri tümüyle durdu. Turizmin bir kolu olan toplantı ve kongreler sektörü de bu olumsuz etkilenmelerden payını aldı. Yüz yüze yapılan toplantılar gerçekleştirilemedi. Bunun yerini hibrit ve sanal toplantılar yapıldı. Budan Thermal olarak, teknik donanımlara sahip salonlarımızla misafirlerimize hizmet vermeye devam ettik Son 2 yılda oluşan koşullar çerçevesinde 200'den fazla organizasyon gerçekleştirdik. 2022 yılından, pandeminin etkilerinin azalması ve turizmin canlanmaya başlamasıyla umutlu olduğumuzu söyleyebiliriz. Buna paralel toplantı ve organizasyonlar da beklenen seviyelere gelecektir görüşünderiz.

**iş ve eğlence dünyasının en özel toplantı
ve organizasyonları, Grand Yazıcı farkıyla
keyifli deneyime dönüşüyor...**

Toplantı ve kongre turizmi, küreselleşen dünyada üstüne düşülmesi ve geliştirilmesi gereken bir konudur

Kayak Turizminin zirvesi Uludağ'da başlayan serüvenimiz, 1992'de Marmaris'te Grand Yazıcı Club Marmaris Palace ile akabinde 2006'da Marmaris'in ilk termal tesisi olan Grand Yazıcı Club Turban Termal Otel ile devam etmektedir. Türkiye'nin önemli turizm markası olan Yazıcı Turizm; kayak turizmi, yaz turizmi ve termal turizm ile bu sektörde adını ön sıralara yazdırarak tüm paydaşları için değer yaratmaya, kıymetli misafirleri için de unutulmaz anılar biriktirmeye devam edecektir. Marmaris bölgesindeki en büyük konferans salonuna sahip olan Turban Oteli konferans salonumuzun kapasitesi, 1.500 kişi olup yüksekliği 7 metredir ve istendiğinde 3 ayrı salona dönüştürülebilir. Ek olarak son teknolojik ekipmanlara sahip 5 adet toplantı salonumuz bulunmaktadır. Otelimiz, konaklamanın yanı sıra konferanslara, düğünlere, festivallere ve konserlere de ev sahipliği yapmaktadır. Otellerimiz; alan yeterliliğinin yanı sıra, sektördeki geniş vizyonu sayesinde; sadece düğün değil, benzeri birçok organizasyona da ev sahipliği yapma şansına sahiptir. Bu nedenle, pandemi döneminde, iptal edilen düğün etkinlikleri yerine farklı gruplar

ile bu açığı telafi edebildiğimiz için şanslıyız. Kısıtlamaların kalkmasıyla, otelimize yönelik gelen düğün taleplerinin de yüksek oranda artması ile satış pazarlamaya bağlı M.I.C.E. çalışmalarımız yeniden canlılık kazanmıştır. Teknolojik ekipmanlara sahip toplantı salonları ile Turban olarak, misafirlerimizin taleplerine göre hibrit toplantılara da ev sahipliği yapabileme kapasitesine sahibiz.

İş sahiplerinin turizm ve kongre turizminden verim alabilmeleri için gerekli yatırımları yapmaları kaçınılmazdır

Toplantı ve kongre turizmi, genel anlamıyla, küreselleşen dünyada üstüne düşülmesi ve geliştirilmesi gereken bir konudur. Son iki yılda dünya pandemi gerçeği ile yüzleşti. Ve anladık ki salgınların adı değişse de artık hayatımızın bir parçası olmaya devam edecek. Olası yeni salgınlarda hayatın durmaması adına hibrit toplantılar devreye girdi. Teknolojik gelişmelerin ve güncel trendlerin takip edilerek yeniliklerin yapılması ile toplantı ve kongre turizmi sektörü daha iyi yerlere getirecektir kanısındayız. Bu bağlamda öncelikle toplantı ve kongre turizm



Cihan Baykara / Grand Yazıcı Otelleri / Genel Müdür

için gerekli olan, teknolojik ekipmanlara sahip geniş kongre salonlarıdır. Büyük kongrelere ev sahipliği yapabilmek için ek olarak birden fazla toplantı salonlarının da olması gerekmektedir. İş sahiplerinin turizm ve kongre turizminden verim alabilmeleri için gerekli yatırımları yapmaları kaçınılmazdır. Tatil turizminin yanı sıra termal turizmi, toplantı ve kongre turizmi, kış turizmi gibi birçok alanda hizmet veren Grand Yazıcı otelleri olarak, 2022 yılı için, her dönem olduğu gibi hali hazırda kongre, toplantı, seminer ve festival anlaşmalarımız bulunmaktadır.

Türkiye'nin ilk açık hava stüdyosu Studio Sky'da yaz aylarında pek çok organizasyon ve etkinlik gerçekleştirdik



Direnç Koca / Fairmont Quasar İstanbul / Satış ve Pazarlama Direktörü

"Anları anılara dönüştürmek" sloganıyla yola çıkan Fairmont'un, Türkiye'deki ilk oteli Fairmont Quasar İstanbul, 2017'den beri şehrin kalbi Mecidiyeköy'de konuklarını ağırlıyor. 2 bin metrekareyi aşan toplantı ve etkinlik alanlarımızda toplantı, konferans ve her türlü etkinliğe ev sahipliği yapıyoruz. 500 kişilik Luna Balo Salonu ve toplantı odası olarak kullanılabilecek 11 ayrı salonumuzla etkinliklerin ihtiyaçlarını karşılayacak esnekliği de vadediyoruz. Çoğu, gün ışığı alan salonlarda en son ses ve görüntü teknolojileri ve laptop şarj cihazlarını üzerinde taşıyan özel iskemleler gibi farklı dokunuşlar bulunuyor ve çoğu salon, toplantı veya etkinliğinizin ihtiyaçlarına göre birleştirip ayrılabilir. Kendilerine ait lobi

ve karşılama alanıyla toplantı odaları, ideal kullanım alanları sağlıyor. Kongre ve toplantılar, pandemi öncesi otel gelirimizin yaklaşık yüzde15'ini oluşturuyordu. Pandemi süreci tüm sektörü olduğu gibi bizi de etkiledi. Bu dönemde hibrit toplantılara ağırlık verdik. Gelen talepler azaldığı gibi katılımcı sayıları küçüldü. Taleplerde özellikle geniş salonlar ve daha fazla temiz hava alabilecekleri teraslı toplantı salonları tercih edildi. Hibrit toplantıların ön plana çıktığı bu süreçte dijital stüdyomuzda sınırsız sayıda izleyici için güvenli ve kesintisiz canlı yayınlar, ürün ve bayi lansmanları, eğitim toplantıları, açılışlar, iç iletişim sunumları ve green box tekniği ile reklam çekimlerine ev sahipliği yaptık. Otelimizin 26. katındaki terasında yer alan ve Türkiye'nin ilk açık hava stüdyosu olma özelliğini taşıyan, içinde 4 x 3 m LED ekran, kokteyl ve canlı yayınlar için ses sistemi, ışık sistemi ve canlı yayın kameraları mevcut olan Studio Sky'da yaz aylarında pek çok organizasyon ve etkinlik gerçekleşti. Sanal etkinlikler için hala talep almaya devam ediyoruz.

MICE'a yönelik tanıtım ve reklam faaliyetleri daha da artırılmalıdır

Toplantı ve kongre turizminin geleceği için diyebiliriz ki, Türkiye'nin turizm kaynaklarına ve dinamizmine bakınca, uzun vadede iyimser olmamak için hiçbir neden yok. Avrupa'nın en

büyük metropolü olan İstanbul; yıllar boyunca tarihi, doğal güzellikleri, konumu, gelişmiş ulaşım imkanları ve benzersiz mutfakları ile MICE turizmi için daima önde gelen bir destinasyon oldu ve böyle olmaya devam edecek. Sadece pandeminin etkileri halen devam ettiği için kısa süre içerisinde bunu görmeyeceğiz. Sektörün sorunları ve çözümleri bağlamında; öncelikle toplantı ve kongre turizminin sürdürülebilir biçimde çeşitlendirilmesi, talebi doğru şekilde sezonlara yaymak ve pazar çeşitliliği yaratmak gerekiyor. Kongre turizmi için ülkemizi ziyaret edenler, diğer ziyaretçilere oranla üç misli fazla harcama yaptığı ve alt sektörlerle de katkı sağladığı için, dış pazara en iyi biçimde tanıtılmalı, MICE'a yönelik tanıtım ve reklam faaliyetleri daha da artırılmalıdır. Gerçekleşen MICE fuarlarının lüks otel katılımı artırılmalı ve devlet tarafından daha fazla destek sağlanmalı, katılım ücretleri daha makul olmalı ve yurtdışı katılımcıları daha lüks MICE acentelerine hitap etmeli. Kısıtlamaların azaltılması ile birlikte toplantı ve etkinlik sayısı artıyor. Buna bağlı olarak 2022'nin ikinci yarısının çok daha hareketli geçeceğini düşünüyoruz. Uzun vadelerde anlaşmalardan misafirlerimiz kaçınıyorlar, daha çok 3 aylık dönem içerisinde konfirmeler ile ilerliyorlar. Covid 19 nedeniyle iptallerde esneklik imkânı vererek bu konfirme sayılarını artırma hedefindeyiz.



İŞ DÜNYASI PRESTİJ VE GÜVENLE BULUŞUYOR!

Toplantılarınıza ev sahipliği yaparken, sizi deneyimli ve güler yüzlü ekibimizle ağırlıyor, etkinliklerinizi son teknolojik imkanlar ve özel ayrıcalıklarla buluşturuyoruz. İşine prestij kazandırmak isteyen misafirlerimizi, Dedeman toplantı salonlarının ayrıcalıklarını yaşamaya davet ediyoruz.



hotels@dedeman.com www.dedeman.com

MERAKLI KAL, HEYECANLI KAL, DEDEMAN'DA KAL.

Kongre turizmi, ev sahibi ülke ve kentin dünya kamuoyuna tanıtılması için bir propaganda aracı olabilmektedir



Ali Ulvi Gümüşhan / İkbal Thermal
Hotel & SPA / Genel Müdür

İkbal Termal Hotel & Spa olarak, Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin atıldığı Afyonkarahisar lokasyonunda, termal, kültür, iş ve alışveriş amaçlı gelen konuklarımızı üst segmentte ağırlıyoruz. Tesisimiz bünyesinde bulunan sosyal aktivite merkezlerimiz, açık hava alışveriş merkezlerimiz, yeşil alanlarımız, büyük salonlarımız, mineraSPA merkezimiz, termal havuzlarımız, misafirlerimizin bakım ve rekreasyonel ihtiyaçları için deneyimli kadromuz ve uzman ekibimiz ile konuklarımıza hizmet vermekteyiz. Değişik konseptlerde 286 oda, 588 standart yatak ve ilave yatak seçenekleri ile 860 kişilik konaklama imkanına sahibiz. 20 ile 800 kişi kapasitesi arasında değişen, ihtiyaçlara göre tasarlanabilen, 8 adet salonumuz ile iş insanlarımızın, kongre ve büyük toplantılarına ev sahipliği yapmaktayız. Balo ve toplantı salonlarımızdaki ileri teknolojik şartlarımız, profesyonel, eğitilmiş, yaratıcı ve aktif servis kadromuz ile gelen talepler doğrultusunda özel menüler ile hizmet sunarak, başarılı bir organizasyon gerçekleştirmenin bilincinde olarak hizmet vermekteyiz.

İkbal Termal Hotel & SPA olarak, ulusal ve uluslararası bazı hibrit toplantılara ev sahipliği yaptık

Kongre ve toplantı organizasyonları, pandemi öncesi, otelimizin toplam misafir sayısı ve gelirinin yaklaşık yüzde 25'ini oluşturuyordu. Pandemi dönemi ise bireysel seyahatlerde dahi yaşanan olumsuzluk, toplu seyahatleri tamamen durdurdu. Küresel ölçekte kongre ve etkinliklerle ilgili stratejileri belirleyen kurumlar arasındaki Profesyonel Kongre Yönetimi Birliği tarafından yapılan organizasyonlarda, Covid-19 sürecinin MICE endüstrisine verdiği zararın boyutu çok yüksektir. Bu zararı değerlendirecek olursak, diyebiliriz ki; küresel ölçekte kongre, toplantı ve etkinlik sektöründe çalışan 26 milyon

kişi, mesleki anlamda pandemi sürecinden olumsuz etkilendi. Etkinlik planlayıcılarının yüzde 87'si düzenleyecekleri organizasyonları iptal ettiklerini açıkladı. Etkinliklerin yüzde 66'sı pandemi sonrası ileri bir tarihe ertelendi. Yüzde 61'lik kesim belirsizlik nedeniyle etkinlikleri iptal yoluna mı gitmeleri yoksa ertelemeleri mi gerektiği yönünde kararsız durumda kaldı. Yüzde 70'i yüz yüze etkinliklerini sanal platformlara taşıdı. Yüzde 43'lük kesim işten çıkarma, maaş kesintisi ve diğer önlemleri alma gibi konularla karşı karşıya kaldı. Bu durumda oteller yeni konsept geliştirme sürecine gitti. Yüz yüze toplantıların sakıncaları nedeniyle oteller, katılımcılara ileri teknoloji ile yüz yüze ve sanal olarak yapılan toplantıları birleştirerek, güvenilir bir görüntü, ses ve video konferans sistemi, çift ekran, kablosuz sunum cihazı, yüksek hızda internet bağlantısı ile hibrit toplantılar gerçekleştirdi. Bu süreçte İkbal Termal Hotel & Spa olarak, sanal ve hibrit toplantıları ve etkinliklerinde misafirlerimize modern kurumsal video iletişimi sunduk. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası bazı hibrit toplantılara ev sahipliği yaptık.

Kongre turizminin önemli bir avantajı, delege harcamalarının normal turist harcamalarına oranla daha fazla oluşudur

Covid-19 sonrası turistik tüketici davranışlarında bazı değişimler beklenmektedir. Yeni normal dönemde kitesellikten uzak, katılımın az olduğu bireysel tatiller ön plana çıkmaktadır. Bu durum, Türkiye gibi kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı ülkelerde bir dezavantaj olarak görülmektedir. Ülkemiz, dünya genelinde, turist gelen ülkeler sıralamasında ilk on içerisinde yer alırsa da turizm gelirleri listesinde ilk 10 da yer alamadı. Türkiye, turizm politikasında turizmi çeşitlendirme, alternatif turizm türlerini ortaya çıkarma ve turizmi dört mevsime yayma çabası içerisinde. Covid-19 salgını sonrası bu durumun kendiliğinden buraya doğru evrilmesi bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Söz konusu durumun ülke ve işletmeler bazında çok iyi değerlendirilmesi ve buna yönelik turizm politikaları, tanıtım, reklam faaliyetleri ile desteklenmesi gerekmektedir. Böylelikle uzun vadede hem turist profilinde iyileşme hem de turizm gelirlerinde artış beklenebilir. Otel yöneticilerinin, yeni normalde, gerçekleşmesi beklenen yeni tatil anlayışına göre kendilerini şekillendirmeleri gerekmektedir. Sürekli gelişim içinde olduğu ve/veya olacağı varsayılan kongre turizmi olgusunun, turizm ekonomisi içinde mevsim uzatıcılığı karakteri yanında,

ulusal turizme çeşitli konularda sayısal katkılar ve yapısal değişimler sağlamakta olduğu da bilinen bir gerçektir. Kongre turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan başka bir özelliği de delege harcamalarının normal turist harcamalarına oranla daha fazla oluşudur. Delege harcamalarından, sadece kongre salonu ve konaklama tesisleri değil, çok değişik sayıdaki pazar bölümleri de yararlanmaktadır. Kaldı ki, kongrelerin yararları, yalnızca harcamalarla ölçülmektedir. Kongrelerin ve kongre turizminin yarattığı yeni iş sahaları ve toplam istihdam kapasitesi de her ülke için ayrı bir önem taşımaktadır. Bunun dışında kongre turizmi, ev sahibi ülke ve kentin dünya kamuoyuna tanıtılması için bir propaganda aracı olabilmektedir. Olaya Türkiye açısından bakıldığında, ülkenin genel turizm için var olan tüm problemleri kongre turizmini de olumsuz yönde etkilemekte ise de Türkiye'nin dünya kongre pazarındaki rekabette yerini alabilmesi, özellikle kongre turizmine ilişkin sorunlarının çözümüne bağlı görülmektedir. Türkiye'de toplantı ve kongre turizminin sorunları alt ve üst yapı sorunları, örgütlenme ve uluslararası kuruluşlarla iş birliği sorunu, tanıtma ve pazarlama sorunu, uluslararası kataloglara girme sorunu, toplantıların Türkiye'ye daveti sorunu, toplantıların organizasyonu sorunları olarak sıralanabilir. Türkiye'nin, mevcut kongre olanakları ile kendisine en uygun pazar bölümlerini belirlemesi, bu pazarlara ulaşacak dağıtım kanallarını bilimsel bir şekilde saptaması yanında, mevcut sorunlara ciddi ve içtenlikle çözüm araması halinde, ülkemiz pazar payını artırabileceği gibi kongre turizminin olumlu katkılarında da yararlanma olanağını elde edecektir.

2022 yılının başından itibaren gerçekleştirdiğimiz toplantılar olduğu gibi yeni anlaşmalarımız da mevcut

Pandemi nedeniyle son iki yılda seyahat edemeyen çok sayıda insan oldu. Ciddi bir tatil özlemi oluşmuş durumda. 2022 yılından ümitliyiz ve beklentilerimiz yüksek. 2022'de, 2019 yılı rakamlarını yakalayabilmeyi ümit ediyoruz. Kongre ve toplantı taleplerinde yeniden canlanma söz konusu olup, 2022 yılı başından itibaren bazıları gerçekleşti ve yeni anlaşmalarımız mevcut. 2022 yılı, iki sene boyunca pandeminin turizm sektörü üzerinde yarattığı etkilerin silineceği yıl olacak. 2022 yılının daha istikrarlı ve olumlu bir seyirde geçeceğini öngörüyoruz.

Pandemi dönemine özel uygulamalar geliştirdik ve “Greenbox” adıyla alternatif bir toplantı konseptini hayata geçirdik

Hilton oteller zinciri, 1919 yılında Conrad Hilton tarafından kurulmuştur. Dünya genelinde 122 ülkede, 18 ayrı marka ile faaliyet göstermektedir. Hilton İstanbul Maslak ise bu zincirin bir halkası olarak 2018 yılında faaliyete geçti. Otelimiz, bulunduğu konum itibarıyla İstanbul'un finans merkezi Maslak'ta yer almaktadır. Otelimizde Deluxe, Suite, Kral Dairesi seçeneklerinin de arasında olduğu tamamı işlevsel tasarımlar ve donanımlara sahip 284 oda ile misafirlerimizi ağırlıyoruz. Hilton İstanbul Maslak'ta tümü en son teknoloji ekipmanları ile donatılmış ve farklı nitelikteki etkinliklere ev sahipliği yapabilecek şekilde kurgulanmış, birçoğu gün ışığı alan 22 adet toplantı salonu ve birden fazla etkinlik alanı ile hizmet veriyoruz. Tamamı 6 bin 600 metrekare olmak üzere farklı katlarda bulunan toplantı ve konferans alanına sahibiz. 850 metrekare sütunsuz balo salonumuz, geniş fuaye alanı ve 5,5 metre tavan yüksekliğiyle araç lansmanları ve diğer dikkat çekici etkinlikler için ideal bir mekân sunuyor. En üst katta yer alan cam tavanlı eşsiz salonumuz The Roof ise, panoramik şehir ve boğaz manzarası sayesinde özellikle düğün, kutlama ve benzeri farklı etkinlikler için tercih ediliyor. Hilton İstanbul Maslak olarak, kongre ve toplantı organizasyonları için her zaman için tercih edilen bir konumda yer alıyoruz. İş dünyasının merkezi Maslak'ta iş toplantıları, önemli gün ve etkinlikler için kusursuz alternatifler sunuyoruz. Ayrıca uluslararası pek çok kongreye ev sahipliği yapıyoruz. Bu sebeple pandemi öncesi gelirimizin yaklaşık yüzde 35'lik kısmının kongre ve toplantı organizasyonlarından oluştuğunu söyleyebiliriz. Pandemi süresince almış olduğumuz önlemler misafirlerimizin gönül rahatlığı ile Hilton İstanbul Maslak'ı tercih etmelerini sağladı. Bu

sebeple otelimiz, kanunen yasakların olmadığı süreçte toplantı, seminer, düğün gibi etkinliklere pandemi döneminde de Hilton CleanStay ve EventReady güvencesiyle devam etti. Bu süreçte, güvenli Turizm Sertifikasını ilk alan oteller içinde yer aldık ve koşullara çok hızlı şekilde uyum sağladık. Hilton CleanStay programını uygulayarak otelimizin her bir alanında hijyeni maksimum seviyeye çıkarttık. Hilton İstanbul Maslak olarak, bu döneme özel, uygulamalar geliştirdik ve “Greenbox” adıyla alternatif bir toplantı konseptini hayata geçirdik. Yüz yüze ve sanal yapılan toplantıları birleştirdiğimiz “Greenbox” stüdyomuzdan hem misafirlerimizin hem de ekibimiz çok faydalandı.

Son yıllarda, uluslararası kongrelere ev sahipliği yapan dünya ülkeleri sıralamasında yükselişte olduğumuzu görüyoruz

Dünya turizminin yaklaşık yüzde 30'luk kısmını oluşturan, toplantı ve kongre turizmi olarak bilinen “MICE” turizmi, turizmin en önemli parçalarından biridir. Turizm endüstrisi ile ilgili yapılan araştırmalara göre, bir ülke için yaz, kış olimpiyatları gibi dünyaca tanınmış mega organizasyonlara ev sahipliği yapmak, bir kongre destinasyonu olarak dünya kongre pazarına girmek, başarılı bir strateji olarak görülmektedir. Bu tarz etkinliklere ev sahipliği yapmak ayrıca o ülke için imaj ve marka boyutunda da çok önemli değerler ortaya koymaktadır. Bu anlamda toplantı ve kongre turizminin gelişmesi ülkemiz açısından çok kıymetlidir. Toplantı gruplarının dünyada yarattığı cironun 1 trilyon dolar olduğu düşünülüyor. Ancak Türkiye'nin bu cirodan henüz yeteri kadar pay aldığını söyleyemeyiz. Yine de son yıllarda, uluslararası kongrelere ev sahipliği yapan dünya ülkeleri sıralamasında



Tahsin Tür / Hilton İstanbul Maslak / İş Geliştirme Direktörü

yükselişte olduğumuzu görüyoruz. Özellikle İstanbul ve Antalya'nın kongre merkezleri, konferans salonlarıyla ön plana çıkıyor. Türkiye'nin grup turizminde dünyadaki payının artırılması ve daha iyi yerlere gelmesi tabii ki mümkün. Çünkü ülkemizde bu potansiyel var ve daha fazlasını yapabiliriz. Ancak tabii ki bazı noktalarda desteklenmesi gerekiyor. Üst yapı ve pazarlama boyutundaki faaliyetlerin artırılması ile toplantı ve kongre turizmi anlamında daha da büyüyeceğini ve İstanbul'un uluslararası ölçekte bir kongre destinasyonu olacağı düşünüyorum. Kongre endüstrisinin, toplumsal ve ekonomik boyutta ortaya koyduğu değerlerle, bir strateji çerçevesinde ele alınması gerekmektedir. Ülkemizin dünya çapında mega etkinliklere ev sahipliği yapması adına adımlar atılmalı. İstanbul ve Antalya dışında farklılaştırılmış kongre destinasyonları yaratılmalı, istihdam ve eğitim programları yaygınlaştırılmalı, yasal ve üst yapı olanaklarını geliştirmeli. Özellikle 2021-2022 kış sezonunda sektör yeniden canlanmaya başladı. Bu anlamda sektör açısından daha hareketli günler yaşıyoruz ve git gide daha da iyi olacağı kanaatindeyiz.

Kongre ve toplantı turizmi, mümkün olduğunca farklı şehirlere yayılmalı ve sayıları artırılmalıdır



Volkan Vural / Ommer Otel / Genel Müdür

Otelimiz, Kayseri'nin ilk deluxe oteli olup toplam 186 odadan oluşmaktadır. 2 bin 200 metrekarelik

SPA, işletmenin bünyesindedir. Kapalı ve açık otopark kullanımı ücretsizdir. Toplamda 8 adet toplantı ve balo salonu mevcuttur. Balo salonu büyüklüğü 925 metrekare olup kolonsuzdur. Resepsiyon düzeninde en küçük salonun kapasitesi 40, balo salon kapasitesi 1100 kişidir. Pandemi öncesi kongre ve toplantı organizasyonları, toplam yiyecek içecek gelirin yüzde 36' sını toplam gelirin yüzde 12' sini oluşturmaktaydı. Pandemi kaynaklı kısıtlamalar bizi de çok çok olumsuz etkiledi. Süreçte otelimizin verdiği hizmetler zaman zaman oldu ama lokasyon ve yerel müşteri profilinden kaynaklı hibrit toplantılar çok fazla gerçekleşemedi. Sektörde High Tech ürünlerin kullanılmasında ya da toplantıların yapılmasında

herhangi bir sorun gözükmemektedir. Otellerde yeteri kadar ekipman olmasa da tedarikçilerle problemler çözülmektedir. En önemli sorun kongre ve toplantıların sürekli aynı şehirlerde yapılması olup, mümkün olduğunca farklı şehirlere yayılması ve sayıların artırılmasıdır. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve tarihi İpek yolu güzergahında bulunan Anadolu'nun değerleri daha iyi tanıtılarak Anadolu, cazibe ve buluşma merkezi yapılabilir. Bu sayede uluslararası proje ve kongrelerden Anadolu şehirleri daha fazla yararlanabilir. 2022 yılının ilk çeyreğinde kongre ve toplantı organizasyonlarımız pozitif olup, 2inci çeyrekte bir durağanlık beklemekteyiz.

Ülkemiz, özellikle uluslararası toplantı ve kongre organizasyonları özelinde çok ciddi potansiyeli olan bir ülke



Beyza Kantar / JW Marriott Istanbul Bosphorus & Sheraton Istanbul City Center / Multi Property Sales & Marketing Director

JW Marriott Istanbul Bosphorus & Sheraton Istanbul City Center, Marriott International bünyesinde hizmet veriyor. Marriott International, 132 ülke ve bölgede 30 lider marka altında 7 bin 500'den fazla mülkten oluşan bir portföyü kapsamaktadır. Dünyanın en büyük zinciri Marriott International'ın İstanbul'daki ilk oteli olan JW Marriott Istanbul Bosphorus Istanbul, tarihi Yarımada, Galata Kulesi, Adalar, Haliç, Kız Kulesi ve Boğaz'ı da kapsayan muhteşem manzarasıyla Karaköy ve İstanbul'un en güzel seyir otellerinin başında geliyor. Otelimiz, 16'sı süit olmak üzere farklı metrekare ve manzaralara sahip toplam 130 odaya sahip. Otelin birinci katında Gala ve Karay isimli iki adet gün işi alan toplantı salonu bulunuyor. Gala toplantı odası 60 metrekare büyüklüğünde ve sabit U düzen masasıyla 14 kişilik toplantılara ev sahipliği yapıyor. Karay toplantı odası ise 75 metrekare büyüklüğünde, ikiye bölünebiliyor ve misafirlerin tercih ettiği düzende toplantı yapılabilir. Ayrıca JW Marriott Istanbul Bosphorus'un 9. katındaki Galata Lounge, hem Galata Kulesi'ni hem de boğazı gören konumuyla toplantı grupları tarafından talep görmektedir. İstanbul'un en merkezi bölgesi Beyoğlu'nda konumlanan Sheraton Istanbul City Center ise 254 ferah ve incelikte tasarlanmış misafir odası, en gelişmiş teknolojiyi sunan toplantı ve etkinlik salonları, tam donanımlı Fitness salonu ve Ocean Spa ile 2020 yılından bu yana misafirlerini ağırlıyor. Sheraton Istanbul City

Center otelimizde İstanbul Grand Ballroom dahil olmak üzere Toplam 1100 metrekare etkinlik alanı bulunuyor. En yüksek misafir kapasitesi: 710 misafirdir. Bunun yanısıra Osmanlı mutfağında özgün yemeklerin servis edildiği restoranımız The Souq Istanbul sahip olduğu açık ve kapalı alanlarla birlikte özgün bir etkinlik alanı da sunmaktadır.

Pandemi süresince hibrit toplantı ve "green box" uygulamasını hayata geçiren ilk otellerden biriyiz

Her iki otelimiz de pandemi sürecinin başında açıldı. Özellikle JW Marriott Istanbul Bosphorus'un 2019 yılının sonunda açılması akabinde Mart ayından Temmuz ayına kadar olan dönem boyunca operasyona ara vermesi tabii ki süreçten olumsuz etkilenmesine sebep oldu. 2019 yılı Temmuz ayında açılan Sheraton Istanbul City Center da pandemi süresi boyunca açık olmasına rağmen sadece toplantı grupları özelinde değil, tatil veya iş amaçlı gelen konaklamaları da etkisi altına alan seyahat yasakları, uçuşların iptal edilmesi ve konaklama sektörüne getirilen kısıtlamalar nedeniyle süreçten oldukça olumsuz etkilendi. Her iki otelimizde de pandemi sürecinin başlarında açılması nedeniyle ancak pandeminin sonlarına doğru başlayabilen, toplantı ve grup rezervasyonlarımızda ve kontratlarımızda artış devam ediyor. Pandemi, seyahat yasakları ve uzaktan çalışma süreçleri tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de birçok sektörde etkili oldu. Toplantı ve kongre turizmi de bu konuların başında geliyor diyebiliriz. Bu noktada hibrit toplantılar, green box uygulamaları gibi teknolojiler ön plana çıktı. Sheraton markası özelinde toplulukların buluşma yeri ve topluluğun parçası olma özellikleri ile öne çıkıyoruz. Bu prensiple pandemi süresince Hibrit toplantı ve "green box" uygulamasını hayata geçiren ilk otellerden biriyiz. Dönem şartları nedeniyle maalesef beklenen talep gerçekleşmedi. JW Marriott Istanbul Bosphorus ise bu süreçte kapalı olduğu için Hibrit toplantıları deneyimleme şansımız maalesef olmadı.

Uluslararası kongrelerde pazar payımızı arttırmak adına ana hedefimiz olmalı

Türkiye turizm gelirleri açısından iyi bir yere sahip ancak konu toplantı turizmine geldiğinde bu oran, toplam turizm gelirleri içerisinde yüzde 10'un da altında.

Dolayısıyla Dünya'ya oranlarsak çok daha düşük seviyelerde seyrediyor. Oysa ülkemiz, özellikle uluslararası toplantı ve kongre organizasyonları özelinde çok ciddi potansiyeli olan bir ülke. Normal seyrimize girmeye başladığımız bugünlerde Türkiye'yi sadece deniz güneş kum algısından çıkaracak pazarlama aktivitelerinin artırılması, uluslararası kongrelerde pazar payımızı arttırmak adına ana hedefimiz olmalı. Özellikle İstanbul bu tarz büyük kongre ve etkinliklere çok rahat ev sahipliği yapabilecek kapasite, alt yapı ve deneyime sahip. Bu tarz kongre ve etkinliklere ev sahipliği yapmak arka planda en az 2-3 sene süren bir emeğin ürünü; o yüzden ki önümüzdeki yılların başarısı bence bu yıl itibari ile yapacağımız çalışmalara bağlı. Gerek konumuyla gerek bu konuda hizmet veren tesislerin sayısının gün geçtikçe artıyor olması sebebiyle, operasyonel yeterlilik ve hizmet kalitesi konularında önde gelen ülkeler arasında yerimizi alıyoruz. Tabii ki sektörün daha iyi yerlere gelmesi mümkün fakat hizmet kapasitesinin artırılması, toplantı ve kongre yönetimi konusunda yeterli donanıma sahip profesyoneller yetiştirmek ve her geçen gün boyut değiştiren teknoloji dinamiklerini yakından takip ederek uygulamaya geçirebilmek bizi bu konuda daha başarılı konuma getirecektir.

2022 yılı için çok güzel anlaşmalar yaptık

Pandemiyle birlikte sosyal ve profesyonel hayatlarımızda etkisini çok daha fazla hissettiğimiz teknolojik gelişmeler, sadece bireysel değil toplulukların da satınalma alışkanlıklarında değişiklik göstermesine sebep oldu. Türkiye'de de bunun etkilerinin sektöre yansımalarını oldukça net bir şekilde görebiliyoruz. Pandeminin sona ermesi, seyahat yasaklarının kalkması ve uçuşların açılması ile birlikte toplantı grupları rezervasyonlarında artış başladı. 2022 yılı için çok güzel anlaşmalar yaptık. Özellikle uluslararası gruplardan otellerimize çok ciddi talep görmektedir. Pandemi sürecinin de sonlarına yaklaştığımız bu dönemde dijital mecralardan ziyade yüzyüze toplantılara ilgi oldukça arttı. Buna bağlı olarak da toplantı ve kongre gruplarıyla görüşmelerimiz ve rezervasyonlarımız artıyor. Ve tabii ki Marriott International markası bünyesinde yer alıyor olmamızın ve markanın bu konudaki deneyimlerinin de etkisini kesinlikle es geçemeyiz.

KMB45 C
A+++



INVERTER MINIBAR

*DÜNYANIN İLK VE TEK İNVERTER MİNİBARI

Dünyadaki trendleri takip ederek toplantı ve kongre turizmini daha sağlıklı, daha eğlenceli ve daha verimli hale getirmeliyiz

Dünyanın en büyük otel grubuna sahip Marriott International'ın lüks otel markası JW Marriott Ankara, 42 metrekareden başlayan, şehrin kültürel dokusundan esinlenerek tasarlanan toplam 413 misafir oda ve süiti, 40 metrekareden başlayan toplam 17 esnek etkinlik alanı ile dünya liderlerinin, iş ve bürokrasi dünyasından isimlerin başkent ziyaretlerinde ortaya çıkan tüm konaklama ihtiyaçlarını karşılayabiliyor. Yemekli davetler için 1.254 kişi kapasiteli Angora Balo salonumuzda kusursuz ve ayrıcalıklı hizmet anlayışı ile toplantı, kongre ve unutulmaz düğünlere ev sahipliği yapmaya devam ediyor. Kongreler, büyük ölçekli organizasyonlar otelimizin her zaman büyük gelir kalemlerinden biri olmuştur. Toplantı salonlarımızın sayısı ve balo salonlarımız şehirdeki oteller arasında oldukça avantajlı bir kapasite ve büyüklüğe sahiptir. Oda sayımızın da oldukça yüksek olması sayesinde pandemi öncesi, pazardaki birçok büyük organizasyona ev sahipliği yapıyorduk. Toplam misafirlerimizin yaklaşık dörtte biri etkinlik ve grup organizasyonlarından oluşmaktaydı. Pandemi hizmet sektörlerinin tamamını uygulamalar ve denetimler açısından değişikliklere yöneltti. İlk yıl birçok büyük etkinlik online olarak gerçekleştirildi veya iptal edildi. Ancak değişikliklere adapte olma hızımız ve inancımız sayesinde süreci oldukça iyi yönettik. Hem Marriott International hijyen & temizlik prosedürleri, hem de TUV SÜD tarafından aldığımız Güvenli Turizm Sertifikası ile birlikte misafir odalarından otel

içerisindeki tüm alanlara kadar aldığımız tedbirlerle misafirlerimize güvenilir bir alan sunmayı sürdürmeye devam ettik. JW Marriott Ankara olarak bu süreçte dünya liderlerini, iş ve bürokrasi dünyasından birçok kişiyi otelimizde ağırladık. Bununla birlikte hibrit toplantılar için gereken teknik altyapıyı iş ortaklarımızın destekleriyle misafirlerimize sağladık. Hibrit toplantıların artan popülaritesinin bu dönemde biraz azalmaya başladığını görüyoruz. Hem fiziki hem hibrit toplantılar için misafirlerimize yüksek servis standartlarımız ile hizmet vermeye devam ediyoruz.

Güncel teknolojiler için büyük yatırımlar yapmak yerine öncü teknolojiler için turizm alanlarında altyapı kurmalıyız

Toplantı ve kongre turizmi birçok ülke ve birçok şehir için oldukça büyük bir gelir kaynağı oluşturuyor. Bu başarının en önemli kısmını ise uygun tesisler ve konferans alanları inşa etmek oluşturuyor. İstanbul ve Antalya bu alanda öncülük yapan şehirlerimiz olarak liderliğini sürdürüyor. Ancak başkent olması nedeniyle Ankara'da da bu alanda büyük yatırımlara devam edilmesi gerekiyor. Bu şekilde aynı anda 5 bin kişilik konaklama gerektiren birçok uluslararası konferans şehrimizde gerçekleştirilebilir. Toplantı ve kongre turizmi için gereken adımlar atılmaya başlandı, ancak teknolojinin birçok alanında olduğu gibi ilerlememiz biraz daha hızlanmalı. Güncel teknolojiler için büyük yatırımlar yapmak yerine öncü teknolojiler için turizm



Aslı İrem Çelenk / JW Marriott Ankara / Satış & Pazarlama Direktörü

alanlarında altyapı kurmalıyız. Çünkü teknolojik yenilikler çok büyük maddi destekler gerektiriyor. Dünyadaki trendleri takip ederek toplantı ve kongre turizmini daha sağlıklı, daha eğlenceli ve daha verimli hale getirmeliyiz. Bunları yaparken misafir ihtiyaçlarına göre her toplantı konseptini şekillendirmemiz gerekiyor. Ancak bu şekilde sektöre gelişmeleri uyarlayabiliriz. 2022 yılının, pandeminin etkilerini gittikçe azalttığı bir yıl olmasını diliyoruz. Pazar içerisinde konumumuzu daha da güçlendirmek ve hizmet kalitemizden ödün vermemek için bu yıla da en yoğun geçebileceği şekilde hazırlandık. Birçok kongre ve seminer için anlaşmalarımız yapıldı, bazı aylarda toplantı salonlarımızda müsaitliğimiz dahi bulunmuyor. Paydaşlarımız, misafirlerimiz ve sektörümüz için bu anlamda elimizden geleni yapmaya ve öncü olmaya devam edeceğiz.

2022'nin etkinlik talepleri açısından iyi bir yıl olacağına inanıyorum



Salih Kızılcık / Grand Hotel Gaziantep / Genel Müdür

Otelimiz şehir merkezinde olup, tüm salonlarımız, restoranlarımız ve odalarımız belirli periyodlarla yenilenerek misafir ihtiyaçlarına cevap verir niteliktedir. Tesisimizde 95 oda ve 6 adet toplantı salonumuz mevcuttur. En büyük salonumuz 400 kişi kapasiteli olup, 6,5 metre tavan yüksekliğinde, sütunsuz karedir. Diğer salonlarımız ise; 80, 100 ve 200 kişi kapasite aralığındadır. Bu salonların yanı sıra work shop amaçlı kullanılan 2 adet 15 kişilik salonumuz mevcuttur. Salonlarda her tür görünümlü ve ses ekipmanları yer almaktadır.

Toplam salon kapasitemiz 1000 kişidir. Toplantı ve organizasyonlar, pandemi öncesi yıllık gelirimizin ve ağırladığımız misafirlerin 4/2' sini oluşturmaktaydı. Ancak pandemi süreci ile birlikte birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de ciddi kayıplar yaşandı ve otelimiz zor bir süreçten geçti. Sürecin ne kadar devam edeceğinin tespit edilememesi ve uygulanan kısıtlamalar, bu sürecin daha da yıkıcı ve endişe verici olmasına sebep oldu. Bu dönemi yapıcı şekilde kullanabilmek adına, otelimizde renovasyon çalışmalarına hız verdik; teknolojik alanlarda alt yapılanmaya daha da önem verdik. Pandemi döneminde, çok fazla olmamakla beraber, küçük gruplar için gerçekleştirdiğimiz etkinliklerimiz oldu. Ancak dünyadaki panik durumu, misafirleri genel olarak buldukları ortam dışına çıkmadan, ev ya da iş yerlerinde sanal toplantılar düzenlemeye itti. Bu sebeple tatminkar bir talep gerçekleştiğini söyleyemeyiz. Türkiye'de toplantı ve kongre alanında yapılmakta olan yatırımların, daha da ivme kazanarak artabileceği görüşündeyim. Uluslararası düzeyde gerçekleştirilen etkinlikler ülke açısından ciddi pazar payı oluşturmaktadır.

Bununla birlikte teknoloji sürekli kendini yenileyen bir unsur olduğu için, zaman zaman yetersiz kalan noktalar olabiliyor. Ancak ülkemizde bu konuda gelişime ve geliştirmeye açık bir politika izlendiğini düşünüyorum. Sektörde, geniş kapsamlı kongreler için şehirlerin alt yapısındaki eksiklikler, yatak kapasiteleri, salon kapasiteleri ve merkezler, transfer bağlantısı ve uçuş imkanlarıyla ilgili sorunlar giderilmeye çalışılmaktadır. 2022 yılının etkinlik talepleri açısından iyi olacağına inanıyorum. Yılın ilk çeyreği otelimiz açısından oldukça hareketli geçmekle birlikte, 2. çeyrek için de talepler gelmeye devam etmektedir. Şehrimizde birçok fuar düzenlenmektedir. Ancak kongreler açısından en çok tercih edilen iller; İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir şeklinde sıralanabilir. Kongre turizmi destinasyonunu ön plana çıkaran etmenler; çekiçlik, coğrafi konum, konaklama imkanları, teknolojik altyapı, güvenlik, kongre merkezlerinin mimari yapısı ve kongre merkezlerinin yeterliliği başlıkları altında incelenebilir. Bu anlamda şehrimizin coğrafi konum ve çekiçlik unsurları ile ön planda yer aldığı düşünmekteyim.

CAMBRO YENİ Cam GoBox®

Hafif ve Düşük Maliyetli Yiyecek İçecek Taşıma



-  **Isı Yalıtımı Sağlama**
4 saatten fazla sıcak, soğuk ve dondurulmuş ürünleri güvenle muhafaza eder.
-  **Hafiflik**
Genişletilmiş polipropilen, çevre dostu ve yüksek performanslı köpük malzemeden üretilmiştir.
-  **Geniş Yapısal Sağlamlık**
Ürünlerin şeklini ve formunu muhafaza ederek taşıma kolaylığı.
-  **Kimyasal Atık**
Yağ, gres ve çoğu kimyasal maddelerden etkilenmez.
-  **Bulaşık Makinesinde Yıkatabilme**

Detaylı bilgi için Cambro Üzay Plastik San. Tic. A.Ş.
Telefon: (90) 262 751 29 40 E-Posta: cambroturkey@cambro.com
Facebook: www.facebook.com/cambroturkiye
Instagram: www.instagram.com/cambroturkiye

CAMBRO
TRUSTED FOR GENERATIONS™

Kongre ve toplantı turizmi, popülaritesini günden güne arttırmakta ve otellerin gelirlerine olumlu bir etki yapmaktadır



Fikret Yüksel / Radisson Blu Resort & Spa, Çeşme / Genel Müdür

Radisson Blu Resort & Spa Çeşme, 312 oda ve suiti, farklı alanlarda konumlanmış restoran ve barları ile 5 yıldızlı bir resort oteldir. Otelimiz, her türlü toplantı ve etkinlik için hizmet veren 6 toplantı salonu, 585 metrekarelik balo salonu ve 800 metrekarelik fuaye alanına sahip olmakla beraber, geniş bahçe ile çevrili açık ziyafet alanı, 1000 kişiye kadar olan özel etkinlikler ve özel günler için mükemmel bir mekandır. Tesisimizde, pandemi öncesi ev sahipliği yaptığımız toplantı ve kongre organizasyonları yıllık gelirin yüzde 10'luk kısmını oluşturmaktaydı. Pandemi sürecinde konfirme olan işlerimiz, gelen yasaklar ile beraber ertelendi ya da iptal edildi. Otelimizin açık olduğu ve tedbirlerin bir nebze hafifletildiği

dönemlerde düşük kapasite ve sosyal mesafe kurallarına uygun olarak küçük organizasyonlarla devam ettik. Özellikle açık hava ve hibrit toplantı talepleri biraz daha yoğun şekilde geldi. Radisson Hotel Group ayrıcalığı olarak uzaktan çalışma şeklinin taleplerinden ilham alan hibrit toplantı sistemimiz ve hibrit oda çözümlerimiz misafirlerimiz tarafından tercih edildi. Ayrıca, bölge genelinde seçili lokasyonlarda kullanımı daha da kolaylaştırmak adına modern kurumsal video iletişiminde lider olan ZOOM ile ortaklık kurduk.

Her etkinlik, ülkelerin hem dış turizmini hem de iç turizmini canlandıran önemli bir turizm faaliyeti olmaya devam edecektir

Kongre ve toplantı turizmi, Türkiye'de turizm sektörünün en önemli parçalarından biri olmaya devam etmekte, popülaritesini günden güne arttırmakta ve otellerin gelirlerine olumlu bir etki yapmaktadır. Düzenlenmesi planlanan bir etkinlik bölgenin ekonomik, doğal ve kültürel kaynaklarının canlanması ve tanıtımına önemli katkılar sağlamaktadır. Uluslararası, bölgesel veya yerel düzenlenen tüm etkinlikler, ülkelerin hem dış turizmini hem de iç turizmini canlandıran önemli bir turizm faaliyeti olmaya devam edecektir. Bazı destinasyonlarda var olan alt yapı sorunları, gelişen teknolojiye ayak durduramamak ve tanıtım-pazarlama konusunda

yetersizlik olumsuz etki etmektedir. Alt yapı sorunlarının iyileştirilerek ve daha donanımlı çalışmalar yapmak isteyen kuruluşlara teşvikler arttırılarak sorunlar çözümlenebilir. Tanıtım ve pazarlama konusunda da faaliyetler arttırılmalı, profesyonellerden destekler alınmalıdır. Böylelikle ülkemiz pazar payını artırabileceği gibi kongre turizminin olumlu katkılarından da yararlanma olanağını elde edecektir. Tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisinin azalmasıyla küresel anlamda yaşanan normalleşme, turizmde önemli değişimleri ve yeni trendleri beraberinde getirdi. Sağlık ve Güvenlik, "yeni normallerimizin" temel bir bileşeni oldu ve olmaya devam edecek. Seyahat sınırlamaları hafifleyip seyahat oranı arttıkça özellikle tatil amaçlı seyahat talebinin artışıyla birlikte bir iyileşmeye şahit oluyoruz. Türkiye, destinasyon tanıtımını yaparak, birçok ülke konuklarına ülkeye giriş kolaylıkları sağlayarak önemli şehirlerinin pozitif bir yaz sezonu geçirmesini sağladı. 2022 yılı kongre ve toplantı organizasyonları taleplerini 2021 yılının ortalarından beri yoğun şekilde almaya başlamıştı, hatta çoğu organizasyonumuz 2021 yılı içerisinde konfirme olmuştu. Ocak 2022 ile talep sayısı da bir artış gözlemleniyor, özellikle son dakika talepleri ile doluluklarımızı arttırdık. Bu taleplere istinaden önümüzdeki dönemlerde daha çok organizasyona ev sahipliği yapacağımızı ön görüyoruz.

Sektörün gelişimi için, toplantı ve kongre turizminin tanıtımına ağırlık verilmeli ve bir turizm katkı fonu oluşturulmalı

5 yıldızlı Sheraton İstanbul Levent, iş ve yaşam merkezi Levent'te yeni buluşma noktası olarak konumlanıyor. Otelimizde 21'i süit toplam 248 oda bulunmakta. Büyüklükleri 45 metrekare ile 521 metrekare arasında değişen, son teknolojik altyapıya sahip toplam 9 toplantı salonumuzla tam donanımlı toplantı ve kongre hizmeti sağlıyoruz. Farklı ihtiyaçlar için balo salonumuz 3'e ve Kara toplantı salonumuz 2'ye bölünebiliyor. Gün ışığı alan ve kendine özel teras alanı bulunan farklı toplantı salonlarımız da mevcut. Kapasitelerimiz farklı salon düzenlerinde 10 kişiden 500 kişiye kadar değişkenlik gösteriyor. Toplantı ve kongre sektörü, oteller de dahil olmak üzere pandemiden olumsuz etkilendi maalesef. Biz bu süreci tepeden tırnağa detaylı bir renovasyon ile yenilenerek geçirdik. Otelin ihtiyaç duyduğu bu renovasyonu kriz döneminde gerçekleştirerek bir anlamda krizi fırsata çevirdik diyebiliriz. Böylece talepler geri geldiğinde güncel toplantı ve kongre ihtiyaçlarına her anlamda rahatlıkla cevap verebiliyoruz. Pandemi döneminde yeni bir konsept olarak ağırlık kazanan hibrit toplantılar, hayatımızda olmaya devam edecekler. Bize gelen her 3 talepten bir tanesi hibrit toplantıya yönelik. Tıpkı kongrelerde ya da kalabalık toplantılarda olduğu gibi bir backdrop, arka fon, hazırlanıyor. Salonda 10 ila 30 kişi fiziksel olarak bulunurken firmalar teknolojik altyapının imkanlarıyla dünyanın her

tarafından yüzlerce çalışanlarına, müşterilerine, paydaşlarına kolaylıkla ulaşabiliyorlar.

Türkiye'nin toplantı ve kongre turizmi potansiyeli çok yüksek

Pandemi ile birlikte her alanda hayatlarımızda değişiklikler yaşandı. Örneğin evden çalışma ve online toplantılar çok yaygınlaştı. Pandemi hayatımızdan tamamen çıktıktan sonra bile bu yeni alışkanlıklarımızın bir kısmı yaşamlarımızın parçası olmaya devam edecek. Ancak bunun yanı sıra yine yüz yüze yapılan fiziki toplantılar da mutlaka olacak hayatımızda. Hibrit toplantı modeline talep artacak. Mevcut koşullar toplantı ve kongre turizmini zorlamaya devam ediyor. Toplantı gruplarında çıkan 1 covid vakası organizasyonun ertelenmesine ya da iptaline sebep olabiliyor. Yapılan planlamalarda öngörülemez sapmalar meydana gelebiliyor. Pandemi öncesi Türkiye'de kongre ve toplantı turizminde olumlu gelişmeler yaşanmıştı. Bundan sonra da iyileşme ve ilerleme devam edecektir. Türkiye'nin toplantı ve kongre turizmi potansiyeli çok yüksek, ülkemizin birçok şehrinde kongre yapılabilecek, iyi donanımlı pek çok otel mevcut. Fakat tanıtımlar daha çok sahil şeridi ve tarihi yerler için yapılıyor. Mutlaka bu tanıtımların da sektöre katkısı oluyordur ancak toplantı ve kongre turizmine yönelik tanıtımlara ağırlık verilmeli. Ülkede ve dünyada yaşanan en



Begüm Sadıkoğlu / Sheraton İstanbul Levent / Satış Müdürü, Grup & Etkinlikler

ufak bir sıkıntıda ilk etkilenen sektörlerden biriyiz. Bu etkiyi azaltmak ve sektörün ihtiyaçlarına zamanında karşılık vermek adına turizm katkı fonu oluşturabilir. Teknoloji hayatımızın her alanında vazgeçilmezimiz oldu. Bu da organizasyon planlamadan mekan seçimine ve organizasyonun hayata geçirilmesine kadar direkt olarak sektöre uyarlanıyor. Çoğu yeni ve tamamı dinamik kadrosuyla 2022 yılına güzel bir giriş yaptık. Rezervasyon yapılma süresi kısalmış olsa da önümüzdeki dönemler için kongre, toplantılar için anlaşmalarımız bulunuyor. Sektör bazında da dolulukların arttığını ve kongre, toplantı organizasyonlarının olduğunu sektör raporlarında gözlemliyoruz. Bu hem rekabeti artırıyor hem de bizleri mutlu ediyor.

Yurtiçinde ve yurtdışında etkili şekilde tanıtım yapılmadığında, toplantı ve kongre turizminde istenilen artışlar maalesef yakalanamıyor



Turgut Saygın Karagöl / Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center / Genel Müdür

Ankara'ya 70 km mesafede bulunan Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center, 2019 yılının Mayıs ayından beri Armada Holding çatısı altında faaliyetlerini sürdürmeye devam etmektedir. Haymana'nın ilk ve tek 5 yıldızlı oteli olarak hizmet veren tesisimizde 21 tanesi süit, 3 adet engelli ve 191 standart olmak üzere toplamda 215 oda bulunmaktadır. Yüksek teknoloji ile donatılmış farklı büyüklükteki organizasyon ve toplantılara ev sahipliği yapabilecek nitelikte toplantı ve konferans salonlarımız ile hem iş hem tatil amaçlı

konaklamalara ev sahipliği yapıyoruz. Çok amaçlı 7 adet salonumuz ile konferans, bayi toplantıları, ürün lansmanları, seminerlerin yanı sıra düğün, nişan, balo gibi farklı türdeki organizasyonlar için, tümü klimalı, kablolu internet erişimine sahip, barkovizyon, perde, ses sistemi ve kürsü ihtiyacı gibi birçok teknik ekipmanımızla nitelikli salonlarımızda misafirlerimize hizmet veriyoruz. Bu salonlarımızdan en büyüğü kolonsuz ve 800 kişilik. Diğerleri ise 20 kişiden 250 kişi kapasitesine kadar değişebiliyor. Tesis olarak sunduğumuz konseptin avantajları; şifa, sağlık, dinlenme, tatil keyfi ve aynı zamanda toplantı, seminer olanaklarının bir arada olması. Kongre ve toplantı organizasyonları gelirimizin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Pandeminin başlamasıyla toplantı ve organizasyonların iptal edilmesi tüm sektörü olduğu gibi bizi de olumsuz etkilemiştir. Otelimiz, dünya hijyen standartlarında, "Güvenli Turizm" ve "Koronavirüs Sertifikası" ile Sağlık Bakanlığı, Dünya Sağlık Örgütü, Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu gibi önemli kurumların görüşlerine ve uygulamalarına uygun olarak hizmet vermektedir. Toplantı salonlarımızdaki oturma düzeni sosyal mesafeye göre yeniden düzenlenerek, dezenfektan aparatları yerleştirilmiş, tüm alanlarımızda olduğu gibi temizliğine büyük özen

gösterdiğimiz toplantı salonlarımızda da hijyen rutinlerimizi arttırmış bulunmaktayız. Pandemi ile önem kazanan hibrit toplantılar için, yüksek internet hızı ve teknik alt yapısı ile hizmet veren toplantı salonlarımız mevcuttur. Bu bağlamda otelimizde hibrit toplantılar da gerçekleştirdik.

2022 yılının hedeflerimiz ve verimlilik açısından olumlu olacağına inancım tam

Toplantı ve Kongre turizminde, ülkemizin elverişli koşulları ve yüksek potansiyeli ile başta İstanbul olmak üzere, Ankara, Antalya ve İzmir kongre turizmi merkezleri haline gelmiş bulunuyor. Sektörde, yurtiçinde ve yurtdışında etkili şekilde tanıtım yapılmadığında istenilen artışlar maalesef yakalanamamaktadır. Tanıtım ve pazarlama sorunları ile nitelikli iş gücü, bölgelerin alt ve üst yapı sorunları ile finansal sorunlar, MICE pazarının önemli problemlerini oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra, pandemi, küresel krizler ve savaşlardan ilk etkilenen sektörlerin başında turizm gelmesine rağmen 2022 yılının hedeflerimiz ve verimlilik açısından olumlu olacağına inancım tam. Sunduğumuz nitelikli hizmet ve imkanlar neticesinde 2022 yılında da yüksek doluluk oranları hedefliyoruz.

Yerli ve yabancı katılımcıların, önce kendilerini her anlamda güvenli hissetmeleri önemli

1991 yılında açılan Sheraton Ankara Hotel & Convention Center ve 2011 yılında açılan Lugal Luxury Collection olarak 2 farklı otel segmentimiz ile tek bir complex bina olarak hizmet vermekteyiz. Toplamda 396 odamız ve 20 farklı büyüklükte toplantı salonumuz bulunmaktadır. Toplantı ve davet anlamında 2 kişiden 1650 kişiye kadar farklı sayıda misafire hizmet verebilmekteyiz. Tüm salonlarımızla tek seferde aynı anda 3 bin kişiye otel içinde servis verebilmekteyiz. Otelimiz, Ankara'da Kongre Merkezi ünvanlı ilk otel olup, 5 bin metrekare kapalı alanla pek çok fuar ve kongreye ev sahipliği yapmaktadır. Kongre ve toplantı organizasyonları, pandemi öncesi otellerimizin toplam gelirinin ve misafir sayısının yüzde 25 ini oluşturuyordu. Covid 19 başladığı zaman bir anda tüm rezervasyonlar ve etkinlikler iptal edilmeye başlandı. Yaklaşık 4 ay hiçbir şekilde toplantı ve etkinlik yapılmadı. İnternet üzerinden zoom toplantılar başladı. Bu süreçte salonlarımızda teknolojik alt yapılarımızı daha da güçlendirdik ve pek çok toplantı ve etkinlik internet bağlantısı ile yapılmaya başlandı. Bu dönemde tüm salonlarımızda kullanılabilirlik üzere 100 – 200 ve 400 MB ' e kadar hız sağlayabilecek şekilde internet alt yapısına sahip olduğumuz için zorlanmadan etkinlik düzenleyebildik. 2020 yılı kayıp bir yıl olarak geçse de 2021 yılında aşının yaygınlaşması ve ekonomik zorunluluklardan dolayı kısıtlamaların azaltılmasıyla küçük küçük toplantılar, nikah ve davet organizasyonları yapılmaya başlandı. 1 Temmuz 2021'den sonra ise kısıtlamalar daha

da azaldı ve yaz aylarından itibaren etkinlik sayılarımız aratarak devam etti. Eylül ayından itibaren tıp kongreleri bile yapmaya başladık. Tabii ki Turizm Bakanlığının ön gördüğü "Güvenli Turizm Sertifikası" kapsamında her türlü Covid önlemlerini maksimum seviyede uyguladık.

Teknolojik olarak dünya ile yarışabilir haldeyiz

Ülkemiz, coğrafyamızın pozitif etkisi ile 12 ay toplantı ve kongre turizmine çok müsait olmakla birlikte, maalesef yine coğrafi konumumuzun negatif etkisi ile çevresindeki savaşlar nedeniyle tam güvenli görülmediği için pandemi öncesinde de hak ettiği payı alamamaktaydı. Buna reklam ve pazarlamamızı da çok iyi yapamadığımızı eklersek, toplantı ve kongre turizminde hak edilen seviyede değiliz. Toplantı ve Kongre Turizmi yalnızca Turizm Bakanlığının desteği ile olmamaktadır. Bu bakanlığın dışında diğer bakanlıkların da desteğinin artması önem arz etmektedir. Yalnızca bakanlıklar da yetmez tüm vatandaşlarımız da dahil olmalıdır. Yerli ve yabancı katılımcıların önce kendilerini her anlamda güvenli hissetmeleri önemli. Bu hava alanında bindiği taksinin kendisini sağ salim ve kazıklamadan otelin ulaştırması ile başlayan bir süreç. Üstelik insanlar üzerinde iyi bir izlenim bırakmak için, kimsenin ikinci bir şansı yoktur. Bir nevi ilk intiba diyebilirsiniz. Kötü bir deneyimle başlayan bir serüveni iyiyeye döndürmek çok zordur. Belki çok kişi olacak ama çok erkenden eğitim sistemimizde bu konuları işlemek gerekli. İnsan ilişkileri, misafirperverlik, iş ahlakı, adil



Alper Can Bulçum / Sheraton Ankara Hotel & Convention Center / Genel Müdür

ve dürüst olmak gibi temel insani yönlerimizin çok küçük yaşlardan itibaren hayat tarzı olması için çaba sarf edilmeli. Turizm tamamen insan ilişkileri ve misafir memnuniyeti üzerine kurulu. Müşteri değil misafir bu çok önemli. Sonrasında çok güzel tesisler, en iyi malzeme, iyi yetişmiş konusunda uzman personel ile verilen hizmet, son teknoloji sistemler ile desteklendiğinde memnun edilemeyecek insan yok diye düşünüyorum. Yani kısacası bu çok büyük bir çarkı oluşturan tüm dişliler tam olarak döndüğünde hakkımız olan payı alabiliriz bu sektörden. Teknolojik olarak dünya ile yarışabilir haldeyiz. 2022 yılının tamamen toparlanma ve normalleşme yılı olacağını ön görüyoruz. 2021 son çeyreğinden başlayarak pek çok kongre, seminer, davet, genel kurul, düğün gibi organizasyonlara ev sahipliği yaptık. Birçoğunun da anlaşmalarını yapıyoruz.

CVK Park Bosphorus Hotel'den yeni atamalar

CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul; CEO olarak Taha İlker Güneş, Genel Müdür olarak Murat Arslan ve Genel Müdür Yardımcısı olarak Kurtuluş Gültekin'in atanmalarıyla yeni yılda turizm sektöründe ses getirecek başarılarla imza atmaya hazırlanıyor. Yenilenen ayrıcalıklı dünyasıyla şehrin vazgeçilmez adreslerden biri olan CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul'da bugüne kadar Genel Müdürlük görevini başarıyla ifa eden Taha İlker Güneş CEO pozisyonuna atanırken, Genel Müdürlük görevine otelcilik sektöründe birçok fark yaratan işe imza atmış deneyimli isim Murat Arslan, Genel Müdür Yardımcılığı görevine ise tecrübesi ve başarılarıyla adından söz ettiren Kurtuluş Gültekin getirildi. Taha İlker Güneş, 8 yıl CVK Park Bosphorus Hotel'de Finans Direktörlüğü ve Genel Müdürlük görevini kusursuz bir şekilde yürütmesinin ardından kısa sürede gerçekleştirdiği başarılı işler sonrasında CEO pozisyonuna getirildi. Edindiği kazanımlarını ve hayata geçirdiği başarılı deneyimlerini, yeni dönemde de paylaşmaya devam ediyor. Murat Arslan, yaklaşık 30 yıldır lüks otellerde gerçekleştirdiği üst düzey yöneticilik görevleriyle sektörde isminden sıkça söz ettirdikten sonra başarılı kariyerini Swissotel The Bosphorus'ta sürdürerek turizm sektöründeki yükselişine devam etti. 2007 yılında Belarus'un ilk uluslararası oteli olan Crowne Plaza Minsk'in ve İstanbul'da 5 yıldızlı birçok otelin açılışını gerçekleştiren Arslan, CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul'da Genel Müdür olarak tecrübelerini başarıyla pekiştirmeye devam ediyor. İstanbul ve Amerika'da olmak üzere otelcilik sektöründe 20 senelik deneyime sahip olan Kurtuluş Gültekin, turizm kariyeri boyunca Four Seasons segmenti lüks otellerde önemli pozisyonlarda görev yaptı. CVK Park Bosphorus Hotel'e Operasyon Direktörlüğü pozisyonu ile başlayan ve sonrasında Genel Müdür Yardımcısı görevine atanan Gültekin, otelcilik kariyerini başarıyla sürdürüyor. CVK Park Bosphorus Hotel Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Fatih Çevik, yeni görev atamaları ile ilgili düşüncelerini şu şekilde paylaştı: "Genel Müdürlük pozisyonundaki görevlerini başarıyla tamamlamış Taha İlker Güneş'i otelimizin CEO'su olarak görmekten büyük mutluluk



Taha İlker Güneş

Murat Arslan

Kurtuluş Gültekin

duyuyoruz. Kendisinin yenilikçi bakış açısı ve küresel vizyonu ile başarılı bir dönemin bizi beklediğine eminiz. Ayrıca sektörümüzün başarılı profesyonelleri Murat Arslan Bey'i ve Kurtuluş Gültekin Bey'i otelimize transfer etmekten gurur duyuyoruz. Lüks otelcilik sektöründeki tecrübeleri ile bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da keyifle yol alacağımıza eminiz." cümleleri ile Murat Arslan ve Kurtuluş Gültekin Bey'e tebriklerini ilettiler.

CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul Hakkında

120 yıllık Osmanlı Hariciye Konağı ile 82 yıllık tarihi Park Otel'in yerinde konumlanan CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, tarihten aldığı kültürel mirasın, lüksün birleştiği dokusu ve yenilenen ayrıcalıklı dünyasıyla, lezzetten eğlenceye, konaklamadan spora, spa'dan hamama, düğünden en özel organizasyonlara kadar her ihtiyaca özel deneyimleri en iyi ve en ideal şekilde yaşıyor. Şehrin kalbi Gümüşsuyu'ndaki lokasyonu, kusursuz hizmet anlayışı ve büyüleyici atmosferiyle İstanbul'un en gözde adreslerinden biri olan CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, bünyesinde yer alan Izaka Terrace ve Stella Lounge'da haftanın belirli günlerinde canlı müzik eşliğinde, Saffra SPA'nın mutluluk ve huzur kaynağı hizmetleriyle, Hezarfen Lounge'in büyüleyici manzarası ve rafine konseptiyle, Kids Club'ın çocukları eğlendirerek sizi keyiflendiren ev sahipliğiyle; tüm misafirlerini lüksün ve eğlencenin harmanlandığı kusursuz hizmeti sunarak ağırlamaya devam ediyor.

Divan Otelleri'ne Yeni Odalar Direktörü atandı

Divan Grubu sektörün deneyimli ismi Derviş Aydemir'i kadrosuna dahil etti. Turizm sektöründe çeşitli görevlerde yer alan Aydemir, Divan Otelleri'nin Yeni Odalar Direktörü oldu. Derviş Aydemir, Swissotel İstanbul'da butler olarak başladığı



Derviş Aydemir

kariyerinde yurtiçi ve yurtdışında uluslararası zincir otellerin odalar bölümünde farklı rollerde birçok başarılı göreve imza attı. Son beş yıldır, Four Seasons Hotel Kuwait at Burj Alshaya otelde Housekeeping Direktörü görevinde bulunan Aydemir, öncesinde Four Seasons Hotel İstanbul at the Bosphorus'un açılışında Kat Hizmetleri Yöneticisi ve akabinde Kat Hizmetleri Direktörü, Four Seasons Hotel Sultanahmet'te ise Kat Hizmetleri Yönetici Yardımcılığı görevlerini üstlendi. Aydemir, 19 yıllık başarılı Four Seasons kariyerinde, Four Seasons Hotel İstanbul'da ve Four Seasons Hotel Kuwait'te yılın en iyi yöneticisi ödülleriyle ödüllendirildi. Ayrıca Kurumsal Odalar Bölüm Müdürü olarak Four Seasons Bahamas, Four Seasons Damascus, Four Seasons Riyad at Kingdom Center otellerinin açılış ve operasyon destek ekiplerinde yer aldı.

Eresin Hotels'de yeni atama

Konaklama sektörünün önemli zincir markalarından Eresin Hotels'de bir atama daha yapıldı. Kısa bir süre önce Semih Altun'un Eresin Hotels Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı; Aysun Özkara'nın ise Eresin Hotels Grup İnsan Kaynakları Direktörü olarak atanmasının ardından Mehmet Emin Yalçınkaya Eresin Hotels Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görevlendirildi. Mehmet Emin



Mehmet Emin Yalçınkaya

Yalçınkaya, sahip olduğu insan kaynağını uzun yıllar elinde tutmasıyla tanınan Eresin Hotels'in bünyesinde 30 yıldan fazla bir süre boyunca çeşitli görevlerde bulunmuştu. Mehmet Emin Yalçınkaya, üniversite öğrenimi sonrasında 1989 yılında hizmet sektörüne girdi. Eresin Hotels Taxim'de Muhasebe Müdür Yardımcısı olarak iş dünyasına adım atan Yalçınkaya, daha sonra sırasıyla muhasebe müdürlüğü, personel müdürlüğü, idari ve mali işler müdürlüğü gibi görevlerde bulundu. Eresin Hotels zincirindeki 4 otel de dahil olmak üzere tüm grubun mali işler direktörü olarak devam eden Yalçınkaya, aynı zamanda yetiştirdiği çok sayıda insan gücü ile sektöre katkıda bulundu.



DÜŞÜK ENERJİ TÜKETİMİNE SAHİP

PELTIER SERİSİ

yeşil düşünüp mavi üretiyoruz



www.ismminibar.com

ISM MAKİNE ELEKTRİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Anafartalar Cad. No:1 Organize Sanayi Bölgesi 45030 Manisa, TÜRKİYE
T : +90. 236 233 42 33 E-Mail : sales@ismas.com.tr


İNCİ HOLDİNG

Mandarin Oriental, Bodrum'a yeni Yiyecek & İçecek Direktörü

Mandarin Oriental, Bodrum'a yeni Yiyecek & İçecek Direktörü Mandarin Oriental, Bodrum'un Yiyecek & İçecek Direktörlüğü görevine turizm ve otelcilik sektörünün deneyimli isimlerinden Atilla Ozan getirildi. Akdeniz Üniversitesi Otel Yöneticiliği mezunu olan Atilla Ozan, İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliği bölümünde yüksek lisansını yaptı ve aynı zamanda yine İstanbul Üniversitesi'nde Öğretim



Atilla Ozan

Görevlisi olarak Otel Yöneticiliği alanında dersler verdi. İstanbul Üniversitesi'nde Doktora eğitimine devam eden Atilla Ozan ayrıca İstanbul Medeniyet ve Florida Atlantic Üniversitelerinde de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik sertifika programlarını tamamladı. Çalışma hayatına 1996'da üniversite döneminde yapılan stajlarla başlayan Atilla Ozan kariyerine Amerika'da mutfak sıcak şefi olarak devam etti, 2 senelik bir çalışma ve eğitim döneminden sonra Yiyecek Müdürü sertifikası alarak Türkiye'ye döndü. Atilla Ozan, The Marmara İstanbul'da Yiyecek & İçecek Bölümünde Yönetici Asistanlığı yaptıktan sonra The Ritz Carlton İstanbul'da Yiyecek & İçecek ve Satış Departmanlarında farklı görevlerde bulundu. Ardından 4 yıl boyunca kendi restoranlarını işletti. Daha sonra sırasıyla Limak Hotels & Resorts ve Titanic Business Hotel Europe'un Yiyecek & İçecek Müdürlüğü görevlerinde bulunan Atilla Ozan, JW Marriott İstanbul Ataköy Hotel ve Kongre Merkezi'nde de Proje Danışmanı olarak görev aldı. Atilla Ozan son olarak Sheraton İstanbul Ataköy Hotel ve Ataköy Marina otellerinin Yiyecek & İçecek Direktörlüğü görevini yürütmektedir.

World Deluxe Tourism Grubu'nda yeni atama

Başarılı kariyeri ile göz dolduran ülkemizin önemli otel yöneticilerinden Rıza Kaymak, World Deluxe Tourism Grubu'nda Turizm Grup Koordinatörü olarak göreve başladı. World Deluxe Tourism Grubu, oteller başta olmak üzere bungalow,



Rıza Kaymak

clamping, balon ve adventure park gibi birçok alanda hizmet sunuyor. Rıza Kaymak, kariyer yolculuğu boyunca, A11 Hotels, Elazığ Mavi Göl Hotel, KNDF Group Hotels, Wyndham Hotels & Resorts, Swiss International Hotels & Resorts, Anadolu Hotels, Su Merdum Hotel ve Rotana Hotels gibi önemli otellerde ve otel gruplarında görev yaptı. Dumlupınar Üniversitesi İşletme Bölümü ve Anadolu Üniversitesi Turizm ve Seyahat Hizmetleri bölümlerinden mezun olan deneyimli yönetici iyi derecede İngilizce ve Almanca biliyor.

Susona Bodrum, LXR Hotels & Resorts'a yeni Genel Müdür

Hilton'un lüks koleksiyon markası LXR Hotels & Resorts'un Türkiye'deki ilk oteli Susona Bodrum'da üst düzey yönetim değişikliği gerçekleşti. 20 yıla yakın otelcilik kariyerinde farklı destinasyonlardaki birçok lüks markada görev almış olan



Kemal Bayık

Kemal Bayık, Susona Bodrum, LXR Hotels & Resort'un Genel Müdürü olarak atandı. Turizm sektörüne ilk adımını 25 yıl önce İzmir Hilton'da stajyer olarak atan Genel Müdür Kemal Bayık, farklı ülkelerde ve kademelerde sürdürdüğü kariyer yolculuğuna Mart ayı itibarıyla Susona Bodrum, LXR Hotels & Resorts'un Genel Müdürü unvanıyla devam ediyor. Başarılı yönetim kariyerine, yolculuğunun başladığı Hilton ailesinde, LXR markası altında yer alan Susona Bodrum'da devam edecek olmaktan onur duyduğunu dile getiriyor. 2000 yılında Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun olan Kemal Bayık, henüz eğitimi devam ederken kariyer basamaklarının ilk adımını Hilton İzmir'de stajyer olarak başladı. Lynn Üniversitesi'nde İşletme Üst Lisansını başarıyla tamamladıktan sonra 2005 yılında Bodrum'da Kempinski Hotels & Resorts otelinde Satış Müdürü olarak ilk görevine atandı. 2008 yılında Four Seasons Hotels & Resorts İstanbul'da Satış Müdürü görevini üstlenen başarılı turizmci 2011'de Four Seasons Hotels & Resorts Bakü'de görevine Satış ve Pazarlama Direktörü olarak devam etti. 2015 yılında Raffles Hotels & Resorts bünyesine transfer olarak Satış ve Pazarlama departmanından sorumlu Genel Müdür Yardımcısı pozisyonuna terfi eden Kemal Bayık, 2017'de Four Seasons Hotels & Resorts bünyesine Four Seasons Hotels & Resorts Doha Qatar'da Satış ve Pazarlama Direktörü olarak geri döndü. 2020 yılından bu yana Six Senses Hotels & Resorts'ta Genel Müdür görevini üstlenen Bayık, 2022 yılının Mart ayı itibarıyla LXR Hotels & Resort ailesinde Genel Müdürlük kariyerine devam etmektedir.

Dedeman Otellerine Yeni Operasyon Direktörü

Türkiye'nin ilk uluslararası otel zinciri Dedeman Hotels & Resorts International'ın Operasyon Direktörlüğü görevine turizm ve otelcilik sektörünün deneyimli ismi Gürkan Kaban getirildi. Profesyonel iş hayatına 1995 yılında Çırağan Kempinski'de başlayan Gürkan Kaban, sırasıyla; Royal Caribbean International, Rixos Ankara, Dedeman İstanbul, Crowne Plaza İstanbul Asia,



Gürkan Kaban

Hilton İstanbul Kozyatağı otellerinde farklı görev ve sorumluluklar üstlendi. Kaban, son olarak Holiday Inn Şişli'de Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapıyordu. Gürkan Kaban Dedeman otellerinin uluslararası standartlarının uygulanması, maksimum misafir ve çalışan memnuniyetine ulaşılması, gelişen ve değişen dünya koşullarına uygun eğitim çalışmalarının takibi ve sürdürülebilirlik konusunda çalışmalarının yanı sıra kontrollü ve sağlıklı büyüme hedeflerine ulaşılması için önemli projelerde rol olacak.

Adnan Yücel, Six Senses Kaplankaya'nın Yeni Genel Müdürü oldu

Uluslararası turizm ve otelcilik konusunda 30 yılı aşkın tecrübeye sahip olan Adnan Yücel, Mart 2022 itibarıyla Six Senses Kaplankaya Genel Müdürü olarak görev alacak. Condé Nast Traveller, World Luxury Hotel & Spa Awards gibi Dünya çapında otoritelerden, en iyi Resort ve SPA ödülüne pek çok kez layık görülen, Six Senses Kaplankaya'nın Genel Müdürlüğünü üstlenen Adnan Yücel, 1992 yılında başladığı Turizm-Otelcilik kariyerinde İstanbul, Ankara ve Akdeniz Bölgesine ek olarak Çin, ABD, Suudi Arabistan ve Gana'da edindiği engin tecrübeleri Six Senses Kaplankaya bünyesinde değerlendirecek. Lüks turizm konusunda 2007 yılından beri Türkiye ve Uluslararası arenada önde gelen otellerin Genel Müdürlüğünü üstlenerek her görev aldığı bölgede başarılı çalışmalarıyla adını duyuran Adnan Yücel; Swisshotel Mekke, Swisshotel Foshan Guangdong, Sofitel Dongguan Humen Oriental Guangdong, Wanda Realm Ningde Fujian, Wanda Vista Dongguan ve InterContinental Foshan' deki Genel Müdürlük görevlerinin ardından 2016 yılında Türkiye'ye dönerek Swisshotel Resort Bodrum Beach & Hill'in Grup Genel Müdürlüğü görevini üstlendi. 2019 yılında Meeting Point Otellerinin COO koltuğuna oturan Yücel, kariyerine Movenpick Ambassador Hotel Accra'nın Genel Müdürü olarak devam etti. 2021 yılında yeniden Türkiye'ye dönme kararı alan Adnan Yücel Kempinski Hotel Barbaros Bay Bodrum'un ardından Six Senses Kaplankaya'nın yeni Genel Müdürü olarak görevine başladı. İstanbul Üniversitesindeki eğitiminin ardından Gallup University'de GM development sertifikası dahil olmak üzere birçok sertifikaya sahip olan sektörün tanınan yöneticisi, iş dışında seyahat, teknoloji ile ilgileniyor.



Ünlü Şef Mehmet Uzunöz artık Elite World Otelleri'nde

Özgün mimarisi ve dekorasyon anlayışı ile Türk misafirperverliğini sentezleyerek, misafirlerine en üstün hizmet kalitesini sunmayı amaçlayan Elite World Hotels'in Mutfaklar Koordinatörü Mehmet Uzunöz oldu. Konfor, şıklık ve misafirperverliği bir arada sunan Türkiye'nin yerel otel



zinciri Elite World Otelleri artık ünlü şef Mehmet Uzunöz ile mutfak lezzetlerinde çığır açıyor. Elite World Otelleri Mutfaklar Koordinatörü olarak göreve başlayan Uzunöz kariyer hayatına 1991 yılında Swiss Hotel'de başladı. Ardından sırasıyla Four Seasons Hotel, Mövenpick İstanbul, Sait Halim Paşa Yalısı, Ramada Plaza Hotel, Hilton Dalaman Golf Resort'ta Executive Chef, D-ream Restaurant Entertainment and Management'ta Mutfaklar Koordinatörü oldu. Türkiye Milli Aşçılar Takımı ilk kurucu üyesi de olan Mehmet Uzunöz, Londra, Moskova, Mısır (Kahire, Sharm El Sheikh), San Francisco, Los Angeles, Paris, Dubai, Meksika, Malta, Almanya, İtalya, Dubai, Katar, Suudi Arabistan, Bahreyn gibi dünyanın dört bir yanında Türk Mutfağı'nın tanıtımına katkıda bulunmak için birçok farklı etkinlik ve organizasyonlara da katıldı. Ayrıca yerli ve yabancı yemek yarışmalarında 85'in üzerinde madalya, kupa ve ödül kazandı. 2001 yılından itibaren de uluslararası profesyonel yemek yarışmalarında ve Türkiye'de düzenlenen yöresel yemek yarışmalarında uzman jüri olarak görev yaptı. Mehmet Uzunöz aynı zamanda Avrupa Aşçılar Birliği, Dünya Aşçılar Konfederasyonu WACS, Anadolu Halk Mutfağı Platformu, Yaratıcı Türk Mutfağı Platformu, Unesco tarafından desteklenen IOV'nin Mutfak Kültürleri Araştırma Grubu, İstanbul Profesyonel Aşçılar Derneği, Mutfak Profesyonelleri Derneği Yönetim Kurulu üyeliği, Avrasya Aşçılar Derneği ve Tüm Aşçılar Federasyonu'nda da kurucu ve yönetim kurulu üyeliği görevini yürütüyor.

Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul'da 2 önemli atama



Samet Güney

Müge Akın

Turizm ve Otelcilik sektörünün deneyimli yöneticileri Samet Güney ve Müge Akın, Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul'daki yeni görevlerine atandı. 15 yılı aşkın süredir sektörde kariyerine başarıyla devam eden Samet Güney, otelin Yiyecek ve İçecekten sorumlu Mutfak Şefi olarak göreve geldi. Güçlü geçmişiyle dikkat çeken Müge Akın ise Kat Hizmetleri Müdürü olarak yeni pozisyonuna başladı. Nofa Riyadh, A Radisson Collection Resort, Radisson Blu Leogrand Hotel, Chisinau, Park Inn By Radisson İstanbul Atatürk Airport gibi Radisson Hotel Group bünyesindeki otellerde ve Hyatt Regency İstanbul Ataköy ve Swiss Diamond Hotel Prishtina'da çeşitli sorumluluklar üstlenen Samet Güney, lüks hizmet, konsept geliştirme, otel açılışları ve yeme-içme konusunda son derece yetenekli. Başarılı yönetici ayrıca, trendleri takip ederek hazırladığı kaliteli ve ayrıcalıklı yemek sunumlarıyla benzersiz menüler geliştiriyor. Müge Akın ise Mandarin Oriental Hotel Group, Jw Marriott Bodrum, Accor Hotels, Radisson Blu Niamey, Africa ve Hilton Garden Inn gibi otellerde yönetici olarak görev aldı. Otel açılışı öncesi proje yönetimi, personellerin eğitimi ve organizasyonu, temizlik ekipmanları ve yöntemleri, güvenlik önlemleri ve denetim konularında bilgi sahibi Akın, otelcilik geçmişinde başarılı uygulamalar gerçekleştirdi.

Accor Grubu'na, Türkiye Bölge Satış Direktörü atandı



Aysun Dolanbay

Dünyanın öncü otel gruplarından Accor, üst düzey bir atama gerçekleştirdi. Aysun Dolanbay Accor çatısı altındaki tüm Türkiye otellerinin "Accor Türkiye Bölge Satış Direktörü" olarak görev yapacak. Dolanbay, son olarak Accor çatısı altındaki lüks ve premium marka otellerin satış ve pazarlama direktörü olarak görev yapıyordu. Aysun Dolanbay, turizm ve otelcilik sektöründe, Swisshotel The Bosphorus'da, satış ve pazarlama direktörlüğü görevi de dahil olmak üzere üst düzey yöneticilik görevleri üstlendiği yaklaşık 20 yıllık deneyime sahip. Dolanbay, İzmir Ege Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı mezunu.

tedarikçiler



Turizm, gıda firmalarının ürün portföylerini genişletmelerine ve daha da yenilikçi olmalarına katkı sağlayan önemli bir pazar

Yüksek ciro ve tonaja doğrudan, daha hızlı ulaşılma imkanı sağlayan turizm sektörü, ev dışı gıda tedariki firmalarının, ürün portföylerini genişletmelerine ve daha da yenilikçi olmalarına katkı sağlıyor.

Ev dışı gıda tedariki firmaları, turizm sektöründe otel, restoran ve işletmelerin ihtiyaçlarını gerek üretim gerekse bayilik ve distribütörlük olarak, her alanda karşılıyorlar. Turizm sektörüne, hazır yiyecek ürünleri, donuk ve yarı fırınlanmış ürünler, vegan ürünleri, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, unlu mamüller, alkollü ve alkolsüz içecekler, bitkisel sıvı yağ, zeytinyağı, pirina yağı ve bunun gibi pek çok alanda gıda tedariki sağlıyorlar. Hem üretim hem de donanımlı araç filoları ile ürünlerinin dağıtımını yapan firmalar olduğu gibi, lojistiğini dışardan sağlayan firmalar da bulunuyor. Alanda sadece bayilik ve belirli ürünlerin distribütörlüğünü yaparak hizmet veren firmalar da faaliyetlerini sürdürüyor.

Turizm sektörü, yaz dönemi gibi kısa bir süreçte cironun büyük kısmını oluşturması bakımından büyük bir avantaj sağlıyor

Turizmin, ülkemiz için çok önemli bir gelir kaynağı olduğunu ve kendileri için de bir o kadar önemli bir pazar olduğunu vurgulayan sektör temsilcileri, cirolarının önemli bir kısmını sektörün oluşturduğunu belirtiyorlar. Eğer herhangi bir sorun yaşanmaz, siyasi ve politik problemler olmaz ise ülkenin en yüksek dolar, euro girdisi olan turizm sektörü ile çalışmanın artılarına değinen sektör profesyonelleri, sektörün, yaz dönemi gibi kısa bir süreçte cirolarının büyük kısmını oluşturduğunu, özellikle direkt tüketim kanalı olması sebebiyle ürünlerinin hızlı tüketildiği bir pazar olduğunu ve bunun kendileri için çok önemli bir avantaj olduğunu söylüyorlar. Yüksek ciro ve tonaja doğrudan, daha hızlı





ulaşabilme imkanı sağlayan bu sektörün, ürün portföylerini genişletmelerine ve daha da yenilikçi olmalarına katkı sağlayan bir pazar olduğuna da vurgu yapıyorlar. Ürünlerinin ne kadar çok pazara ulaşırsa bu durumun kendileri için o kadar avantaj sağladığını; turizm sektöründe ürünlerinin tüm dünya pazarına tanıtımını sağlamış olduklarını belirtiyorlar. Özellikle pandemi gibi bir süreçte en çok etkilenen sektör olmasına rağmen, gerekli önlemlerin alındığı dönemlerde en hızlı toparlanan sektör olan turizm sektörünün, büyüyen bir pazar olmasının, kendilerini de ürün portföyü, lojistik yapı, finans, istihdam ve hizmet kalitesinin artması gibi konularda olumlu etkilediğini açıklıyorlar. Tüm bu olumlu etkilerin yanı sıra turizm sektörünün dezavantajlarını da açıklayan sektör temsilcileri, son 10 yıldır zorluğunu çektiğimiz siyasi konjonktürleri, ülkeler arası sorunlar ve ekonomik olumsuzluklardan çok hızlı etkilenmesini, en ufak krizde otomatik olarak sistemi durduran, pamuk ipliğine bağlı bir sektörde çalışmanın yaşattığı belirsiz ve öngörülemeyen potansiyelin, kendilerini planlama yapmakta zorladığını, anlık aksiyon değişikliklerinin zorluklarını vurguluyorlar. Bununla birlikte çok önem arz eden diğer bir konunun ise turizm sektöründeki vadelerin uzunluğu olduğunu, vadenin artık bitmesi veya doğru bir el tarafından kontrol altına alınması gerekli olduğunu açıklıyorlar.

Ev dışı gıda tedariki firmalarının sorunlarından kurtulmalarının tek yolu, üretimle, dışa bağımlılığın ortadan kaldırılmasıdır

Gıda sektörünün genel anlamıyla yaşadığı sorunlara değinen sektör temsilcileri, pandemi döneminin olumsuz etkilerinin hala sürmekte olduğunu belirtiyorlar. Sistem hareket etmeyince stokların elde kaldığını, maliyetlerin yükseldiğini, işletme sahiplerinin ekonomik olarak zor bir süreci yönetmek zorunda

kaldığını, bunun da kendileri gibi tedarik firmaları için ek finansman yükü getirdiğini açıklıyorlar. Lojistik, elektrik, doğalgaz, işçilik maliyetlerinin yükünün arttığını ayrıca hammadde fiyatlarının da arttığını, özellikle kendileri gibi gıda üreten, kaliteden ödün vermeden üretim yapmak zorunda olan firmaların maliyetlerinin çok yükseldiğini belirtiyorlar. Çok hızlı ve yüksek fiyat artışlarından dolayı sektörün verdiği hizmetin maliyetini hesaplaması konusunda ciddi sıkıntılar yaşadığını ve özellikle toplu tüketim kanalının bu durumdan en fazla etkilenen kanal olduğunu vurguluyorlar. Bununla birlikte sektör profesyonelleri, ev dışı tüketim sektörünün kanayan yarası olarak, sahte ve karışım, 'merdiven altı' üretim ürünlerini gösteriyorlar. Artan fiyatlardan dolayı çeşitli ürünlerde ev dışı tüketim sektöründe bazı otel ve restoranların, bu ürünlerin kullanımına yöneldiklerini, gıda konusunun önemine atıfta bulunarak, bu bağlamda, denetlemelerin muhakkak artırılması ve bu konuda çıkan yasanın mutlak uygulanması gerektiğini ifade ediyorlar. Ev dışı gıda sektöründe yaşanan tüm bu sorunlara çözüm bağlamında sektör profesyonelleri, üretim, üretim ve yine

üretim olarak görüş bildiriyorlar. Eğer üretirsek enflasyonu düşürürüz, cari açık sıkıntımızı ortadan kalker, hammaddeye ulaşımımız kolay olur diyen sektör temsilcileri, dışa bağımlılığımızı kaldırmamızın bu durumdan kurtulmanın tek yolu olduğunu ifade ediyorlar. Bununla birlikte yüklerinin hafifletilebilmesi için devlet tarafından tüm ev dışı tüketim sektörüne destek verilmesi gerektiğini; özellikle tarımsal emtia ürünleri stratejik ürün olarak (başta ayçiçek tohumu olmak üzere) ilan edilmesi ve bir devlet politikası haline getirilmesi gerektiğini vurguluyorlar. Pandemi süreci sektörü ekonomik açıdan olumsuz etkilerken, taleplerde de değişimlere sebep oldu. Süreçte, en çok küçük paketlenmiş ürünler ve özel adet paketlenmiş ürünler istenmeye başlandı. İzole ve korunaklı tatil anlayışı, otellerin sağlıklı, hijyenik ve organik ürünlere doğru taleplerini arttırdı. Kısacası yaşanan sorunlar, Türkiye'de gelişmekte olan hijyenik ve organik pazarına çok büyük bir ivme kazandırdı. Otellerde vegan ürünlere daha çok yer açılmaya başlandı. Ev dışı gıda sektörü, pandeminin etkilerinin azalmaya başlaması, aşılama oranlarının artması ve turizmde seyahat kurallarının kalkmaya başlamasıyla 2022 yılına daha umutla bakıyor. Ne yazık ki her şeyden önce, çok acı veren Rusya – Ukrayna savaşı, aynı zamanda turizm sektörünün de umutlarına gölge düşürdü. 2022 yılı için öngörülerinin, Avrupa ülkelerinden gelecek olan misafirlerimizle ilgili bir sıkıntı olmayacağı, ancak Rusya ve Ukrayna ülkeleri için aynı şeyi söylemelerinin zor olduğu yönünde olduğunu belirten sektör profesyonelleri, en kısa sürede bu olumsuz durumun sona ermesi ile sosyal ve ekonomik açıdan bölgemizin en az hasar ile süreçten çıkmasını ve hepsinden önemlisi barış ortamının tüm dünyada sağlanmasını temenni ediyor.



40 binden fazla çeşitte gıda ve gıda dışı ürünü, fiyat-kalite-performans ilişkisini gözeterek sunuyoruz

Metro Türkiye, 1990 yılından günümüze, “Türkiye’ye yatırım yapan ilk uluslararası perakendeci” ünvanı ile ülkemizin 21 şehrindeki 37 mağazası ve yaklaşık 4 bin 200 çalışanıyla, doğrudan 2 milyon ve 60’tan fazla şehirde, en kritik iş ortağı olan otel ve restoranlar aracılığı ile dolaylı olarak 25 milyon tüketiciye hizmet veriyor. Metro Türkiye CEO’su Sinem Türüng ile ev dışı tüketim sektörü ile ilgili hizmetlerini, sektörün sorunlarını ve 2022 yılı hedeflerini konuştuk.



Sinem Türüng / Metro Türkiye / CEO

Firmanızın kuruluş yılı ve faaliyet alanları hakkında bilgi verir misiniz? Turizm sektörüne hangi alanda gıda /içecek tedariki sağlıyorsunuz?

Metro Türkiye olarak, “Türkiye’ye yatırım yapan ilk uluslararası perakendeci” ünvanımızla 1990 yılından günümüze ülkemizde değer yaratmaya odaklı bir disiplinle çalışmalarımıza devam ediyoruz. Türk mutfak kültürünü ve değerlerini koruma, gelecek nesillere aktarma ve Türk mutfağının şefleriyle birlikte dünyada hak ettiği yere gelmesi amacıyla çalışıyoruz. Kendi çalışanlarımızı, tedarikçilerimizi ve müşterilerimizi kapsayan gerek sürdürülebilirlik çalışmalarımız gerek projelerimizle hem ekosisteme hem de ekonomiye katkı sağlıyoruz. Türkiye’nin 21 şehrindeki 37 mağazamız ve yaklaşık 4 bin 200 çalışanımızla doğrudan 2 milyon, en kritik iş ortağımız otel ve restoranlar aracılığı ile dolaylı olarak 25 milyon tüketiciye hizmet veriyoruz. Metro Türkiye olarak mağaza operasyonlarımızın yanı sıra gıda sevkiyat operasyonumuz ile 60’tan fazla şehirde otel ve restoran müşterilerimize gıda sevkiyat hizmeti veriyoruz. Müşterilerimizin tüm ihtiyaçlarını karşılamak için 40 binden fazla çeşitte gıda ve gıda dışı ürünü, fiyat-kalite-performans ilişkisini gözeterek sunuyoruz. Satışa sunduğumuz tüm yerel ve dünya markalarına ek olarak Metro Chef, Metro Professional, Metro Premium, Aro, Rioba, Fine

Life, Tarrington House ve Sigma isimli kendi markalarımız ile; kuru gıdadan dondurulmuş ürünlere, meyve pürelere, katkısız, şekeriz hurma dolgusu gibi özel ürünler içeren pastacılık ürün grubumuzdan yıkanmış, ayıklanmış ve doğranmış sebze çeşitlerimizin ve hazır mezelerimizin yer aldığı pratik çözümlerimize, mutfak gereçlerinden tek kullanımlık ürünlere kadar hem son tüketiciye hem de HORECA işletmelerine 5 bin çeşitte özel ürün sunuyoruz. Sorumlu iş modelimiz kapsamında tüm değer zincirimiz boyunca iş yapış biçimimizin merkezine her zaman sürdürülebilirliği yerleştiriyor, gıda güvenliği, izlenebilirlik, yerelleşme ve gıda atığı gibi konularda iş ortaklarımız ile uzun soluklu projelere imza atıyoruz. Türkiye’de “Tarladan Sofraya” gıda güvenliği yönetim sisteminin kurulmasını esas alan uluslararası geçerlilikteki IFS Cash&Carry/Wholesale sertifikasına sahip ilk ve tek şirket olarak taze et, balık, bal ve meyve-sebze ürünlerinde yüzde 100 izlenebilirlik sunuyoruz. Gıda güvenliği ve gıda atığı alanlarında iş ortaklarımızla uzun soluklu projelere imza atıyor; yerli üretimi, üreticileri ve kooperatifleri destekleyerek Coğrafi İşaretli ürünlerin yaygınlaşmasına ve ihracatına katkı sağlıyoruz. Türkiye’nin ilk gastronomi keşif platformu olarak kendi bünyemizde hayata geçirdiğimiz Gastronometro’da şeflerden öğrencilere, tedarikçilerden restoran ve otel işletmecilerine kadar sektörün tüm taraflarını bir araya getiriyor, genç şeflere, gastronomi öğrencilerine eğitimler veriyor ve Ar-Ge faaliyetlerimiz kapsamında 2 bin 500’e yakın yeni ürün geliştiriyoruz.

Turizm sektöründe, gelen taleplerde öne çıkan unsurlar nelerdir? Bu bağlamda otellere tavsiyeleriniz neler olabilir?

Kısa süre önce turizm sektörü ve HORECA işletmelerine ışık tutmak amacıyla bir araştırma gerçekleştirerek pandemi sonrası değişen alışveriş ve yeme içme alışkanlıklarını mercek altına aldık. 31 ilde 2 bin 725 kişinin katılımıyla gerçekleştirdiğimiz ‘Yeme İçme Araştırması’ ile alışveriş tercihlerinin modernleşme ile dönüşümü, sürdürülebilirlik ve sağlıklı beslenmeye olan yönelim,

toplumun evdeki ve dışarıdaki yeme içme alışkanlıklarında değişen trendler olduklarını görüyoruz. Bu noktada tüketicilerin en çok gündelik bir ihtiyaç olarak dışarıda yemek yediğini, sosyalleşme ihtiyacının ise ikinci sırada yer aldığını görüyoruz. Ayrıca yeni bir lezzet denemek için dışarıda yemek yiyenlerin oranında yaklaşık yüzde 60, ödül/kutlama nedeniyle dışarıda yiyenlerin oranında ise yüzde 90’lık bir artış var. Yemeğe gurme bir tutumla yaklaşanlardan para ve zaman tasarrufu olarak görenlere kadar pek çok farklı kesim artık daha fazla dışarıda yemek yer hale gelmiş. Pratiklik arayışındaki tüketicilerde sipariş verme veya dışarıda yemek yeme eğilimleri artış göstermiş. Dışarıda yemek yeme tercihlerindeki değişim konusunda en çok dikkat çeken bulgu, dışarıda yeme-içmenin bir deneyim olması yönüyle tercih edilmesindeki artış. Çünkü yeni ve özel lezzet arayışının tüketicide artması, yeme içme sektörüne bu konuda yönlendirici bir veri sunuyor. Klasik menülerdense artık tüketici deneyim ve yeni/özel lezzet peşinde... Bunlar da Coğrafi İşaretli ürünlerle, modern yorumlarla daha da mümkün hale gelebilir. Yeme, içme ve ağırlama sektöründeki işletmeleri için bunlar çok önemli ve dikkate alınması gereken ayrıntılar. Biz de bu konuda restoranlara konsept seçimi, menü hazırlığı, maliyet hesabı, lokasyon seçimi, restoran tasarımı, operasyon yönetimi, satın alma, stok yönetimi ve yasal sorumluluklar gibi birçok konuda danışmanlık veriyoruz. Diğer taraftan Türk mutfağının eşsiz lezzetlerini modern yorumlarla sunabilmeleri için de şeflerimizi destekliyoruz. Özellikle Gastronometro platformumuz bu konuda oldukça aktif.

Gerek pandemi dolayısıyla gerekse genel anlamda ev dışı gıda sektörünün yaşadığı sorunlar ve varsa çözüm önerileriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Metro Türkiye olarak HORECA’nın bir numaralı iş ortağı olma vizyonu ile çalışmalarımızı sürdürürken, pandemi döneminde sektörde ortaya çıkabilecek sorunları ve talepleri öngörerek bu yönde adımları çok önceden attık. Sektördeki durumu yakından takip edip doğru

işaretleri belirleyip stokları önceden planladık. Doğru ve zamanında stok yapmak için ise en güncel ulusal ve uluslararası raporları sürekli inceledik, veri analizlerini kullanarak mobilite durumunu yakından takip ettik, saha takibiyle de sektörün nabzını yerinde tutabildik. Yine bu dönemde HORECA müşterilerimizin yanında yer alarak fiyat politikamızla onları desteklemeye devam ettik. Bu süreçte Horeca'da yüzde 30'lara varan bir küçülme yaşandı. 30 yıldır şartlar ne olursa olsun her zaman Horeca'nın yanında yer alan bir marka olarak bu dönemde de öncelikle bu müşterilerimizin nakit akışlarına destek olmayı hedefledik. Bu kapsamda ilk olarak kendilerine daha esnek, daha uzun vadeli ödeme çeşitlerini sunarak onlara yardımcı olduk. Ayrıca, yeme içme sektörüne destek olmak amacıyla iş ortaklarımızla birlikte "Küçük İşletmem İçin" projemizi başlattık. Bu ve diğer desteklerimizle birlikte küçük işletmelere toplamda 10 milyon TL'ye varan yardımda bulunduk. Böylece istihdamın korunmasına ve yerel ekonominin canlandırılmasına katkı sağladık. Pandemi sonrasında da gördük ki yeme-içme sektörü, tüketicilerin restoran tercihinden ve gitme sıklığından evde pişirdiği yemeklere, alışveriş tercihlerinden beslenme alışkanlıklarına kadar birçok farklı değişimin yaşandığı bir süreçten geçiyor. Üstelik pandemi de bu değişimi belirli alanlarda hızlandırdı. Tabii bu değişimlerin arkasında köyden şehre göç, kentleşme, modernleşme ile birlikte pratiklik arayışı gibi birçok farklı sosyo-ekonomik gelişim de bulunuyor. Metro Türkiye olarak biz de bu değişim ve dönüşümleri takip etmek ve bu yönde sektöre ışık tutabilmek adına bir 'Yeme-İçme Araştırması' gerçekleştirmiştik. Araştırmamızla hem kamuoyunu aydınlatacak çarpıcı bulgular sunduk hem de yeme içme sektörüne tüketicilerin tutum ve davranışlarını paylaşıyorak yol gösterdik. Sadece toplumun değişen ya da koruduğu davranışlarını/tercihlerini göstermekle kalmadık, aynı zamanda pandemi ve dijitalleşme ile birlikte yeme içme davranışlarımızdaki kalıcı olabilecek değişimleri de gözler önüne serdik. Örneğin pandemi sonrası tüketicilerin alışveriş deneyimi ve tercihlerinin modernleşme ile uğradığı dönüşüm konusu. Aileler alışverişe gitmeyi artık beraber sosyalleşebilecekleri bir deneyim ve aktivite olarak görüyor. Bir diğer deyişle alışveriş deneyimi, sosyalleşme amacı ile dönüşüyor diyebiliriz. Tüketici alışkanlıklarının değişmesi ile tüketicilerin online alışveriş tercihlerine kayacağı düşünülse de araştırma sonuçları gösteriyor ki pandemi dönemi artan internet üzeri alışveriş günümüzde fiziksel alışverişe hala geçebilmiş değil. Bu noktada hala 10 kişiden 8'inin gıdayı gezerek, görerek, seçerek alma arzusunda olduğunu görüyoruz. Müşteriler en

çok da taze meyve-sebze, balık, eti görerek seçmeyi seviyor. Ancak bunu, salt konvansiyonel mağazacılık anlayışını sürdürmek olarak yorumlayamayız. Eğer tüketici mağazada gıdayı görerek seçmek istiyorsa o zaman yine mağaza içinde tüketici deneyimini geliştirmek, iyileştirmek gerekiyor. Çünkü tüketici bir taraftan da pratiklik arayışı içerisinde. Bu yüzden biz fiziksel alışveriş deneyimi ile dijital dünyanın kolaylık ve hızını bir araya getiriyoruz ve 'fijital mağazacılık' anlayışı ile hareket ediyoruz. Bu yönde yıllar önce sektöre ilk barkod teknolojisini getiren uluslararası bir perakendeci olarak öncü girişimlerimize devam ediyoruz. Mağaza içerisinde hızlı ve temassız alışveriş imkanı sunan Metro Fast'i 100 milyon TL yatırım ile tüm mağazalarımıza yaydık. Metro mobil uygulaması ile mağaza içi navigasyondan ödemeye kadar tüketicilere alışveriş esnasında kolaylık ve pratiklik sunuyoruz. Aynı zamanda mağaza içerisindeki kiosklar ile alışveriş esnasında müşterilerimize ürünlerimiz hakkında bilgiler sunuyoruz. Diğer yandan profesyonel müşterilerimiz için de çoklu kanal deneyimi sunuyoruz. Mağazada başlayan alışveriş online sevkiyat ile tamamlanabiliyor. Bir taraftan da sadece kendimizi dijitalleştirmekle kalmıyor, HORECA'nın da dijitalleşmesi için onlara hizmet sunuyoruz. Menükit, Menü Mühendisliği Danışmanlığı gibi dijital çözümlerle reçete maliyeti kontrolüne ve ürün kârlılık ve maliyet yönetimine yönelik çözümler sunuyoruz. Bu iki çözüm de maliyet kontrolünü ve doğru fiyatlandırmayı sağlama konusunda müşterilerimize yardımcı oluyor.

2022 yılına ait gerek firmanız gerekse sektörünüz açısından öngörülerinizi alabilir miyiz?

Metro Türkiye olarak 2022 yılında anlık hedeflerle değil köklü değişimleri beraberinde getirecek, uzun vadeli stratejiler izlemeye devam edeceğiz. Sektörü aydınlatmak üzere Konda ile gerçekleştirdiğimiz Yeme İçme araştırması bizlere, 2022'deki önceliklerimizi belirleme adına da önemli bir zemin oluşturdu. Gerçekleştirdiğimiz araştırmada her 4 kişiden 1'inin yerli, toplumun yarısından fazlasının ise yöresel ürün almayı tercih ettiğini görüyoruz. Bu doğrultuda tüketicilerimizin her türlü ihtiyacını ve talebini karşılamaya, önümüzdeki dönemlerde de ilk olarak yerelleşmeyi odak konularımız arasında tutmaya devam edeceğiz. 2022 yılında da yerel Coğrafi İşaretli ürünlerimiz özelinde üreticide farkındalık yaratmak üzere çalışmalar gerçekleştirerek Türkiye'nin dört bir yanındaki yerel üreticilerle, kooperatiflerle iş birliği yapmayı ve sürdürülebilir tarımsal üretim yöntemleri konusunda farkındalıklarını artırmayı sürdüreceğiz. Ayrıca raflarımızda yer

verdiğimiz Coğrafi İşaretli ürünlerin sayısını 2023'e kadar her yıl yüzde 20 artırmayı hedeflerken buna paralel olarak ihracat miktarını da artırmayı amaçlıyoruz. Türk mutfağının lezzetinin arkasında bu toprakların iklimine, havasına, suyuna göre yetişen yüzlerce yıllık yerel ürünlerimiz var. Bu yerel ürünler şeflerimizimizin ellerinde kıymet bularak dünyaya açılıyor ve nesilden nesile aktarılıyor. Dolayısı ile bu ürünleri şeflerimize aktarmak, profesyonel mutfaklarda yer edinmesi de öncelik verdiğimiz konulardan birisi. Bir diğer odak konumuz ise sürdürülebilirlik olacak. Gıda atıkları ile mücadele, izlenebilirlik, gıda güvenliği gibi çalışmalarımızı önümüzdeki yıl da yine kendi operasyonlarımızla sınırlı tutmayarak tedarikçilerimizi ve müşterilerimizi de süreçlere dâhil ettiğimiz yaklaşımlarla sürdüreceğiz. Sadece kendi operasyonlarımızda gıda atıklarını azaltan projeler ile 2021 yılında 880, bugüne kadarsa 1.600 ton gıdayı gıda bankaları aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine ulaştırmış; tedarikçilerimizde gıda atığını önleme çalışmalarımız kapsamında ise Dünya Kaynakları Enstitüsü (WRI) tarafından yürütülen 10x20x30 Gıda Kayıp ve Atıkları ile Mücadele Girişimi'ne de katılarak 21 tedarikçimizle birlikte 2030'a kadar atık ve kayıpları yüzde 50 azaltma sözü vermiştik. Bu yıl da müşterilerimizde gıda atığını önleme çalışmalarımızda ise HORECA işletmelerini teşvik etmek için iş ortaklarımızla birlikte hazırladığımız gıda israfı ile mücadele kılavuzumuz odağında yeni bir eğitim hareketine de başladık. 2022 yılı boyunca devam edecek eğitimlerle 200'e yakın şef ve sektör profesyoneline ulaşmayı hedefliyoruz. Gıda güvenilirliği de sürdürülebilirlik başlıklarımız arasında yer alan bir diğer konu olmaya devam edecek. Yeme-içme araştırmamızın sonuçlarında da gördük ki ürünün kaynağını bilmek üzere etiket ve ambalaj okuyan tüketici sayısı hala çok az. Halbuki güvenilir ürünlerle sağlıklı bir beslenme için gıdamızın asıl hikâyesini öğrenmek, gıdanın hangi tarlada yetiştirildiğini, hangi çalışma koşulları altında, hangi denetim ve analizlerden geçerek tabağımıza kadar geldiğini öğrenmek çok önemli. Bu konuda topluma yayılacak bir bilinçlendirmenin yapılması gerektiğine olan inancımızla çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Son odak konumuz ise dijitalleşme. Bu noktada fijital mağazacılık anlayışıyla mağazalarımızda sunduğumuz müşteri deneyimini hızlı, kolay ve etkin hale getirecek çözümlerimizi daha fazla yaygınlaştırmayı amaçlıyoruz. Bununla birlikte menü mühendisliği, gastro danışmanlık gibi profesyonel müşterilerimizin verimliliğini artıracak dijital çözümlerimize de odaklanarak onları desteklemeyi sürdüreceğiz.

Gücümüzü, kendi kategorilerinde lider olmuş markalarımızdan, güçlü şef ve beslenme uzmanı ekiplerimizden alıyoruz



Ahmet Kandemiş – Unilever Türkiye –
Ev Dışı Tüketim Akdeniz Bölge Müdürü

Hayatı kolaylaştıran ve şefler tarafından şefler için tasarlanmış ürünler sunan Unilever Ev Dışı Tüketim olarak, dünyanın 76 ülkesinde faaliyet gösteriyoruz. Hızla değişen dünyada misafirlerin beğeni ve beklentilerinin hızla değiştiğini biliyor, Unilever'in kalite vaat eden güçlü markalarıyla menüleri daha sağlıklı ve çekici hale getiriyoruz. Küresel çapta 300'den fazla şefften oluşan ekibimizin profesyonel gıda hizmetleri alanındaki bilgi birikimi ve deneyimini günün trendleriyle harmanlayarak misafirlerin görmediği arka planda yaratıcı çözümlere dönüştürüyoruz. Gücümüzü Knorr, Calve, Hellmann's ve Carte d'Or gibi kendi kategorilerinde lider olmuş markalarımızdan ve hem küresel hem yerel de paydaşlarımıza destek veren güçlü şef ve beslenme uzmanı ekiplerimizden alıyoruz. İşimizin gücünü şeflerden almada müşterilerimizi daha iyi anlamamızı, pazarlama yetkinliklerimizle bir araya getirerek ihtiyaçlara en doğru çözümü sunmamızı mümkün kılıyor. 2001 yılından beri de Türkiye'de şeflerin mutfaktaki vazgeçilmez çözüm ortağı olmayı amaçlıyoruz. Tabii ki ölçek ve erişimin bizlere getirdiği çok önemli sorumluluklar da var. Bu doğrultuda "Destekle, İlham Ver, Geliştir" olarak ifade ettiği marka amacımız ışığında projeler ve servisler ortaya koyuyor, ev dışı tüketim sektörünün gelişimine ve sürdürülebilirliğine katkı sağlıyoruz. Bu çabalarımızın şeflerde bir karşılığı olduğunu görmekten de mutluluk duyduğumuzu eklemek isterim. Şeflere göre sektörümüze en olumlu katkıyı sağlayan marka konumundayız. Unilever Ev Dışı Tüketim olarak odağımızda her şey dahil oteller, restoranlar, kafeler, büfeler, hızlı servis restoranlar ile eğitim kurumlarının, işyerlerinin ve kamu kurumlarının yemekhaneleri ve kantinleri de dahil olmak üzere catering hizmetleri yer alıyor. Ürün portföyümüzü şeflerin mutfak operasyonlarını rahatlatarak, pek çok reçetede yer alabilecek, stok yönetimini kolaylaştıracak ürünler içerecek biçimde sürekli gözden geçiriyoruz. Aynı zamanda bu döneme özel olarak şeflerin paket servis ihtiyaçlarında yüksek performans gösterecek ürün ve çözümler üzerinde çalışıyoruz. Şeflerimizin eşsiz lezzetleri hazırlamak için mutfakta geçirdiği

zamanın değerini iyi biliyor; sunduğumuz zamandan kazandıran ürünlerle mutfakları lezzetlendiriyoruz. Bunlar yemek hazırlayıcı, soğuk soslar, çay ve tatlı kategorilerindeki yenilikler ve standartları yükselten ürünleri kapsıyor.

İnovatif ürün kullanımı işletmelerin kaliteden ödün vermeden maliyetlerini düşürmesinde önemli bir rol oynayacaktır

Pandemi ile birlikte turizm sektörü oldukça zorlu günler geçirdi. Sınırların kapatılması, sosyal mesafe kuralları ve kısıtlamalar planları alt üst etti. Bununla birlikte tabii ki pandeminin getirdiği bazı yenilikler ve yeni alışkanlıklar da oldu. İnsanlar tatilleri için daha az kalabalık veya doğa ile iç içe alternatifleri değerlendirmeye başladı. Özellikle yerel turizmin butik oteller, kamp ve doğa gezilerinin öne çıkacağını; konaklama sürelerinin de bununla birlikte artacağını öngörüyoruz. Sektörü etkileyen bir diğer değişim ise misafir profilindeki değişim olacak. Güney Amerika ülkelerinden talebin artacağı da öngörüler arasında. Bu gerçeklere eşlik eden bazı temel sorunlara da değinmek gerek. Öncelikle küresel ekonomideki dalgalanmalarla birlikte maliyetlerde bir artış söz konusu, operasyonlar artık eskisine kıyasla daha pahalıya mal oluyor. Aynı şekilde alım gücü de bu durumda etkileniyor. Rusya'nın Ukrayna'da süregelen saldırıları bu tabloyu daha da zora sokuyor. COVID-19 ile ilgili de riskler devam ediyor. Pandemi döneminde açık büfe kavramı sağlık ve hijyen endişeleriyle hayatımızdan bir süreliğine çıkmıştı, dolayısıyla servis modelindeki bu değişim tabak çeşitliliğinde bir azaltmayı da beraberinde getiriyor. Böyle bir tablo karşısında farklılaşan ve tam anlamıyla beklentilere cevap veren bir hizmet sunmak aslında işletmeler başarıya getirecek olan unsur. Bununla birlikte lezzet ve kalite anlamında bir standart oluşturmayı başarmak ve bundan şaşmamak, müşterilerin bir işletmeyi ziyaret ettiklerinde hiçbir sürpriz ile karşılaşmayacağından emin olmasını sağlamak da rekabetçi avantaj getirecektir. Ayrıca inovatif ürün kullanımı işletmelerin kaliteden ödün vermeden maliyetlerini düşürmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Ürün ve hizmet tercihlerinin bu çerçevede yapılmasının kârlılığa da önemli katkıları olacaktır.

Her zaman olduğu gibi şeflerimizi, işletmeleri ve sektörümüzü desteklemeyi sürdüreceğiz

Pandemi öncesinde ev dışı gıda tüketimi yeni yatırımların yapıldığı, parlayan bir alandı. Gastronomi başlıca bir anlam kazanmaya başlamıştı; dışarıda yemek yemek sadece karnını doyurmanın çok ötesinde, yeni deneyim alanları yaratan bir role sahipti hayatımızda. Turizm zirvesini görmüştü, 2019 yılında 45

milyon yabancı turist ülkemizi ziyaret etmişti. Haliyle işletmelerin önceliği de farklılaşan menüler ve sunumlardı. Pandemi yeni bir devrin başlangıcı oldu, turizm sektörünü yeniden şekillendirdi ve oyunun kurallarını baştan aşağı değiştirdi diyebiliriz. Kısıtlamalar misafir trafiğini düşürürken küresel tedarik zincirindeki belirsizlikler ve ekonomik dalgalanmanın da etkisiyle maliyetlerin arttığını gördük. Dolayısıyla 2022 yılı bir toparlanma döneminin başlangıcı diyebiliriz. Ülkemizin uygun fiyatlı ama kaliteli bir keyifli bir tatil bölgesi olarak uluslararası turizmde önemli bir potansiyeli var. Ancak yüksek enflasyon oranları, menü maliyetlerinin artışı bu dönemin ana temasını kârlılık ve bu sayede işin devamlılığını sağlamak oldu. Bu dönemin bir başka sonucu olarak ev dışı tüketimde nitelikli iş gücünün sektör değiştirmeye başladığını gördük. İşletmelerin kapalı kaldığı dönemler boyunca işlerini kaybeden çalışanlar, kuryelik gibi farklı alanlara yöneldiler. Bu da ev dışı tüketimin geleceğini riske sokan bir değişim oldu. Bu dönemde marka amacımız doğrultusunda sektörü desteklemeye devam ettik. Öncelikle pandemide ana gündem olan hijyen konusunda yapmaları gerekenler konusunda sürekli olarak bilgilendirme sağladık. Bunlara ek olarak bu dönemin getirdiği finansal zorlukların üstesinden gelmelerini kolaylaştırmak için kârlılıklarını artırmalarına destek olacak bazı ipuçları paylaştık, ödeme koşullarında daha uzun vadelerle çalışmaya başladık, portföyümüzü uygun fiyatlarla yeniden şekillendirdik ve promosyon çalışmalarına hız verdik. Buna ek olarak yeni inovasyonlar gerçekleştirerek farklı kullanım alanları sunan ürünler sunmaya başladık. Biz her zaman olduğu gibi şeflerimizi, işletmeleri ve sektörümüzü desteklemeyi sürdüreceğiz. Önümüzdeki dönemde birbirinden farklı trendlerin karşı karşıya geldiğini göreceğiz. Örneğin pandemide daha çok önem kazanan sağlıklı yaşam alışkanlığını pek çok tüketici pandemi sonrasında da sürdürecektir. Pandemi en önemli çıktılarından biri sürdürülebilirlik konusu oldu. Yerel gıda üretimi öne çıkan bir başlık oldu. Son olarak ekonomik göstergeler önümüzdeki dönemin şekillenmesinde önemli bir role sahip olacak. Küresel olarak süregelen ekonomik dalgalanma ve belirsizlikler tüketicilerde tedbirli bir bakış açısını da beraberinde getiriyor. Dolayısıyla harcamalarını kontrol altında tutmaya, birikim yapmaya ve bu sebeple ev dışı tüketimi azaltmaya yönelebilirler. Ancak her halükârda çok uzun süre kısıtlamalar altında yaşayan, sevdikleriyle tatillerde veya bir sofraya etrafında bir araya gelmeye özleyen tüketicilerin ev dışı deneyimlerden de kolay kolay vazgeçemeyeceğini düşünüyoruz. Bu kendi içinde gelişmeler taşıyan tablonun ne yöne evrileceği büyük ölçüde sektörümüzün yeni dönemi için belirleyici olacak.



PROFESYONEL MUTFAKLARDA DEVİRİM

Zeytinyağı İhracat Şampiyonu VERDE'den hem sağlığını hem de cebini düşünenler için harika alternatifler!



- ◆ Zeytinin sıkımından sonra kalan püresinden elde edilen yağdır.
- ◆ %100 zeytin ürünüdür, zeytinyağı ile aynı yağ asitleri ve trigliserit yapısına sahiptir.
 - ◆ Katkı – koruyucu madde içermez.
- ◆ İçerisinde yüksek oranda sağlık üzerine faydalı minör bileşenler (sterol, squalen, E-vitamini veya tokoferol vb) bulunabilmektedir.
- ◆ Diğer yağlara göre çok daha yüksek sıcaklara dayanabilmektedir.

İhracat şampiyonu zeytinyağı firması olarak zeytinyağı ve yine yüzde yüz zeytin ürünü olan pirina yağı üretimi yapıyoruz



Okan Oral / Verde Yağ Besin Mad. San. ve Tic. A.Ş. / Türkiye Satış-Pazarlama Grup Müdürü

Firmamız 1996 yılında kurulmuş olup, kurulduğu günden bu yana Türkiye zeytinyağı ihracatının lokomotifidir. 2018 yılında tamamen el değiştirmiş, yine yüzde 100 yerli ve milli olarak çok büyük yatırımlar yapılmış ve grup şirketleriyle beraber Türkiye'nin en büyük zeytinyağı kuruluşu haline gelmiştir. Turizm sektörü için zeytinyağı ve yine yüzde yüz zeytin ürünü olan, pirina yağı üretimi yapıyoruz. Firmamız, Türkiye'nin ihracat şampiyonu zeytinyağı firması olarak, ihracat ağırlıklı ciro elde etmektedir. Ev dışı tüketim kanalı ise iç piyasa ciromuzun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Turizm sektörünün en büyük avantajı, yüksek ciro ve tonaja doğrudan, daha hızlı ulaşabilmemizdir.

Dezavantajı ise işletmelerin uzun vadeler ile çalışmak zorunda olmasıdır. Sektörden gelen taleplerin önceliği, hızlı tedarik, rekabetçi fiyat, kaliteli ürün, uzun vade şeklindedir. Sektörümüz ile alakalı olarak otellere tavsiyemiz, fiyat avantajı yakalamaya gayret gösterirken ürünün kalitesinden kesinlikle ve kesinlikle ödün vermeden hareket etmeleridir.

Yeni çıkan 'Pirina Yağı' ürünlerimiz sektörün kanayan yarasına merhem niteliğinde

Pandemide tek kullanımlık ürünlerin, kost maliyetlerini yükseltmesinden şikayet eden sektör, insanların pandemi nedeniyle tatil programlarının da ertelenmesiyle birlikte, geçtiğimiz dönemde oldukça zor günler geçirmiştir. Fakat bu sıkıntılar ışığında turizmde ailelerin kalabalık ortamdan soyutlanarak tatil geçirmek istemeleri, konaklama şeklinin de değişmesine neden oldu. Bu durum aynı zamanda otellerin sağlıklı, hijyenik ve organik ürünlere doğru taleplerini arttırdı. Kısacası yaşanan sorunlar, Türkiye'de gelişmekte olan hijyenik ve organik pazarına çok büyük bir ivme kazandırdı. Bu ivmenin pandemiden sonra da devam etmesi en büyük dileğim ve önerimdir. Bunun dışında asıl ev dışı tüketim sektörünün kanayan yarası, sahte ve karışım, 'merdiven altı' üretim ürünlerdir. Artan fiyatlardan dolayı çeşitli ürünlerde ev dışı tüketim sektöründe otel ve restoranlar, bu

ürünlerin kullanımına yönelmişlerdir. Bizim de hizmet ettiğimiz zeytinyağı sektöründe de bu şekilde kullanımlar oldukça fazladır. Denetlemelerin muhakkak arttırılıyor olması gerekmektedir ve bu konuda çıkan yasa mutlak uygulanmalıdır. Zeytinyağı sektörü adına yine yüzde yüz zeytin ürünü olan, dünyanın en modernize ve yüksek kapasiteli zeytinyağı rafine tesisimizden çıkan 'pirina yağlarımızdan' oluşturduğumuz ürün grubu, zeytinyağına nazaran oldukça fiyat avantajı sunan ve değerli otel zinciri şeflerimizden de her biri tam not almış ürünlerdir. Fiyattan dolayı karışım, sahte yağ kullanımının önüne geçmesini sağlayacak, bu ürünler sektörün bu sorununa bir çözüm olmaya başlamıştır. 2022 yılında firmamız özellikle ev dışı tüketim kanalının çokça rağbet gösterdiği yepyeni bir ürün yelpazesini sundu. "Pirina yağı" yakın zamana kadar Türkiye'nin pek tanımadığı fakat dünyada uzun süredir tüketilen bu ürün gerek bütçe dostu fiyatıyla gerekse lezzetiyle mutfaklarda yepyeni bir sayfa açtı. Tüketimi her geçen gün artan ürünlerimizin ev dışı tüketim sektöründe çok hızlı bir şekilde yer bulmuş olması bizi ayrıca gururlandırmaktadır. Bu yıl Ramazan Bayramı'ndan sonra sektör açısından konaklama kapasitelerinin ve rezervasyon oranlarının giderek yükseleceğini ve özellikle otellerin, fiyatların sürekli değiştiği bu ortamda sezonluk bağlantılarını Nisan sonuna kadar bitirmiş olmalarını bekliyorum.

Dünya'da yükselen bir trend olan Stevia Bitkisi, bugün tüm gelişmiş ülkelerde büyük ölçüde tercih ediliyor

Green Solutions olarak, 2021 yılı içinde ticari faaliyetlere başlayan, yeni kurulmuş bir firma olmamıza rağmen, şirket ortakları, üretmiş olduğumuz ürün için, 10 yıl gibi bir zaman boyunca AR-GE çalışmaları yaparak bugünlere geldiler. Biz Stevia bitkisinin yaprağından elde ettiğimiz natürel yaprak tozunun üretimini (şeker veya tatlandırıcısı) yapıyoruz. Stevia bitkisinden elde edilen şeker, kalori içermediği gibi kandaki şeker seviyesini de etkilemiyor. Bu özelliği ile doğal bir tatlandırıcı olan Stevia, sağlıklı yaşamı hedefleyenlerin, vegan olarak tercihte bulunanların, obezite ve diyabet hastalarının aradığı bir ürün durumuna gelmiştir. Dünya'da yükselen bir trend olan Stevia bitkisi, bugün tüm Avrupa ve gelişmiş ülkelerde büyük ölçüde tercih edilmektedir. Bu bağlamda potansiyel bir turizm ülkesi olmamız sebebiyle, turistik tesisler (otel, restaurant, cafe,) ve işletmelerde, Stevia ile yapılmış ürünlerin zamanının gelmiş olduğunu görüyoruz ve bu bakış açısı ile ülkemize ziyarete gelen turistlerin ve turizm

sektörümüzün ihtiyaçlarına cevap verme noktasında katkı sağlamak istiyoruz.

Turizm sektörü bizler için en önemli Pazar

Özel olarak geliştirdiğimiz ürünümüz, ülkemizde çok tanınmadığı için, turizm sektörü bizler için en önemli pazar; çünkü yurtdışında yaşayanlar ve dünya, bu konuda bizden ileride. Firmamız bazında, turizm sektörüyle çalışmamız artışı, ürün bilinirliği fazla olduğu için pazarın daha kolay oluşacağı yönündedir. Turizm sektöründe turistlerin önceliğinin sağlıklı yaşam vurgusu olmasından dolayı, ekonomi ve tatil ikinci planda kalmış durumdadır. Bu bağlamda işletmelere, Stevia ile yapılan ürünleri ismi ile tanıtmaları ve bir Stevia'lı menü oluşturmalarını tavsiye edebiliriz. Böylelikle gelen talepleri daha net algılayabilir ve dünyaya ayak uydurabiliriz. Pandemi dolayısıyla yavaşlayan tüm sektörler gibi turizm sektörünün de bugünlere bitişini gördüğümüz bu sağlık vakasının tepkisi olarak, çok verimli bir yıl geçireceğini



Recep Akgün / Green Solutions Gıda Tarım Kimya A.Ş. / Yönetim Kurulu Başkanı

düşünüyoruz. Tabi ki komşularımızda yaşanan savaşın olumsuz etkileri bir miktar düşüşe sebebiyet verebilir. Ülkemiz büyük ve emsalsiz güzelliklerle dolu bir ülkedir. Her şeye rağmen iyi niyetimizi koruyor ve güzel bir yıl geçeceğini ümit ediyoruz.

METRO

Premium

YEDIĞİ ÖNÜNDE YEMEDİĞİ YARINDA



Denizlerdeki balıklar yarına da kalsın diye

Metro Premium Çipura ve Levrek yetiştiriciliğinde yemdeki deniz balığı oranını azaltıyor, yerine besin değeri yüksek alg yağı* kullanıyoruz. Üstelik alg yağındaki yüksek besin değeri ile yetiştirdiğimiz balıkların omega değerini ve besleyiciliğini arttırıyoruz.



METRO

İŞİN MUTFAĞINDA

* Alg yağının bir diğer adı yosun yağıdır.

Vegan ürünlerimize olan yoğun talebe dayalı olarak, otellere, vegan bölümünü bulundurmalarını tavsiye ediyoruz

Sasi Gıda, 1990 yılından beri gıda sektöründe faaliyet göstermektedir. Firmamız, restoran ve gıda imalathanesi (mantı, içli köfte, yaprak sarma, börek çeşitleri ve vegan ürünleri) olmak üzere gıda üretimi yaparak sektöre hizmet sunmaktadır. Vegan sektöründe lider konumda olan Sasi Gıda olarak, turizm sektörüne, hazır yiyecek ürünleri, mantı çeşitleri (Donuk ve yarı fırınlanmış), vegan ürünlerimiz içli köfte ve mantı ürünlerimizle üretim yapmaktayız. Sektöre olan iş hacmimiz yüzde 10 civarında iken, vegan ürünlerimiz ile bu oranı yüzde 60 seviyelerine çıkarmayı başardık. Turizm sektörü firmamız bazında önemli bir pazardır. Çünkü ürünlerimiz ne kadar çok pazara ulaşırsa bu durum bizim için o kadar avantaj sağlar. Kaldı ki turizm sektöründe ürünlerimizin tüm dünya pazarına tanıtımını sağlamış oluyoruz. Dolayısıyla sektör, bizim için, herhangi bir eksisi bulunmayan, vazgeçilmez bir pazardır. Bazı otellerde vegan reyonu bulunmadığını

gözlemlemekteyiz. Turizm sektöründe hizmet veren otellere, Sasi Gıda olarak, Vegan ürünlerimize olan yoğun talebe dayalı olarak, gelişen bu pazarda mutlaka vegan bölümünü de bulundurmalarını tavsiye ediyoruz.

Gıda sektörünün yaşadığı sorunlar için çözüm önerimiz, üretim üretim üretim

Gıda sektörünün yaşadığı sorunlar gerek lojistik maliyetlerinin artması gerekse gıda hammadde ürünlerinde yaşanan artış, bu alanda faaliyet gösteren tüm firmaları etkilediği gibi firmamızı da olumsuz etkiledi. Tüm bunların üstüne enerji maliyetlerinin de artmasıyla gıda sektörünün ciddi anlamda sıkıntılar yaşadığı bir gerçek. Çözüm önerimiz ise üretim üretim üretim. Eğer üretirsek enflasyonu düşürürüz. Cari açık sıkıntımız ortadan kalkar. Hammaddenin bizler için daha kolay ulaşılabilir bir hale gelmesini sağlamış oluruz. 2022 yılının zor bir yıl olarak geçeceği ortada. Sasi Gıda olarak bu zor yılda hem



Salim Yiğit / Sasi Gıda Medikal Ltd. Şti. / Genel Müdür

ihracat pazarına yönelerek hem de iç pazarda daha çok müşteriye ulaşarak, ciromuzu artırmayı planlıyoruz. Üretim kapasitemizi iki katına çıkarttık. Yüzde 100'lük bir büyüme ile bu yılı kapatmayı planlıyoruz.

Tarım alanlarımızı korumamız ve geleceğimize yatırım yapmak adına etkin hareket etmemiz gerektiği, bir gerçektir



Mustafa Erol / MisFood / Şirket Ortağı

2015 yılında Antalya'da 250 metrekare bir alanda taze yufka makinesi ile sektöre giren firmamız, şu anda 1500 metrekare alanda 32 bayilik 258 çeşit ürünle toptan gıda hizmeti vermektedir. MissFood Ailesi olarak biz, unlu mamüller, donuk börek çeşitleri, mantı çeşitleri, donuk makarna çeşitleri, tortilla, taco, tartilet, güllaç, yufka vb. ürünleri bünyemizde bulundurmaktayız. Bizim ciromuzun yüzde 80'i otellerden karşılanmaktadır. Uzun yıllardır turizm sektöründe çalıştığımız için sektörün avantajlarını ve dezavantajlarını çok iyi biliyoruz. Çevremiz ve paydaşlarımızın tamamı bu sektörde olduğu için, kendimizi güçlü hissettiğimiz bir sektör turizm sektörü.

Eğer ki herhangi bir sorun yaşanmaz, siyasi ve politik problemler olmaz ise ülkenin en yüksek dolar euro girdisi olan bu sektör, muhteşem bir gelir kaynağı haline gelmektedir. Bununla birlikte son 10 yıldır zorluğunu çektiğimiz siyasi konjonktürlerden, bulunduğumuz coğrafyanın maalesef ki etrafındaki ülkelerin iktidarsız içyapılarından da çok çabuk etkilenen bir sektör turizm sektörü. En ufak krizde otomatik olarak sistemi durduran, pamuk ipliğine bağlı bir sektörde çalışmanın dezavantajlarını herkes gibi biz de yaşamaktayız.

Turizm sektöründe otellerden, pandemi sürecinde en çok küçük paketlenmiş ürünler ve özel adet paketlenmiş ürünler istenmeye başlandı

Pandemi döneminde, yaşadığımız bu olumsuz süreçten etkilenmemek adına iç piyasaya ve bölge dışına alt bayilikler vererek farklı bir etkileşim yarattık. Turizm sektöründe otellerden, pandemi sürecinde en çok küçük paketlenmiş ürünler ve özel adet paketlenmiş ürünler istenmeye başlandı. Bununla birlikte gelen taleplerden, başışıklık sisteminin güçlendirilmesi adına daha kaliteli ve daha natürel ürünlerin tercih edildiğini de söyleyebiliriz. Ramazan ayı ise genellikle Türk misafirin hassas olduğu bir süreç oluyor;

özellikle Türk yemeklerinin daha revaçta olduğu bu dönemde, börek ve mantı gibi bize özgü ürünlerin daha çok kullanıldığını görüyoruz.

Oteller, doğru misafir profiline doğru ürün portföylerini vererek hem kaliteyi arttırdı hem de gereksiz maliyetleri azaltmalıdır

Turizm sektöründe otellere, eski bir şef olarak tavsiyem, niteliği artırarak çeşitliliği azaltıp, doğru misafir profiline doğru ürün portföylerini vererek hem kaliteyi arttırdı hem de gereksiz maliyetleri azaltmalıdır. Bir de bunun sosyal sorumluluk tarafı var ki gelecek dönemde susuzluk ve gıda kıtlığının olacağını düşünürsek, tarım alanlarımızın korunması ve geleceğimize yatırım yapmak adına etkin hareket etmemiz gerektiği de bir gerçektir. Ev dışı gıda sektörü, pandemi sürecinden oldukça olumsuz etkilendi ve sektörün büyük problemleri oldu. Sistem hareket etmeyince stoklar elde kaldı, maliyetler yükseldi. Misfood Gıda olarak, iç pazara ve Türk misafirin olduğu alanlara, hatta şehir dışına çıkarak, alternatif yollar aradık, paketli ve inovatif ürünlere daha fazla önem vermeye başladık. Eğer ki Rusya Ukrayna krizi aşılabılırsa ki aşılabılırsa inanıyorum; çünkü bu süreç ülkemizi derinden yaralar, geçen yıl olduğu gibi turizmde önemli bir canlanma bekliyoruz.

Ürettiğimiz zaman ve doğru denetlenebilirlik sağlandığı zaman sektör iyileşmeye başlayacaktır

Geo Group Co. olarak, belirli bir amaç ve distribütörlük kurgusu üzerine 2020 de kurulan bir şirket olmamıza rağmen bu sektörde yaklaşık 10 yıldır grup şirketlerimizle faaliyet gösteriyoruz. Ana kalemlerimiz, distribütörü olduğumuz Gürcistan menşei doğa zengin mineralli sular (Borjomi) ve Kafkasyaya özgü doğa aromalar içeren gazozlar (Zedazeni Gürcü Limonataları). Bununla birlikte geçmiş tecrübelerimiz ve altyapımızla hemen hemen her ürün grubunda oyunun içindeyiz.

Turizm sektörü ve turizm bölgelerindeki ticaretimiz, ciromuzun neredeyse yüzde 50'sine sahip

Türkiye her mevsim kendine özgü renkleri olan bir ülke. Her ne kadar sosyoekonomik koşullar yerli turist için işleri zorlaştırırsa da turizm bu ülkenin deşarj olma yöntemi. İnsanlar için bunun bir terapi gibi olduğunu düşünüyorum. Dolayısıyla sadece yer değiştiren bir sektör turizm. Bizim ürünlerimiz ve ticaretimiz için ise özellikle Mart-Kasım ayları arası güney ve Ege turizmi büyük önem arz ediyor. Turizm sektörü ve turizm bölgelerindeki ticaretimiz, ciromuzun neredeyse yüzde 50'sine sahip.

Türkiye'nin büyük şehirleri; yerlisiyle, turistiyle hatta yerleşik turistleriyle 12 ay yaşıyor bu da bizler için oldukça değerli. Her sektörün olduğu gibi turizmin de artıları eksileri var. Dönemsel yoğunluk ve duraklamalar olduğu için stabil bir durum olmayabiliyor. Bu da planlama kısmında emek veren çalışanlara sorun yaratıyor. Anlık aksiyonlar artıyor yani senenin yarısında nabız anlık artıp düşüyor. Bunların yanında her sektörün eksisi hatta en önemlisi vade konusu. Vadenin artık bitmesi veya doğru bir el tarafından kontrol altına alınması gerekli. Bazı noktalar için vade asıl unsur haline gelmiş. Fiyat ne olursa olsun ben geç ödeyeyim yeter diyen iflas eder.

Pandemi ile geçen 2 yılı toparlamak turizm için bir zaman alacaktır

Pandemi, dünyanın beklemediği bir etkiydi ve hala tamamen kurtulmuş değiliz. Pandemi ile geçen 2 yılı toparlamak turizm için bir zaman alacaktır. Sektörün birden fazla hastalıkları var ve iyileşmesi için üretim öncelikli hale gelmeliyiz. Ürettiğimiz zaman ve doğru denetlenebilirlik sağlandığı zaman sektör iyileşmeye başlayacaktır. 2022 yılının 2 ve 3.



Ozan Taban / Geo Group / Kurucu Ortak

çeyreği turizm için çok önemli. Rusya-Ukrayna krizi bir an önce biterse bu dönemlerde turizmde bir sıçrama olacağını umuyoruz. Dolayısıyla sektöre ciddi bir katkısı olacaktır. Aynı paralelde şirketimiz için de büyüme hedeflerimizi aşacağımızı düşünüyoruz. Hepsinden önemlisi barış ortamının tüm dünyada sağlanmasını diliyoruz.

Talep, satılan ürünlerin niteliğinin ve fiyatının belirlenmesinde etkili olan önemli bir faktördür



Soner Demirkaynak / Gülsan Gıda San. Tic. A.Ş. / Lojistik Satış Destek

Gülsan Gıda olarak, 1948 yılı itibarıyla, turizm sektöründe hotel, restoran ve kafeler için reçel, helva, tahin, bal, pekmez, tereyağı, krem peynir, sirke, meyve suyu, süt ve sütlü mamul ürünleri imalatını gerçekleştiriyoruz. Turizm sektörü her türlü olumsuzluklardan etkilenen bir yapıya sahiptir. Turizm pazarlamasında fiyat, tüketicilerin talebini etkilemekte ve ürün veya hizmetin kalitesi ile ilgili tüketicilerin algısını yönlendirmektedir. Turizmde fiyat, maliyetleri karşılamak, rekabet edebilmek, talebi karşılayabilmek, kâr edebilmek, promosyonel faaliyetleri desteklemek, iyi bir imaj oluşturabilmek, müşteri sadakati oluşturabilmek ve pazara hakim olmak için

turizm işletmeleri tarafından üretilen ürün veya hizmetlere verilen bir değerdir. Bu nedenle, tedarikçi firma olarak fiyatlandırma yaparken bu unsurlara dikkat etmek ve bunların doğrultusunda bir fiyatlandırma yapmak büyük önem arz etmektedir. Turizm işletmelerinin fiyatlama kararlarını etkileyen faktörler, maliyetler, rakipler, araçlar, yasal düzenlemeler, arz ve talep, pazarın yapısı, fiyatlama amaçları, turizm ürününün nitelikleri, tüketici davranışları ve ekonomik durum olarak sınıflandırılmaktadır. Gıda tedarikçisi firmalar, otellerin önemli bir müşteri potansiyeli oluşturduğunu göstermektedir. İklim değişikliğinin gerçekliği ve küresel etkisi, değişim yapmaya istekli yenilikçi girişimleri teşvik etmektedir. Talep satılan ürünlerin niteliğinin ve fiyatının belirlenmesinde etkili olan önemli bir faktördür. Bir turizm ürününün fiyatı düşürüldüğünde talep artmakta, fiyatı yükseltildiğinde ise talep seviyesi azalmaktadır. Talep bu yönüyle fiyatlandırmayı etkilemektedir. Diğer yandan, turizm işletmeleri talebin fiyat esnekliğinden yararlanabilmektedir. Diğer bir ifade ile, fiyattaki bir birimlik düşmenin talep düzeyinde oluşturduğu değişikliğin ölçüsü önceden bilinebilirse, turizm ürününün yaşam süreci boyunca fiyattaki değişimin miktarı da öngörülebilmektedir. Turizm işletmeleri fiyatlarını, rakiplerimizin fiyatlarına bakarak belirlemek istemektedir. İşletmeler tarafından, talebin yoğun olduğunda fiyatın düşürülmesi istenmektedir.

Her aşamada gıda tedarikinin sürekliliğini sağlamaya yönelik güvenlik tedbirleri alınmalıdır

Gülsan Gıda olarak işletmelere tavsiyemiz, her aşamada gıda tedarikinin sürekliliğini sağlamaya yönelik güvenlik tedbirleri alınması gerekliliğidir. Bu tedbirlerin en önemlileri, gıda sektörü çalışanlarının sağlık sorunları, kişisel hijyen, eldiven ve baret gibi gerekli kişisel koruyucu ekipmanları kullanılabilmeleri, yüzeylerin ve çalışma ortamlarının sterilizasyonu, gıdaların güvenli bir şekilde hazırlanması / taşınması / teslimi ve fiziksel mesafenin korunmasıdır. Gıda tedarik zincirinin son aşamalarındaki koruyucu önlemler kritik öneme sahiptir. Çünkü son aşamalara doğru ilerledikçe potansiyel olarak daha fazla insan etkilenebilmektedir. Keyifli gıda tüketme isteği ve düşünmeden satın alma dürtüsü, gıda ve içecek endüstrisine olumlu yansımalar. Tüketiciler, damak tadı konusunda yeni keşiflere her zamankinden daha fazla açık. Ancak önümüzdeki yıl tüketicilerin evden bildiğimiz tatlara dönüşünü ve bu tatları evde ürettiğini daha fazla göreceğiz. Yaşadığımız pandemi sonrası, 2022 yılında bu nedenle çeşitli gıdaların güçlendirilmiş (vitamin, mineral ilave edilmiş) versiyonlarını daha fazla göreceğimiz bir yıl bizleri bekliyor olacaktır. Ürünlerimizin kaliteli ve güzel tada sahip olduğunu inanıyor tüketiciler, markamızı tekrar tekrar tercih edeceklerine, sürekli bir pazar payımız olacağına inancımız tamdır.

Üretmeyen ülkelerin, yani dışa bağımlı ülkelerin zor günler geçirdiklerine şahit oluyoruz

1968 yılında faaliyetlerine başlayan Oruçoğlu Yağ San. olarak, kurulduğumuz yıldan bu yana ulusal ve uluslararası kabul görmüş standartları kendimize ilke edinerek, sektörümüzde fark yarattık. Kuruluşumuz, tam bir entegre tesis olup, tarladan yani tohumdan başlayarak, son ürüne kadar belli standartlarda ve kalitede üretim yapmaktadır. Aynı zamanda yem sektörüne de küspe üretmekteyiz. Turizm sektörüne, özellikle otel ve restoranlara istedikleri standartlarda bitkisel sıvı yağ tedarik ediyoruz. Özellikle AR- GE' mizin geliştirmiş olduğu profesyonel ayçiçek ürünümüz, yüksek performansı ile turizm sektöründe kabul görmüştür. Pandemi döneminde A ve D vitaminli yağların üretimini gerçekleştirdik. Aynı şekilde balık kızartma yağı ve çiğköfte için de özel yağlar geliştirmiş bulunuyoruz. Turizm sektörü firmamız bazında son derece önemli olup, toplam ciromuzun yüzde 20'sini oluşturmaktadır. Özellikle Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaşan sektörde, hedef pazarımız bu bölgeler olup yaklaşık 1.500 büyük otel için ihtiyaçları olan özel yağlar üretiyoruz. Turizm sektörü, özellikle direkt tüketim kanalı olması sebebiyle ürünlerimizin hızlı tüketildiği bir pazardır. Bu bizim için oldukça önemli bir detay. Zira 18 litre ambalaj ile sunduğumuz ürünlerimiz, herhangi bir raf ve ilave pazarlama yapılmadan otel, restoran vb. noktalarında kullanılıyor. Bu

bizim markamız için büyük bir avantaj. Turizm alanındaki yoğunluğun azalması, bu anlamda bizim satışlarımızı da olumsuz olarak etkiliyor tabii. Turizm sektöründeki vadelerin uzunluğu da bizler için ayrıca bir dezavantaj oluşturuyor. Yaklaşan Ramazan ayı ile birlikte yardımlaşma, paylaşma ve dayanışma daha yoğun bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple ihtiyaç sahiplerine destek olmak adına Ramazan kolileri (gıda, erzak vb.) dağıtılıyor. Bu erzak kolilerinin en önemli öğelerinden biri de ayçiçek yağıdır. Birçok otel Ramazan ayında çalışanlarına dağıtılmak üzere bizlerden ayçiçek yağı talep etmektedir.

Özellikle tarımsal emtiaların stratejik ürün olarak (başta ayçiçek tohumu olmak üzere) ilan edilmesi ve bir devlet politikası haline getirilmesi gerekmektedir

Pandemi süreci tüm sektörler gibi hizmet sektörünü de olumsuz etkilemiştir. Turizm sektöründe pandemi ile birlikte gerek sezonluk çalışan gerekse devamlı çalışan turizm personeli açısından çok olumsuz bir tablo oluşmuştur. Aynı zamanda otele hizmet veren tedarikçiler de bu durumdan olumsuz etkilenmişlerdir. Böyle dönemlerde çalışanlara direkt maddi destekler sağlanması önerilebilir. Süreçte, Oruçoğlu Yağ San. olarak, turizm çalışanlarına makul ölçüde destek bulunmaya çalıştık. Bununla birlikte pandemi



Rıfat Tekbaş / Oruçoğlu Yağ San.
Tic. A.Ş. / Genel Müdür

ile birlikte gıda, tarım, hayvancılık ve suyun da önemi ortaya çıktı. Ayrıca Ukrayna-Rusya savaşı ile birlikte tarımsal emtialar fiyat anlamında pik yapmış olmasından dolayı hammadde ve ürün tedariki konusunda ciddi sıkıntılar yaşanmakta. Bu süreçte üretmeyen ülkelerin, yani dışa bağımlı ülkelerin zor günler geçirdiklerine şahit oluyoruz. Buradan ders çıkararak özellikle tarımsal emtiaların stratejik ürün olarak (başta ayçiçek tohumu olmak üzere) ilan edilmesi ve bir devlet politikası haline getirilmesi gerekmektedir. Biz sanayiciler olarak bu tür açılımlara destek vermeye hazır olduğumuzu bildirmek isteriz.

Üretmeye ve daha çok çalışmaya devam etmek mecburiyetindeyiz



Tuna Tezcan / G.C Gıda San. Tic. A.Ş. /
Satış ve Pazarlama Müdürü

G.C Gıda olarak, 1985 yılı itibarıyla, HORECA başta olmak üzere yerel ve ulusal zincir marketlere hizmet veren bir firmayız. Bunun yanı sıra ihracat da yapmaktayız. Turizm sektörüne özel peynirler ve vegan ürünlerin üretimini gerçekleştiriyoruz. Ürünlerimiz

turizm sektörüne hitap eden ürünler olduğu için firmamız adına turizm sektörü, alanda faaliyet gösteren her firmada olduğu gibi bizler için de çok önemli bir pazar. Sektörle çalışmanın bir takım artıları ve eksileri olsa dahi, konuyu bu şekilde değerlendirmeden, önemli olanın eksileri artıya dönüştürebilmek olduğu fikrindeyiz. Eksileri de artıya dönüştürebilmek önemli olan. Sektörde çalışmanın zorlukları olarak diyebiliriz ki, üretim yapan bir firmayız, maliyetler ortada, hammadde fiyatları ortada özellikle gıda üreten firmaların maliyetleri her zaman yüksektir. Kaliteden ödün vermeden üretim yapmak zorundasınız. Son üç yılda özellikle vegan ürünler ile alakalı ciddi talepler almaktayız. Türkiye de ilk vegan peynirler yapan firmayız. 2015 yılında üretmeye başladık. Otellerimizin ve zincir restoranların birçoğu sağlık köşesi adı altında vegan menülere yer verdi. Bu bağlamda birçok otele vegan ürün hizmeti veriyoruz. Ramazan

ayının yaklaşmasıyla taleplerde biraz artış gözlemlediğimizi söyleyebiliriz.

İlklerin firması olmayı seviyoruz

Pandemi tüm dünyayı etkiledi ve beraberinde sorunları da getirdi. Umarım artık son bulur. Birçok işletme olumsuz etkilendi ve ciddi hasarlar bıraktı. Ev dışı gıda sektörünün eski performanslarına ulaşması biraz zaman alacak. Otellerin, kafelerin maliyetleri, doluluk oranları, tam kapasite faaliyet vermeleri bunlar, sektörün en başlıca sorunlarıdır. Üretmeye ve daha çok çalışmaya devam etmek mecburiyetindeyiz. 2022 yılında umuyorum ki bu pandemi artık tamamen bitecek ve eski günlere geri döneceğiz. Kötü bir senaryoyu kimse artık düşünmek bile istemiyor, çünkü çok yordu. Bizler üretim kapasitemizi arttırdık sürekli AR-GE yaparak yeni ürünler çıkartıyoruz. İlklerin firması olmayı seviyoruz. 2022 yılının her işletme için çok güzel bir yıl olmasını temenni ederim.



BORJOMI

LIVE WATER

LIVE LEGEND



www.geogroupco.com
[@borjomiturkey](https://twitter.com/borjomiturkey)

+90 216 366 00 20-21
info@geogroupco.com



Turizm, hizmet verdiğimiz ev dışı tüketim sektöründe yüzde 70'lik bir paya sahiptir

1974 yılından beri faaliyetlerini sürdüren Kale Gıda olarak, şu anda 135 kişilik uzman kadromuz, 120 adet donanımlı araç filomuz ve 49 bin metrekarelik depo alanımızda Marmara ve Ege Bölgelerinde 7 binden fazla noktaya hizmet veriyoruz. Turizm sektöründe Çanakkale ve Balıkesir bölgesinde bulunan otel, restoran, kafe, toplu tüketim, fast food, üretim tesisi işletmelerine gıda, içecek ve temizlik ürünlerinde tedarik sağlıyoruz. Turizm, bölgemize ekonomik ve sosyal alanda çok katkı sağlamakta. Bölgemizin doğal ve kültürel değerlerinin her geçen gün önem kazanmasından dolayı turizm sektörü, bizim için çok değerli ve kıymetli bir pazardır. Pandemi gibi bir süreçte en çok etkilenen sektör olmasına rağmen, gerekli önlemlerin alındığı dönemlerde en hızlı toparlanan sektör olan turizm, hizmet verdiğimiz ev dışı tüketim sektöründe yüzde 70'lik bir paya sahiptir.

Turizm sektörüne dair planlar yapılırken birçok faktör göz önünde bulundurulmalı, olumlu veya olumsuz plan değişikliklerine hazır olunmalı

Turizm sektörü ile çalışmanın artıları açısından diyebiliriz ki, sektör, insanların sosyal, kültürel gelişimleri ve mutlu olmaları için verilen hizmetlerin toplamını oluşturmaktadır; bu da sektöre hizmet verdiğimiz için bizleri mutlu etmekte. Sektörün büyüyen bir pazar olması, bizleri de ürün portföyü, lojistik yapı, finans, istihdam ve hizmet kalitemizin artması gibi konularda olumlu etkilemekte. Bu bağlamda birçok avantajı bünyesinde barındıran bu pazarda gelişip büyüyüyoruz. Bölgemiz pandemi döneminde, çok fazla büyük tesislerin olması, doğa turizmine uygun olması ve

temas durumunun daha kontrol altında tutulması ile güzel bir yaz sezonu geçirdi. Sektörün eksileri olarak, pandemi, ülkeler arası sorunlar ve ekonomik olumsuzluklardan çok hızlı etkilenen bir pazar olması ve bu durumdan dolayı bütün planların bir anda değişmesi gerekebildiğini belirtebiliriz. Sektörde planlar yapılırken birçok faktör göz önünde bulundurulmalı, olumlu veya olumsuz plan değişikliklerine hazır olunmalı. Talepler anlamında ağırlıklı olarak çıkan unsur, tedarik konusunda hizmetin kaliteli ve zamanında olması, özellikle yazlık bölgelerde bu durum daha bir önem kazanmakta. Otelere ve turizm bölgesinde hizmet veren işletmelere Kale Gıda olarak tavsiyemiz, stok konusunda gerekli alt yapılarını hazırlayarak daha planlı stok yönetimi yapabilmeleri yönündedir. İçinde bulunduğumuz dönem, birçok gıda ürününde tedarik ve fiyat sıkıntısı yaşanmakta, zamanlı ve planlı stoklama yaparak böyle dönemlerde kendilerini koruyabilirler.

Pandemi ve maliyet artışları, ev dışı tüketim sektörüne ek finansman yükü getirdi

Son dönemde pandemi ve maliyet artışlarından dolayı ev dışı tüketim sektörü çok ciddi derecede olumsuz etkilendi ve işletme sahipleri ekonomik olarak zor bir süreci yönetmek zorunda kaldı ki bu da bizim gibi tedarik firmaları için ek finansman yükü getirdi. Sektöre verdiğimiz hizmet ve destekte finansman gideri, operasyon maliyetimizde bizi çok fazla olumsuz etkilemekte. Lojistik, elektrik, doğalgaz, işçilik maliyetlerinin yükü artmakta. Bu yüklerimizin hafifletilebilmesi için devletimiz tarafından tüm ev dışı tüketim



Ergin Özkan / Kale Gıda San. ve Tic. A.Ş. / Ev Dışı Tüketim Satış Müdürü

sektörüne destek verilmeli. Çok hızlı ve yüksek fiyat artışlarından dolayı sektör verdiği hizmetin maliyet hesaplaması konusunda ciddi sıkıntılar yaşamakta, özellikle toplu tüketim kanalı bu durumdan en fazla etkilenen kanal.

2022 yılından çok umutluyuz

2022 yılına pandemi döneminin sona yaklaşması ve artık insanların daha rahat tatillerini yapabilme ümidi ve heyecanı ile başladık. Fakat Rusya ve Ukrayna savaşından dolayı heyecanımızda burukluk oldu. Temennimiz en kısa sürede bu olumsuz durumun sona ermesi ile sosyal ve ekonomik açıdan bölgemizin en az hasar ile süreçten çıkması. Çanakkale ve Balıkesir bölgelerimizin tarihi ve kültürel yapısının zengin olması, doğa turizmine çok uygun birçok bakir bölgelerinin olması, denizlerinin temiz olması, adalarının doğal ve ekolojik yapılarının bozulmamış olması, tüm bölgemizdeki tesislerin pandemi döneminde çok güzel talepler alması ile hizmet kalitesini arttırmamasından dolayı 2022 yılından çok umutluyuz.

Turizm sektörü, firmamız açısından büyük ve gelişmemize yardımcı olan bir pazar



Cihan Uçar / Başyazar Süt Ürünleri Gıda San. ve Tic. A.Ş. / Genel Müdür Yardımcısı

1990 yılında faaliyete başlayan Başyazar Süt Ürünleri Gıda San. olarak, süt ürünleri alanında üretim gerçekleştirmekteyiz. Firmamızın üretimi tamamen deneyimli ve konusunda uzman kişiler tarafından yapılmaktadır. Yeni üretim teknikleri konusunda da sürekli eğitilen genç bir kadro ve yüksek kalite ile dünya standartlarına uygun olunması sağlanmakta ve kalite kontrol yöntemleri uygulanmaktadır. Başyazar Süt Ürünleri Gıda San. olarak, turizm sektörüne peynir çeşitleri, tereyağı, krema gibi ürünlerde tedarik sağlıyoruz. Ürünlerimizin değerlendirilmesi açısından da oldukça yardımcı olan turizm sektörü, firmamız açısından büyük ve gelişmemize yardımcı olan bir pazar. Firmamız bazında

artılarının eksilerinden daha fazla olduğunu söyleyebileceğimiz sektör; hızlı tüketim açısından önem arz etmekte. Turizm sektöründe gıda tedarikinde öne çıkan unsurların, değişen pazarda müşterileri memnun etmek için yenilikçi, lezzetli ve kaliteli ürünler olduğunu söyleyebiliriz. Bu bağlamda otellere tavsiyemiz, bekleneni tam olarak bizimle paylaşmalarıdır. Hizmet sunduğumuz alanda yaşanan en önemli sorun, saklama koşullarında yaşanan problem olmaktadır. 2022 yılında, ülke genelinde baş gösteren salgının azalması ile canlanacak olan turizm sektörümüz sayesinde pazardan beklentimiz büyük.

Ziirafe



VEGAN

Türkiye'de İlk !

Vegan ürünlerinde bol çeşidimizle hizmetinizdeyiz.

İçli köfte, mantı, hingel, çi börek ürünlerimizle otel, restoran, kafe ve marketlerde yerimizi aldık.



Ispanaklı, Mantarlı, Patatesli Vegan Manti ve Hingel

Vegan İçli Köfte



Mantarlı
Patatesli
Ispanaklı
Yeşil Mercimekli

100%
VEGAN

Otel & Restoran mutfaklarının VEGAN bölümüne yeni lezzetlerimizle renk katacağız

Ürünlerimiz TS EN ISO 22000:2018 Gıda Güvenliği (HACCP) ve TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemine Sahip Tesislerimizde Üretilmektedir.



Sasi Gıda Medikal İç ve Dış Tic. San. Tic. Ltd. Şti.

Sipariş İçin : info@sasi.com.tr

Tel: 0312 320 58 88



HELAL
GIDA

HALAL

Diriliş Mahallesi Kalebent Sokak No: 3 Gülveren Mamak / ANKARA



Sektörün belirsiz ve öngörülemez potansiyeli, bizleri planlama yapmakta zorluyor

Ayca Süt Ürünleri Gıda Pazarlama olarak, 1980 yılında Konya ili Karatay ilçesinde süt ürünleri üretimine başlayan firmamız, 2009 yılından itibaren Akdeniz Bölgesi ile de faaliyet alanlarını genişletti. Turizm sektöründe Akdeniz ve Ege bölgesinde, süt ve süt ürünleri alanında hizmet vermekteyiz. Turizm, ürün portföyümüzü genişletmemize ve daha da yenilikçi olmamıza katkı sağlayan bir pazar. Üretim hacmimizin yüzde 25 oranındaki hacmini turizm, kalan kısmını perakende pazarı ve zincir marketler oluşturmaktadır. Sektör ile çalışmamızın artıları için, dünya mutfağındaki süt ürünleri hakkında her daim bilgi akışı sağlıyor olmamız ve dolayısıyla yenilikçi ve dinamik olmak durumunda kalmamız olduğunu söyleyebiliriz. Sektörün olumsuz yanı ise hep olan ama son yıllarda sektörün daha da belirsiz ve öngörülemez

potansiyelinin, bizleri planlama yapmakta zorlamakta olduğu gerçeğidir.

Kendini yetiştirmeden tezgahın başına geçen her çalışan, işletmeye ve biz firmalara zarar veren en büyük etkindir

Turizm sektöründe işletmelerden gelen taleplerde öne çıkan unsur, istenilen nitelikte ve talep edilen zamanda ürün tedarik edip işletmeye ulaştırmak oluyor. Ayca Gıda olarak, sektörde hizmet veren işletmelere, en başta hizmet sektörü olması sebebiyle mutfak personeline daha çok önem vermeleri ve sahip çıkmaları gerektiği yönündedir. Kendini yetiştirmeden tezgahın başına geçen her çalışan, işletmeye ve biz firmalara zarar veren en büyük etkindir. Turizm sektörü yapısı gereği dünya genelinde olağan dışı olaylardan en hızlı ve derinden etkilenen sektörlerin başında geliyor.



Tunahan Uysal / Ayca Süt Ürünleri Gıda Paz. Ltd. Şti. / Akdeniz Bölge Müdürü

2022 yılı için öngörümüz, Avrupa ülkelerinden gelecek olan misafirlerimizle ilgili bir sıkıntı olmayacağıdır. Ancak Rusya ve Ukrayna ülkeleri için aynı şeyleri söylemek zor.

Turizm sektörü ciromuzun yüzde 60'lık kısmını karşılamaktadır



İbrahim Halil Demirci / DMRC Gıda / Firma Sahibi

2020 yılından beri otel, hediyeelik, market, okul kantini, pastane, şekerleme, içecek, oyuncak sektöründe faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Turizm sektörüne şekerleme, içecek alanında hizmet vermekteyiz. Turizm, gerek şehrimiz gerekse ülkemiz için önemli bir pazar. Önemli

olduğu kadar risk durumu da yüksek olan bu pazar ciromuzun yüzde 60'lık kısmını karşılamaktadır. Sektör dinamikleri gereği birçok artışı ve eksiği de bünyesinde barındırmaktadır. Firmamız bazında, turizm sektörü ile çalışmanın avantajlarını, yaz dönemi gibi kısa bir süreçte ciromuzun büyük kısmını oluşturması olduğunu söyleyebiliriz. Dezavantajlarından bahsedek olursak, turizm sezonu öncesi hazırlıkların yapılması gereğini ve çalışmaların dış etkenlerden çok çabuk etkilenmesini gösterebiliriz. Bu nedenle turizm odaklı çalışma yapan firmaların devamlı dış politika ile hareket etmek zorunda olduğu yadsınmaz bir gerçektir. Turizm sektöründe hizmet veren otellerin büyük bir kısmı Avrupa standartlarından gerek tesis gerekse sunulan hizmetler açısından çok daha iyi durumdadır. Bu aşamada belirtmemiz gerekir ki, yıllar öncesinden yapılmış olan bir hata hala devam ettirililmektedir. Herşey dahil sistemi, otellerimize aşırı maliyet getirmekle beraber dışardaki esnafı da zedelemektedir.

Ramazan ayının sektöre etkileri için, herhangi bir değişimin sözkonusu olmadığını söyleyebiliriz. Tesislerimizde misafirler, yabancı ağırlıklı olduğu için ramazan ayının sadece yerli turistlere hitap eden otellerimizde etkisinin bulunduğunu gözlemlemekteyiz.

Dışa bağımlılığımızı kaldırmadığımız sürece, içinde bulunduğumuz durumda kurtulmanın bir yolu olmayacaktır

Gıda sektörünün yaşadığı sorunlara baktığımızda, pandemi döneminin olumsuz etkilerinin hala sürmekte olduğunu görüyoruz. Bununla birlikte doların hareketliliğinden dolayı zor bir dönemin içerisinde bulunmaktayız. Dışa bağımlılığımızı kaldırmadığımız sürece bu durumdan kurtulmanın bir yolu olmayacaktır. DMRC Gıda olarak, hedefimiz doğrultusunda hareket etmek için, her türlü ekonomik kriz ve olumsuz sonuçlara hazırlık içerisinde olup, büyüme hedeflerimizi gerçekleştirmek için çabalamaya devam ediyoruz ve edeceğiz.

Yüzde 100 şeker pancarlı yerel gazoz koleksiyonu

Muğla Marmaris'te üretilen ve yerel lezzetlerle harmanlanarak geliştirilen yerel gazoz koleksiyonları, her damak zevkine uygun olarak hazırlanıyor. Tüm koleksiyonlar ilave şeker olmadan, son derece doğal olarak, yüzde 100 şeker pancarından üretiliyor. 250 ml'lik cam şişelerde sunulan gazozlar; kafe, otel, restoran gibi işletmelerde tüketicilerin öncelikli tercihleri arasında yer alıyor. Datça'nın meşhur bademinin, klasik frambuaz aromasıyla harmanlandığı Dadya Datça Gazozu,

250 ml'lik şeffaf cam şişelerde üretiliyor. Aynı zamanda eski gazozlardan alışık olduğumuz frambuaz tadı, iftar sofralarının vazgeçilmez içeceği olan İftarlık Gazoz ile buluşturuluyor. Marmaris'e özgü çamların bir yansıması olan Çam Gazozu ile zencefilin doğal aromasıyla bezenen Zencefil Gazozu farklı damak tatlarından hoşlananlar için özel olarak üretiliyor. Gazozlar, otellerin çeşitli alanlarında tüketiciye sunuluyor. Aynı zamanda barlarda tonik olarak da kullanılabilir.



Rational pişirme sistemlerinizi ConnectedCooking'e bağlayın, tek bir tık ile her şeyi kontrol altına alın

Dijitalleşme yeni dünya düzeninin olmazsa olmazı haline geldi. Bu düzende her şey online bir hal aldı. Yemekler tek tık ile istediğiniz her yere geliyor, menüleri QR sistemi ile akıllı telefonlarımızda görebiliyoruz ve çok daha fazlası... Hemen hemen her şeyi akıllı telefonlarımızdan, bilgisayarlarımızdan veya tabletimizden yönetebiliyoruz. Her şey bu kadar dijital bir hal alıp hızlanırken, arka planda da bazı sıkıntıları beraberinde getirmesi şaşırtıcı değil. Müşteriler siparişlerinin hızlı, lezzetli ve sıcak bir şekilde gelmesini istiyor. İşletmecilerde en hızlı şekilde bu süreçleri nasıl yöneteceklerinin yolunu arıyor. Burada da iş mutfak operasyonuna düşüyor. İşte bu noktada, Rational Firması, 2017 yılından bu yana müşterilerine sunduğu ConnectedCooking'i daha da geliştirerek en ideal çözüm önerilerini sunmaya devam ediyor. HACCP verilerinin kontrolü, denetlenmesi ve saklanması, otomatik güncellemeler, tarif yaratma ve paylaşma, teknik servis desteği ve pişirme sistemi yönetimi gibi işletmelerin en önemli ihtiyaçlarını daha da kolaylaştırdıklarını belirtiyorlar.

"İhtiyacınız olan tek şey; mutfağınızdaki Rational pişirme sistemlerinizi internet ağınıza bağlamak ve bu portala üye olmak"

Rational Türkiye Kurumsal Şefi Umut Eyoğlu, Rational pişirme sistemine sahip müşterilerimizin öncelikle pişirme sistemlerini ConnectedCooking'e kayıt ettirmeleri gerektiğini, bu işlemin çok kolay olduğunu, bu sayede sağlanan tüm olanaklardan hemen yararlanabileceğini ifade ediyor. Eyoğlu konu hakkında şu açıklamaları yaptı: "İhtiyacınız olan tek şey; mutfağınızdaki Rational pişirme sistemlerinizi internet ağınıza bağlamak ve bu portala üye olmak. Bu sayede akıllı telefonunuz, tabletiniz veya bilgisayarınız aracılığıyla Rational pişirme sistemlerinize erişim sağlayabilirsiniz. Bu ne demek; bir veya birden fazla şubeli bir işletmeye mi sahipsiniz. Menüünüzü hazırladınız ve tüm menünüzü pişirme sisteminize kaydettiniz. Artık tek bir tık ile yeni menünüzü

tüm şubelerinize pişirme süreçleriniz ile birlikte gönderebilir ve bu sayede İstanbul'daki şubeniz ile Adana'daki şubeniz veya Ankara'daki şubeniz aynı menüyü, aynı lezzeti

tüm şubelerinde yakalayabilirler. Eskiden HACCP pişirme datalarını manuel bir şekilde tutuyordunuz ve denetim zamanlarında tüm verileri toplamak için zaman harcıyordunuz şimdi ise tek bir tık ile HACCP pişirme verilerinizi belgeleyebilir, kontrol ve kayıt altına alabilir ve denetleyebilirsiniz. Bakım ve temizlik durumu düzenli takip edebilir ve temizlik planları oluşturabilirsiniz. Çalışanlarınızın da mutfakta karşılaştıkları zorlukları ve günlük çalışma rutinlerini daha verimli hale getirebilirsiniz. Tek tuşa dokunarak tüm menüye ve tarif kütüphanemizden binlerce tarife, pişirme süreçleri ile birlikte ulaşabilirsiniz. Ayrıca ConnectedCooking'e pişirme sisteminizin kurulumunu yapan yetkili teknik servisimizi de ekleyebilirsiniz. Pişirme sistemlerinizde bir sıkıntı olursa, sistemden direkt servisimize mesaj gönder ve uzaktan erişimle halledilebilecek her türlü sıkıntınızı anlık müdahale ile çözüme ulaştırabilirsiniz. Bu da sizi zamandan tasarruf etmenizi sağlar." Bununla birlikte Eyoğlu, ConnectedCooking'e bağlı olan müşterilerinin çoğundan aldıkları geri bildirimlerde, dijitalleşmenin günlük mutfak operasyonlarını ne kadar kolaylaştırdığını ve bu sayede pişirme sistemlerinin neler yapabildiğine şaşırdıklarını, uzaktan erişim ile cihazlarının kontrolünü sağlamaları ve HACCP pişirme verilerini kayıt altında tutabilmelerinin, bunlardan sadece bir kaçını ifade ettiklerini söylüyor. ConnectedCooking'e pişirme sistemi kurulduğunda hemen kayıt olunabileceği gibi daha sonra herhangi bir zamanda da ücretsiz kayıt olup, pişirme sistemleri sisteme eklenebiliyor.



Standart Pompa'nın Enerji Verimliliği Semineri büyük ilgi gördü



Dünyadaki elektrik enerjisinin yaklaşık yüzde10'unu pompalar tüketmekte. Pompalama sistemlerinin verimliliği, gelecek nesillere nasıl bir dünya bırakacağımızın da bir göstergesi. Çünkü enerji tüketiminin artması, enerji üretiminin de artması anlamına geliyor ve bu üretim arttıkça, ortaya çıkan karbon emisyonları yüzünden iklim krizinin de şiddeti artıyor. Türkiye'deki pompa sektörünün lider isimlerinden Standart Pompa, enerji verimliliği

konusuna büyük önem veriyor. Pompa, hidrofor ve yangın söndürme sistemleri üreten ve 100'ü aşkın ülkeye ihracat yaparak Türkiye'nin global markalarından birine dönüşen Standart Pompa, Eko Tasarım Yönetmeliği'ne uygun verimli ürünler sunarken, AR-GE çalışmalarıyla da enerji verimliliğini artıracak yeni çözümler geliştiriyor. Standart Pompa, enerji verimliliğine vurgu yapmak adına Antalya'da "Enerji Verimliliği" temalı bir seminer düzenledi. Standart Akademi eğitimleri kapsamında 22 Mart Günü DoubleTree by Hilton Antalya City Centre'de gerçekleştirilen organizasyon büyük bir ilgi ile karşılandı. Semineye konuşmacı olarak katılan Akdeniz Üniversitesi, Makine Mühendisliği Bölümü Termodinamik Anabilim Dalı Başkanı Prof. Dr. İbrahim Atmaca "İklim Krizi ve Karbonsuzlaşma Sürecinde Ticari Binalar İçin Enerji Etkin Sistemler" konusunda, Mühendislik ve Enerji Verimliliği Danışmanı Burak Rıza Toraman ise "Enerji Darboğazındaki Dünya'da Enerjinin Taşınım Maliyetlerini En Uygun Noktada Tutma" konusunda dinleyicileri bilgilendirdi. Standart Pompa Ürün Geliştirme Müdürü Dr. Mehmet Kaya ise "Su Pompalarında Eko Tasarım Gerekliliklerinin Bugünü ve Geleceği" konularına değindi. Seminer soru-cevap etkinliği ile sona erdi.

Daikin FWC-B Dairesel Atışlı Fancoil ile 360 derece konfor

Daikin, fancoil ünitelerinde geliştirdiği yeniliklerle de sektöre katkı sağlıyor. Daha önce 200 mm'lik FWE-D modeliyle sektörün en ince fancoil ünitesini üretmeyi başaran Daikin, şimdi de 360 derece dairese



hava üfleme kabiliyeti sayesinde ortama homojen sıcak ya da soğuk hava dağılımı sağlayan FWC-B Dairesel Atışlı Fancoil modeliyle konforu mekanlara taşıyor. Dekoratif paneliyle son derece estetik bir tasarıma sahip olan FWC-B Dairesel Atışlı Fancoil, barındırdığı BLDC teknolojisi ile yüksek enerji verimliliği sağlıyor. 23 farklı üfleme alternatifini sunan cihaz konut, ofis, hastane, otel ve AVM gibi alanlarda mükemmel bir çözüm olarak öne çıkıyor. FWC-B Dairesel Atışlı Fancoil ürün, yıllardır Daikin ürünlerinde kullanılan 'scirocco' fanlar sayesinde son derece sessiz çalışıyor. Cam önlerine, asma tavan içlerine, tavan altına veya döşeme içlerine konulabilen farklı tiplerdeki fancoil ürünlerin küçük boyutlarda olması hem montaj avantajı sağlıyor hem de kullanıldığı alanlarda estetik çözümlere fırsat veriyor.

Otellerle acenteler 'elektrahotels' ayrıcalığı ile bağlanıyor

Turizm sektörünün en güçlü çözüm ortaklarından Talya Bilişim, yeni geliştirdiği elektrahotels acente platformu ile otellerle acenteleri birbirine bağlayarak, sektöre önemli avantajlar sunuyor. Acenteler, otellere direk bağlanarak otelin gerçek müsaitlik durumunu, fiyatlarını görebiliyor ve otelin belirlemiş olduğu net acente fiyatından hızla rezervasyon yaptırabiliyorlar. Turizm sektörüne çok ciddi bir zaman, kolaylık, verimlilik, avantaj sunan elektrahotels şimdiden yurtiçi ve yurtdışından büyük ilgiyle karşılanmış durumda. Şu anda Türkiye genelinde 1280, global anlamda da 100 civarında otel sistemi kullanmaya başladı. Talya Bilişim Yönetici Ortağı Nilüfer Durukal, elektrahotels portalının hem oteller hem de acenteler için önemli avantajlar sunduğunu belirterek, "Otellerin çalışmak istediği yüzlerce acente var, fakat her biriyle gidip bağlantı kurmak, satış aşına girmek, doğru komisyonu yakalamak vb. çeşitli konuları çözmek gerekiyor. Aynı şekilde acente de satacak otel arıyor ve bunu yaparken iletişimi hızlı bir şekilde sağlayabilmeyi, özel fiyat alabilmeyi istiyor. İşte biz tüm bunları elektrahotels portalında bir arada sunuyoruz" dedi. Elektrahotels portalında otel olarak

portala girildiğinde, listeli acenteler arasında bağlantıya geçmek isteyenler online olarak seçiliyor. Seçili acenteler otelin konum, aktivite, müsaitlik durumu, fiyatları vb. çeşitli bilgilerini görebiliyorlar. Bundan sonra acente otel için satış yapmaya başlayabiliyor ve çok ciddi bir zaman kazandırıyor. Ayrıca acentenin online olarak rezervasyon göndermesini sağlayabiliyor. Üstelik Talya Bilişim bundan komisyon da almıyor. En kapsamlı web tabanlı ve bulutta çalışan otel yönetim sistemi Elektraweb kullanan otellere avantaj olarak sunulmuş durumda.

"Dünyadaki hiçbir otel programının böyle bir satış platformu yok; otel ve acenteyi online olarak bir araya getiren tek PMS'iz"

Elektrahotels ile gördükleri ilgiden memnun olduklarını söyleyen Nilüfer Durukal, bu sayede turizm sektörüne hız ve büyüyen bir hacim de katmış olduklarını ifade etti. "Acente ve otellerin bir araya gelmesi, komisyon oranlarının belirlenmesi, anlaşmanın sağlanması hem zaman hem evrak yükü taşıyan bir süreç. Elektrahotels tüm bu süreci tek tıkla sağlamış oluyor, acentenin ve otelin operasyon giderlerini çok düşürüyor" açıklamasında bulunan

Nilüfer Durukal, "Dünyadaki hiçbir otel programının böyle bir satış platformu yok; otel ve acenteyi online olarak bir araya getiren tek PMS'iz. Acentelerin otele otomatik bağlanıp fiyat görebildiği "sor sat" yöntemine ihtiyaç duymadan



Nilüfer Durukal

rezervasyon akışının sağlandığı bir platform yok. Ne var, acentenin otele verdiği ara yüz var. Otelin anlaşmalı olduğu acentenin sunduğu uygulama otele bir ara yüz veriyor. Otel oradan gidip rezervasyon için fiyat, müsaitlik açıyor. Uygulama da otele online olarak rezervasyon gönderiyor. Otelin çalıştığı her acente için bu işlemleri tekrarlama gerekiyor. Elektrahotels ise bunların hepsini tek tek yapma külfetinden kurtarıp, tamamını toplayıp bir portal üzerinden hızlı ve kolayca yapmayı sağlıyor" dedi.

Form WSHP üstün teknoloji ve kalitesiyle tercih ediliyor

Üst düzey teknoloji ile üretilen Form WSHP ısı pompaları, fiyat avantajı ve ürün kalitesinin yanı sıra ısı pompası alanındaki yenilikçi özellikleriyle kurumsal ve mağaza müşterilerinden yoğun ilgi görmeye devam ediyor. İstanbul Galataport AVM ve Ankara YDA Center İş Merkezi de iklimlendirme ihtiyaçlarını Form WSHP ısı pompalarıyla giderdi. İklimlendirme sektörünün öncü firmalarından ve 56 yılı aşkın geçmişinde birçok başarılı referansa imza atan Form Şirketler Grubu, 2019 yılında yerli su kaynaklı ısı pompalarının seri üretimine başladı. Güvenilirlik, yüksek verimlilik, deneyimli satış sonrası hizmetler ve devamlı müşteri memnuniyeti prensibi sayesinde su kaynaklı ısı pompasında 200'den fazla AVM ve ofis projesinde 40 bine yakın çalışan referansa sahip olan Form, yerli üretim Form WSHP ile bu alandaki gücünü artırdı. Form WSHP ısı pompaları, 3 ila 22 kW arasında değişen 6 farklı kapasitesi ile bir projede gerekli olabilecek tüm ihtiyaçlara çözüm sunuyor. Geniş çalışma limitleri sayesinde çevrim suyu sıcaklığının değişiminden bağımsız olarak yüksek performans sağlıyor. Ayrıca ekstra izolasyon

ve kompresör ceketi opsiyonuyla daha üst seviyede sessiz çalışma sağlıyor. Termostat üzerinden 3 hızlı fan kontrolü sayesinde istenilen konforu sunan Form WSHP, farklı üfleme ve dönüş kanal yönü seçenekleriyle farklı mimari yapılarla kolaylıkla uyum sağlıyor. Ayrıca gelişmiş merkezi kumanda ve dokunmatik ekran seçeneğiyle tek bir noktadan çoklu merkezi cihaz yönetimine olanak tanıyor. Ayrıca BMS ile de uyumlu şekilde çalışıyor. İklimlendirmede verimlilik ve konfor konusunda hassasiyet gösteren büyük zincir perakende gruplar, birçok mağaza ve ofis projesinde özellikle tercih edilen Form WSHP ısı pompaları, fiyat avantajı ve ürün kalitesiyle öne çıkıyor. Form WSHP yenilikçi özellikleri ve tasarımıyla, 30 yıldır bu konuda Türkiye'nin öncü ve en büyük deneyime sahip firması Form Grup'un bu alandaki bilgi birikimini yansıtıyor.



Bien ileri teknolojik ürünleriyle yüzde 60'a yakın su tasarrufu sağlıyor



Bien, Birleşmiş Milletler tarafından temiz ve güvenli suya erişmek ve küresel su kriziyle mücadele etmek amacıyla ilan edilen Dünya Su Günü'nde farkındalık yaratmaya devam ediyor. Tüm dünyada sürdürülebilirliğin temellerini oluşturan temiz su kaynaklarının verimli şekilde kullanılmasına yönelik

çalışmalara Bien de fotoselli bataryalarıyla destek veriyor. Islak zeminlere yönelik Ar-Ge çalışmaları gerçekleştiren ve yüksek teknoloji ürünler geliştirip tasarlayan Bien'in "Sensör Flow Sistemleri" içinde yer alan fotoselli ürünler, hijyeni en üst seviyede tutarken sudan da yüzde 60'a yakın tasarruf etme imkanı sağlıyor. Suyun ihtiyaç doğrultusunda akmasını sağlayan Sensör Flow Sistemleri'nin içinde; Fotoselli Lavabo Bataryası, Fotoselli

Ankastre Lavabo Bataryası, Fotoselli Lavabo Musluğu ve Fotoselli Pisuar Musluğu yer alıyor. Restoranlardan havalimanlarına, otellerden hastanelere, AVM'lerden toplu kullanıma açık tuvaletlere kadar pek çok alanda tercih edilen fotoselli bataryalar, sürdürülebilir bir gelecek için su kaynaklarını korumaya yardımcı oluyor.

iCombi Pro. iVario Pro.
Sadece iki
pişirme sistemi
ile teknolojik
mutfağınızı
kurun!

Siz sadece sonucu
söyleyin, dünyanın ilk ve
tek yapay zekaya sahip
pişirme sistemleri sizin
için çalışsın!

Teknolojik mutfağın kalbi!
rational-online.com.tr



Daha fazlasını
görmek için:



WeBee, atılımları ile büyümeye devam ediyor

Otelere yönelik temassız dijital hizmetler sunan misafir etkileşim platformu WeBee, 3. yatırım turuna çıktı. İlk yatırım turunu Turna ve Biletbank'ın ortağı Mustafa Oğuz Akdeniz ve Artımobil'in ortağı ve genel müdürü Burak Şen'in yatırımları ile 2019-2020 yıllarında tamamlamıştı. WeBee, bu ilk tur yatırımı ile satış ekibini tamamlayarak 2,5 kat ciro artışı ile Türkiye pazar lideri oldu. Geçen senenin başında Diffusion Capital Partners (DCP) öncülüğünde ve Türkiye Kalkınma Fonu altında faaliyet gösteren Teknoloji İnovasyon Fonu (TİF), Angel Effect, Yemeksepeti kurucusu Sn. Nevzat Aydın, Almanya'dan yatırımcı Sinan Özel ve İngiltere'den yatırımcı Dr. Sinan Düztaş'ın katılımı ile ikinci yatırım turunu kapattı. Bu son yatırım turu ile global pazarlama ekibini oluşturarak İngiltere'de şirket kurup pazarlama ajansı ile anlaşma sağladı. Aldığı ikinci yatırım ile Dubai'de satış operasyonlarını da geliştiren WeBee, Maldivler'deki pazar payını yüzde 100 büyüttü. Global ön büro yazılım sistemleri ile entegrasyonlarını tamamlayarak global pazarlar için büyük bir adım attı. 2021 yılında cirosunu yüzde 100 artıran WeBee

globalde pazar payını büyümek için iki yeni ürün geliştirdi. Bunlardan biri olan, geçen ay hizmete sunulan, otel operasyonlarını otomatikleştirip maliyetlerini düşüren EaSee sayesinde otellerin dijitalleşmesine öncülük ederken, diğer yanda dünyada ilk olacak ve küçük otelleri hedef alan, inovatif ve çığır açacak yeni ürününü de Nisan ayında global pazarda lanse edecek.

WeBee Dünyadaki ayak izini ve hedefini büyütüyor

Costa Rica'dan Hint Okyanusu'na uzanan 23 farklı ülkede 180'den fazla otelde 12 dil desteği ile hizmet veren WeBee, Dubai'de yeni bir yapılmaya giderek, HSG firması ile iş ortaklığı yaptı ve bölgede istihdam ettiği satış müdürleri ile birlikte Birleşik Arap Emirlikleri öncelikli olmak üzere Körfez bölgesinde de pazar payını artırmaya başladı. Konuyla ilgili açıklama yapan WeBee Kurucu Ortakları Dr. Özgür Zan ve Tansel Voyvodaoğlu, "Şu an Turizm hem Dünyada hem Türkiye'de önemli bir ihtiyaç. Pandeminin ve globalleşen bir sistemin etkisi ile insanlar daha çok seyahat etmek isterken kolay ve güvenli bir yol tercih ediyor.



Bunun için de dijitalleşme şart. Pazarda hala dijitalleşme adımı atmamış olan otellerin yüzde 70'i, büyük bir fırsat olduğunu bize gösteriyor. Yeni ürünlerimizle birlikte toplamda 1 milyonun üzerinde konaklama tesisine hitap edeceğiz. WeBee olarak 670 binine ulaşabiliyoruz ve 5 yıl içerisinde de 22 bin 500 otele hizmet vermeyi hedefliyoruz. 2028 yılına kadar şirket değeri 250 milyon doların üstünde olacak. Alacağımız 3. yatırım ile şirket merkezini İngiltere'ye taşıyacağız. Avrupa'da satış yapılanması oluşturmak için çalışıyoruz. Ürünümüze yapay zeka destekli misafir etkileşim özelliği eklenmesi planlanıyor. Düzenli aylık gelirin, bu yılsonuna kadar 4 katına çıkması öngörülüyor. Bu dünyada kalıcı olabilmek için "360 derece hizmet sunan, verimli, kontrol edilebilir, sürdürülebilir bir dijital sistem" işimizin olmazsa olmazı diyebiliriz."

Hitit, yeni havayolları ile büyümesini sürdürüyor



Nevra Onursal Karaağaç

Havacılık teknolojileri alanında Türkiye'nin en büyük hizmet ihracatçısı olan Hitit, dünyadaki büyümesini istikrarlı şekilde sürdürmeye devam ediyor. Farklı coğrafyalardan yeni havayolu şirketleri ile anlaşma imzalayan Hitit, artık dünyadaki 54 havayolu firmasına yazılım teknolojileri ile hizmet verecek. Halka açıldıktan sonra ilk defa faaliyet raporunu yayınlayan Hitit, ürün geliştirmeleri ve büyümesi ile dikkat çekti. Ağırlıklı olarak tek noktadan hizmet anlayışı ile çalışan Hitit'in yeni havayolu müşterileri arasında Hitit'in Yolcu Hizmet Sistemleri çözümü olan Crane PSS çözümleri dışındaki Operasyonel Planlama, Havayolu Muhasebesi ve Seyahat Acentesi çözümlerini bağımsız olarak kullanmaya başlayanlar havayolları oldu. Havayolu firmalarına tek noktadan hizmet sunabilen Hitit; uygun maliyetli, yüksek teknoloji ile donatılmış ve başka sistemlerle entegre olabilen yazılım çözümlerini ayrı olarak farklı ülkelere satmaya yaygın bir şekilde başladı. Yeni havayolu şirketlerinin hizmet ağına katılması ile ilgili demeç veren Hitit'in Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nevra Onursal Karaağaç: "Pandemiye rağmen çalıştığımız havayolu sayısında kat ettiğimiz artış, 2022 yılının ilk aylarında da devam etti. Yeni müşteriler teknolojimizin yeni ülkelere girmesi ve ihracat rotamızı çeşitlendirmemizin anlamına geliyor. Bu artış Hitit'in bağımsız yazılım çözümleri satışlarını güçlendirme ve ayrıca seyahat acente çözümlerini yeni bir odak sahəsi olarak konumlandırma planları doğrultusunda olumlu bir adım olacak. Yakın zamanda gerçekleştirdiğimiz başarılı halka arzın da gücüyle, dünya sıralamasındaki yerimizi daha da sağlamlaştırarak büyümeye devam edeceğiz." şeklinde konuştu.

Mitsubishi Heavy Klima filtrelerinin Covid-19'a karşı etkinliği kanıtlandı

Üstün Japon teknolojisine sahip ürünleriyle verimli iklimlendirme çözümleri sunan Mitsubishi Heavy, yeni filtreleriyle Covid-19'u yok ediyor. Mitsubishi Heavy'nin Diamond ve Premium serisi duvar tipi klimalarında (ZR-ZS-ZSX-ZM) standart olarak



yer alan alerjen filtrenin Covid-19'e karşı etkinliği, Japon Tekstil Ürünleri Kalite ve Teknoloji Merkezi'nde yapılan ISO18184'e uygun testler sonucunda kanıtlandı. Mitsubishi Heavy'nin, geliştirdiği hava temizleme teknolojisinin Covid-19 virüsünün yok edilmesinde etkili olduğu doğrulandı. Mitsubishi Heavy'nin Diamond ve Premium serisi duvar tipi klimalarında (ZR-ZS-ZSX-ZM) standart olarak yer alan alerjen filtre, enzimlerin ve ürenin gücünü kullanarak filtrede toplanan polen, bakteri, küf, virüs ve diğer alerjenleri inaktif hale getiriyor. Ayrıca yine bu cihazlarda standart olarak yer alan fotokatalitik filtre, ortamdaki kötü kokuları hapsediyor ve yıkanıp güneşte kurutularak tekrar kullanıma hazır hale getirilebiliyor. Japan Textile Products Qua City ve Q-TEC Teknoloji Merkezi tarafından bağımsız olarak gerçekleştirilen testlerde etkisi kanıtlanan alerjen filtrenin, Covid-19'un yüzde 99.998'ini 60 dakikada inaktif ettiği ortaya kondu. Yapılan çalışma ile bir saatlik reaksiyon süresinde SARS-CoV-2 (Covid-19) virüsünün neredeyse tamamen etkisiz hale geldiği gözlemlendi.

KORKMAZ 

Hayatın Lezzeti

Ornella

Ergonomik sap tasarımları ve dayanıklı volkanit gövdeleriyle mutfağınıza şıklık katarken, kısık ateşte bile yüksek performans sağlar.



Turizm, dijital dönüşümle yükseliyor

Otellerde Dijital Dönüşüm Zirvesi Başkent'te gerçekleştirildi. Turizm sektörünün en güçlü çözüm ortaklarından Talya Bilişim ve ATİD (Anadolu Ankara Turizm İşletmecileri Derneği) iş birliğiyle turizm profesyonelleri Ankara'da bir araya geldi ve en yeni teknolojiler tanıtıldı. Elektraweb markasının yaratıcısı Talya Bilişim Yönetici Ortağı Nilüfer Durukal, dijitalleşmenin bugün otellerin rekabet gücünde olmazsa olmaz bir unsur olduğunu belirterek, "Günümüzün otelcilik anlayışında dijitalleşmeden uzak kalmak düşünülemez. Oteller bu dönüşümden en iyi şekilde faydalanmak ve adapte olmak için kıyasıya bir yarış içindedir. Otellerin çözüm ortağı olan şirketlerin de ürün geliştirme ve farklılaşmanın hayati öneme sahip olduğu gerçeğinden yola çıkarak, kullanıcı dostu kavramını ön plana alarak ve tüm iletişim kanallarını açık tutarak ilerlemeleri gerekiyor. Teknoloji baş döndürücü bir hızla büyürken insan odaklı olmak en önemli konudur. Teknoloji bir araç ve insana hizmet için var. Çözümler geliştirilirken hep insani ihtiyaçlar düşünülerek yol alınması gerekiyor" dedi. Elektraweb ve ATİD iş birliği ile Ankara New Park Otel'de gerçekleşen etkinliğe ATİD Başkanı Sn. Birol Akman, ATİD Genel Koordinatörü Sn. Garip Uysal, ATİD başkan yardımcısı ve yönetim kurulu üyeleri ile Ankara turizmini şekillendiren 100 otelin üst düzey yöneticileri katıldı. Otellerin dijitalleşme süreçleri, nedenleri ve Elektraweb'in otelleri baştan uca nasıl dijital ortamda yönetilebilir hale getirdiğinin konuşulduğu etkinlikte Ön büro, online

rezervasyon, kanal yönetimi, akıllı fiyat yönetimi, CRM uygulamaları ve temassız misafir uygulamaları örneklerle anlatıldı. Zirvenin açılış konuşmalarını ATİD Genel Koordinatörü Sn. Garip Uysal ve Talya Bilişim Ankara Satış Yöneticisi Sn. Haluk Oral gerçekleştirdi.



Yeşil turizme geçiş

Arından dijitalleşme ile otellerdeki "Maliyetleri ve Risklerin" nasıl azaltılabileceğini ve dijitalleşerek "Yeşil Turizm"e nasıl geçiş yapılabileceğini Elektraweb ürün müdürü Eda Yılmaz, satışların online rezervasyon, kanal yönetimi & tur operatörü entegrasyonu & google entegrasyonu uygulamaları ile nasıl artırılabilceğini Online Rezervasyon ve Kanal Yöneticisi Ürün Müdürü Sn. Beyza Taşkıran, otellerin Temassız Misafir Uygulamaları ile yeni satış olanaklarına nasıl kavuştuğunu ve gelişmiş CRM ile misafirlerin nasıl daha iyi tanınabileceğini de Eğitim Destek Uzmanı Gizem Güzey canlı sunumlarla aktardılar.

HotelRunner, ikinci kez En İyi Bağlantı Sağlayıcısı seçildi



Expedia Group Bağlantı İş Ortağı Programı, dünyanın en iyi bağlantı sağlayıcılarını, sağladıkları yüksek kaliteli teknoloji ve konaklama tesislerinin Expedia Group platformunda işlerini büyütmelerine yardımcı oldukları için takdir ediyor ve ödüllendiriyor. Konaklama tesisleri için tesis, satış ve kanal yönetim platformu ve B2B ağı HotelRunner, Expedia Group'un Bağlantı İş Ortağı Programı kapsamında (Connectivity Partner Program) en yüksek unvan olan Elit Bağlantı İş Ortağı (Elite Connectivity Partner) statüsünü geçen yıl olduğu gibi bu yıl da tekrar kazandığını duyurdu. Expedia Group Bağlantı İş Ortağı Programı, kanal yöneticileri, otel yönetim sistemleri, merkezi rezervasyon sistemleri ve diğer teknoloji firmaları arasındaki en iyi bağlantı sağlayıcılarını, üst düzey kalitedeki entegrasyonlarını sürdürmeleri ve konaklama tesislerinin Expedia Group bünyesinde işlerini büyütme, aynı zamanda misafirlere daha iyi hizmet sağlama için ödüllendiriyor. Expedia Grup Bağlantı İş Ortağı Programı, 2022'de ikinci yılında da en iyileri seçti. Elit statüsü her yıl, mükemmel kalitede entegrasyon, gelişmiş araçlar ve işlevler sunan, en iyi performans gösteren konaklama bağlantı teknolojileri sağlayıcılarından oluşan özel bir gruba veriliyor. Expedia Group bağlantı sağlayıcıları, Elit statüsüne hak kazanmak için zorlu teknik ve performans kriterlerine göre derecelendiriliyorlar. HotelRunner da aşağıdaki koşulları en iyi şekilde sağladığı için Elit statüsüne

layık görüldü. Expedia Group web sitelerinde misafir deneyimlerini iyileştirmek, Expedia Group seyahat platformu ile entegre üst düzey teknoloji ve hizmetler sağlamak, Güvenilir bir kullanıcı deneyimi ile kaliteli bir bağlantı sunmak, Tesislere yüksek kaliteli destek sunarak Expedia Group'a katılma deneyimlerini kolaylaştırmak, Expedia Group web sitelerinde tesislerin iş hacimlerini büyütme ve desteklemek.

"HotelRunner ve Expedia Group'un stratejik iş birliği katlanarak büyümeye devam ediyor"

Expedia Group Küresel Konaklama Bağlantıları ve Çözümlerinden Sorumlu Başkan Yardımcısı Lisa Chen, "HotelRunner, küresel konaklama tesislerini, işlerini büyütme ve misafirlerine harika deneyimler sunmaları için güçlendiren yenilikçi çözümler geliştirerek seyahat ekosisteminde çok önemli bir rol oynuyor. Her yerde, herkes için küresel seyahate güç verme ortak misyonumuzun önemli bir paydaşı olarak HotelRunner ile 2022'de ilişkimizi derinleştirmek için heyecan duyuyoruz ve bu amaçla tüm enerjimizle çalışacağız." HotelRunner Acentelerden Sorumlu Satış ve İş Geliştirme Direktörü Rıza Kaynak, "HotelRunner ve Expedia Group'un stratejik iş birliği katlanarak büyümeye devam ediyor. Bu iş birliği sadece iki şirkete değil, özellikle konaklama tesislerimize güç katıyor. Elit Bağlantı İş Ortağı olarak ikinci yılımızda, üstün teknolojimiz sayesinde, ortak tesislerimizin bu iş birliğinden en iyi şekilde yararlanmalarını sağladık ve binlerce yeni tesisi Expedia Group bünyesine kattık. Expedia Group ile olan stratejik iş birliğimiz derinden değer veriyoruz ve bu ünvanla ikinci kez ödüllendirilmemiz, harika şeyler başarmak için doğru yolda olduğumuzu kanıtlıyor." Bu statü ile birlikte HotelRunner, pilot uygulamasını yapacağı ve kendi yazılımına entegre edebileceği yeni Expedia Group araçlarına ve özelliklerine erken erişim elde edecek; doğrudan Expedia Group'un küresel yönetim ekibiyle çalışarak tesisler için geri bildirim alma imkanına sahip olacak ve gelecekte Expedia Group tarafından sunulacak ürün ve teknoloji çözümlerini şekillendirmeye yardımcı olacak.

Club Turan Otelleri, network altyapısını TP-Link ile yeniledi

Antalya Side'de yer alan Club Turan'ın iki otelinin network altyapısı TP-Link ürünleriyle yenilendi. Otel odalarında kullanılan duvar tipi erişim noktalarıyla, her odada hem kablolu hem kablosuz güçlü bir ağ bağlantısı sağlandı. Kurumsal ağ çözümleriyle başta turizm sektörü olmak üzere pek çok farklı sektörde başarılı ağ projeleri gerçekleştiren TP-Link, referansları arasına Antalya Side'de faaliyet gösteren Club Turan otellerini de ekledi. Hotel Turan Prince ve Club Turan Prince World otellerinin ağ (network) altyapısı, TP-Link'in kurumlara pek çok avantaj sağlayan çözümleri kullanılarak yenilendi. Kurumsal ağ projelerinde uzman çözüm ortaklarıyla birlikte çalışan TP-Link, bu projede HBF Güvenlik şirketiyle projeyi gerçekleştirdi. Her iki otelde hem iç mekanda hem dış mekanda güçlü Wi-Fi bağlantısı sağlayan bir ağ altyapısı kuruldu. Bunun için TP-Link'in ürün kurulumundan yönetimine kurulumlara pek çok avantaj sağlayan Omada serisi erişim noktaları

tercih edildi. Odalarda sık görünüme sahip olan duvar tipi erişim noktaları kullanıldı. Bu projede kullanılan EAP225-Wall model erişim noktaları, priz şeklinde tasarıma sahipler ve hem kablosuz hem de kablolu bağlantı desteği sunuyorlar. Kolayca duvara monte edilen ürünler sayesinde odalarda güçlü ve kesintisiz bir WiFi bağlantısı sağlanmış oldu. Ayrıca her EAP225-Wall üzerinde yer alan üç adet Ethernet girişine kablo ile ağa dahil olan cihazlar bağlanabiliyor. Bu da kablolu bağlantı için ayrıca kablo çekme sorunu ve maliyetini ortadan kaldırdı.

Dış mekanlarda da güçlü internet sağlandı

Her iki otel, geniş dış alanlara sahip. Havuzdan plaja, oyun ve yeşil alanlara değin tüm dış mekanda da iç mekanlarda olduğu gibi kesintisiz ve güçlü bir internet bağlantısı gerekiyordu. Bu nedenle dış mekanlar EAP225-Outdoor erişim noktalarıyla donatıldı. Bu sayede otellerin açık



alanlarında hem güçlü hem kapsama alanı geniş hem de güvenli şekilde WiFi'ya erişilebilir olundu. Her iki otelin ağ yenileme projesinde ayrıca TP-Link'in zengin ağ anahtarı (switch) ailesinden 24 portlu SG342P modeli tercih edildi. Böylece güçlü bir ağ omurgası oluşturuldu ve tüm ağ tek bir merkezden yönetilebilir hale getirildi. TP-Link, sürekli genişleyen güçlü kurumsal ürün ailesi, deneyimli iş ortakları ile kurumlara avantajlı ağ projeleri sunmaya devam ediyor.

Daikin, endüstriyel soğutmada gücünü arttırıyor

Endüstriyel soğutma sistemleri, gıda ürünlerinin çiftlikten çatala olan yolculuklarında en önemli bileşenler arasında yer alıyor. Gerek depo çözümlerinde gerekse reyon soğutmalarında gıda ürünlerinin muhafazasında kullanılmakta olan sistemler, günümüzde oldukça büyük bir öneme sahip. İklimlendirme sektörünün önde gelen şirketlerinden Daikin, uzmanlık alanındaki hizmet skalasını genişletmeye ve hem yerel bazda hem de globalde büyümeye devam ediyor. Soğuk zincirin farklı noktalarında çözümlerini çeşitlendirmek üzere adımlar atarken, yaptığı büyük satın almalar ve AR-GE yatırımlarıyla dikkat çekiyor. Birçok farklı alanda olduğu gibi bu alanda da liderliğe oynayan Daikin, bu amaçla endüstriyel soğutma alanında faaliyet gösteren J&E Hall, Zanotti, Technoblock, Hubbard, AHT ve Tewis gibi önemli markaları geçtiğimiz yıllarda bünyesine katarak gücünü artırdı. Daikin Türkiye, 27 yıllık Technoblock Türkiye bayi ve servis ağı ile birlikte, Türkiye pazarında Belçika fabrikasında üretmekte olduğu Daikin ZEAS serisi cihazları ve İtalyan Zanotti markalarıyla tüketiciye ulaştı. Soğuk zincirin her halkasında ürün gamını çeşitlendiren Daikin, kendi teknolojisiyle bu markaların tüm bilgi birikimlerini birleştiriyor. Böylece enerji tasarrufları, yüksek katma değerli cihazlar üreterek endüstriyel soğutma alanında Amerika, Avrupa ve Asya'nın yanı sıra Çin'de de büyüyor. Bu alanda yatırımlarını sürdüren Daikin, Türkiye pazarında büyümeyi de önemsiyor. Üstün teknoloji ve çevreci endüstriyel soğutma ürünleriyle zincir marketleri, restoranları, otelleri, gıda firmalarını, medikal alanda faaliyet gösteren yapıları, meyve-sebze-et ve balık depolaması alanındaki girişimcileri hedefliyor.

Tamamı regülasyon değişikliklerine uygun olarak üretilen Daikin endüstriyel soğutma ürünleri, Avrupa'da uygulanan F-Gazların atmosfere salımının yasaklanması ve bazı ürün ve ekipmanların içinde belirli küresel ısınma potansiyeline sahip gazların kullanımının yasaklanmasını içeren Florlu Gazlar Yönetmeliği ve buna bağlı tüm anlaşmalara uyumlu ünitelerden oluşuyor. Bunun yanı sıra 2022'de üretimine başlanacak olan yeni ürün grupları da bu doğrultuda pazardaki yerini alacak şekilde tasarlanıyor. Türkiye'nin de imzası bulunan Paris Antlaşması çerçevesine uygun olarak üretilen, çevreye duyarlı ve mevcut tüm regülasyonlara uyumlu olan Daikin endüstriyel soğutma ürünleri, düşük ses seviyeleriyle de gürültü kirliliğine son veriyor. Kompakt yapısıyla mükemmel çözümler sağlayan cihazlar, özellikle küçük ve orta ölçekli market uygulamalarında benzerlerinin kapladığı alanın yarısı kadar alanda konumlanabiliyor. Kapasiteye bağlı olarak Daikin marka B1DC kompresörün yanına bir ya da iki standart Dc kompresör ilavesiyle sistemin ihtiyacı kadar elektrik tüketimi yapan cihazlar, yatırımcısına kullanım ömrü boyunca tasarruf sağlıyor. Üretim sürecinin tüm aşamalarında, gerekli tüm testlere tabi tutularak güvenli olduğu tescillenen Daikin endüstriyel soğutma cihazları, montaj ve kurulum kolaylığını da beraberinde getiriyor. Endüstriyel mutfak uygulamalarında ise Daikin ürünlerin yanı sıra Zanotti ürünleri sayesinde ihtiyaç duyulabilecek et yaşlandırma, şarap mahzeni gibi özel tüm uygulamalar için de çözümler sunuyor.



Isparta Petrol Turizm, Yeni Mercedes-Benz Sprinter'lerini teslim almaya başladı

Isparta ve Antalya şehirlerinde turizm ve yolcu taşımacılığının önde gelen şirketlerinden Isparta Petrol Turizm, siparişini verdiği 30 adet Mercedes-Benz Sprinter'in ilk 8 adetini teslim aldı. Toplamda 30 adet Sprinter ve 2 adet Vito siparişi veren ve faaliyetlerinde uzun yıllardır Mercedes-Benz markasını tercih eden Isparta Petrol Turizm, filosuna bu yeni araçları ekliyor. Mercedes-Benz Hafif Ticari Araçlar Satış Müdürü Serdar Yaprak: "2 yılı aşkın süredir yaşadığımız pandemi sonrası, normalleşme sürecindeki turizm sektörüne olan yatırımlardan bir diğeri, bugün Isparta Petrol Turizm ile birlikte gerçekleştiriyoruz. Mercedes-Benz Hafif Ticari Araçlar alımı ile yolcu taşımacılığı alanındaki faaliyetlerini daha da güçlendiren Isparta Petrol Turizm'e, tercihlerinden dolayı teşekkür ediyoruz. Teslim ettiğimiz Sprinter ve Vito araçlarımızla Isparta ve Antalya bölgesindeki etkinliklerini arttıracaklarına inandığımız Isparta Petrol Turizm'e yeni araçlarının hayırlı olmasını diliyoruz." Isparta Petrol Turizm Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim

Baştok: Kuruluşumuzun ilk döneminden günümüze, yolcularımızı konfor ve güvenliğini aralıksız üst düzeyde tutmaya çalışırken, işletmemizin verimli bir şekilde geleceğe adım atmasını amaçlıyoruz. Siparişlerini teslim almaya başladığımız Sprinter ve Vito araçlarla da filomuzun farklı bir alanında daha Mercedes-Benz yıldızını tercih ettik. İşletme maliyetleri ve kalitesiyle beğenimizi kazanan araçlarımızdan toplam 32 adet sipariş ederek, Isparta ve Antalya bölgesindeki turizm faaliyetlerimizi arttırıyoruz. Bu yatırıma gerçekleştirmemizde emeği olan tüm Mercedes-Benz Otomotiv ve Koluman Motorlu Araçlar çalışanlara teşekkür ediyor; yeni araçlarımızın öncelikle yolcularımıza hayırlı olmasını diliyoruz."



SPRING

Yeme içme deneyimini doğadan ilham alarak keyiflendiren şeflerimiz, ilkbaharın tüm renklerini ve enerjisini Spring koleksiyonu ile sunumlarına yansıtacak.



NEW
Collection



bonna

f t @ in @bonnatr
www.bonna.com.tr

projeler



Karadeniz Bölgesi, 2022 ve 2023'te hizmete girecek, 26 yeni otel ve 5 bin 88 yatak ile Türkiye turizm pastasından aldığı payı arttırıyor

Turizm Proje Dergisi olarak, yeni otel yatırımları araştırması dosyamızın konusu bu ay Karadeniz Bölgesi oldu. Mart 2022'de son güncellemesini yaptığımız araştırmamıza göre, Karadeniz Bölgesi'nde, 9'u 5 yıldız yine 9'u 4 yıldız, 6'sı 3 yıldız, 2'si ise butik otel kategorisinde 26 yeni otel daha sektöre katılacak. 2022 ve 2023 yıllarında hizmete girecek tesisler, bölgeye toplamda 5 bin 88 ilave yatak sağlayacak.

Karadeniz Bölgesi aldığı yatırımlarla Türkiye turizmde parlayan bir yıldız olmaya aday olduğunu gösteriyor. Bölge, gelen turist açısından, yabancı turiste ağırlıklı olarak Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere, Türki Cumhuriyetleri, Rusya gibi ülkeleri ağırlarken; yerli turistin de bölgeye ilgisi ile zengin bir turist profili çiziyor. Karadeniz Bölgesi, yemyeşil doğası ve son derece cazip yaylaları ile yayla turizmine olanak sağlarken; Samsun, Bolu, Tokat gibi kentlerindeki termal kaynak zenginliği ile sağlık ve termal turizmde de oldukça elverişli olduğu görülüyor. Bununla birlikte

Bolu, Kastamonu, Artvin, Bayburt, Samsun, Gümüşhane kentlerindeki kayak merkezleri ile de kış turizmde adından söz ettiriyor.

2022 ve 2023 yıllarında, Karadeniz Bölgesi'nde toplam 26 yeni otelin daha yatırımı gerçekleşiyor

Son güncellemelerinin yapıldığı Karadeniz Bölgesi yeni otel yatırımları araştırmasına göre, bölgede 2022 ve 2023 yıllarında toplam 26 yeni otel yatırımı daha hayata geçiriliyor. Bu tesislerin 9'u 5 yıldız yine 9'u 4 yıldız, 6'sı 3 yıldız, 2'si ise butik otel kategorisinde bulunuyor. Bölgeye toplam 26 otel ve 5 bin 88 yatak geliyor.



2022 VE 2023 DE AÇILACAK YENİ OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5*	9	2684
4*	9	1680
3*	6	624
Butik Otel	2	100
Toplam	26	5.088

Trabzon, Samsun, Ordu, Bolu, Artvin yatırımlarında başı çekiyorlar

Bölgede, yatırımlarda Trabzon, Samsun, Ordu, Bolu, Artvin 3'er yeni tesis ile aynı sırada yer alıyor. Bu şehirleri, ikişer tesisle Düzce, Giresun, Karabük ve Tokat takip ediyor. Amasya, Kastamonu ve Rize'ye ise 1'er yeni tesis geliyor. Trabzon'da ikisi 5 yıldızlı, biri 4 yıldızlı toplam 3 tesis; Samsun'da 2'si 4 yıldız, 1'i 3 yıldız 3 tesis; Ordu'da 2'si 4 yıldız, 1'i 3 yıldız 3 tesis; Bolu'da 1'i 5 yıldız, 2'si 4 yıldız 3 tesis; Artvin'de 1'i 5 yıldızlı 2'si 3 yıldızlı 3 tesis; Düzce'de 1'i 5 yıldız, 1'i 3 yıldız 2 tesis; Giresun'da 1'i 5 yıldız, 1'i 3 yıldız 2 tesis, Karabük'te 1'i 5 yıldız, 1'i 4 yıldız 2 tesis, Tokat'ta 1'i 5 yıldız 1'i Butik olmak üzere 2 tesis; Amasya, Kastamonu ve Rize'de 1'er tesis sektöre katılacak.

Yatak sayıları bakımından yapılan sıralamada Trabzon'un 1004 yatak ile başı çektiği görülüyor

Karadeniz Bölgesi'ne en çok 1004 yatak sayısı ile Trabzon yatak ilave etmiş olacak. Trabzon'u, yatak sayısı bakımından sırasıyla, 764 yatak sayısı ile Karabük; 684 yatak sayısı ile Bolu, 576 yatak sayısı ile Artvin, 418 yatak sayısı ile Ordu, 352 yatak sayısı ile Düzce, 336 yatak sayısı ile Giresun, 316 yatak sayısı ile Samsun, 244 yatak sayısı ile Tokat, 200 yatak sayısı ile Amasya, 146 yatak sayısı ile Rize, 48 yatak sayısı ile Kastamonu takip ediyor.

Karadeniz Bölgesi 2022 ve 2023 yıllarında da büyümeye ve gelişmeye devam edecek

Turizm sektörü pandeminin etkilerinden yavaş yavaş kurtulmaya başlarken Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısı sonucu çıkan savaş, 2022 yılı için büyük umutlar bekleyen sektörü hayal kırıklığına uğrattı. Kritik özelliği her krizden ilk etkilenen sektör olması olan turizm sektörü, gene krizlerden ilk çıkan sektör olması ile de bilinir. Dileriz tüm anlamsızlığı ile maalesef hala devam eden bir savaş bir an önce biter. Sektör her şeye rağmen 2022 yılı için umutlarını koruyor. Yapılan yatırımlar gösteriyor ki, doğa güzellikleri, yaylaları, kayak merkezleri ile Karadeniz Bölgesi 2022 ve 2023



yıllarında da, doğa turizmi, yayla turizmi, alanlarında büyümeye ve gelişmeye devam sağlık turizmi, termal turizmi ve kış turizmi edecek.

2022 VE 2023 DE AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)						
Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Amasya	1				1	200
Artvin	1		2		3	576
Bolu	1	2			3	684
Düzce	1		1		2	352
Giresun	1		1		2	336
Karabük	1	1			2	764
Kastamonu				1	1	48
Ordu		2	1		3	418
Rize		1			1	146
Samsun		2	1		3	316
Tokat	1			1	2	244
Trabzon	2	1			3	1004



YENİ OTEL YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (ŞUBAT 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
EDİRNE	Merkez	SEYİR KAFE TURİZM OTELCİLİK İNŞAAT LİMİTED ŞİRKETİ	3	64	4.655.606
ARTVİN	Merkez	LUVANE PETROL İNŞAAT SANAYİ PAZARLAMA İÇ VE DIŞ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	3	112	12.982.330
SİVAS	Merkez	ÖZKAYA TEKSTİL İNŞAAT TAAHHÜT MOBİLYA PLASTİK GIDA OTOM. TURİZM İTH. İHR. TİC. SAN. LTD. ŞTİ.	Butik	82	12.127.500
ÇANAKKALE	Gökçeada	ADABEVİ TENEDOS TURİZM LİMİTED ŞİRKETİ	Butik	48	24.316.450
ÇANAKKALE	Gökçeada	AYDIN DÖNMEZ	Butik	30	24.346.450
BURSA	Niğde	RES IMMOBİLES İNŞAAT TAAHHÜT TEKSTİL TURİZM GAYRİMENKUL SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	5	500	23.629.657
NEVŞEHİR	Ürgüp	ÖZEF TURİZM SANAYİ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	3	24	2.821.900
İZMİR	Bornova	ÖZEL MERSİNLİ MOT. TAŞIT SÜRÜC. KURSU ÖZEL OKUL İŞL. YÜKSELİŞ MESLEKİ YETERLİLİK EĞ. MERK. YURT TUR. İŞL. VE İNŞ. YAPIMI İBRAHİM BABAK	3	150	19.442.850
MERSİN	Mezitli	KERVAN İNŞAAT TURİZM GIDA SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	Butik	94	24.726.050

OTEL MODERNİZASYON YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (ŞUBAT 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
EDİRNE	Merkez	BALTA OTELCİLİK VE TURİZM İŞLETMELERİ ANONİM ŞİRKETİ	3	150	4.834.015
ANKARA	Çankaya	YENİPARK TURİZM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	5	418	48.672.835
ADANA	Çukurova	ÇAĞLAR İNŞAAT YAPI MALZEMELERİ SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	3	124	2.339.999
ANTALYA	Kemer	BANA TURİZM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	5	650	9.752.000
ANTALYA	Alanya	ALAN YAPI ENDÜSTRİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	5	1718	14.750.000
HATAY	İskenderun	ARSUZ TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	3	144	4.216.000

SAĞLIK VE SOSYAL HİZMET MERKEZLERİ YENİ YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (ŞUBAT 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
İZMİR	Bornova	HOOPS SAĞLIK VE GÜZELLİK MERKEZİ TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	Yağlı bakım merkezi	100 yatak	6.936.500
AYDIN	Kuşadası	MUSTAFA ERTEKİN	Engelli bakım merkezi	100 kişi	5.316.380
İZMİR	Urla	SAY URLA TURİZM YATIRIMLARI ANONİM ŞİRKETİ	Yağlı bakım merkezi	528 Yatak	125.000.000
ADANA	Yüreğir	BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ	Cerrahi Hastane Hizmetleri	187 Yatak	304.999.997

SAĞLIK VE SOSYAL HİZMET MERKEZLERİ MODERNİZASYON YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (ŞUBAT 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
TEKİRDAĞ	Süleymanpaşa	SİMETRİK SAĞLIK HİZMETLERİ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	Cerrahi Hastane Hizmetleri	42 Yatak	131.500.000
İSTANBUL	Bağcılar	KAŞ SAĞLIK HİZMET VE ÜRÜNLERİ KİMYA SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	Tıp Merkezi	25 Hasta	4.965.400

Horwath HTL'den, Türk girişimcilere Avrupa'da otel yatırım fırsatları



Metin Erdoğan

Horwath HTL Türkiye, Ülke Direktörü Metin Erdoğan, Türk girişimciler için Avrupa'da cazip koşullu otel yatırım fırsatlarını değerlendirdiği yazısında şu bilgilere yer verdi: Uluslararası otel danışmanlık hizmetleri sunan Horwath HTL, Avrupa'da yerleşik 21 ülke ofisi ve geniş finansman ağı ile Türk girişimci şirketlerini uygun koşullarda otel sahibi yapıyor. Avrupa'nın normalleşmeye başlaması, otel taleplerinde ciddi yükselişlere neden oldu. Özellikle de fiziki ofis alanlarına olan talebin azalması, A klas ofislerin otele dönüşümünün önünü açtı. Bu durum düşük ilk yatırım harcaması ile daha karlı otel projelerine imkân sağlamakta. Mevcut işleyen otellerin yüksek satın alma maliyetine bir alternatif olarak ofisten dönüşen otel projelerini geliştirmek bu hizmetimizin amacını oluşturmaktadır.

Avrupa'daki Otel Avantajları - Sıfır Kur Riski; Tüm gelirler avro bazlı - Kira Garantili; Önemli otel işletme şirketleri ile sabit kira bazlı kontrat - İnşaatın yüzde 100'üne kadar kredi - Satın alma bedelinin yüzde 70'ine kadar kredi - 12 Yıla kadar, 2 yıl ödemesiz, balon ödemeli, düşük faizli kredi - Güçlü kira kontratı ile sınırlı teminatlar

Horwath HTL Rolü - Uygun taşınmazı bulmak - Fizibilitesini yapmak - Garanti kira veren Otel İşletme şirketini projeye dahil etmek - Gerekli proje finansmanı için bir Avrupa Bankası ile iş birliği oluşturmak - Bir proje şirketi (SPV) oluşturarak tüm paydaşların ortak onayı ile projeyi hayata geçirmek

Çalışma Modeli - Horwath HTL girişimci firmadan belirli bilgileri talep ediyor - Hedeflenen ülke ve bütçe ile proje alternatiflerini sunuyor - Koşulların uygun olması halinde münhasır sözleşme imzalayarak, proje bazlı çalışmaları yürütüyor. Proje paketlerinin oluşturulmasında ölçek ekonomisi ve marka işletmesine uygunluk kriterleri çerçevesinde minimum 70 odalık projeler üzerinde çalışılmakta. Satın alma ve dönüşüm inşaatları için maksimum €35 milyon'luk yatırım sınırı, optimum finansal başarı dengesi olarak belirlendi.



Trabzon'da devam eden "Dünya Ticaret Merkezi" projemiz, Karadeniz'deki en büyük yatırım projesidir

Yenilikçi, çok uluslu bir yatırım grubu olarak, 17 şirketten oluşan Armada Holding, stratejik, uzun vadeli, sürdürülebilir, çok yönlü ve optimum düzeyde geri dönüş sağlama olanağına sahip yatırımlar yaparak, farklı alanlara yönlendirilmiş evrensel bir portföy yaratma vizyonu ile faaliyetlerini sürdürüyor. Armada Holding, Türkiye Temsilcisi ve Yönetim Kurulu Üyesi Hasan Yaşar ile grubun faaliyetleri ve Türkiye'deki yatırımları hakkında bir söyleşi gerçekleştirdik.

Armada Holding'i kısaca tanıtır, kuruluş yılı ve faaliyetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Armada Holding; Uluslararası gayrimenkul yatırım ve geliştirme firması olarak, konaklama, sağlık hizmetleri, SPA, gayrimenkul, müteahhliklik, tesis yönetimi ve bilgi teknolojisi alanlarında hizmet veren bir şirketler topluluğudur. Armada Grup Başkanı Dr. Muhammed Raif Hakmi tarafından, 2000 yılı başlarında kurulmuştur. Birleşik Arap Emirlikleri ve geniş anlamıyla Avrupa, Orta Doğu, Orta Asya, Afrika bölgesi için, dünya standartlarında hizmet sunan, 17 bağımsız şirketten oluşan yenilikçi çok uluslu bir yatırım grubudur. Birleşik Arap Emirlikleri ve bölgesel pazarların enerji ekonomilerini, akıllı ve yenilikçi yatırımlarla desteklerken, Armada Holding olarak, dünya genelinde kilit nitelikte sayılan pazarlarda güçlü bir varlık oluşturma ve farklı alanlara yönlendirilmiş evrensel bir portföy yaratma konusunda kararlıyız. Büyüme ajandamızı iddialı fakat ihtiyatlı bir vizyonla şekillendiren ana etmen; stratejik, uzun vadeli, sürdürülebilir, çok yönlü ve optimum düzeyde geri dönüş sağlama olanağına sahip yatırımlar yapmaktır.

Armada Holding olarak, Türkiye'de turizm sektörüne ne zaman girdiniz ve girişinize sebep olan etkenler hakkında bilgi alabilir miyiz?

Uluslararası gayrimenkul yatırım ve geliştirme firması Armada Holding'in, Türkiye'de hayata geçirdiği yatırımlar kapsamında, 2017 yılında Trabzon'da, 4 ve 5 yıldızlı otel rezidans, fuar ve sergi alanını kapsayan 90 bin metrekare civarında inşaat alanına sahip, Karadeniz bölgesinin en büyük yatırımı ile başladı. Kayseri'de şehir oteli, bununla birlikte özellikleri ve içerisinde bulunan minarelli bakımından dünyanın en faydalı 2. suyu olarak analiz edilen Haymana, yatırım alanı olarak seçildi. Ankara'ya 70 km mesafede bulunan Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center, 2019 yılının Mayıs ayından beri Armada Holding çatısı altında faaliyetlerini sürdürmeye devam etmektedir. Haymana'nın ilk ve tek 5 yıldızlı oteli olarak, 41 bin 396 metrekare kapalı alanımız, 600 yatak kapasitesi ve 9 bin metrekare ıslak zemin alanına sahip SPA merkezimiz ile Ankara'nın termal turizmini geliştirmek amacıyla hizmet veriyoruz. 21 tanesi süit, 3 adet engelli ve 191 standart olmak üzere toplamda 215 odamız bulunmaktadır. Havuzlarımız da oldukça çarpıcı. 1 tane karma olimpik havuz, bayanlara özel yarı olimpik havuz, kadın ve erkek ayrı küp havuzları, açık ve kapalı içinde birer aqua park olan yüzme havuzlarımızla yurt genelinde ses getirdik. Ayrıca otelimizde bulunan tuz odası, buhar odası, sauna, fitness center, Türk hamamı, özel aile banyoları bu alanda çitayı oldukça yukarı taşıyor.

Tesis olarak sunduğumuz konseptin avantajları; şifa, sağlık, dinlenme, tatil keyfi ve aynı zamanda toplantı, seminer olanaklarının bir arada olması. Toplam 7 konferans ve balo salonumuz bulunuyor. Farklı büyüklükteki organizasyonlara ev sahipliği yapabilecek nitelikte salonlarımızda düğün, nişan, balo, bayi toplantısı ve mesleki seminerler gerçekleştiriliyor.

Türkiye genelinde kaç tesisiniz bulunuyor ve bunların lokasyonları, yıldızı, yatak sayıları ve konseptleri ile ilgili genel bir açıklama yapar mısınız?

Türkiye'de gayrimenkul yatırımlar ilk sırada olmak üzere, turizm ve sağlık alanlarında büyük yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Ankara Haymana'da beş yıldızlı ve 600 yatak kapasiteli termal otel ve kongre merkezi olan Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center ilk sırada olmak üzere iş merkezi, villa, rezidans ve gayrimenkul alanlarında yatırımlar yapıyoruz.

Karadeniz Bölgesi'nde de önemli yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Trabzon'da devam eden "Dünya Ticaret Merkezi" projesi, Karadeniz'deki en büyük yatırım projesidir. Projenin tamamlanmasıyla, Trabzon'un Yomra ilçesindeki Şana mevkiinde, içerisinde uluslararası turizm ve kongre merkezi, dört ve beş yıldızlı oteller, alışveriş merkezleri ve rezidanslar bulunan yatırımın hizmete girmesiyle bölge ekonomisine ve turizme büyük katkı sağlamasını bekliyoruz. Trabzon'da yapımı devam eden Dünya Ticaret Merkezi'nin tamamlanmasıyla, başta Trabzon olmak üzere Doğu Karadeniz kongre ve turizm merkezi ihtiyacı karşılanmış olacak.



Armada Grup olarak, büyüme planlarınız nelerdir? Faaliyete geçirmeyi planladığınız yeni otel projeleriniz var mı, paylaşır mısınız?

Yaratıcılık ve yenilikçilik alanlarında standartları aşan, kanıtlanmış becerisi ile holdingimiz, büyüyen topluluklar inşa etme hedefi kapsamında çeşitli sektörlerde önemli yatırımlar gerçekleştirmiştir. Birleşik Arap Emirlikleri, Birleşik Krallık, Türkiye, Özbekistan ve Komorlar'da şantiyelerimiz bulunmaktadır. Armada Grup, Birleşik Arap Emirlikleri içerisinde önde gelen bir gayrimenkul işletmesi kurmuş olup; iş segmentasyonunu varlık geliştirme, eğlence & konaklama, bilgi teknolojileri ve sağlık hizmetleri gibi branşlar üzerinde gerçekleştirmiştir. Armada, Dubai'deki Armada Towers ve Şarika'daki Salam Tower gibi, Birleşik Arap Emirlikleri'nin en göze çarpan bazı ünlü yapılarını da inşa etmiştir. Orta Asya, Orta Doğu, Afrika ve Türkiye'de devam eden projelerimiz bulunmaktadır. Holdingimiz, Trabzon Dünya Ticaret Merkezi inşasını sürdürmektedir.

Tüm dünyayı etkisi altına alan pandeminin grubunuz üzerindeki etkilerini değerlendirir misiniz?

Tüm dünyayı etkisi altına alan pandeminin olumsuz etkilerine rağmen, biz projelerimizi hiç durdurmadan devam ettirdik. Türkiye'deki projelerimizden hiçbirini için Türkiye'den herhangi bir kredi veya finans kullanmadık. Tamamen yurt dışından döviz cinsinden paramız geldi ve kendi öz sermayemizle çalışmalarımıza hız kesmeden devam ettik.

2022 yılı için gerek grubunuz bazında gerekse turizm sektörü bazında öngörüleriniz nelerdir?

Pandemi, küresel krizler ve savaşlardan ilk etkilenen sektörlerin başında turizm gelmesine rağmen 2022 yılının hedeflerimiz ve verimlilik açısından olumlu olacağına inancım tam. Güvenli turizm sertifikası ile hizmet veren otelimizde, sağlık, iş ve seyahat amaçlı misafirlerimizi ağırlıyoruz ve misafir profilimiz her kesime hitap ediyor.

Dünya Sağlık Teşkilatı Şifalı Su Kaynakları Araştırma Merkezi tarafından, dünyanın en şifalı sularından biri olarak seçilen, içerisinde bulundurduğu zengin mineralli yapısı nedeniyle misafirlerimiz, çoğunlukla otelimizde sağlık, beden ve ruhen dinlenme, yenilenme amaçlı konaklama yapmaktadır. Özel tasarlanmış süit ve standart odalarımız, yüksek teknoloji ile donatılmış farklı büyüklükteki organizasyon ve toplantılara ev sahipliği yapabilecek nitelikte toplantı ve konferans salonlarımız ile hem iş hem tatil amaçlı konaklamalara ev sahipliği yapıyoruz. Sunduğumuz nitelikli hizmet ve imkanlar neticesinde 2022 yılında da yüksek doluluk oranları hedefliyoruz.

Marriott International, Lifestyle Moxy Markası ile Türkiye’de otel açıyor



Moxy İstanbul Beyoğlu’nun, tarihi Afrika Han binasının restorasyonunun ardından 2024’te açılması hedefleniyor. Marriott International, Inc. (NASDAQ: MAR) Moxy Hotels’i Türkiye’ye getirmek için Venue International ile bir anlaşma imzaladığını duyurdu. 2024’te açılması planlanan 168 odalı Moxy İstanbul Beyoğlu, şehrin kalbinde, bölgenin en ünlü turistik yerlerinden biri olan Taksim Meydanı’na yürüme mesafesinde yer alacak. Marriott International Türkiye Geliştirme Direktörü Begüm Kaya Şanver, “Moxy markasını Türkiye’de tanıtmak için Venue International ile ortaklık kurmaktan heyecan duyuyoruz. Moxy İstanbul Beyoğlu, eğlenceli lifestyle konsepti ile dinamik Beyoğlu’na cesur bir otel deneyimi getirecek.” dedi. Moxy İstanbul Beyoğlu, kendini genç hisseden misafirlere uygun şekilde tasarlanmış şık dokunuşlara sahip 168 fonksiyonel odaya sahip olacak. Otel, konukların karşılandığı

enerjik lobiden, eğlenceli self-servis “grab&go” konseptine, gündüz/ gece buluşmalarına uygun oturma alanlarına kadar pek çok farklı Moxy konsepti ile hizmet verecek. Moxy İstanbul Beyoğlu; şık tasarımlı, endüstriyel görünümlü ortak alanları, yerel tatlarla zenginleştirilmiş mekanları ve ortak kullanıma uygun büyük masaları ile bir aktivite merkezi olacak. Venue International Yönetim Kurulu Başkanı Kaan Namlicı, “Türkiye’ye ilk Moxy Otel’ini getirmek için Marriott International ile iş birliği yapmaktan heyecan duyuyoruz. Moxy’nin bu pazardaki potansiyeline her zaman inandık, ancak markanın doğru noktadan giriş yapması adına doğru lokasyonu bekliyorduk. Moxy İstanbul Beyoğlu, Beyoğlu bölgesinin bohem ve dinamik karakterine enerjik bir hava katacak. Otel, Afrika Han’ın tarihi yapısı ile Moxy’nin yeni nesil turistleri hedefleyen eğlenceli ve şık deneyiminin eşsiz bir karışımını sunacak. Moxy İstanbul Beyoğlu’nun şehrin en popüler buluşma noktalarından biri olacağına yürekten inanıyorum” açıklamasında bulundu. Afrika Han, II. Abdülhamid döneminde, Osmanlı İmparatorluğu tarafından fethedilen kıtaları temsil eden İstanbul’daki üç yapıdan biri olarak 1905 yılında inşa edildi. Moxy İstanbul Beyoğlu Afrika Han’ın kapsamlı restorasyonunun tamamlanmasından sonra açılacak. Dünyaca ünlü Orient Express’in doğudaki final noktası olan ünlü Sirkeci Tren İstasyonu’nun da tasarımcısı Alman mimar August Jasmund tarafından tasarlanan Afrika Han, zemin katında mağazalar bulunan bir konut binası olarak inşa edildi.

Amasya’ya Hilton Garden Inn geliyor

Hilton Garden Inn Amasya, halihazırda faaliyet gösteren ve geliştirme aşamasında 20’den fazla tesisi bulunan Hilton Garden Inn markasının portföyüne katılıyor. 2024 yılında açılması beklenen Hilton Garden



Inn Amasya, şehrin ilk uluslararası markalı oteli olacak. Hilton, Hilton Garden Inn Amasya’nın açılışı için Aksav İnşaat Turizm ve Temizlik Sanayi Ltd. Şti. ile franchise anlaşması imzaladığını açıkladı. 2024 yılında açılması beklenen 100 odalı tesis, tarihi şehirdeki ilk uluslararası marka olacak. Şehir merkezinde konumlanan tesis; Amasya’nın tarihi yerlerine, ofislere ve perakende satış noktalarına yürüme mesafesinde olup, tarih ve kültür keşfinden iş seyahatlerine kadar birçok seyahat ihtiyacını karşılamayı hedefliyor. Hilton Türkiye Yatırım Yönetici Direktörü Tuğrul Temel, “Hilton Garden Inn Amasya, zengin mirası, Osmanlı mimarisi, Yeşilirmak vadisi boyunca uzanan konumu ve tarihiyle ünlü bu destinasyonu ziyaret eden konuklara olağanüstü bir hizmet sunacak. Bu anlaşma, Hilton Garden Inn Erzurum ve Hilton Garden Inn Balıkesir dahil olmak üzere, bu yıl açılacak olan 20’den fazla tesis ile Hilton Garden Inn markasının Türkiye’deki başarısını vurguluyor” dedi. Hilton Garden Inn Amasya misafirleri, tüm gün açık restoran, kafe ve 200 metrekarenin üzerinde etkinlik ve toplantı alanından faydalanabilecek. Orta Karadeniz’in en önemli destinasyonlarından biri olan Amasya, 8 bin 500 yıllık tarihi, eşsiz coğrafyası ve doğal güzellikleriyle “yaşayan müze” olarak kabul ediliyor. Şehir aynı zamanda mermer, mobilya ve metal gibi alanlarda uzmanlaşmış onlarca üretim tesisine ev sahipliği yapan bir sanayi merkezi olarak öne çıkıyor.

Aletris Deluxe Hotel & SPA, Haziran’da hizmete giriyor

Aletris Hotels Genel Müdürü Lemi Küçük, Antalya’nın Manavgat ilçesinde konumlanan ve 1 Haziran 2022 tarihinde açılacak olan tesislerinin yatırımını, Coşkunlar Yatırım İşletmeleri Turizm Tic. A.Ş.’nin gerçekleştirdiğini belirtti. Lemi Küçük, inşaatına 1 Kasım 2021 tarihinde başladıkları 5 yıldızlı Aletris Deluxe Hotel & SPA’nın 336 oda,752



yatak kapasitesine sahip olduğunu, bünyesinde bulunan 2 adet toplantı salonunun, Ultra All İnc. konsept olarak hizmet vereceğini ifade etti. Toplantı salonlarının tamamen dijital uygulamalar ile konuklarına hizmet sunacağına özellikle vurgu yapan Küçük, tesisinin, bölgenin en üst segment otelleri arasında yer alacağını açıkladı.



2-3 yıl içerisinde gruba ikinci bir otel yapmayı hedefliyoruz

Yatırım sürecinde döviz dalgalanmasından dolayı fiyat ve ürün tedarikinde aksaklıklar yaşandığına değinen Küçük, hali hazırda faaliyette olan otellerinin olmadığını, Aletris Hotels grubu olarak sektöre yeni katıldıklarını açıkladı. İleriye dönük projeleri hakkında ise bir açıklama yaparak, “2-3 yıl içerisinde gruba ikinci bir otel yapmayı hedefliyoruz.” paylaşımında bulundu.



Navitas spa & sports

BEDENİNİZİ VE RUHUNUZU DİNLENDİRİN

Özlediğiniz konfor ve beklentilerinizin üzerinde hizmet anlayışıyla Navitas Spa & Sports standartlarınızı çok yükseltecek.

Yoğun ve hareketli hayat temposunda günlerimizi geçiyoruz. Günlük hayatın yorgunluğu ve stresinden arınmanın adresi Navitas Spa'da sizleri bekliyoruz.

Spa merkezlerimizin girişinden çıkışına kadar sizlere eşlik ederek en uygun bakım programları ile hizmet veriyoruz. Vücut bakım programları, masaj terapileri ve aromatik yağlar ile yapılan bakımlar, ruhsal ve bedensel olarak bedeninizi ve ruhunuzu dinlendirecek, stresten uzaklaştıracak.

Havuz, Sauna, Türk Hamamı, Buhar Banyosu, Masaj Terapi ve Fitness merkezinde keyifli bir gün geçirmeniz için her şey düşünülmüş ve hijyen şartlarına dikkat edilmiştir.

Şehrin içinde, şehirden uzak olmak için sizleri de bekliyoruz.

Bedeninizi ve Ruhunuzu Navitas Spa' da dinlendirin.

**HİZMETLERİMİZ HAKKINDA
DETAYLI BİLGİ ALMAK İÇİN**

info@navitasspa.com



www.navitasspa.com



[navitasspasports](https://www.instagram.com/navitasspasports)



Regnum Carya Hotel, ek villa yatırım projesi ile hizmet alanını genişletiyor

Regnum Carya, Yönetim Kurulu Üyesi Deniz Üstertuna, yatırımını, Opet Petrol dağıtım şirketinin kurucu ortağı olan Öztürk Holding'e bağlı Carya Turizm



A.Ş.'nin üstlendiği proje ile Regnum Carya'nın hizmet alanını genişletme projesini gerçekleştirecekleri bilgisini paylaştı. Üstertuna, Öztürk Holding hakkında: "Öztürk Holding, 2014'te bölgenin en iddialı yatırımlarından olan Regnum Carya Hotel yatırımını ile konaklama sektörüne girmiştir. Firma aynı zamanda Türkiye'de en fazla Golf sahası yatırımı yapan ve toplamda Antalya'da iki, Bodrum'da bir ve Ankara'da bir olmak üzere dört Golf sahasına sahip tek firmadır." paylaşımında bulundu. Yeni proje ile Regnum Carya Hotel'in yanında konumlanmış Zeynep Hotel'in arka binasının yerine 50 adet ortak havuz kullanımlı villa yatırımı planladıklarını açıklayan Üstertuna, "Proje, Regnum Carya'ya ek olacak ve 2023 yaz sezonunda hizmet verebilecek şekilde hayata geçirilecektir. Belek destinasyonunda Regnum Carya ve Zeynep Hotel, Bansko Bulgaristan'da Regnum Bansko, Bodrum'da Regnum Escana'yı bünyesinde barındıran Carya Turizm olarak, Göcek, Bodrum, Belek gibi yerlerde sahibi olduğumuz arazilerde, buna ek olarak yurtiçi ve yurtdışında birçok destinasyonda ön çalışmalarımız bulunmakta olup farklı yatırım planları da masamızda yer almaktadır." dedi.

Side Stella Elite Hotel'in, Haziran ayı sonunda hizmete girmesi planlanıyor



Bekir Kara

Pandeminin tüm sektörlerde yarattığı olumsuz etkilerin kendilerine de yansıtıldığını belirten Kara, yatırım süresince bazı malzemelerin bulunmaması nedeniyle tedarik sürecinde gecikmeler olduğunu, piyasanın oynak olması, fiyat istikrarsızlığı ve aşırı fiyat artışı olmasından dolayı, yatırım maliyetlerinin çok arttığını belirtti. Bu durum sonucunda yatırım bütçelerinin çok üstünde harcama yapmak zorunda kaldıklarını ifade eden Kara, dolayısıyla açılış tarihlerini bir ay ertelemek zorunda kaldıkları açıklamasını yaptı. Şu an için başka yeni bir otel yatırım planlarının olmadığını belirten Kara, "Hali hazırda Manavgat Evrenseki Mevkiinde 5 yıldızlı bir otelimiz mevcuttur. Bu otelimiz çocuklu misafirlerimizde hizmet vermektedir. 265 odalı olup 577 yatak kapasitelidir" dedi.

Kempinski Residences Balmumcu, İstanbul Projesi için işletme sözleşmesine imzalar atıldı



İstanbul, Balmumcu – Beşiktaş semtinde 2024 yılının başlarında ilk misafirlerini ağırlayacak olan Kempinski, seçkin, lüks rezidanslar için yeni bir işletme sözleşmesi imzalayarak, bu küresel şehrin önde gelen hotel gruplarından biri olarak pozisyonunu güçlendiriyor. Yemyeşil bir vadiye, 30 bin metrekarelik geniş bir arazinin kalbinde yer alan Kempinski Residences Balmumcu, beş modern binaya yayılmış 155 rezidans ve 11 seçkin villa ile Boğaz manzarasına karşı ev sahipliği

yapmaya hazırlanıyor. 194 ila bin 340 metrekare arasında değişen rezidanslar ve villalar, İstanbul'un iş ve ticaret merkezinin kalbinde lüks yaşamı zirvede yaşatacak ve bu anlamda Kempinski tarafından sağlanan özel bir Residence Concierge, Resident's Lounge, spor salonu, açık havuz ve vale park hizmeti gibi ayrıcalıklı hizmetler sunuyor olacak. Kempinski Group CEO'su ve Kempinski AG Yönetim Kurulu Başkanı Bernold Schroeder "Kempinski 30 yılı aşkın bir süredir İstanbul'da bulunuyor ve bu güzel şehrin kalbimizde özel bir yeri var. Bu güzel, lüks rezidans koleksiyonunu yönetmekle görevlendirilmek, Kempinski'nin İstanbul'da sahip olduğu büyük önemin ve şehirdeki uzun vadeli ortağımız Astaş Holding ve Türkiye'nin önde gelen inşaat şirketlerinden biri olan Yapı & Yapı ile olan ilişkimizin gücünü yansıtıyor" diyerek duyduğu gururu dile getiriyor. Merkezi konumda olan Kempinski Residences Balmumcu, İstanbul, lüks butiklerin ve restoranların bulunduğu Zorlu Center'a, her türlü ulaşım bağlantılarına yakınlığı ile ideal bir konumda bulunuyor. Kempinski Residences Balmumcu, Kempinski tarafından yönetilen ve Astaş Holding'e ait Kempinski Residences Astoria, Kempinski Residences Bellevue ve Macka Residences by Kempinski rezidans projeleri ve ayrıca Boğaz kıyısındaki efsanevi Çırağan Palace Kempinski İstanbul Saray Resort'un arasına katılacak. Kempinski Residences Balmumcu'nun inşaatına başlandı ve ilk konutların 2024'ün başlarında ev sahiplerine teslim edilmesi öngörülüyor.



AS-KAN
MÜHENDİSLİK

Suya Değer Katar...



WORLD TREAT
SU ARITMA SİSTEMLERİ

Endüstriyel Su Arıtma

AsChem®
CHEMICAL PRODUCT
T U R K İ Y E

Arıtma Kimyasalları

m.oya
SU ARITMA SİSTEMLERİ

Evsel Su Arıtma

Standart

Pompa & Yangın Sistemleri & Hidrofor

AnTech
"Water Control Technologies"

Kontrol & Dozaj Üniteleri

VIESMANN

Isı Tekniği Sistemleri



Eşanjör Grupları

Keşif Analiz Projelendirme Montaj Teknik Servis



Cumhuriyet Mah. Fatih Cad. Süleyman Bayır Apt.
No:53/D Muratpaşa / ANTALYA
T: 0 242 316 89 86 F: 0 242 316 89 83

www.as-kan.com
info@as-kan.com

SunExpress, 2021 yılını kârla kapattı

Türkiye turizmini desteklemek için uçuş ağını genişleten SunExpress, pandemiye rağmen 2021 yılını 59 Milyon Euro kâr ile tamamladı. Havayolu şirketi, 2021 yılında yüzde 75 doluluk oranı ile 6 milyon yolcu taşıdı. 2022 yazında 25 yeni rota ile şirket tarihindeki en büyük genişlemeyi gerçekleştirdi. SunExpress'in güçlü finansal yapısıyla 2022 yılında büyüme stratejisini sürdürmeye devam edeceğini belirten SunExpress CEO'su Max Kownatzki, "Türk turizminin en önemli oyuncularından biri olarak, Türkiye'nin seyahat etmek için en cazip destinasyonlardan biri olduğunu göstermek için büyük çaba sarf ediyoruz. En zorlayıcı dönemlerde bile Türkiye'nin turizm merkezlerine erişimi mümkün kıldık. Aileleri bir araya getirmeye devam ettik ve Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarının memleketlerine ve sevdiklerine kavuşabilmelerini sağladık. SunExpress olarak elde ettiğimiz bu başarı, başta Türkiye hükümeti ve ilgili makamlar tarafından atılan hızlı ve cesur adımlar, çalışanlarımızın özverili çabaları ve bize güvenmeye devam eden sadık yolcularımız sayesinde gerçekleşti" dedi. SunExpress, 2022 yaz sezonunda toplamda 25 yeni rota ve ek 16 bin 250 uçuşla tarihindeki en geniş uçuş ağına ulaşıyor. Hava yolu, Türkiye'den 30 ülkede 60 destinasyona ve 175'ten fazla rotaya aktarmasız uçuş sunuyor. Kownatzki, "Tarifeli uçuşlarla Akdeniz ve Ege bölgelerine en fazla turist taşıyan

hava yolu olarak unvanımızı korurken tüm Türkiye'ye en fazla turist getiren bir numaralı turist hava yolu olma hedefimize doğru adım adım ilerliyoruz. Zengin tarihi ve kültürü, eşsiz mutfağı ve aynı anda farklı iklim koşullarıyla ziyaretçilerine sınırsız alternatif sağlayan Türkiye'nin sadece yazın değil her mevsim sunacağı çok şey var. Turizmi deniz tatilinin ötesine taşıyarak Türkiye'yi yılın her döneminde ziyaret edilen bir ülke haline getirmek adına canla başla çalışmaya devam edeceğiz" dedi. Kownatzki, "Antalya, İzmir, Dalaman ve Bodrum-Milas, Türk Rivierası'nda odaklandığımız dört ana havalimanımız. Seyahat talebi, yaz sezonu yaklaşıkçça güçlenmeye devam ediyor. 2022'de bu sahil kentlerine yaptığımız uçuşlarda pandemi öncesindeki seviyeleri aşarak, 2019 yılına kıyasla kapasitemizi daha fazla artırmayı hedefliyoruz. Kapasite artışının yanı sıra yeni dış hat destinasyonları ile bu şehirlere daha fazla bağlantı sunacağız" dedi. 2022 yaz sezonunda SunExpress, Antalya, İzmir, Dalaman ve Bodrum-Milas havalimanlarından toplamda 33.000 uçuş gerçekleştirecek. Hava yolu, bu merkezlerden 20'si yeni eklenen destinasyon olmak üzere toplamda 52 noktaya uçacağını açıkladı.

Anadolu hattında 1.250 ilave uçuş, 5 yeni rota

2022 yazında, geçen yıla kıyasla 1.250 adet daha fazla uçuşla 14 Anadolu kentinden



Avrupa'nın 18 şehrine direkt tarifeli seferler sunan SunExpress'in bu yaz Anadolu – Avrupa uçuş ağına eklediği 5 yeni dış hat rotası şöyle: Ankara – Kopenhag, Samsun – Viyana, Zonguldak – Dortmund, Ordu – Düsseldorf ve Kayseri – Viyana. Kownatzki, "Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarımızı memleketleri ve sevdikleriyle buluşturmaya devam ediyoruz. 2022 yılında da Anadolu kentlerinin yerel turizm ve ekonomisine destek olmaya devam edeceğiz" dedi. SunExpress'in, Türkiye ile Avrupa arasındaki direkt uçuşları ile Türkiye turizminin güçlü bir destekçisi olduğunu belirten Kownatzki, "Kapasite ve uçuş sayılarımızdaki artış, uçuş ağıımızdaki ve filomuzdaki genişleme, yeni eklenen destinasyon ve bağlantılarımız Türkiye turizminin güçlü toparlanmasına olan güvenimizin bir yansıması. 2022 yılında her zamankinden daha fazla kapasite artışı ile Türkiye'nin turizm hedeflerine ulaşmasına destek olmak için üzerimize düşeni yapacağız. SunExpress olarak Türkiye'nin turizm elçisi rolünü üstlenmeye ve Türkiye turizmi için güvenilir bir hava yolu ortağı olmaya devam edeceğiz" dedi.

THY'den ara verilen hizmete devam kararı



THY, koronavirüs salgını nedeniyle bir süredir ara verilen 'Stopover Konaklama Hizmeti'ni 2022 yılı itibarıyla yeniden başlattığını açıkladı. Hizmet, uzun transfer gerçekleştiren yolculara İstanbul'da konaklama imkanı sunuyor. THY aktarmalı seyahat eden bağlantı süresi uzun yolcular, bilet alımı akabinde düzenlenen otel çekiyle ekonomi sınıf için 4 yıldızlı otelde 1 gece, business sınıf için 5 yıldızlı otelde 2 gece ücretsiz ve ilave olarak anlaşmalı otellerde günlük 49 dolardan başlayan fiyatlarla konaklayabilecek. Söz konusu uygulamaya bu yıl 15 ülke daha katılacak. Uygulama ile Türkiye turizmine katkı sağlamayı ve THY transfer yolcu sayısını artırmayı da hedeflediklerini kaydeden THY Genel Müdürü Bilal Ekşi, "Yolcularımız sunduğumuz ücretsiz konaklamaya ilaveten Türk Hava Yollarına özel fiyatlarla anlaşmalı otellerimizde konaklamalarını uzatabilir, İstanbul'u daha fazla keşfedebilirler" dedi.

Pegas Touristik'in Türkiye paket tur satışları başladı



Pegas Touristik, Türk Hava Yolları uçuşlarında Türkiye'ye yaz turlarının satışını açtığını duyurdu. Tur operatörü Pegas Touristik, nisan ayı sonundan itibaren Türk Hava Yolları garantili blok koltuk seferleriyle Antalya'ya paket tur satışına başladığını belirtti. Alınan karara göre 23 Mart'ta Pegas Touristik, tur operatörünün iki hizmet sınıfında garantili koltuk aldığı Türk Hava Yolları'nın günlük uçuşlarında Moskova'dan (Vnukovo) Antalya'ya turları başladı. Tur operatörünün Antalya otellerinde yaz için oda garantisi bulunuyor. Planlanan program, 29 Nisan'da başlayacak, ardından tüm yaz sezonunu kapsayacak ve ekim ayının son gününe kadar sürecek.

“2019 satışlarımızın yüzde 80 üzerine çıktık”

Detur Global, ayrıcalıklı ürünleri ve Türkiye deneyimiyle İskandinavya pazarında öne çıkıyor. Erken rezervasyon döneminde de başarılı bir yükseliş grafiği yakalayan turizm markası, satışlarını pandemi öncesine göre yüzde 80 artırdı. Turizm sektörü, yoğun pandemi gündeminin ardından Rusya ve Ukrayna gerilimiyle yeniden hareketli günler yaşıyor. Turizm şirketleri mevcut planlarında revizyona giderken dünyanın konuştuğu politik-ekonomik gelişmelerin tatil taleplerine nasıl yansıtacağı da merak konusu. Airport'ta yer alan habere göre, Avrupa'nın önde gelen tur operatörlerinden Detur Global ise uzmanı olduğu İskandinavya pazarına gerek deneyimi gerekse ayrıcalıklı ürün paketleriyle damgasını vurmuş durumda. Erken rezervasyon dönemi satışlarında 2019 rakamlarının çok üzerinde artış yakalayan tur operatörünün 2022 yaz sezonu öncesi son satış performansını Detur Global Pazarlamadan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi (CMO) Yiğit Tezel değerlendirdi. Avrupa'nın doğusunda yaşanan gelişmelerin de etkisiyle İskandinavya pazarındaki bazı tur operatörlerinin kapasitelerinde azaltmaya gittiklerini belirten Yiğit Tezel şunları söyledi: “Detur Global olarak biz bu süreçte pozisyonumuzu koruduk. Türkiye satışlarımız diğer tur operatörlerinin üzerinde devam ediyor. Şubat ayının ortalarına kadar 2019 satışlarımızın yüzde 80 üzerine çıktık. Bu dönemde çok başarılı bir yükseliş grafiği yakaladığımızı söyleyebilirim. Ukrayna'da yaşanan gelişmeler görece olarak satışları etkiledi ancak bizim özellikle Türkiye'ye dönük satışlarımız 2019 seviyelerinde devam ediyor. Detur'un Türkiye'deki gücü ve kaliteli ürün çeşitliliği satış hızımızı korumamızı sağladı. Bu süreçte iptal veya erteleme çok az olduğunu söyleyebilirim. Gelişmeler doğrultusunda 'son dakika' taleplerin yine öne çıkacağı bir sezon yaşayacağımız düşüncesindeyim.” Ekonomik kriz, pandemi ve savaşın dünya ekonomisine ve turizme etkisini değerlendiren Tezel, “Özellikle Kuzey Avrupa'da pandemi sonrası bir normalleşme sürecine geçildiğini görüyoruz. Avrupa'da ekonomik krize bağlı enflasyondaki artışın tatil taleplerini olumsuz etkilemediği kanısındayım. Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan gelişmelerin ise henüz turizm sezonuna nasıl yansıtacağı noktasında elimizde net bir bilgi yok. Evet mevcut siyasi iklim turizmcilerin istemediği bir havada ama iyimser her türlü diplomatik gelişme, mutlaka turizm endüstrisine ve dolayısıyla bekleyen taleplere olumlu yansıtacaktır. Şunu da unutmayalım ki pandemiyle beraber dünya seyahat pazarında kartlar yeniden dağıldı. Bu yeni duruma en iyi şekilde adapte olan güçlenerek yoluna devam edecektir. Detur Global stratejik olarak tüm hazırlıklarını geleceğe dönük yapıyor” şeklinde konuştu.



Corendon, Kassel-Antalya seferlerine başlayacak

Corendon, 4 Haziran'dan itibaren haftada iki kez Kassel'den Antalya'ya uçuş gerçekleştirecek.

Corendon Havayolları Almanya Sorumlusu Thomas Braun, Kassel Havalimanı'ndan gerçekleştirilecek



seferlerin 29 Ekim'e kadar devam edeceğini belirtti. Hem haziran ayında başlayacak uçuşlar hem de uzun vadeli ve başarılı iş birliğinden dolayı çok memnun olduklarını söyleyen Braun: “Şimdi Almanya'nın ortasındaki yolcularımızın Kassel-Antalya seferlerinde de havayollarımızın mükemmel servislerinin keyfini yaşayabilecekleri için seviniyoruz. Corendon Havayolları 2005 yılındaki kuruluşundan bu yana her yıl Avrupa'dan dünyanın çeşitli yerlerindeki sevilen tatil noktalarına 6 milyon yolcu taşıyor. Boeing 737-800 modeli uçaklardan oluşan güçlü filosuyla 65 ülkedeki 165 havalimanına direkt uçuşlar gerçekleştiriyor. Tüm bu seferler için uçulan noktalarda yolcuların sorunlarıyla ve istemleriyle ilgilenmek üzere havayollarının bir Türk temsilcisi de görev alıyor” açıklamasını yaptı.

“Antalya büyük talep görüyor”

Kassel Havalimanı GmbH Genel Müdürü Lars Ernst ise, Corendon Havayolları'yla yapılan yeni iş birliğinden dolayı çok memnun olduklarını söyledi. Kassel'dan tatil planları için başka yeni olanaklar sağlandığını belirten Ernst, “Antalya, son dönemde büyük talep gören bir seyahat noktası ve Corendon ile uçuşlar 2022 yaz sezonu uçuş planımız için çok güzel bir katkı olacak” dedi. Bu iş birliğinin kendileri için özel bir anlamı daha olduğunu ifade eden Ernst : “Corendon, sadece paket tur hizmetleri için bir uçak şirketi değil. Tek uçuş bileti satın alma olanağı nedeniyle Türkiye'ye akraba ve arkadaş ziyaretleri de Corendon'la gerçekleştirilebilir. Kuzey Hessen, Doğu Westfalya ve Güney Aşağı Saksonya bölgelerinden Türkiye seyahati talepleri son zamanlarda büyük artış gösterdi. Biz bu bölgenin ve bu bölgede yaşayan insanların hava limanımız. Bundan dolayı bölgemizi temsil eden çeşitli kültürlerden insanlarımızın sorunsuz bir biçimde Türkiye'ye de uçabiliyor olmalarından çok memnunuz. Uzun vadede Türkiye'deki diğer uçuş noktalarına seyahat hizmeti sunabilmeyi planlıyoruz. Bunun için diğer hava yollarıyla da görüşmeler devam ediyor. Kassel çok yönlüdür ve yeni seyahat noktalarıyla bunu daha da çok yönlü hale getirmek için çalışıyoruz. Türkiye, hem Türkçe hem de Almanca konuşan tatilciler için en sevilen tatil hedeflerinden biridir” paylaşımında bulundu.

Pegasus SAF ile ilk iç hat seferini yaptı

Operasyonlarını ve faaliyetlerini “sürdürülebilir çevre” anlayışıyla yöneten Pegasus Hava Yolları, Petrol Ofisi tarafından ikmalî gerçekleştirilen Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı (Sustainable Aviation Fuel – SAF) kullanımıyla ilk yurt içi uçuşunu İzmir ile İstanbul arasında gerçekleştirdi. Neste Corporation kaynaklı SAF yakıtı ile Petrol Ofisi'nden tedarikçini yapan Pegasus, Mart ayı boyunca her gün İzmir'den bir yurt içi uçuşunu SAF ile gerçekleştirecek.

“Havacılık sektörü kaynaklı karbon ayak izini azaltmak kritik bir öneme sahip”

Sürdürülebilir havacılığa giden yolda, havacılık sektörü kaynaklı karbon ayak izini azaltmanın kritik bir öneme sahip olduğunu ifade eden Pegasus Hava Yolları CEO'su Mehmet T. Nane, “Türkiye'nin de taraf olduğu Paris İklim Anlaşması gereği, 2030 yılına kadar karbon emisyonunun yüzde

50 azaltılması öngörülüyor. Bunu mümkün kılacak önemli etkenlerden biri de Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı kullanımının artırılması. 2019 yılından bu yana belirli yurt dışı uçuşlarımızı SAF ile gerçekleştiriyoruz. Bu uygulamamızı, Petrol Ofisi ile iş birliği yaparak yurt içi uçuşlarımıza da taşıdık. Pegasus Hava Yolları olarak, karbon salınımı düşük, çevreci ve sürdürülebilir kaynaklardan üretilen SAF ile ilk yurt içi uçuşumuzu gerçekleştirmenin mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.” dedi ve sözlerine şöyle devam etti: “Orta vadede filo dönüşümü ve offsetleme projeleri, uzun vadede ise yeni teknoloji uçaklar ve karbon yakalama teknolojileri alanlarında çalışmalarımızı sürdürmeyi hedefliyoruz. Desteklediğimiz IATA “2050'ye kadar Net Sıfır Karbon Emisyonu” kararı doğrultusunda sürdürülebilir havacılığı desteklemek adına var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz.”



Detur Global'de üst düzey atamalar

Türkiye'nin Avrupa pazarındaki en güçlü tur operatörü Detur Global, yönetim kadrosunu güçlendiriyor. 25 yıllık deneyimli turizm markası ekibe yeni katılan ve terfi eden isimlerle Türkiye'deki hedeflerini büyütme devam ediyor. Avrupa'nın önde gelen tur operatörlerinden Detur Global bu yıl 500 bin kişiyi seyahate çıkarmak için düğmeye bastı. Kuzey Avrupa satışlarında yüksek hacim yakalayan ve şimdiden 2023 yılı satış ve pazarlama stratejilerini uygulamaya geçiren Detur Global, Türkiye'deki insan kaynağını da büyütme sürdürüyor. Detur Global'in müşteri ilişkileri, denetim ve kalite uygulamalarını yöneten Selma Deniz Akın, yeni görev tanımı doğrultusunda Kalite ve Servis Direktörü olarak terfi etti. Finlandiya'nın Jyväskylä şehrinde otel yöneticiliği yüksek eğitimi alan Selma Deniz Akın, 1999 yılından bu yana turizm, otelcilik, havacılık, rehberlik, seyahat acentacılığı kulvarlarında tecrübe kazandı. Başta İskandinavya pazarı olmak üzere farklı ülkelerde kalite ve müşteri hizmetleri odaklı görevler üstlenen Akın, 2020 yılında Detur Global'e katıldı. Detur Global'de terfi eden bir diğer isim ise Emrah Tolga Fırat oldu. Turizm sektörünün deneyimli ismi Emrah Tolga Fırat, Detur Global'in Bölge Müdürü-Türkiye olarak yeni görevine devam edecek. 20 yılı aşkın süredir turizm sektöründe

yöneticilik yapan Fırat, Hacettepe Üniversitesi Fransız Dili ve Edebiyatı mezunu. 2011 yılından itibaren Detur Group bünyesinde Norveç Operasyon ve Ürün Müdürü olarak kariyerine devam eden Emrah Tolga Fırat sonraki yıllarda Destinasyon ve Kontrat Müdürü olarak Antalya, Alanya, Side ve Tunus destinasyonlarında tecrübe kazandı. Marka bünyesine yeni katılan isimlerden Hüseyin Onat Cihanoğlu da Detur Global'in Side-Alanya Bölge Müdürü oldu. Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otelcilik MYO'dan mezun olduktan sonra bir süre konaklama sektöründe çalışan Cihanoğlu, 2002-2009 yılları arasında İskandinavya pazarında üst düzey yöneticilik yaptı. Geçtiğimiz yıllarda Almanya ve Doğu Avrupa pazarlarında faaliyet gösteren acentalarda Bölge Müdürü, Kontrat Müdürü gibi çeşitli görevler üstlenen Hüseyin Onat Cihanoğlu, özellikle Side-Alanya bölgesinde aktif olarak çalıştı. Cihanoğlu, aynı zamanda Skal Antalya Üyesi, ALTAV Alanya Yönetim Kurulu Üyesi olarak sivil toplum faaliyetlerinde bulunuyor.



Hüseyin Onat Cihanoğlu- Selma Deniz Akın-Emrah Tolga Fırat

Corendon Airlines, Londra – Antalya arası her gün uçmaya başlıyor

Avrupa'yı Türkiye'ye ve en çok tercih edilen tatil destinasyonlarına başlayan Corendon Airlines, 2022 yaz sezonunda uçuş ağına yeni destinasyonlar ekleyecek ve uçuş frekanslarını artıracak. Covid-19 salgınından kaynaklı seyahat kısıtlamalarının daha da hafifletilmesiyle birlikte yaptıkları seyahat rezervasyonlarının sayısını artıran İngiliz turistler ise Corendon Airlines'ın yeni uçuşlarıyla birlikte ülkemize daha da konforlu şekilde seyahat edecek. İngiliz turistlerin Türkiye'ye yoğun ilgisini de göz önünde tutarak İngiltere – Türkiye uçuş programını genişleten Corendon Airlines, Londra'dan Antalya'ya günlük uçuşlar gerçekleştireceği belirtiliyor. Corendon Airlines geniş bir uçuş planı sunduğu İngiltere pazarında 5 havalimanından gerçekleştireceği uçuşlara 1 Nisan'da başladı. Londra'nın yanı sıra Birmingham, Manchester, Newcastle ve Glasgow'dan da Antalya, Bodrum ve Dalaman'a uçuşlar gerçekleştirecek Corendon Airlines, böylece ülkemize gelecek yabancı turist sayısının artışına ciddi katkıda bulunacak. Corendon Airlines Ticaret Direktörü Mine Aslan ise 2022 yılının yaz sezonu ile ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etti: "Nisan ayında başlatacağımız yaz sezonuna büyük beklentilerle ve umutlarla giriyoruz. Covid-19 salgını sebebiyle yaşadığımız duraklama sürecinde

altyapımızı geliştirmeye odaklandık ve büyük bir dijital dönüşüm gerçekleştirdik. İngiltere dijital kanalların önemli olduğu bir pazar, biz de gerçekleştirdiğimiz dijital geliştirmeler ile bu pazarın dinamiğine uyum sağlıyoruz. Avrupa'dan ve özellikle İngiltere'den gördüğümüz ilgiden çok memnunuz. Duyduğumuz planlamamız ve erken rezervasyon kampanyalarımız, bu coğrafyadan çok büyük ilgi gördü. Yüksek ilgileri ile Türkiye'yi ne kadar özlediklerini gösteren İngiliz yolcuların en çok tercih ettiği destinasyon olarak ise Antalya öne çıkıyor. Biz de bu talebe cevap vermek adına uçuşlarımızın frekansını artırmayı ve aralıksız devam ettirmeyi hedefliyoruz. İngiltere'deki farklı şehirlerden gerçekleştireceğimiz uçuşların çok verimli geçeceğine eminiz. Ayrıca önümüzdeki süreçte İngiltere'den yeni şehirler de ekleyerek uçuş destinasyonlarımızın sayısını artıracacağız. Planlamalarımızı kış sezonunu da kapsayacak şekilde genişletmeyi hedefliyoruz. 2022 yılı, İngiltere pazarında atağa kalktığımız bir dönem olacak."



Mine Aslan

Ege ve Akdeniz'de Türk şirketlerinin pazar payı yükseliyor

Pandeminin etkisinin azalmasıyla birlikte 2022 yaz sezonu için hazırlıklarını sürdüren Honest Holding, organizasyon ağına eklediği Miray Cruise Line'a ait M/V Gemini gemisiyle yerli ve yabancı müşterilerini ağırlayacak. Ege ve Akdeniz'de hizmet verecek olan firma, dünyanın dört bir yanından on binlerce turisti ülkemize taşıyacak. Turistik gemi taşımacılığı sektöründe Yunan firmalarının ağırlıkta olduğunu söyleyen Honest Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Paraguay İstanbul Fahri Konsolosu Cengiz Deveci, Latin Amerika ve Asya gibi kıtalardan ülkemize gelen turistlerin Yunan firmaları tarafından taşındığını ve ülkelerine büyük döviz girdisi sağladıklarını söyledi. Yeni yatırımlarıyla Ege ve Akdeniz'deki pazar payına ortak olduklarını vurgulayan Deveci, "Yeni gemimizle birlikte bölgedeki Yunan hegemonyasına son veriyoruz. Dünyanın her yerinden gelen turistler artık bir Türk firması tarafından taşınacak. Türkiye çıkışlı milli ve yerli sermayeyle desteklenmiş, Çeşme Limanı'ndan çıkacak olan Miray Cruise Line gemimiz sayesinde, dövizler Yunanistan yerine Türkiye'de kalacak" dedi. Bir yılda 25 bine yakın turistin

ağırlanmasını öngördüklerini belirten Deveci, "1 sezonda turizm ekonomisine 50 milyon Euro katkı sağlanacak" ifadelerini kullandı. Tur operatörleri ve acentelerin tatil organizasyonu açısından büyük önem taşıdığını ifade eden Deveci, "Turistler gemimizle Türkiye'de turlarını tamamladığında Yunan Adaları'na ziyarete gitseler de yine Türkiye'ye dönmek zorunda olacak. Turistler böylece ülkemizde daha fazla vakit geçirerek, daha çok döviz bırakacak" dedi. Pandemi döneminde gemi ve uçak taşımacılığının ciddi yarar almasına rağmen krizi fırsata çevirdiklerini belirten Deveci, "Hem yurt içinde hem de yurt dışında ciddi bir pazarlama ağı oluşturduk. Türkiye turlarının cazibesinin artmasını aynı zamanda ülkemizi tanıtmayı amaçlıyoruz. Gemimiz yaz aylarında Türkiye'de çalıştığı gibi kış aylarında da Latin Amerika ve Körfez ülkelerinde faaliyetlerini yürütecek" diye konuştu.



Cengiz Deveci

A+++



 **KLEO**[™]
minibar

www.minibar.com.tr

0 242 321 46 76

Cep yakmayan gemi turlarına çıkmak artık daha kolay

Gemi seyahatleri ülkemizde de oldukça tercih edilen, seçenekleri ile tatil severlerin keyif aldığı ve rahat ettiği bir tatil türü olarak göze çarpıyor. Günümüzde gemi turları için farklı bütçelere hitap eden farklı programlar yer alıyor. Bütçe dostu bir gemi seyahati için ise erken rezervasyon fırsatlarını yakalamak büyük önem taşıyor. Seyahat uzmanı Ahmet Yazıcı, tatil öncesi tur promosyonlarını takip etmenin önemini vurgulayarak, fırsatların nasıl yakalanacağı ile ilgili açıklamalarda bulundu. Turizm sezonunun canlanmaya başladığı bu dönemde tatilciler öncelikli olarak cep yakmayan, uygun fiyatlı seyahatlere ve turlara yönelirken, turizm uzmanları bütçe dostu bir tatil planı için erken rezervasyon ve promosyonları takip etmenin önemine değiniyor. Selectum Blu Cruises Genel Müdürü Ahmet Yazıcı "Misafirlerimize güvenli ve konforlu bir tatilin yanı sıra uygun fiyatlı tatil turu seçenekleri sunmayı öncelikli görevlerimizden bir tanesi olarak görüyoruz. Bünyemizdeki Selectum Blue Sapphire gemisi ile gerçekleştirecekleri cruise tatili için misafirlerimiz avantajlardan yararlanarak yerlerini ayırmış oluyorlar. Cruise gemi turlarımız için hazırladığımız promosyonlar ile misafirlerimiz hem ekonomik bir tatil yapmış oluyor hem de tatillerinden mutlu ayrılmış oluyorlar" ifadelerini kullandı. Selectum Blu Cruises Genel Müdürü Ahmet Yazıcı, tatil seçeneklerinde erken rezervasyonun önemine değinirken

fırsatları değerlendirmenin tatilciler açısından ayrıcalıklı olacağını vurguladı. Yüzen oteli olarak tanımlanan gemi seyahatinin tatilciler için daha ekonomik olduğunu da belirten Ahmet Yazıcı "Uyguladığımız fiyat seçenekleri ve tur programlarımızla değerli misafirlerimize uzun yıllar hafızalarında kalacak bir tatil deneyimi yaşatmayı hedefliyoruz. Bu nedenle misafirlerimiz erken rezervasyon fırsatını değerlendirmelerini öneriyoruz" diye konuştu.



Ahmet Yazıcı

Gemi seyahati ile farklı rotalar, farklı kültürler

Cruise seyahati ile kısa zamanda çok fazla rotayı ziyaret ederek, farklı kültürleri deneyimlemek mümkün. Cruise seyahatlerinin bu noktada turizmdeki talebi de karşıladığını belirten Ahmet Yazıcı, lüks yolcu gemisi SelectumBlue Sapphire'in ayırt edici özelliklerine değindi. Yazıcı "Gemimizde 24 saat oda servisi bulunmakta. Farklı oda tipleri ve kat hizmetlerinden restoran çalışanlarına, aşçılarından animasyon ekibine kadar güler yüzlü ve deneyimli personelimiz ile misafirlerimize yapacakları tatil boyunca en üst kaliteden hizmet sunuyoruz" ifadelerini kullandı.

Cruise gemilerinin Türkiye'ye dönmesi seyahat severleri sevindirdi

Cruise gemileri Türkiye'ye döndü. Jolly, Celestyal Cruises, Costa Cruises, Msc Cruises, Selectum Blu Cruises ve Royal Caribbean International, gemi turuna çıkmayı planlayanlar için birçok seçenek sunuyor. İstanbul, Kuşadası, Bodrum ve Antalya kalkışlı olan turlara katılmak için en yakın tarih ise 30 Nisan. Dünyanın en güzel limanlarına uğrayan cruise gemileri, Yunan Adaları, Akdeniz, Ege ve Adriyatik Turları için yolcularını ağırlamayı bekliyor.



Sırbistan'a artık kimlikle seyahat edilebilecek

Türkiye ile Sırbistan arasında kimlikle seyahat döneminin başlayacağı duyuruldu. Türkiye Belgrad Büyükelçisi Hami Aksoy sosyal medya hesabından konu ile ilgili yaptığı açıklamada yakında Sırbistan'la kimlikle seyahat uygulamasına başlanılacağını açıkladı. Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Ersoy geçtiğimiz yıl ziyaret ettiği Sırbistan'da, Türk vatandaşlarının Sırbistan'a, Sırbistan vatandaşlarının ise Türkiye'ye pasaportsuz seyahat edebilmesini sağlayacak uygulama hakkında çalışma başlattıklarını belirtmişti.



Global Ports Holding limanları pandemi öncesi seviyesine yaklaştı



Emre Sayın

Dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi ve Global Yatırım Holding işbirliği Global Ports Holding'in (GPH) işlettiği limanlar, trafik ve yolcu sayısı bakımından pandemi öncesi seviyelerine yaklaştı. Global Ports Holding CEO'su Emre Sayın, GPH limanlarında bu yılın şubat ayı itibarıyla sefer sayıları anlamında 2019'un yüzde 96'sına ulaştığını ifade etti. Sayın, dünyanın en büyük ikinci limanı olan GPH limanlarından Nassau'nun sefer sayısının ise 2019'u geride bıraktığını açıkladı. Covid-19 pandemisinin en çok etkilediği sektörlerden olan kruvaziyer turizmde işler normale dönmeye başladı. Dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi ve Global Yatırım Holding işbirliği Global Ports Holding'in işlettiği limanlar, trafik ve yolcu sayısı bakımından pandemi öncesi seviyelerine yaklaştı. Global Ports Holding'in her ay düzenli olarak yayınlamaya başladığı ve kruvaziyer turizmde yönelik güncel verilerin yer aldığı 'Şubat Ayı Trafik İstatistikleri'ni açıkladı. Açıklanan istatistikler ışığında, global kruvaziyer endüstrisinin neredeyse normal bir şekilde çalışmaya

başladığını anlatan Global Ports Holding CEO'su Emre Sayın, talep ve rezervasyonlarda kademeli bir artışın görülmeye başladığını kaydetti. Omicron varyantının, kruvaziyer endüstrisini özellikle Aralık 2021'in ortasından itibaren etkilediğine değinen Sayın, buna karşın varyantta zirvenin geride kaldığını görüldüğünü belirtti.

Filonun tamamının seferlere dönmesi bekleniyor

GPH CEO'su Sayın, Ocak 2022'nin sonunda, rezervasyon seviyelerinin neredeyse Omicron öncesi seviyelere döndüğünü açıklarken, şöyle devam etti: "Varyant azaldıkça toparlanmanın hızlanması bekleniyor. Global kruvaziyer filosunun yüzde 70'inden fazlası hizmet vermeye başlarken, 2022 yazı yüksek sezonunda filonun neredeyse tamamının seferlere dönmesi bekleniyor. Global Ports Holding limanlarında 2021'in dördüncü çeyreğinde pandemiyen henüz ortaya çıkmadığı 2019 yılının aynı dönemine kıyasla seferlerin yüzde 68'ini ve yolcuların yüzde 42'si gerçekleşti. Bu yılın şubat ayı itibarıyla ise sefer sayıları anlamında 2019'un yüzde 96'sına ulaşıldı. Dünyanın en büyük ikinci limanı olan GPH limanlarından Nassau'nun sefer sayısı ise 2019'u geride bıraktı."

Turizmde yükselen trend: Nehirde yapılan cruise turları

2009 – 2019 yılları arasında yüzde 100 büyüyerek dünyada yıllık 30 milyonun üzerinde yolcu sayısına ulaşan cruise seyahat sektörü pandemi sonrasında da büyük bir talep görmeye devam ediyor. Okyanus ve açık denizlerde yapılan konforlu ve lüks gemi tatillerinde yeni trend artık nehir seyahatleri oluyor. Araştırmalar nehirlerde yapılan cruise seyahatlerine olan ilginin hızla arttığını ve premium bir deneyim yaşamak isteyen gezginlerin bu turları tercih ettiğini gösteriyor. Özellikle X ve Y kuşaklarının nehir cruise turlarına olan ilgisinin her yıl yüzde 35-40 oranında arttığını gösteren araştırmalar, bu turların yeni trend olduğunu kanıtıyor. Gazella Turizm, 26 yıldır Türkiye'deki turizm sektörüne getirdiği yenilikçi bakış açısı ve "İleri Seviye Gezginler" için hazırladığı "Tüm Turlar Dahil" turlarıyla yüzde 96 müşteri memnuniyetine sahip. Gazella Turizm, 2022 yılından itibaren "Gazella Cruise" markasıyla açık denizler ve nehirlerdeki lüks ve konforlu cruiselerde "İleri Seviye Gezginlere" benzersiz bir seyahat deneyimi yaşatmaya hazırlanıyor. Her yıl yüzde 50'nin üzerinde büyüyen nehir cruise turları özellikle Avrupa'da yeni trend olarak öne çıkıyor. Nehirlerde gerçekleştirilen cruise turlarının son yıllarda tüm dünyada büyük ilgi gördüğünü belirten Gazella Cruise Genel Müdürü Zafer Altın "Gazella Turizm, faaliyetine başladığı ilk günden itibaren

seyahat trendlerini ve dünyada öne çıkan deneyimleri her zaman göz önünde bulunduruyor. Özellikle pandemiden sonra deniz ve nehirlerde gerçekleştirilen cruise turlarına dünyada artan bir talebin olduğunu farkındayız. Yapılan araştırmalar uluslararası seyahatler gerçekleştirilen gezginlerin yüzde 58'inin bir sonraki seyahatinde cruise alternatifini değerlendirmeye eğilimli olduğunu gösteriyor. Bir cruise seyahati yapmış olan gezginlerin ise yüzde 74'ü bu deneyimi tekrarlamak istediğini belirtiyor. Biz bu trendi, Gazella Turizm farkıyla yeni bir deneyime dönüştürmeye odaklandık. Bu kapsamda nehirlerde lüksün ve konforun ayrıcalığını misafirlerimizle buluşturmaya başladık. Avrupa'nın çok geniş destinasyon haritası üzerinden, eşi benzeri olmayan tur deneyimleri geliştirdik. Seine'den Ren'e, Mosel'den Tuna'ya Avrupa'nın önemli nehirleri üzerinde göz kamaştırıcı bir yolculukla İsviçre, Almanya, Fransa, Belçika ve Hollanda'nın en özel limanlarında demir atıyoruz. Nehir boyu keyifli bir yolculuk sonrasında, demir atılan limanlarda hareket saatine kadar şehirlerin keşfedilmesini sağlıyor, misafirlerimize maksimum konforla romantik bir deneyim sunuyoruz" dedi.



ATOR, turizmin sorunlarını değerlendirdi ve iki yeni başkan yardımcısı seçti

Rus Tur Operatörleri Derneği (ATOR) üyelerinin olağan genel kurul toplantısı yapıldı. Tüzüğe göre, en büyük Rus tur operatörü, şirketlerinin başkanlarını, en az



Maya Lomidze

iki yılda bir düzenleniyor. Atorus.ru'da yer alan habere göre, 2022 yılında yapılan genel kurul toplantısında Birliğin yönetim organları seçildi. Üyeleri başkan yardımcısı statüsünde olan ATOR Prezidyumu ve ATOR icra müdürlüğü başkanı Maya Lomidze, Dernek üyeleri tarafından iki yıllık bir süre için yeniden ATOR İcra Direktörü görevine yeniden seçildi. Tur operatörü Space Travel CEO'su Arthur Muradyan, Outbound Turizmde Sorumlu Başkan Yardımcısı seçildi. ATOR genel kurul toplantısının katılımcılarına yaptığı kısa konuşmada, mevcut pazar durumunu ve havacılık ve ödemeler alanı da dahil olmak üzere giden turizmin hayatta kalması için gerekli olan sektör için gerekli destek hatlarını özetledi. Dolphin tur operatörü Genel Müdürü Sergey Romashkin, ATOR İç Turizmde Sorumlu Başkan Yardımcılığına seçildi. ATOR genel kurul toplantısının katılımcılarına yaptığı kısa konuşmada, mevcut pazar durumunu ve havacılık ve ödemeler alanı da dahil olmak üzere giden turizmin hayatta kalması için gerekli olan sektör için gerekli destek hatlarını özetledi. Romashkin konuşmasında, bölgelerdeki covid kısıtlamalarının bir an önce sona erdirilmesi ve iç organize turizmi desteklemeye yönelik bir dizi başka önlemin alınması gerektiğini vurguladı. Önde gelen tur operatörleri yaptırımlar kapsamında sektörü desteklemek için tedbirleri gördü. Tur operatörleri, birçok konuşmacıya göre turizm için en akut ve kritik olan mevcut pazar durumunu tartıştılar.

Uluslararası Gastronomi Köprüsüne Oxford Street de eklendi

Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Avantgarde Collection'ı da içinde bulunduran Lucis Initiative ile İngiltere merkezli Gees Court Partners; dünyaca ünlü Market Halls



projesiyle, İngiltere'den başlayarak global arenada büyüme stratejisini sürdürüyor. Pandemi sonrası geniş çaplı bir renovasyonun ardından yeniden açılan Market Halls'un Oxford Street şubesi; içinde yer alan 2 bar ve 8 yaratıcı farklı mutfakla, ziyaretçilerine benzersiz bir gastronomi deneyimi vadediyor. Türk turizmi ve gastronomisiyle İngiltere arasında köprü olmayı hedefleyen Lucis Initiative yatırımı Market Halls ile, pek çok Türk markası da yurtdışına açılma imkanı bulabilecek. Turizm sektöründeki tecrübesi ve 360 derece yaklaşımıyla özel konseptli projeler yaratan, dünya standartlarında ortaklık ve yatırımcılık kültürünü benimseyen Lucis Initiative'in GCP ile çoğunluğunu satın aldığı dünyaca ünlü Market Halls, yeni şubeleriyle ses getirmeye devam ediyor. Market Halls'un en gözde lokasyonlarından olan Oxford Street, pandemi nedeniyle 2 yıllık bir aranın ardından hem mimarı, hem de konseptle ilgili pek çok yenilikle birlikte yeniden kapılarını açtı. Market Halls Oxford Street; yenilenen konseptinde, her zamanki yüksek enerjili ve farklı ambiyansının yanında; 2 bar ve Street'te Tacos, modern kebab, sushi ve modern füzyon, Malezya gibi 8 farklı mutfakla bünyesinde bir araya getiriyor. Lucis Initiative Kurucusu İsmet Öztanık, "Öncelikli amacımız, İstanbul'daki ikonik bir lokasyon dışında Market Halls'u Türkiye'ye getirmek değil. Türkiye'de ayakları üzerinde duran, lezzetiyle ve konseptiyle farklılık yaratmış markaları; Market Halls ile beraber İngiltere pazarına sokmak ve Londra'dan başlayarak tüm gelişmiş pazarlara açılmasını sağlamak amacıyla, marka ortaklıkları üzerinde çalışıyoruz" dedi. Gees Court Partners'ın hizmet sektörü ve özellikle gastronomide seri yatırımlar yaparak, katma değerli ortaklıklara liderlik ettiğini söyleyen GCP'nin Kurucu Ortağı Esat Kolege ise Market Halls'un çoğunluk hissesini almaktan ve yeniden açılış süreçlerinde yönetimin yanında olmaktan gurur duyduklarını belirterek, "Market Halls ile dünyanın çeşitli kültürlerinden yaratıcı mutfakları deneyimsel barlarla bir araya getirerek eşsiz bir yeme, içme ve eğlence deneyimine öncülük ediyoruz" dedi. Market Halls, Londra'daki Victoria, Oxford Street ve Nisan başında açılacak.

Türk ve İngiliz Turizmciler, Imagine Türkiye ile buluşacak

Rusya ve Ukrayna arasında meydana gelen savaş sonrasında gözler Avrupa pazarına çevrildi. Ukrayna pazarının en az 3 yıl boyunca kapalı kalacağı, Rusya pazarında ise yaptırım ve kısıtlamalar nedeniyle turist



sayısında ciddi daralma bekleniyor. 2022 yılına iyi bir sezon beklentisi ile giren Türk turizmciler, iki ülkenin savaş durumuna geçmesi ile yüzünü Avrupa pazarlarına dikti. Savaş çıkmadan önce hazırlıklarına başlanan ve İngiltere'nin başkenti Londra'da yer alan The British Museum'da gerçekleştirilecek olan Imagine Türkiye ile İngiliz ve Türk turizmciler buluşacak. 19-20 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilecek buluşmaya Türkiye'den önemli otel grupları, acenta temsilcileri ve turizmciler katılacak. Jet2 ve Jet2 Holidays CEO'su Steve Heapy ve Easyjet Holidays Commercial Director Paul Bixby'nin katılım sağlayacağı etkinliğe İngiliz seyahat acentaları ve basın mensupları katılım gösterecek. Türkiye'nin güçlü bir tatil kültürüne sahip olan İngiltere'den daha fazla turist ağırlanması gerektiğini düşünen Imagine Türkiye Koordinatörü Yalçın Avcı ve Imagine Türkiye Direktörü A. Haluk Özsevim, İngiltere'deki tanıtım ve lobi çalışmalarına katkı sağlamak adına Imagine Türkiye etkinliğine hayat vermeye hazırlanıyor. Dünyanın en prestijli müzeleri içinde yer alan The British Museum'da 19-20 Nisan 2022 tarihlerinde gerçekleştirilecek olan Imagine Türkiye'nin İngiliz turizmcileri ve basın mensuplarını, Türkiye'den gelecek olan, otelciler, acenteler ve destinasyon temsilcileri ile bir araya getireceğini belirten Yalçın Avcı, "Turizm sektörünün yanı sıra medikal turizm yapan sağlık kuruluşları için de Imagine Türkiye etkinliğinde bir çalışma yapıyor ve bu nedenle başlıca hastane ve sağlık turizmi yapan kuruluşlar da Londra'daki etkinlikte yerlerini alacak" dedi. Türkiye'nin İngiltere pazarından daha fazla pay almasını istediklerini belirten Avcı, "Etkinlikte önemli konuşmacıların yer alacağı paneller ve B2B buluşmaları gerçekleştirilecek. Etkinlik Türk ve İngiliz turizmcilerin buluştuğu gibi önemli iş birliklerine de imkan sağlayacak" şeklinde konuştu. Imagine Türkiye Direktörü A. Haluk Özsevim' de Imagine Türkiye'nin önemli bir buluşmaya sahne olacağını belirterek "İngiltere pazarının Türkiye için çok büyük bir potansiyel barındırdığını biliyoruz. Bu önemli buluşmamıza başta Jet2 CEO'su Steve Heapy olmak üzere Easyjet Holidays Commercial Director Paul Bixby ve İngiltere turizminin temsilcileri katılım gösterecek. İngiltere ve Türkiye arasındaki turizm iş birliğinin daha da artması ve İngiltere'den daha fazla turist ağırlamak istiyoruz. Bu çerçevede Imagine Türkiye önemli bir buluşma imkanı sunuyor. Türkiye'den Rixos Hotels, Paloma Hotels, Gloria Hotels, Nirvana Hotels, NG Hotels, Divan Grubu, Corendon Airlines & Hotels, Titanic Hotels, Crystal Hotels, Club Marvy, Le Meridien İstanbul, Kamelya Collection, Liberty Lykia, Miremare Hotels ve Ela Excellence gibi önemli otel grupları ve Medworld, Healing Journey, Catch Medical, Dora Cure, Noyan Health ve Florance Nightingale gibi sağlık turizminin temsilcileri etkinliğe katılım gösteriyor. İngiltere'de Türkiye turizmini temsil etmek bizleri gururlandırıyor" ifadelerini kullandı.

Üç şirket THY Teknik çatısı altında birleşecek



Prof. Dr. Ahmet Bolat'ın Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkanlığı'na getirilmesinden sonra şirket içerisinde bir dizi değişiklikler gerçekleşti. Liyakatı esas alan atamalardan sonra şimdi de iştirak şirketlerin daha efektif kullanılması için adımlar atılmaya başlandı. THY'nin uçak koltukları ve yedek parçalarını tasarlamak, üretmek, değiştirmek ve ticarileştirmek amacıyla kurduğu TSI Seats, sektörde galley olarak adlandırılan uçak mutfak sistemleri üretimi alanında faaliyet gösteren TCI Kabin İç Sistemleri A.Ş. ve kabin içi eğlence ile internet hizmeti sağlayıcı sistemler üretmek için kurduğu

İzmir'in turizm bilgilendirme ofisleri açılıyor



İzmir'in tanıtım ve turizmi desteklenerek, dünya ölçeğinde bir buluşma merkezi olması sağlanması hedefiyle açılması planlanan turizm ofisleri İzmir'in

farklı noktalarında hizmet vermeye başladı. Ofislerde; İzmir'e gelen turistler İzmir Büyükşehir Belediyesi Turizm Şube Müdürlüğü bünyesindeki uzman personeller tarafından karşılanıyor. İzmir'e ve Kemalaltı bölgesine ait Türkçe-İngilizce tanıtım dokümanları, tanıtım filmleri ve kent rehberi yer alıyor. Alsancak'ta Sinema Ofisi bünyesinde ve Kültürpark Pakistan Pavyonu içinde Turizm Bilgilendirme ofisleri hizmet veriyor. Konak Turizm Bilgilendirme Ofisi; İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin eski hizmet binasının karşısında yerli ve yabancı turistleri ağırlıyor. Turizm Bilgilendirme Ofisi'nin ön bölgesi, tur otobüslerinin yolcularını indirip bindirebileceği alan olarak tasarlandı. 4 tur otobüsü kapasitesine sahip alan, turist kafelerinin Kemalaltı bölgesine rahatlıkla erişebilmelerine olanak sağlıyor. Kemalaltı Bilgilendirme Noktası ise tasarım çalışmasıyla yenilenerek hizmet vermeye başlayacak. Yakın zamanda açılacak yeni turizm bilgilendirme ofisleriyle turizm sektörüne verilen katkıların devam edeceği belirtiliyor.

RTK Group, 350 turizm profesyoneli ile Antalya'da toplanacak

RTK Group, Almanya, Avusturya, Belçika, Fransa ve Hollanda'da 4.200'den fazla seyahat acentesini bir araya getiriyor. Group, 28 Nisan – 1 Mayıs tarihleri arasında Antalya'da profesyonel bir toplantı yapacak. Toplantıda acenteleri, otel ortaklarını, teknoloji sağlayıcılarını ve tur operatörlerini bir araya getirerek satış odaklı bir diyalog forumu oluşturulması hedefleniyor ve 350 turizm profesyonelinin katılımı planlanıyor. Konu hakkında açıklama yapan RTK CEO'su Thomas Bösl, 'RTK Diyalog Günleri' ile iki yılı aşkın süredir kriz içinde olan seyahat satışlarının geleceği hakkında tartışmayı teşvik etmek istediklerini açıkladı.



Thomas Bösl

Cornea Havacılık Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin THY Teknik A.Ş. çatısı altında birleştirilmesi düşüncesi ortaya çıktı. Üç şirketin de daha etkili kullanılması amacıyla geliştirilen projede hazırlıklar devam ediyor. Buna ilişkin THY Yönetimi, toplantılar gerçekleştiriyor ve organizasyonu şekillendirmeye çalışıyor. TSI Seats'te THY'nin yüzde 45, THY Teknik A.Ş.'nin yüzde 5 ve Assan Hanil'in yüzde 50 hissesi bulunuyor. TCI Kabin İç Sistemleri A.Ş. de THY, THY Teknik A.Ş. ve Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş.'nin (TUSAS) ortaklığında kurulmuştu. AirportHaber'de yer alan habere göre merkezi Türk Hava Yolları Teknik A.Ş. Sabiha Gökçen tesislerinde bulunan Cornea ise 2018 yılında Hava Elektronik Sanayii A.Ş. (Havelsan) ile ortak kurularak faaliyetlerine başlamıştı.

Turoops

Otel Yönetimi

Otel Tedarik ve Entegrasyon Sistemi

Tur Operasyon Sistemi

Tur Maliyet ve Pazarlama Yönetimi

B2B Alt Acente Sistemi

Acente ve Personel Yönetimi

Uçak Bileti Satış Sistemi

SMS Entegrasyonu

XML ve Data Blokları Entegrasyonu

Satış Ciro ve Müşteri Verileri Yönetimi

Sanal Pos ve Ödeme Sistemleri Entegrasyonu

Özgün Tasarım / SEO / Teknik Destek / Eğitim



turizm acente
ürün satış ve yönetim sistemi

Heritage İstanbul, 11-13 Mayıs tarihleri arasında yapılacak



Osman Murat Akan

Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleştirilecek dünyanın önde gelen kültürel miras etkinliklerinden birisi olan Heritage İstanbul'da yerli ve yabancı katılımcılar bir araya gelecek. Türkiye'de kültürel miras bilincinin artması ve korunması gibi konuları kendisine sosyal misyon edinmiş ve doğrultuda ürün, hizmet ve teknolojilerin geliştirilmesini hedefleyen koruma, restorasyon, arkeoloji, müze, teknoloji fuarı Heritage İstanbul, bu yıl altıncı kez düzenlenecek. Fuarla ilgili açıklamada bulunan Heritage Projeleri Kurucusu Osman Murat Akan: "Ülkemiz ve özel de İstanbul, dünya kültürel miras alanları arasında önemli bir bölge. Heritage İstanbul Restorasyon, Arkeoloji, Müzecilik ve Kütüphanecilik Teknolojileri Konferans ve Fuarı da bu bilinç ve farkındalıkla doğan, gelişen bir marka olarak uluslararası alanda aynı oranda ses getirmekte. Heritage ekibi olarak; ülkemizin kültür değerlerinin korunması ve kollanması adına, uluslararası teknolojilerin tanıtılması amacıyla çıktığımız yolda altıncısını gerçekleştireceğimiz organizasyonumuzun, tüm sektörel aktörlerin buluşma yeri olduğunu görmek bize kıvanç ve onur vermekte. "Geçmişe gelecek sağlamak" mottosuyla organize edilen ve sektöre yönelik ünik bir platform

olan Heritage İstanbul; konferansları ile sektörün önemli gelişmeleri ve oluşumlarını tartışmak, fuarı ile ülkemizde alanlarında uzman kuruluşların katılımıyla kültür mirası üzerine dünyada gelişen trendler, güncel sistemler ve teknolojileri tanıtmak için 2015 yılından bu yana sizlerle birlikte yol alıyor. Sektörün tek organizasyonu Heritage İstanbul, yeni alanlar ve birliktelikler yaratarak ülke ekonomisine olumlu sinyallerin artmasını sağlayacak adımları atmaya, ülkemizin müzecilik, arkeoloji ve restorasyon ve kütüphanecilik sektörlerini bir araya getiren bu kapsamlı etkinlikte uluslararası aktörleri yurdumuza getirmeye devam ediyor. Uluslararası 33, ulusal, 100'ün üzerinde katılımcı firmaya ilave olarak tüm sektörel Sivil Toplum Kuruluşlarını bir çatıda toplayan ve tabii ki ülkemizin kültür mirası alanındaki başat kamu kurumlarının desteği ile 7 bini aşkın ziyaretçisiyle büyüyen bir aileyiz. 11-13 Mayıs tarihleri arasında Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda TG Expo tarafından gerçekleştirilecek T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Vakıflar Genel Müdürlüğü ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin büyük destekleri ile organize ettiğimiz Heritage İstanbul 2022'de, fuara eş zamanlı olarak düzenlenen konferanslar, seminer ve diğer yan etkinliklerde dünyaca ünlü iki yüze yakın arkeolog, restoratör, konservatör, mimar ve müzeci bilgi ve birikimini dinleyicilerle paylaşacak. Bu vesileyle tüm paydaşlarımıza bir kez daha teşekkürlerimizi sunarken, Heritage İstanbul'un bir kez daha tüm kültür camiasına hayırlı olması en büyük temennimiz." sözlerine yer verdi.

TTYD Yönetim Kurulu 19. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda, güven tazeledi



Ülkemizin önemli turizm örgütlerinden olan Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin (TTYD), 19. Olağan Genel Kurul Toplantısı, Four Points by Sheraton Hotel Kağıthane'de gerçekleştirildi. Toplantıda sektördeki güncel konulara yer verilirken, 2021 dönemi dernek faaliyetleri de gözden geçirildi. Turizm sektörünün içinde bulunduğu zor sürecin ve çözüm yollarının konuşulduğu toplantıda, TTYD Yönetimi, görev onayı olarak güven tazeledi. TTYD Başkanı Oya Narin Genel Kurul'da yaptığı konuşmasında: "Güzel ülkemizin, güzel insanlarımızın ve bulunduğumuz bu nadide sektör turizmin, başta Sayın Cumhurbaşkanımızın destekleri, değerli Turizm Bakanımızın candan sahiplenmesi, kıymetli üyelerimiz ve diğer sektör kuruluşları ile iş birliği içerisinde tüm sorunlarımıza çözümler üretmek süreci yönetebileceğimize inancımız tamdır. Bir taraftan sezonun daha iyi olması için çabalarırken diğer taraftan yapısal konularda paydaşlarımızla birlikte sektörün ilerlemesi için çalışmalarımıza devam ediyoruz. 2022 yılında da kurumumuzun 33 yıllık birikimi ile TTYD amaçlarına paralel bir şekilde, ülkemizin ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasında politika oluşturulmasına katkıda bulunmak üzere faaliyetlerimize devam edeceğiz. Ve bir an evvel Ukrayna'da yaşanan bu insani trajedinin son bulmasını, komşu ülkelerimizde bu üzücü olayların bitmesini sabırsızlıkla bekliyoruz" açıklamasını yaptı.

Solarex İstanbul Güneş Enerjisi Fuarı'nda milyonlarca dolarlık iş hacmi

Avrasya'nın en büyük Uluslararası Güneş Enerjisi ve Teknolojileri Fuarı Solarex İstanbul, İFM'de 14'üncü kez açılmaya hazırlanıyor. Fuar Proje Yönetmeni Yasemin Terle,



milyonlarca dolarlık ticaret hacmi beklemediklerini açıkladı. 7-9 Nisan 2022 tarihleri arasında, İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilecek olan ve Voli Fuarcılık tarafından organize edilen Solarex İstanbul, bu yıl dış alanlara da taşacak ve 14 yılın en büyük katılımcı sayısına ve sergi alanına imza atacak. Ziyaretçi sayısının da aynı oranda artacağını online kayıtlardan anlaşıldığını belirten Solarex İstanbul Proje Müdürü Yasemin Terle, bu yıl ziyaretçi sayısında da rekor katılım beklemediklerini ifade ettiler. Yurtiçi ve yurtdışı toplam katılımcı sayısının 200'e yakın olduğu Solarex İstanbul Fuarı'nda 1000'e yakın marka temsil ediliyor. Dünyanın en büyük enerji devlerinin bulunduğu binden çok markanın temsil edildiği fuar özellikle ihracat anlamında Türk sanayiinin ümidi oluyor. Amerika'dan Birleşik Arap Emirlikleri'ne kadar 5 kıtada Solarex İstanbul tanıtımları Ticari Ateşliklerimiz ile iş birliği içerisinde hızla devam ediyor. 2022 yılında da Doğu Avrupa'dan Yakın Doğu'ya, Orta Doğu'dan Kuzey Afrika'ya güneş enerjisi yatırımcılarını ve sektör profesyonellerini bir araya getirecek organizasyon, solar sektörü için güçlü bir ticari arena sunuyor. Solarex İstanbul'a özellikle Ortadoğu ülkelerinden yoğun ilgi var. Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Irak, Yemen, Mısır, Makedonya, Tunus, Sırbistan, Fas gibi ülkelerin yanında Kuzey Afrika ülkelerinden başta olmak üzere toplam 20 ülkeden üst düzey heyetlere ev sahipliği yapıyor.

Fuarla eş zamanlı düzenlenecek konferanslarla güneş enerjisinin önemi vurgulanacak

Yurtdışı ve yurtiçinden gelecek Güneş enerjisi ve teknolojileri sektörünün öncü uzmanları, dernekleri, birlikleri ve katılımcı firmalar fuarla eş zamanlı İFM'de düzenleyeceği konferans ve oturumlarla katılımı ve ziyaretçilere temiz, yenilenebilir ve sürekli bir enerji kaynağı olan güneş enerjisinin önemini vurgulayacak. Solarex İstanbul Fuarı, çevre dostu çözümlerle, sektörü bir araya getirecek.

Online tatile 60 milyar lira harcadık



Güçlü Kayral

Türkiye’de online tatil ve seyahat harcamaları 2021 yılında iki kat artarak 60 milyar lira oldu. Her yıl 230 ülkede insanların çevrimiçi davranışlarına ilişkin küresel raporlar hazırlayan We Are Social ve Kepios’un “Şubat 2022 Türkiye Online Tatil ve Seyahat Raporu” yayınlandı. Rapor, pandemi dolayısıyla önceki yıl durma noktasına gelen turizm sektörünün, yeniden eski günlerine döndüğünü gösterdi. Partnerleri arasında yerli ve yabancı çok sayıda tatil sitesi bulunan Avantajix.com’un derlemelerine göre, geçen yıl online tatil seyahat harcamaları arasında en yüksek payı 25 milyar 276 milyon TL ile uçak bileti alımları oluşturdu. Online satın alınan otel konaklamaları için ödenen para ise 13 milyar 32 milyon lira oldu. Online alımlarda üçüncü sırada en fazla harcama da 12 milyar 362 milyon lira ile paket haline satılan tur ya da otel konaklamalarına yapıldı.

Rapora göre diğer online satın alımlar şöyle sıralandı:

Fırsat tatiller (3 milyar 606 milyon TL), uzak mesafe otobüs yolculukları (2 milyar 712 milyon TL), araç kiralama (2 milyar 583 milyon TL), tren seyahati (395 milyon TL), gemi tatili (16 milyon TL) Geçen yıl yapılan online satışlar, pandeminin etkisinin en yoğun hissedildiği 2020 yılına göre gemi tatilinde yüzde 311, paket tur ya da otelde yüzde 76, tren biletinde yüzde 54, fırsat tatillerinde yüzde 48, otel konaklamalarında yüzde 41, uçak biletinde yüzde 31, uzun yol otobüs biletinde yüzde 26 arttı. Geçen yıl online satışları bir önceki yıla göre gerileyen (eksi yüzde 5,5), tek sektör araç kiralama oldu. Avantajix.com kurucu ortağı Güçlü Kayral, online tatil-seyahat sektöründe pandemi öncesi satış rakamlarının dahi geçildiğini belirterek, “We Are Social ve Kepios’un araştırmaları ABD Doları üzerinden yapılıyor. Pandemi öncesi 2019 yılında 3 milyar ABD Doları tutarında online tatil seyahat harcaması yapılmıştı. Geçen yılı kapsayan raporda satışların 4 milyar 224 milyon ABD Doları olduğu belirlendi. Dolar bazında yüzde 41’lik artış söz konusu. Türkiye Bilişim Sanayiciler Derneği de (TÜBİSAD) 2020 yılı online tatil ve seyahat harcamalarını 30 milyar lira olarak açıklamıştı. Buna göre, TL bazındaki artış da yüzde 100 olarak gerçekleşmiş oluyor.” dedi. Tatil ve seyahatlerin internet üzerinden satın alınmasının birçok avantajının olduğunu altını çizen Kayral, şunları söyledi: “Otel acentelerle ayrı ayrı anlaşma yaptıklarından otel fiyatları acenteler arasında farklılık gösterebilir. Karşılaştırma sitelerini kullanarak acenteler arasında en uygun fiyatı veren bulmak mümkün. Özellikle fırsat siteleri, erken rezervasyondan dahi ucuza tatil imkânı sağlayabilir. Yurt içi ya da yurt dışı tatil harcamalarının Avantajix.com gibi para iadeli alışveriş siteleri üzerinden yapılması yüzde 10’lara varan ekstra nakit para kazanma imkânı sağlar. İnternette yerli-yabancı kavramı yok. Türkçe yayın yapan çok sayıda yabancı siteden Türk otelleri için çok rekabetçi fiyatlar alınabilir.”

The Flower and Plant Show’un yeni tarihleri açıklandı

Süs bitkileri ve peyzaj sektörünü uluslararası ölçekte tek bir adreste buluşturan The Flower And Plant Show’un 16-18 Şubat 2023 tarihlerinde gerçekleştirileceği duyuruldu. Sektörde lokal tarzda irili ufaklı dağınık



çok sayıda fuar bulunduğunu ifade eden Tarsus Turkey Genel Müdürü Zekeriya Aytemur, The Flower and Plant Show’un, başta yerli üreticiler olmak üzere süs bitkileri ve peyzaj sektörünün tüm paydaşlarını uluslararası nitelikli tek bir fuarda buluşturduğunu belirtti. Aytemur, “Tarsus Group’un sektördeki küresel uzmanlığını ve gücünü de arkamıza alarak, katılımcılarımızı uluslararası yeni pazarlara ulaştırıyor, ihracat yapmalarını sağlıyor. The Flower and Plant Show’un tarihini, uluslararası fuar takvimine uygun hale getirdik. Fuarsız geçen 3 yıllık aranın altındaki temel neden, doğrudan pandemi döneminin sektöre olan etkisi ve bu süreçte yeni satın almaların olmaması, özellikle de belediyelerin satın alma yapmamasıydı. Ancak yeni buluşma tarihimiz, yurt içi ve yurt dışında artık yeni satın almaların konuşulacağı bir döneme denk gelecek. The Flower and Plant Show, yine katılımcı ve ziyaretçiler için eşsiz ticaret fırsatları sunacak” dedi. Türkiye’nin uluslararası ölçekteki en yeşil buluşması için hazırlıklar başladı. 12.’si düzenlenecek olan The Flower and Plant Show, süs bitkileri ve peyzaj sektöründe global satın alma taleplerinin karşılık bulduğu ticaret adresi olacak. Türkiye Süs Bitkileri ve Peyzaj Sektörünün ihracatına doğrudan katma değer sağlayan fuar, başta İtalya, İngiltere, Hollanda, Fransa, Mısır ve Rusya başta olmak üzere tüm Avrupa ve MENA bölgesinden satın almacıları, yerli üreticilerle buluşturacak. The Flower and Plant Show, ürün kalitesi ve rekabetçi fiyatları ile küresel pazarda öne çıkan yerli üreticilerin hem ürünlerini ihraç edebilmeleri hem de Türkiye’nin dört bir yanındaki satın almacılara ulaşabilmeleri için ihtiyaç duyacakları fırsatları sunacak. Uluslararası kimliğinin yanı sıra sergilenen ürün çeşitliliğiyle de öne çıkan fuar; iç ve dış mekan süs bitkilerinden çiçek ve çiçekçilik malzemelerine, fide ve tohumlardan dikey bahçe uygulamalarına, egzotik ağaçlardan millî bitkilere, sulama ekipmanlarından peyzaj uygulamalarına ve bahçe aksesuarlarına kadar pek çok yeniliğe ev sahipliği yapacak.

MITT fuarı sönük geçti

Rusya’nın büyük ilgi gören ve her yıl düzenlenen uluslararası turizm fuarı MITT, 15 Mart tarihi itibarıyla başladı. Moskova Crocus



Expo’da kapılarını açan fuar, Ukrayna savaşı nedeniyle bu yıl oldukça sönük geçti, ayrıca Avrupa’nın Rus turistlere kapanması nedeniyle fuar alanının yarısının boş kaldığı belirtildi. Fuarda en büyük alanların sahibi ülkeler olarak Türkiye, Mısır ve Cezayir öne çıktı. Tayland, Endonezya ve Filipinler ise oteller ve şirketlerin bireysel katılımı ile temsil edildi. Türk standının alışılmadık derecede sakin görüldüğü ve neredeyse hiç otel temsilcisinin bulunmadığı dikkat çekti. Bununla birlikte MITT’nin Rus katılımcıların bulunduğu salonun, iç turizmin” mecburen” öne çıkması nedeniyle hareketli olduğu belirtildi.

Ramazan Bağışlarınızla Fitre ve Zekatlarınızla ÖNCE ÇOCUKLAR İYİLEŞSİN

Ramazan ayında
yoksul bir aileyi doyurmak,
hasta bir çocuęu
iyileştirmek,
gözü yaşlı bir anneyi
güldürmek
ibadetlerin en güzelidir.

LÖSEV 
Lösemili Çocuklar Vakfı



FUARLAR

	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
YURTDIŞI FUARLAR	06 - 09 Nisan 2022	Marex 21. Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Dekorasyon, Servis Ekipmanları ve Gıda İhtisas Fuarı	Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda	Marmaris Fuar ve Sergi Alanı	Marmaris Fuarçılık Org. Halkla İlişkiler Basın Yayın Ltd. Şti.
	07 - 10 Nisan 2022	Eskişehir Mobilya Fuarı 2022	Mobilya, İç Mimarî, Halı, Aydınlatma, Dekorasyon ve Yan Sanayi Fuarı	Eskişehir Ticaret Odası - Tüyap Fuar Merkezi	Tüyap Fuarçılık
	13 - 16 Nisan 2022	BODEX 6. Bodrum Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Dekorasyon ve Gıda İhtisas Fuarı	Turistik İşletmeler Donanımı, Tekstil, Servis Ekipmanları ve Gıda	Bodrum Fuar ve Sergi Alanı	Marmaris Fuarçılık Org. Halkla İlişkiler Basın Yayın Ltd. Şti.
	16 - 24 Nisan 2022	CNR Mersin Mobilya Fuarı	Mobilya, aksesuar, yan sanayi	Mersin Yenişehir CNR EXPO Fuar Merkezi	CNR Fuarçılık
	17 - 21 Mayıs 2022	Hometex	Ev Tekstili Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	TETSİAD (Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği) - KFA Fuarçılık
	25 - 27 Mayıs 2022	ACE OF M.I.C.E. Kongre, Toplantı ve Etkinlik Fuarı	Kongre, Toplantı ve Etkinlik	İstanbul Kongre Merkezi	Turizm Medya Grubu Fuarçılık A.Ş.
	25 - 27 Mayıs 2022	Food & Nutritional Ingredients 2022	4. Uluslararası Gıda, Beslenme Bileşenleri, İçerikleri Teknolojileri	İstanbul Fuar Merkezi	Artkim Fuarçılık Tic. A.Ş.
	25 - 28 Mayıs 2022	Güvenlik, Temizlik ve Teknolojileri Fuarı	Güvenlik, Temizlik ve Teknolojileri	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyap Fuarçılık
	26 - 29 Mayıs 2022	Gürme İzmir - Olivtech "10. Zeytin, Zeytinyağı, Süt Ürünleri, Şarap ve Teknolojileri Fuarı"	Zeytin, Zeytinyağı, Süt Ürünleri, Şarap ve Teknolojileri	Fuar İzmir - Gaziemir	İZFAŞ İzmir Fuarçılık Hizmet. Kültür ve Sanat İşleri. Tic.A.Ş
	22 - 23 Haziran 2022	5. Türk Arap Otel Restoran, Kafe Pastane Ekipm., Konaklama Teknolojileri ve Ev Dışı Tüketim Fuarı	Otel, Restoran, Kafe, Pastane Ekipmanları, Ağırtaç, Konaklama Teknolojileri ve Ev Dışı Tüketim	Pullman Hotel & Convention Center - İstanbul	Turab Fuarçılık Reklam Organizasyon Hizmetleri A.Ş.
	06 - 08 Temmuz 2022	F İSTANBUL Gıda ve İçecek Fuarı	Temel Gıda, İçecek, Şekerleme, Kuru Meyve, Unlu Mamüller, Dondurulmuş Gıda, Et, Süt Ürünleri	İstanbul Fuar Merkezi	Federal Fuar ve Kongre Yönetimi Ltd. Şti.
	26 - 30 Temmuz 2022	CNR Mobilya Fuarı	8. Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarçılık
	05 - 06 Ağustos 2022	15. Hac Umre Turizm Hizmetleri Fuarı 2022	Hac ve Umre Turizmine Yönelik Otel, Havayolu, Acenta vb. Sektörlerin Buluşması	Hilton Hotel & Kongre Merkezi - İstanbul	Grup Medya Fuarçılık Limited Şirketi
	11 - 14 Ağustos 2022	Gastro Turizm Türkiye&Endüstri Fuarı 2022 İstanbul	Turizm	İstanbul - Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi	Fi Fuarçılık Medya Yapım Yayın Tanıtım Org. Tic. San.Ltd.Şti.
	31 Ağu. - 03 Eylül 2022	CNR Food İstanbul 2022	Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarçılık
	07 - 11 Eylül 2022	HOGASCO	Uluslararası Otel, Gastronomi Araç ve Gereçleri Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarçılık
	15 - 18 Eylül 2022	Züchex 32. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı	Züccaciye, Porselen, Seramik Ev Elektronikleri, Elektrikli Ev Eşyaları	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tarsus Turkey Fuarçılık A.Ş.
	21 - 24 Eylül 2022	Flora Expo Antalya - Süs Bitkileri, Peyzaj, Bahçecilik ve Üretim Teknolojileri Fuarı	Süs Bitkileri, Peyzaj, Bahçecilik ve Üretim Teknolojileri	Antalya Fuar Merkezi	HYF Fuarçılık A.Ş.
	22 - 24 Eylül 2022	Yapex Restorasyon, Kültür Mirasını Koruma Fuarı	Restorasyon, Yenileme, Koruma, Tadilat, Kültür Mirası, Kültür Turizmi	İstanbul - Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi	Akdeniz Reklamcılık Tanıtım Hizmetleri ve Tic. A.Ş.
29 Eylül - 01 Ekm. 2022	Butur / 3.Turizm Fuarı	Oteller, Acentalar, Havayolları, Kongre Merkezleri	Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi Merinos - Bursa	Network Fuarçılık Ltd.Şti.	
29 Eylül - 02 Ekm. 2022	12. Uluslararası Van Doğu Anadolu Turizm Kongre ve Fuarı	Turizm	Van Expo Fuar ve Kongre Merkezi	Ajans Asya Fuarçılık Org. Ltd. Şti.	
YURTDIŞI FUARLAR	04 - 07 Nisan 2022	Hostelco	Restoran Ekipmanları Fuarı	İspanya - Barselona	Fira De Barselona
	07 - 10 Nisan 2022	Fibo Köln	Uluslararası Fitness, Wellness ve Sağlık Fuarı	Almanya - Köln	Reed Expo
	24 - 26 Mayıs 2022	The Hotel Show Dubai	Uluslararası Otel, Restoran, Mutfak, Banyo, Dekorasyon, Malzeme, Endüstriyel Aktivite ve Ekipmanları Fuarı	Dubai - Birleşik Arap Emirlikleri	TG Expo Uluslararası Fuarçılık
	30 May. - 02 Haz. 2022	DJAZAGRO, Uluslararası Gıda, Gıda Teknolojileri, Otel Ekipmanları ve Fırıncılık Fuarı	Uluslararası Gıda, Gıda Teknolojileri, Otel Ekipmanları ve Fırıncılık Fuarı	Cezayir	Tüyap Fuarçılık
	07 - 12 Haziran 2022	I Saloni Milano Mobilya Fuarı	Uluslararası Mobilya Fuarı	İtalya - Milano	Salone del Mobile
	21 - 24 Haziran 2022	HEIMTEXTIL	Uluslararası Ev Tekstil Fuarı	Almanya - Frankfurt	Messe Frankfurt

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Yeri	Düzenleyen
10 - 13 Nisan 2022	Private Luxury Europe	Lujo Hotel - Bodrum	Private Luxury Events
28 Nis. - 01 May. 2022	RTK Diyalog Günleri	Antalya	RTK Group
16 Mayıs 2022	Turizm Yatırım Forumu	Mandarin Oriental Bosphorus İstanbul	Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
17 - 18 Mayıs 2022	17. Uluslararası Düşün Destinasyonları Profesyonelleri Derneği Çalıştay ve Konferansı	Diamond of Bodrum Hotel	TravelShop Turkey
12 - 14 Ağustos 2022	Turizm Teknolojileri Yarışması	Rize	Teknofest

2022 yılının ilk 2 ayında (Ocak - Şubat) ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı 2021 yılının aynı dönemine göre yüzde 169,44 artış gösterdi.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2022 yılının Ocak - Şubat döneminde 2 milyon 823 bin 59 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. İlk üç sırada, 246 bin 380 kişi ile Rusya, 238 bin 769 kişi ile Bulgaristan ve 231 bin 235 kişi ile Almanya yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise bir milyon 47 bin 763 olmuştur. Buna göre 2022 Ocak - Şubat döneminde yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı ayına oranla yüzde 169,44 artış yaşandı.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2020 - 2021 - 2022)					
MİLLİYET	2020	2021	2022	Değişim %	
				2021 / 2020	2022 / 2021
Rusya Fed.	237 786	176 457	246 380	-25,79	39,63
Bulgaristan	314 543	64 361	238 769	-79,54	270,98
Almanya	281 500	59 928	231 235	-78,71	285,85
İran	218 074	81 406	227 432	-62,67	179,38
Irak	171 480	63 259	124 848	-63,11	97,36
İngiltere (Birleşik Krallık)	88 479	7 542	93 845	-91,48	1144,30
Gürcistan	265 213	18 777	89 526	-92,92	376,79
Ukrayna	79 413	58 169	79 198	-26,75	36,15
Fransa	76 286	27 192	78 658	-64,36	189,27
Azerbaycan	106 931	31 855	77 483	-70,21	143,24
Hollanda	64 699	19 915	76 075	-69,22	282,00
Kuveyt	55 460	6 571	61 799	-88,15	840,48
Özbekistan	37 295	24 839	53 085	-33,40	113,72
İsrail	60 419	4 536	51 574	-92,49	1036,99
Amerika Birleşik Devletleri	52 069	17 921	50 117	-65,58	179,66
Romanya	50 988	22 240	49 538	-56,38	122,74
Kazakistan	36 376	16 941	42 240	-53,43	149,34
Belçika	32 777	8 456	36 991	-74,20	337,45
Ürdün	42 397	12 911	35 547	-69,55	175,32
Yunanistan	91 112	4 225	34 038	-95,36	705,63
Lübnan	27 672	10 377	30 321	-62,50	192,19
Avusturya	29 873	8 211	29 399	-72,51	258,04
Libya	33 803	19 330	29 023	-42,82	50,14
Mısır	24 072	9 567	27 511	-60,26	187,56
Sırbistan	23 079	11 781	27 329	-48,95	131,98
Tunus	26 719	6 791	26 106	-74,58	284,42
İsveç	24 068	7 721	25 092	-67,92	224,98
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	25 659	10 465	23 680	-59,22	126,28
İtalya	37 230	8 536	21 200	-77,07	148,36
Fas	32 204	7 360	21 002	-77,15	185,35
Polonya	26 088	4 650	20 725	-82,18	345,70
Diğer	846 783	215 473	563 293	-74,55	161,42
YABANCI TOPLAM	3 520 547	1 047 763	2 823 059	-70,24	169,44
TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
AYLAR	YILLAR			DEĞİŞİM %	
	2020	2021	2022	2021 / 2020	2022 / 2021
OCAK	1 787 435	509 787	1 281 666	-71,48	151,41
ŞUBAT	1 733 112	537 976	1 541 393	-68,96	186,52
MART	718 097	905 323		26,07	
NİSAN	24 238	790 687		3162,18	
MAYIS	29 829	936 282		3038,83	
HAZİRAN	214 768	2 047 596		853,40	
TEMMUZ	932 927	4 360 952		367,45	
AĞUSTOS	1 814 701	3 982 168		119,44	
EYLÜL	2 203 482	3 513 453		59,45	
EKİM	1 742 303	3 471 540		99,25	
KASIM	833 991	1 763 982		111,51	
ARALIK	699 330	1 892 520		170,62	
TOPLAM	12 734 213	24 712 266		94,06	
1 AYLIK TOPLAM	3 520 547	1 047 763	2 823 059	-70,24	169,44

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.

Avrupa ve Orta Doğu'nun En Büyük Yüzme Havuzu

Yüzme ve Süs Havuzları Su Parkları & Havuz Ekipmanları

Genel Merkez (Fabrika)

Antalya Org. San. Böl. 1. Kısım
Atatürk Bul. No:25 07190
Döşemealtı / ANTALYA
T: 0242 258 11 40 (pbx)
F: 0242 258 12 71
info@gunsu.com.tr

Merkez Bölge

Bayındır Mah. Gazi Bul.
No: 36/A 07050
Muratpaşa / ANTALYA
T: 0242 345 15 13 (pbx)
F: 0242 346 63 67
enerji@gunsu.com.tr

Doğu Akdeniz Bölge

Konaklı Mah. Yusuf Kiya
Cad. No: 2
Alanya / ANTALYA
T: 0242 513 46 66
F: 0242 513 06 35
alanya@gunsu.com.tr

Manavgat Şube

Manavgat Org. San. Böl.
Sanayi Mah. 2061 Sk. No: 9
Manavgat / ANTALYA
T: 0242 513 39 25 (pbx)
F: 0242 511 83 42
manavgat@gunsu.com.tr

Bodrum Şube

Konacık Mah. Gazderesi
Cad. No:25/5
Bodrum / MUĞLA
T: 0252 358 70 77
F: 0252 358 70 42
bodrum@gunsu.com.tr

İstanbul Ofis

Şerifali Mah. Semah Sok.
No:21 A PK:34775
Ümraniye / İSTANBUL
T: 0216 650 84 21
F: 0216 650 84 23
istanbul@gunsu.com.tr

yatsan®



f | yatsanyatak | yatsan | yatsan.com | 444 35 99

TEMPUR



KING KOIL
MATTRESS CO.



yatsan MAISON