

turizm proje

Sayı: 14 | Temmuz 2022

Yatırım-Tedarik ve İşletme Dergisi

**Ege Bölgesi'nde,
12 bin 213 yatak
daha sektöre
katılacak**



Oteller Dosyası, Sayfa 14
"İş Konseptli Oteller"

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 32
"Otellerde Buklet Ürünleri"

TÜRKİYE'NİN EN MODERN KONGRE & GÖSTERİ MERKEZİ





DOWNTOWN

f Dosso-Dossi-Hotels-Downtown

Instagram icon: dossodossidowntown



SULTANAHMET

f dossodossihotels

Instagram icon: dossodossihotelsoldcity/



LALELİ

Instagram icon: dossodossilaleli/



YENİKAPI

Instagram icon: 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

Dünya, intikam turizmi de denen iki yıl tatile çıkamamanın telafisini yapmaya çalışırken, birçok Avrupa havayolu şirketi sınıfta kaldı

2022'de, 42 milyon turist ve 35 milyar dolar gelir hedefleyen Türkiye, bu artışa sebep olan ucuz tatil destinasyonu imajından sıyrılmak istiyor. Bu bağlamda, ekonomik olmanın değil optimal olmanın daha önemli olduğunu görmeye başlayan turizm sektörü, artan fiyatları ile dış pazar için hala cazibesini korurken; iç pazar için ulaşılması güç bir hale geldi. Alternatif turizme odaklanan yerli turistin kamp turizmi, karavan turizmi, bungalov tatili gibi doğa tatillerine yöneldiği gözlemleniyor.

İntikam turizmi de denilen, iki yıl tatil yapamayan insanların tatil yapma isteklerindeki hızlı artış, beraberinde bu hıza ayak uyduramayan Avrupa'daki birçok havayolu şirketlerinin yarattığı sorunları da çok güçlü bir şekilde ortaya koydu. İki yıl boyunca yaşanan kriz nedeniyle personel çıkaran ve bu yoğunluğu öngöremeyen havayolu şirketleri, personel sıkıntısı ve grevler nedeniyle birçok seferi iptal etmek zorunda kaldı. Soruna çözüm arayan şirketler, hala seferlerin aksamasına sebep oluyor.

Turizm Proje Dergisi olarak, bu sayımızda Ege Bölgesi'nde yer alan, yapımı devam eden ve açılacak olan otel projelerini, son güncellemelerini yaparak, özel dosyamız olarak hazırladık. Tedarikçiler bölümünde, otellerimiz için müşteri memnuniyetinde özel bir öneme sahip olan Buklet sektörünü inceledik. Oteller markalaşmış, kaliteye ve çevreye duyarlı bir anlayış ile talepte bulundukça, buklet sektörünün de üretim ve hizmet kalitesinde ona cevap verecek şekilde gelişeceği gerçeğine yer verdik. Oteller bölümümüzde, iş ve toplantı konseptli otellerin, pandeminin etkisinin ve sınırlamaların kalkmasıyla artan iş potansiyellerini, yine pandemi ile gelen yeni toplantı trendlerinin nasıl içselleştiğini ve gelecekte de uygulanacak şekilde kalıcı hale geldiğini 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...

İçindekiler

Projeler Dosyası

Ege Bölgesi'nde, 2022 yılında 2 bin 535, 2023 ve sonrasında ise 9 bin 678 yatak daha sektöre katılacak 4

Oteller Dosyası

İş seyahatleri, pandemi öncesi dönemini yakalamaya çalışırken, sektör kazandığı yeni teknolojik trendlerle zenginleşerek gelişiyor 14

Tedarikçiler Dosyası

Turizmde otellerin prestij yüzü ve etkin bir reklam aracı olan buklet sektörü, çevreci uygulamaları ve kaliteli üretimiyle gelişmeye devam edecek 32

CESARET FARK YARATIR

management@continenthotels.com
ContinentWorldwide.com

Türkiye'nin en uygun Franchise
şartları ile yatırımlarınızı
markalandırın...



CONTINENT

*Yatırımınız için doğru
Franchise...*



CONTINENT

Worldwide

projeler



Ege Bölgesi'nde, 2022 yılında 2 bin 535, 2023 ve sonrasında ise 9 bin 678 yatak daha sektöre katılacak

Turizm Proje Dergisi olarak, Haziran 2022'de son güncellemesini yaptığımız yeni otel yatırımları araştırmalarına göre Ege Bölgesi'nde 2022 yılında açılmış olan ve açılacak otel sayısı toplamda 15 tesis ve 2 bin 535 yatak olarak gerçekleşiyor. 2023 ve sonrası için 20 tesis ve 9 bin 678 , toplamda ise 12 bin 213 yatak sayısının daha turizme kazandırılacağı görülüyor. Ege Bölgesinde iptal edilen veya beklemeye alınan otel projesi 6 adet olurken bu tesislerin yatak sayısı 4 bin 78 olarak tespit edildi.

Türkiye turizmi için cazibe merkezlerinden biri olan ve İzmir, Manisa, Aydın, Denizli, Muğla, Afyonkarahisar, Kütahya ve Uşak illerini kapsayan Ege Bölgesi, tarihi ve doğal birçok zenginliklere ev sahipliği yapıyor. Belirli turizm merkezleri olarak sayabileceğimiz, İzmir, Bodrum, Marmaris, Datça, Fethiye, Kuşadası, Selçuk, Alaçatı, Çeşme, Foça, Urla, Dalyan, Dalaman, Didim, Köyceğiz, Pamukkale ilk aklı gelen en popüler tatil destinasyonlarıdır. Misafirlerine, deniz - kum - güneş, ılıca,

tarih ve kültür, spor, gastronomi gibi pek çok turizm alternatiflerini sunan Ege Bölgesi'nin ziyaretçi profilini hem yurtiçi hem de yurt dışı turistler oluştururken; yurtdışından özellikle İngiltere, Almanya, Benelüks ülkeleri, Polonya ve diğer Avrupa ülkelerinden rezervasyon alıyor.

Ege Bölgesi 2022 yılı açılan ve açılacak toplam tesis sayısı 15 olurken, toplam yatak sayısı 2 bin 535

Bölgede 2022 yılında açılan ve yıl sonu itibarı ile turizme kazandırılacak olan 15

EGE BÖLGESİ'NDE 2022'DE AÇILAN/AÇILACAK YENİ OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5*	3	797
4*	2	440
3*	5	904
Butik Otel	5	394
Toplam	15	2.535

tesis, 3'ü 5 yıldızlı ve 797 yatak; 2'si 4 yıldızlı ve 440 yatak; 5'i 3 yıldızlı ve 904

EGE BÖLGESİ'NDE 2022'DE AÇILAN/AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar			1		1	122
Aydın				1	1	132
Denizli			1	1	2	340
İzmir		1	2		3	672
Manisa	1				1	305
Muğla	2	1	1	3	7	964



EGE BÖLGESİ'NDE 2023 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar	1				1	1150
Aydın	1				1	600
Denizli	3				3	1434
İzmir	4			1	5	1288
Muğla	8	1			9	4848
Uşak	1				1	358

yatak; 5'i butik otel ve 394 yatak toplamda 2 bin 535 yatak olarak gerçekleşiyor.

Ege Bölgesi'nde 2022 yılında açılan ve açılacak olan tesis sayılarında Muğla başı çekerken onu İzmir izliyor

Ege Bölgesi'nde, 2022 yılı açılan ve açılacak toplam tesis sayıları bakımından Muğla, 2'si 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı, 1'i 3 yıldızlı, 3'ü butik olmak üzere toplam 7 tesis ve 964 yatak ile başı çekerken. Onu, 1'i 4 yıldızlı, 2'si 3 yıldızlı,

EGE BÖLGESİ'NDE 2023 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5*	18	9434
4*	1	204
Butik Otel	1	40
Toplam	20	9.678

3 tesis sayısı ve 672 yatak ile İzmir izliyor. Denizli, 1'i 3 yıldızlı, 1'i butik 2 tesis ve 340 yatak ile üçüncü sırada yer alırken onu Manisa 5 yıldızlı 1 tesis ve 305 yatak, Aydın 1 butik otel ve 132 yatak, Afyonkarahisar 3 yıldızlı 1 tesis ve 122 yatak ile takip ediyor.

Ege Bölgesi'nde 2023 ve sonrasında açılacak yeni otellerin sayısı 20 olurken, 9 bin 678 yatak turizme katılacak

Ege Bölgesi'nde 2023 ve sonrasında, 5 yıldızlı 18 tesis, 9 bin 434 yatak sayısı; 4 yıldızlı 1 tesis, 204 yatak sayısı; 1 butik otel 40 yatak sayısı olarak hizmete girecek.

2023 ve sonrasında açılacak olan tesis sayılarında Muğla birinciliğini korurken onu izleyen şehir tekrar İzmir oluyor

Ege Bölgesi'nde 2023 ve sonrasında açılacak olan tesis sayılarında Muğla, 8'i 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı toplamda 9 tesis ve 4 bin 848 yatak ile başı çekerken. Onu, 4'ü 5 yıldız, 1'i butik toplam 5 tesis ve 1288 yatak ile İzmir izliyor. Denizli, 3'ü de 5 yıldızlı toplam 3 tesis ve 1434 yatak ile yine üçüncü sırada yerini alıyor. Denizli'yi, Afyonkarahisar 5 yıldızlı 1 tesis ve 1150 yatak sayısı, Aydın 5 yıldızlı bir tesis ve 600 yatak sayısı, Uşak 5 yıldızlı 1 tesis ve 358 yatak sayısı ile izliyor.

Ege Bölgesi'nde 4 bin 78 yatak sayısı olan toplamda 6 tesis beklemeye alındı ya da iptal edildi

Bölgede iptal edilen veya beklemeye alınan 6 tesisten, 5'i 5 yıldız ve toplam 3 bin 800 yatak sayısı olurken, 1'i 4 yıldız ve 278 yatak sayısı ile toplamda 4 bin 78 yatak sayısı oldu.

İPTAL EDİLEN YADA BEKLEMeye ALINAN OTEL PROJELERİ

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5*	5	3800
4*	1	278
Toplam	6	4.078



YENİ OTEL YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (NİSAN 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
GAZİANTEP	Şehitkamil	GAZİANTEP ATAPARK OTELCİLİK TURİZM LTD.	5	324	77.468.792
MUĞLA	Bodrum	RAMMOS TURİZM LİMİTED ŞİRKETİ	4	336	7.671.293
İSTANBUL	Beyoğlu	NOVUS PORT YATIRIM TURİZM ANONİM ŞİRKETİ	3	24	15.011.724
MUĞLA	Milas	KIRDAĞ İNŞAAT TURİZM SANAYİ VE TİC. LTD.	4	288	7.400.000
KAYSERİ	Melikgazi	ÖNER DOĞALTAŞ MERMER YAPI SAN. TİC. A.Ş.	Özel Konaklama	32	11.571.520
İSTANBUL	Üsküdar	GÜLTAC İNŞAAT YATIRIM SAN. TİC. A.Ş.	4	170	22.598.306
ANTALYA	Alanya	GÜÇLÜ TURİZM İŞLETMECİLİK VE TİC. A.Ş.	3	196	23.406.422
BALIKESİR	Savaştepe	SÜLEYMAN ŞANLI TURİZM TARIM İNŞ. LTD.	3	48	10.288.627
ŞANLIURFA	Siverek	MMC ÇELEBİ TURİZM AKARYAKIT İNŞ. LTD.	3	34	7.236.900
ANKARA	Çankaya	YUSUF YÜCEL ÜNSAL İNŞAAT SAN. TİC. LTD.	3	354	7.595.300
ÇANAKKALE	Merkez	TEZ 17 TURİZM TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	4	52	45.608.240

OTEL MODERNİZASYON YATIRIM TEŞVİK BELGESİ ALAN FİRMALAR (NİSAN 2022)

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
BALIKESİR	Ayvalık	CAFER TÜRKYILMAZ İNŞAAT OTELCİLİK A.Ş.	4 Yıldız	328 Yatak	10.518.000
İZMİR	Çeşme	VİLTUR VİLLA SARAY TURİZM İNŞ. TİC. A.Ş.	5 Yıldız	506 Yatak	7.430.200
DENİZLİ	Merkezefendi	KESKİNLER TURİZM SANAYİ VE TİC. A.Ş.	3 Yıldız	198 Yatak	15.302.750
ANTALYA	Manavgat	ARIF BEY TURİZM OTELCİLİK İNŞ. A.Ş.	4 Yıldız	712 Yatak	40.427.700
SAMSUN	İlkadım	MTZ OTELCİLİK TURİZM İNŞAAT SAN. LTD.	5 Yıldız	240 Yatak	4.397.216
AYDIN	Kuşadası	GÖÇTUR TURİZM YATIRIM VE TİC. A.Ş.	Tatil Köyü	1312 yatak	29.199.842
UŞAK	Merkez	KEMPAŞ TURİZM VE OTELCİLİK TEKSTİL A.Ş.	4 Yıldız	248 Yatak	2.378.050
İSTANBUL	Şişli	BOMONTI ULUSL. KONGRE VE TURİZM A.Ş.	5 Yıldız	1764 Yatak	26.750.000
ADANA	Çukurova	ADANA ERTEN TURİZM OTELCİLİK LTD.	4 Yıldız	110 yatak	4.600.000
ANTALYA	Serik	CARYA TURİZM YATIRIMLARI A.Ş.	5 Yıldız	1200 Yatak	108.898.451
ANKARA	Gölbaşı	MOSAR İNŞAAT TURİZM PETROL LTD.	3 Yıldız	42 Yatak	4.859.863
NEVŞEHİR	Merkez	TARMAN TURİZM ÇİMENTO YATIRIM A.Ş.	5 Yıldız	364 Yatak	212.917.565
BOLU	Merkez	KARTALKAYA TURİZM İNŞAAT GIDA A.Ş.	Kırsal Tesis	357 Yatak	26.250.000

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

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
SAKARYA	Söğütözü	ÖZEL ADA ŞEFKAT BAKİMEVİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	Yaşlı bakım merkezi	100 Yatak	5.099.000
MUĞLA	Bodrum	DIAGENICS ARGE TEKNOLOJİ SAĞLIK İTHALAT VE İHRACAT LİMİTED ŞİRKETİ	Yaşlı bakım merkezi	100 Yatak	24.100.000
MERSİN	Mezitli	YAŞAM ÖZEL SAĞLIK HİZMETLERİ TİCARET VE SANAYİ ANONİM ŞİRKETİ	Cerrahi Hastane Hizmetleri	75 Yatak	392.500.000

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

Yatırımın Yeri		Firma Adı	Yıldız	Yatak Sayısı	Yatırım Tutarı (TL)
İli	İlçesi				
ANKARA	Çankaya	LOKMAN HEKİM ENGÜRÜSAĞ SAĞLIK TURİZM EĞİTİM HİZMETLERİ A.Ş.	Cerrahi Hastane Hizmetleri	121 Yatak	46.773.250
İSTANBUL	Beylikdüzü	MEDİCANA HASTANE İŞLETMECİLİĞİ ANONİM ŞİRKETİ	Cerrahi Hastane Hizmetleri	186 Yatak	28.033.979
SAMSUN	Canik	ROMATEM FİZİK TEDAVİ VE ÖZEL SAĞLIK HİZMETLERİ TİCARET A.Ş.	Rehabilitasyon Hastane Hizmetleri	27 Yatak	6.242.949
İSTANBUL	Pendik	ELİF SAĞLIK HİZMETLERİ TİCARET VE SANAYİ ANONİM ŞİRKETİ	Cerrahi Hastane Hizmetleri	100 Yatak	48.234.200
İSTANBUL	Maltepe	KAMER SAĞLIK VE EĞİTİM HİZMETLERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	Cerrahi Hastane Hizmetleri	25 Yatak	48.234.200
İSTANBUL	Sultanbeyli	ERSOY SAĞLIK DANIŞMANLIK İNŞAAT TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	Cerrahi Hastane Hizmetleri	47 Yatak	48.234.200
İSTANBUL	Üsküdar	ACIBADEM SAĞLIK HİZMETLERİ VE TİCARET A.Ş.	Cerrahi Hastane Hizmetleri	316 Yatak	144.750.000

KMB45 C
A+++



INVERTER MINIBAR

*DÜNYANIN İLK VE TEK İNVERTER MİNİBARI

Julien Munoz / Radisson Hotel Grup / EMEA Bölgesi'nden sorumlu Satış ve Pazarlama Başkanı

Radisson Hotel Grup, Türkiye'de 50 otel hedefini 2025'ten 2023 sonuna çekerek, Türkiye'de sektöre olan güvenini gösterdi

Turizm Proje Dergisi olarak, Radisson Hotel Grup, EMEA Bölgesi'nden sorumlu Satış ve Pazarlama Başkanı Julien Munoz ile Radisson Grubun Türkiye'deki otelleri, aktif olarak uyguladıkları sürdürülebilirlik politikaları, gelecek 5 yıl içinde Türkiye'deki büyüme hedefleri ve yatırımları hakkında bir röportaj gerçekleştirdik.

Radisson Hotel Grubu'nu kısaca tanımlar mısınız?

Radisson Hotel Grubu olarak, Amerika'dan Avrupa'ya ve Asya'ya yayılan her alanda ayak izimizin olduğu, 120'den fazla ülkede, 1700'ün üzerinde otel sayımız ve 100 binin üzerinde çalışanımızla dünyanın en büyük uluslararası otel gruplarından biriyiz. EMEA Bölgesi'nde yaklaşık 480'in üzerinde otel işletmesi yapıyoruz.

Türkiye'de faaliyette olan otelleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bizim için Türkiye, en hızlı gelişim gösteren ülkelerin başında geliyor. Bu hızlı büyümeye karşılık şu anda Türkiye'de 28 tane operasyonda otelimiz var. Çok yakın zamanda açılacak otellerimiz var ve Türkiye'ye taahhüdümüz 2023 sonuna kadar 50 otele ulaşmak. Şu anda 17'den fazla otelle İstanbul'da varlığımızı güçlü bir şekilde devam ettiriyoruz. Aynı zamanda Türkiye'nin on farklı bölgesindeki otellerimizle beraber büyümemizi sürdürüyoruz. Türkiye'ye olan inancımız ve tutkumuz çok fazla. Çünkü Türkiye özellikle turizm konusunda çok hızlı ilerleyen ve çok dikkat çeken bir ülke. Özellikle İstanbul'a baktığımız zaman İstanbul artık bir merkez haline gelmiş durumda. Hem tatil amaçlı seyahat edenler hem kurumsal faaliyetler hem de aynı zamanda toplantı, etkinlik, kongreler ve fuarlar için çok önemli bir destinasyon.

İki yıl süren, tüm sektörleri, fakat en fazla da turizm sektörünü etkisi altına alan pandemi sonrasında, dünyada turizmini ve bu bağlamda Türkiye'de sektörün konumunu değerlendirir misiniz?

Pandemi ile beraber gördük ki bazı ülkeler sınırlarını kapattı. Bazıları kapatmasa, açık kalsa bile oldukça güçlüklerle mücadele etmek zorunda kaldılar. Ama Türkiye'ye baktığımız zaman, Türkiye bütün bu güçlüklerle çok iyi bir şekilde mücadele etti ve şimdi bugün geldiğimiz bu noktada, mukayese ettiğimiz zaman, Türkiye'nin bu tutkusu, bakış açısı ve gelişmekte olan turizm potansiyeli ile çok iyi bir yerde olduğunu görüyoruz. Türk lirası ve ekonomideki güçlüklerine rağmen, diğer ülkelerle mukayese edildiğinde, çok



hızlı bir şekilde yeniden kendini toparlaması konusunda da örnek bir ülke olduğu için, dolayısıyla Türkiye'ye karşı bu konudaki güvenimiz de tam.

Radisson Hotel olarak, Türkiye'nin sektörde gelişimini baz alırsak, grubunuz içerisinde bağımsız bir bölge olması hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bizim baş açımızdan, bu aşamada, Türkiye'nin bağımsız bir bölge olup olmamasından daha önemli olan, burada varlık gösterdiğimiz otellerimizin nasıl desteklendiğidir. Çünkü baktığımız zaman geniş bir alana yayılmış durumdayız. Havaalanında da otelimiz var; İstanbul'un Asya yakasında Tuzla'da da otelimiz var. Dolayısıyla bu anlamda Türkiye'nin güçlenmesi ve güçlü olması bizim bakış açımızdır.

Sürdürülebilirlik, her alanda olduğu gibi turizm alanında da bir sosyal sorumluluk ve artık zorunluluk oldu. Radisson Hotel Grup'un sürdürülebilirlik politikaları ve uygulamaları hakkında ne söylemek istersiniz?

Sürdürülebilirlik, bizim grubumuzun en önem verdiği konuların başında gelir. Biz zaten kuzey Avrupa, Norveç'ten gelen ve köklerini kültürel mirasını oradan alan bir otel grubuyuz. Dolayısıyla Sürdürülebilirlik bizim için çok önemli; DNA'mızda olan bir konudur. Sürdürülebilirlik, bizim sadece konuştuğumuz bir şey değil eyleme geçirdiğimiz bir harektir. Otel grupları zaten sürdürülebilirliği sağlamak durumundalar. Bu bir endüstri devamında. Radisson Hotel Grubu, dünyadaki ilk karbon ayak izini yürürlüğe koyan otel grubudur. Grubun otellerinde herhangi bir toplantı yaptığımız zaman sizin karbon ayak izinizi, Radisson Hotel Grubu üstleniyor; bu da bizim sürdürülebilirlik çalışmalarında ne kadar

faal ve lider olduğumuzun göstergelerinden bir tanesi. Radisson Hotel Grubu'nun sürdürülebilirlik çalışmalarına baktığımız zaman, 3 temel prensibe dayandığını görürüz. Toplumu düşün, insanı düşün ve evreni düşün. Ve bizim yaptığımız bütün bu sürdürülebilirlik çalışmaları, dünya genelinde tamamen bu üç temel prensibe hizmet etmek zorundadır. Her nerede faaliyette bulunursak bulunalım bütün faaliyetlerimiz, bu 3 temel prensip üzerinde gerçekleşir.

Grubun Türkiye'de büyüme planları hakkında neler söyleyebilirsiniz? Önümüzdeki 5 yılda faaliyete geçmesi planlanan yeni otel projelerinizle ilgili bilgileri paylaşır mısınız?

Bizim grup olarak 5 yıllık bir kalkınma planımız var. Kalkınma planımızın en temel hedefi, önümüzdeki 3 ile 5 yıl içinde, hem çalışanlar hem misafirler hem de yatırımcılar tarafından, dünyanın en çok tercih edilen ilk 3 otel grubundan birisi olmaktır. Bizim her bölgemizin zaten kendi hedefleri var. Türkiye için hedefimiz, önce 2025 sonuna kadar 50 otel idi. Fakat biz bunu güncelledik ve 2023 yılının sonuna kadar 50 otel olarak yaptık. Ve şu anda yapım aşamasında olan otellerimizle beraber Türkiye'de 40'ın üzerinde otel işletmesi yapıyoruz. Bu da Türkiye'ye olan bağlılığımızın ve Türkiye'nin gelecek 5 yıl içerisinde ne kadar büyüyeceğinin bir göstergesi.

2022 yılı için turizm sektörünün durumunu ve öngörülerinizi alabilir miyiz?

Kimsenin bir şey öngöremediği öyle bir, iki seneden geliyoruz ki bildiğiniz gibi çok zorlu iki yıldan geçtik ama son geçtiğimiz iki aya bakınca, önümüzdeki rezervasyonları değerlendirdiğimizde, çok güçlü bir 2022 geçireceğimizi görüyoruz. Artık pandeminin de yavaş yavaş geçtiğini ve arkamızda bıraktığımızı varsayıyorum. 2019 yılı rakamlarına ulaşacağız gibi gözüküyor, endüstriyel anlamda. Her ne kadar araştırmalar, 2024 yılından itibaren tamamen bir toparlanma gösteriyor olsa da bu şekilde devam ederse; bunun çok daha öncesinde gerçekleşeceğine, 2023 ün başları gibi artık eski olumlu günlere dönebileceğine inanıyoruz.

Ekleme istedikleriniz?

Bizi desteklemeye lütfen devam edin. Sizin destekleriniz için ayrıca çok teşekkür ederim. Şu anda Türkiye'de faaliyette olan beş otel markamız var. Altıncı markamız da yakın bir zamanda gelecek. Türkiye'ye taahhütlerimizi yerine getiriyoruz. Sizlerin desteği bizim için çok kıymetli. Çok teşekkür ediyoruz.

Accor ve Vadistanbul'un mimarı Artaş Grup, iki yeni otel için imza attı



Accor Grup, premium segment Mövenpick markası ile gayrimenkul, perakende ve turizm alanlarında 45 yıldır faaliyette olan, Vadistanbul'un mimarı Artaş Grup ile iki yeni otel için projelere imza attı. Mövenpick Living Çamlıvadi ve Mövenpick Living Saklıvadi projeleri için iş birliklerini, Mövenpick İstanbul Bosphorus Otel'de 9 Haziran Perşembe akşamı gerçekleştirilen imza töreninde Accor CEO'su Mark Willis, Accor Dünya Ticaret Başkanı Yiğit Sezgin ve Artaş Grup Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Çetinsaya düzenledikleri basın toplantısı ile duyurdular. Projeler hakkında Accor Dünya Ticaret Başkanı Yiğit Sezgin: "116 ülkede, 5 bin 300'ü aşkın otel ile dünyanın önde gelen arttırılmış ağırlama grubu olarak, Türkiye'nin önde gelen

gayrimenkul ve inşaat gruplarından Artaş Grup ile imzaladığımız sözleşme ile premium segment Mövenpick markamızı Çamlıvadi ve Saklıvadi projeleri ile duyurmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Bu iki projenin, İstanbul'un gözde lokasyonunda turizm sektörüne büyük değer katacağına inancımız sonsuz." dedi. Artaş Grup Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Çetinsaya: "Bugün burada güzel bir iş birliğini duyurmak üzere toplandık. 45 yıl önce kurduğumuz Artaş Grubu bünyesinde, şimdiye kadar konut, perakende ve turizm alanlarında pek çok inşaat yaptık, işletme ve yönetim görevlerini üstlendik. Vadistanbul gibi muhteşem bir projeyi geliştirdik ve ülkemize kazandırdık. Tamamlanıp teslim edilmiş ve inşaatı devam eden toplam 35 bin konut, 6 alışveriş merkezi ve 8 otelin de yönetimini sürdürüyoruz. Bu bilgi ve tecrübe ile şimdi yepyeni bir iş birliğine adım atıyoruz. Ana markamız Avrupa Konutları altında inşa ettiğimiz Çamlıvadi ve Saklıvadi projelerimizde, Accor gibi büyük bir zincirin Mövenpick gibi uluslararası bir markasına yer vermenin mutluluğunu yaşıyoruz. Türkiye'de bu iki markanın birbirine katacağı değerlerin heyecanını hissediyoruz. Son teknoloji ile donanmış, sağlam ve estetik bir mimari ile inşa ettiğimiz yapılarda, Mövenpick kriterleri ve Türk misafirperverliği birleşiminin çok cazip olacağına inanıyoruz. Bu yatırım ve iş birliğinin hem taraflara hem turizm sektörüne hem de ülke ekonomisine hayırlı olmasını dilerim." açıklamalarında bulundu.

Hilton tarihi bir rekora imza atarak Türkiye'de 100 otele ulaştı

Hilton, Taksim Meydanı'na birkaç adım uzaklıkta, Taksim 360'ın bir parçası olacak Canopy by Hilton İstanbul Taksim için anlaşma imzaladı. Bu anlaşmayla birlikte Türkiye'ye giriş yapan Canopy markası, ülkede faaliyet gösteren sekizinci Hilton markası olacak. Hilton, Türkiye'de faaliyet gösteren ve geliştirme aşamasında olan 100'üncü otele ulaşmanın başarısını kutluyor. Butik ve şık konseptiyle öne çıkacak olan Canopy by Hilton İstanbul Taksim'in Çalık Holding A.Ş. ile imzalanan anlaşma kapsamında 2023 yılında faaliyete geçmesi bekleniyor. Hilton Türkiye Yatırım Yönetici Direktörü Tuğrul Temel, "Türkiye'de 100'üncü otele ulaştığımız bu özel dönüm noktasını duyurmaktan büyük mutluluk ve gurur duyuyorum. Bizim için son derece heyecan verici bir gelişme olan Canopy by Hilton İstanbul Taksim, İstanbul'un en dinamik bölgelerinden biri olan Taksim'e yoğun bir enerji getirecek" diyor. Hilton Türkiye Üst Sınıf ve Lüks Oteller Ülke Müdürü Armin Zerunyan, "Türkiye Hilton'un 65 yıl önce uluslararası ölçekte faaliyete başladığı ilk ülke. Dolayısıyla Hilton için Türkiye pazarında 100'üncü otele ulaşmak bu pazarla olan uzun süreli ve verimli ilişkileri göstermesi açısından çok önemli bir dönüm noktası. Varlığımızı her geçen gün güçlendirdiğimiz bu

önemli pazarda oluşturduğumuz eşsiz birikim ve kurumsal mirasımız ile iftihar ediyoruz" diyor. Canopy by Hilton İstanbul Taksim, konut alanları, ofisleri, ticari alanları ve alışveriş bölgeleriyle yapım aşamasında olan büyük bir kentsel dönüşüm projesi olan Taksim 360'ın kalbinde yer alacak. Taksim Meydanı ve İstiklal Caddesi'nin yanında konumlanan tesis; Nişantaşı, Karaköy ve İstanbul boğazına çok yakın bir mesafede bulunuyor. Tesisin konumu, Canopy markasının dünya genelinde şehirlerin en çok tercih edilen semtlerinde faaliyet gösteren oteller sunma misyonunu yansıtıyor. Şehrin gözde noktalarından biri olan İstiklal Caddesi'nin hemen yanında bulunan otel, İstanbul'un canlı şehir hayatını deneyimleme olanağı sunuyor. Aynı zamanda konuklar, tesisin metro istasyonuna yakınlığı sayesinde şehir içinde kolayca seyahat etme fırsatı buluyor. 110 odalı Canopy by Hilton İstanbul Taksim'e farklı bir kişilik ve çekicilik kazandırıyor. Üç restoran, bir ikonik bar ve otelin merkezi olarak işlev görecek Canopy Central konsepti ile konuklara mükemmel bir tatil deneyimi sunacak tesiste iş amaçlı seyahat edenler için de toplantı odası ve yiyecek-içecek servisi de bulunacak. Canopy by Hilton Küresel Kategori, Yaşam Tarzı ve Global Marka Başkanı Phil Cordell,



"İstanbul'un en ünlü noktalarından biri olan Taksim Meydanı'nın kalbinde yer alan tesisimizle Canopy by Hilton markasının Türkiye'de lansmanını yapmaktan büyük heyecan duyuyoruz. Konuklarımızı çevreyi keşfederek geçen bir günün ardından dinlenip enerji toplarken benzersiz bir tasarımın yanı sıra otantik yiyecek ve içecekleri deneyimleyebilecekleri, toplumun doğal bir uzantısı olarak tasarlanan Canopy by Hilton tesislerinde ağırlamak için sabırsızlanıyoruz" dedi. Hilton, İstanbul'da halen Conrad Hotels & Resorts, Curio Collection by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Hilton Garden Inn ve Hampton by Hilton markaları çatısı altında 25 otel işletiyor.

Fenix Center Projesi, Swissotel Residence ve Swissotel Living markalarını Antalya'ya getiriyor

Fenix Yapı, Accor Grubu ile yaptığı iş birliğiyle, Swissotel Residence ve Swissotel Living markalarını, Fenix Center Projesi ile Antalya'ya getiriyor. Akdeniz'in en büyük projelerinden biri olarak gösterilen, Konyaaltı Plajı Bölgesinde, 850 milyon TL yatırım bedeli olan ve Antalya'yı, 'En Lüks' segmentte tatil ve yaşam destinasyonu yapmayı hedefleyen Fenix Center projesinin yapımı devam ediyor. Fenix Yapı, ilk olarak projede yer alan rezidansların lüks otel konseptinde işletilmesi için Accor Grubu bünyesindeki Swissotel Living ile anlaşma imzaladı. Lüks markalardan oluşan 'Fashion Mall'ün işletmesini de global çapta hizmet veren öncü ticari gayrimenkul şirketlerinden Fiba Commercial Properties üstlendi. Projenin teras bölümünde ise Mehmet Gürs ve Cihan Çetinkaya ile restoran projesi yer alacak. Fenix Center'ın tanıtım basın toplantısı, Fenix Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Mavi'nin ev sahipliğinde Akra Hotel'de yapıldı. Eyüp Mavi, "Fenix Center ile Antalya'da yaşayacak ya da tatile gelecek olanlara, lüks segmentte tatil anlayışını hissettireceğiz. Projemiz, alışveriş için gelecek olanlara dünyanın en iyi perakende firmalarının yanı sıra gurme markalarıyla da farklı bir konsept sunuyor. Fenix Center, hem çevre yolu ana bağlantı noktasına hem de Batı Antalya tatil beldelerine olan mesafesiyle alternatifsiz bir lokasyonda bulunmanın avantajını yaşatacak" açıklamasını yaptı. Fenix Center Projesi'nin, Akdeniz Bölgesi'nde

yapılan en büyük yatırımlardan biri olduğunu belirten Mavi: "Fenix Center, 2'nci etabıyla birlikte toplam 108 bin metrekare kapalı inşaat alanıyla Akdeniz'in en büyük projelerinden birisi olarak dikkat çekiyor. Toplamda 850 milyon TL yatırım bedeliyle ekonomiye katkı sağlayan proje inşaat sektörünün durgun olduğu bir dönemde yapılması nedeniyle ayrıca önem taşıyor. Projenin bir diğer özelliği ise Türkiye'ye döviz girdisi sağlaması. Satışların yüzde 95'i tamamlanan Fenix Center, ağırlıklı olarak yabancıya satış yapılarak ülkemize döviz ve yatırım getiren bir proje olarak da farkını ortaya koyuyor." paylaşımında bulundu. Antalya'nın Kemer, Göynük ve Tekirova yönü üzerinde şehrin 'Batı Giriş Kapısı' konumunda bulunan proje hakkında Eyüp Mavi, projenin rezidans bölümünde Accor Grubu iş birliğinde Swissotel, Swissotel Living markasıyla rezidanslara da otel hizmeti verileceğini belirterek, "İsteyen müşterilerimiz rezidanslarını otelin işletmesine vererek çok daha fazla gelir kaynağı oluşturabilecek, zamanla yaptıkları yatırımın ne kadar mantıklı olduğunu göreceklidir" ifadesini kullandı.

"Otelimizi 2023 yılının haziran ayında hizmete açacağız"

Fenix Center'ın ilk 6 katının otel olacağını, kalan katların ise rezidans olacağını açıklayan Eyüp Mavi, "Swissotel gibi bir markanın



şu ana kadar Antalya'ya gelmemesi bence büyük bir eksiklikti. Çok güzel bir iş birliğine imza atarak Swissotel'i Antalya'ya getiriyoruz. Turizmin başkenti Antalya'ya ve turizme alternatif yaratmaya çalışıyoruz. Otelimizi 2023 yılının haziran ayında hizmete açacağız" dedi. Fenix Center'da hizmet verecek AVM için Eyüp Mavi: "Projenin AVM alanları, açılır kapanır çatı sistemleriyle hem yazın hem de kışın tercih edilebilecek. 'Fashion Mall' konseptiyle ayın belli günlerinde bünyesinde barındırdığı markaların defileleri yapılacak. Antalya'da moda rüzgarı estiren, bu konuda ne kadar iddialı olduğumuzu ortaya koyacağız. Fiba CP iş birliği ile birçok dünya markasını Antalya'ya getiriyoruz, özellikle bulunduğumuz alanda yılda 7 milyon turist havalimanı dönüş yolunda geçmekte ve getirdiğimiz birçok markayı hem Antalyalılara hem de turistlere sunarak, bu farkı yaşatmak istiyoruz. AVM'mizde alanında, dünyada tanınan birçok gurme markasını da getirmiş olacağız. Fenix Center, ülkemize döviz getiren 'bacasız fabrika' niteliğinde bir projedir" şeklinde konuştu.

Sermaye artırımına giden Martı Grubu, renovasyon çalışmalarının ikinci etabını başlatacak



Geçtiğimiz günlerde bedelli sermaye artış sürecini, ödenmiş sermayesini 120 milyon TL'den 600 milyon TL'ye çıkartarak başarılı bir şekilde tamamlayan Martı Otel İşletmeleri'nin Yönetim Kurulu Başkanı Oya Narin, "Markamızın pozisyonunu daha ileri taşıyacak adımları atacak olmanın şevk ve gururu içerisindeyiz" dedi. 24 Haziran 2022 tarihinde tamamlanan Martı Otel İşletmeleri Olağan Genel Kurulu'nun ardından bir açıklama yapan Oya Narin, "Öncelikle şirketimizin sermaye artışına katılan tüm yatırımcılarımıza çok teşekkür ediyoruz. 2021 yılında başlı ortaklığımız Martı GYO'nun başarıyla tamamladığı bedelli sermaye artışı ve Denizbank ile

grubumuz arasında imzalanan 9 yıllık vade sonu 2030 olan yeniden yapılandırma anlaşması sonrasında, grubumuz adına çok önemli bir adım olan sermaye artışını da gerçekleştirdik. Dünya ve ülkemizdeki tüm sektör paydaşlarını etkileyen, ticareti ciddi manada sekteye uğratan pandemi ve Ukrayna'da yaşanan savaşın etkileri sonrasında, 2019 yılında dünya ekonomik büyüklüğünün yüzde 10.2'sini yaratan ve global olarak her zaman hızla büyüyen turizm sektöründe başlayan yeni döneme, Türkiye'deki öncü ve lider gruplarından biri olarak yeni ve kuvvetlenmiş sermaye yapımızla girmenin, markamızın pozisyonunu daha ileri taşıyacak adımları atacak olmanın şevk ve gururu içerisindeyiz" ifadelerini kullandı. Özellikle yılın ikinci yarısının Türk turizmi adına çok hareketli geçeceğini ve sezonun kasım ayının ortasına kadar uzayacağını altını çizen Oya Narin "Martı Grubu olarak tesislerimizin üst yönetimlerinde yaşanan atamalar sonrası, süre gelen kaliteli hizmet anlayışımızı daha da yukarılara taşımayı ve rekabetçi ortamda pazar pozisyonumuzu perçinlemeyi amaçlıyoruz. 2021 sezonu sonrası tesislerimizde kısmen başladığımız modernizasyon ve yenileme çalışmalarının ikinci ve daha büyük etabını bu sezon bitince başlatacağız. Başarıyla tamamlanan sermaye artış sürecimiz bu açıdan da büyük önem arz ediyor" diye konuştu.

VESTEL

Proje Ortađım

PROJENİZİN HER AŞAMASINDA
VESTEL PROJE ORTAĐIM YANINIZDA



Kamu

Projeleri kamu kurumlarının ihtiyaçları doğrultusunda geliştiriyoruz. Gereken ürünlerin satışı kamu sektöründe doğrudan yapıyoruz.

Dijital Ekran Çözümleri

Çeşitli ürün seçenekleriyle teknolojik çözümler sunarken reklam, tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerini gerçekleştirmenize imkan sağlıyoruz.



Elektrikli Araç Şarj İstasyonu

Elektrikli araç şarj istasyonları ile hem bireysel hem de ticari uygulamalar için şık ve dayanıklı çözümler sunuyoruz.



Otel & İnşaat Projeleri

Otel ve inşaat projelerinde müşterilerimizle ihtiyaca yönelik uzun soluklu iş ortaklıklarını kuruyoruz.

İklimlendirme

Projelendirme aşamasından anahtar teslimine kadar her adımda projelerinize değer katıyoruz. Üstün tasarım ve yüksek verimlilikle geliştirilen ürünlerimiz sayesinde çevreye duyarlı çözümler sunuyoruz.



Wyndham, Garden markası ve 2022'de açılacak otelleri ile Türkiye'de portföyünü genişletiyor

95'in üzerinde ülkede bulunan 8 bin 900'den fazla oteliyle tesis sayısı bazında dünyanın franchise veren en büyük otel şirketi Wyndham Hotels & Resorts, Türkiye'nin en gözde sahil bölgelerinden birinde açılan 346 odalı Wyndham Garden Lara'nın açılışıyla 9. markası Wyndham Garden'i Türkiye pazarına girişini duyurdu. Marka, temmuzda Diyarbakır'da açılması planlanan bir diğer Wyndham Garden oteliyle büyümeye devam edecek. Wyndham Garden Lara'da, balkonlu ve tam donanımlı misafir odaları, açık havuz, fitness merkezi, tenis kortları, hemen yakınındaki Lara Plajı'na kolay erişim ve her şey dahil yeme-içme gibi zengin olanaklar bulunuyor. Nisan ayında açılan bu yeni otelden, Antalya'da gezilecek yerlerin yanı sıra şehrin havalimanına da kolayca ulaşılabilir. Önümüzdeki ay açılması planlanan Wyndham Garden Diyarbakır'da ise 182 misafir odası, şehrin güzel manzaralarını sunan bir teras, hamam, fitness merkezi, spa ve açık havuz yer alacak. Tarihi surlar ve Ulu Camii gibi ziyaret noktalarına yürüme mesafesinde bulunan otelden, Diyarbakır Havalimanı'na da kolayca ulaşılabilir. Wyndham Hotels & Resorts Avrupa, Ortadoğu, Avrasya ve Afrika (EMEA) Başkanı Dimitris Manikis, "9'uncu markamızı da Türkiye ile buluşturarak, bölgede sunduğumuz ve her ziyaretçinin ihtiyaçlarına cevap veren konaklama seçeneklerimizi genişletmeyi sürdürüyoruz. Yeni projeler geliştirmeye odaklanmayı sürdürmemiz ve daha fazla markamızı pazarla buluşturmaya devam etmemiz, Türkiye'ye olan bağlılığımızı ortaya koyuyor. Böylesine heyecan verici bir ülkede hizmetlerimizi ve portföyümüzü daha da ileri noktalara taşımaktan büyük bir heyecan duyuyoruz" dedi. Wyndham Hotels & Resorts, bu yıl içinde Ramada by Wyndham Elbistan ve Ramada by Wyndham Samsun'un açılışlarıyla Ramada by Wyndham markasını da genişletmeyi sürdürdü ve TRYP by Wyndham İstanbul Şişli gibi diğer bazı açılışlarla Türkiye'de büyümeye devam etti. 2022'nin geri kalanında gerçekleşmesi beklenen bazı açılışlar ise şöyle sıralanıyor: 84 odalı Ramada Encore by Wyndham İstanbul Maltepe, 88 Odalı Ramada by Wyndham Rize, 119 odalı Ramada Resort by Wyndham, 120 odalı Ramada Plaza by Wyndham Batman, 149 odalı Ramada by Wyndham Erzurum, 118 odalı Ramada by Wyndham Karapınar, 110 Odalı Ramada Plaza by Wyndham Ordu, 211 odalı Ramada Plaza by Wyndham İstanbul Sultanahmet, 176 odalı Days Hotel by Wyndham İstanbul Esenyurt.



Dimitris Manikis

The Stay'in, tasarım odaklı oteli The Stay Boulevard Nişantaşı, kapılarını açtı

The Stay grubunun 2022'deki yeni yatırımı, İstanbul'un göz alıcı moda ve alışveriş bölgesi Nişantaşı'nda açıldı. Etkileyici İstanbul manzarasına sahip olan İtalyan restoranı, Fransız lezzetleriyle Saint Pâtissier, kapalı havuzlu SPA'sı, toplantı ve etkinlik alanları sunan The Stay Boulevard Nişantaşı, misafirlerini The Stay'in tasarım ve sanat odaklı kültürü ile buluşturuyor. İçinde bulunduğu lokasyonların kültürünü yansıtan mimari yapılarla değer katarak yaşam stili belirleyen The Stay grubunun beşinci oteli The Stay Boulevard Nişantaşı, grubun özgün dokunuşunun her detayında hissedildiği, Nişantaşı'nın merkezindeki yapılardan birisinde yer alıyor. The Stay grubunun tüm otellerinde olduğu gibi sanat, kültür ve yüksek tasarımı bir araya getiren The Stay Boulevard Nişantaşı ünlü Türk mimarlık firması Toner Mimarlık tarafından şık ve modern bir şekilde renove edildi. Uzun süreli konaklamalar ve geniş aile grupları için mükemmel olan, çoğu birbirine bağlanabilen geniş süitlerden ve odalardan oluşan The Stay Boulevard Nişantaşı'nın 82 odası ise uluslararası ödüllü mimar Mahmut Anlar tarafından tasarlandı. Otelin en üst katında yer alan The Boulevard Suit; 165 metrekarelik genişliği, oda boyunca devam eden ferah terası ile otelin etkileyici detayları arasında yer alıyor.



Radisson Individuals Markasının Türkiye'deki ilk temsilcisi, Bizans sarnıçlı otel açıldı



İstanbul'un tarihi yarımadasında yer alan, Radisson Otel Grubu'nun dönüşüm markası olan Radisson Individuals markasının Türkiye'deki ilk temsilcisi olan Royan Hotel Hagia Sophia İstanbul, a member of Radisson Individuals; tarihi dokusu, mimarisi ve sanat etkinlikleriyle dünyanın dört bir yanından gelen turistlerin cazibe noktası Sultanahmet'in kalbinde yer alıyor. Vali Yardımcısı Özlem Bozkurt Gevrek, Fatih Belediye Başkanı Mehmet Ergün Turan, yatırımcılar Mehmet Gedikli ve Fatih Gedikli'nin katılımı ve kurdele merasimiyle resmi açılışı yapılan otel ağırlıklı olarak Rusya, Amerika, Hindistan, İngiltere ve Orta Doğu'dan misafir ağırlıyor. Misafir ülke skalası oldukça geniş olan otel için Avrupa ve Uzak Doğu'nun pastadaki payının artırılması hedefleniyor. Sultanahmet'te butik otel işletmeciliği yapan Gedikli ailesinin ikinci oteli olarak, 10 milyon Euro yatırımla hayata geçen Royan Hotel Hagia Sophia İstanbul, a member of Radisson Individuals'ın inşaatına 10 sene kadar önce başlandı ancak bitimi temel kazımı sırasında meydana çıkan tarihi Bizans su sarnıcı nedeniyle bütün planların değişmesi ile 2022 Nisan ayını buldu. 10 metrelik bu tarihi eserin korunması için binanın yarısı çelik konstrüksiyon üzerine yapıldı. Arkeologlarla gerçekleştirilen ortak çalışmalar sonucu tarihi sarnıç duvarı otelde sergileniyor. Otelde Bizans duvarının sergilendiği, büyüleyici atmosferde hizmet veren bir brasserie ve deniz manzaralı bir teras restoran bulunuyor. Modern bir mimariye ve dekorasyon seçimlerine sahip olan tesisde aralarında deniz manzaralı, teraslı, Türk hamamı, jakuzili oda seçenekleri olan 6 farklı tipteki 49 oda bulunuyor.

"Öncelikli hedefimiz Türkiye genelinde 10 otel açmak ve sonrasında dünyaya açılmak"

"Bizim farkımız hizmet anlayışımız. Yüzde yüz misafir memnuniyeti en temel prensibimiz" diyen Royan Hotels Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Gedikli şu bilgileri veriyor: "Bizim için misafirlerimizin otelimizden güler yüzle ayrılmasından daha önemli bir şey yok. İsteriz ki misafirlerimiz için özel bir yerde olalım, kendini evinin konforunda ve sıcaklığında hissetsin ve bir sonraki seyahatlerinde başka bir yerde konaklamak akıllarından geçmesin. Kesinlikle hizmet anlayışımızı bu yönde şekillendiriyoruz, misafirperverliği hep ön planda tutuyoruz. Bünyesinde olduğumuz Radisson Otel Grubu'nun 'Evet Yapabilirim!' hizmet felsefesi çerçevesinde misafirimiz için her türlü detayı düşünüyor, mümkün olan en iyi şekilde hizmet etmeye çalışıyoruz." Turizm sektöründeki yatırımlarına devam edeceklerini belirten Fatih Gedikli, ilk etapta Kapadokya'da bir kültür oteli ve Urla'da bir baş otel açmayı amaçladıklarını, şimdiden yeni lokasyonlar için arayışlarına başladıklarını daha sonra yurtdışına açılmayı hedeflediklerini sözlerine ekliyor: "Öncelikli hedefimiz Türkiye genelinde 10 otel açmak ve sonrasında dünyaya açılmak. Hem kendi ülkemize yatırımda bulunmak hem de yurtdışında Türk misafirperverliğini temsil eden işletmelere hayat vermek istiyoruz."



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



oteller



İş seyahatleri, pandemi öncesi dönemini yakalamaya çalışırken, sektör kazandığı yeni teknolojik trendlerle zenginleşerek gelişiyor

Şehrin odağında, iş merkezlerine, fuar alanlarına, ulaşım ağlarına yakınlığı ile tercih sebebi olan iş konseptli oteller, misafirlerine sunduğu çeşitli büyüklükte, en son teknoloji ile donatılmış toplantı salonları, salonlara özel fuaye alanları ve kaliteden ödün vermeyen servisleri ile yüksek standartta hizmet sunuyorlar.

İş seyahatleri için konuklarını ağırlayan oteller, misafirlerinin taleplerini en üst segmentte karşılamak amacıyla, değişen büyüklükte, bölünebilir ve birleşebilir, yüksek tavanlı gün ışığı alan, kendine özel fuaye alanları olan, her türlü organizasyon için farklı kapasiteye sahip, en son teknoloji ile donatılmış toplantı ve balo salonları ile hizmet veriyorlar. Şehrin odağında ve ulaşım ağlarının merkezinde yer alan oteller, iş insanları için tercih sebebi olurken, boş zamanlarında şehri gezmek ve diğer aktiviteler için de kolaylık sağlıyor. Konuklar bununla birlikte fitness salonları, SPA&Wellness alanlarında da yorgunluklarını atıp dinlenebilecekleri tesisleri tercih

ediyorlar. Etkinliğe özel hizmet anlayışını profesyonellikle bütünleştiren oteller, son model teknolojik ekipmanlar ve ücretsiz yüksek hızda internetin yanı sıra deneyimli mutfak ekiplerinin hazırladığı yemek ve kahve molalarıyla toplantıların en verimli şekilde gerçekleşmesini sağlıyor. Konuklarına teknik ekipman olarak, sabit barkovizyon ve perde, ses sistemi, yaka mikrofon, telsiz mikrofon, yazı tahtası, kürsü, kürsü mikrofonu, LCD-VCD-DVD player, tercüman desteği, projeksiyon, flipchart, beyaz tahta, projektör tedariki sağlarken, daha özel bir mekan istenir ise lounge olarak adlandırılan özel bir alanla da hizmet sunuyorlar. Yarım gün ve tam gün olarak farklı ikram paketleri, çeşitli coffee

break, öğle yemeği alternatifleri ile grupların isteğine göre ikramlarını şekillendirebilen oteller, profesyonel ve dinamik ekipleriyle başarılı toplantılara ev sahipliği yapıyorlar.

Pandemi şartlarının ortadan kalkması ile birlikte kurumsal konaklama taleplerinde hissedilir bir artış görülüyor

Pandemi şartlarının ortadan kalkması ile birlikte, kurumsal konaklama taleplerinde hissedilir bir artış söz konusu olduğunu belirten sektör profesyonelleri, dönemsel olarak oranların değişiklik göstermesiyle birlikte, iş amaçlı gelen misafirlerin toplam misafir portföyündeki oranının, yüzde 20 ile yüzde 90 aralığında bulunduğunu ifade ediyorlar.



Misafirlerin, bireysel ve grup toplantısı bazında gerçekleştirdikleri iş seyahatlerinde yapılacak bir oranlama için ise sektör temsilcileri, kış sezonunda toplantılı grup konaklamalarının arttığını, yaz sezonu ise yoğunlukla bireysel konaklamaların tercih edildiğini ve genel anlamıyla bireysel kategorinin ağır bastığını belirtiyorlar. Misafir profili olarak, genel olarak yurtiçinden gelmekle birlikte; yurt içi ve dışı olmak üzere hemen hemen her bölgeden ve ülkeden grupları ağırladıklarını açıklayan sektör profesyonelleri, yoğunluğu tamamen dönemin ve yapılan etkinliklerin belirlediğini ifade ediyorlar. Yurtiçi İstanbul ve Ankara öne çıkarken, yurt dışında ise Avrupa ülkelerinde Fransa, Almanya, Hollanda, İngiltere, İtalya, Belçika pazarları, Asya ülkelerinden Çin ve Rusya pazarları, Orta Doğu ülkelerinden başta Irak olmak üzere Kuveyt pazarları başı çekerken ABD ve yeni bir pazar olarak Romanya geliyor. Gerek grup olarak gerekse bireysel olarak iş seyahati yapan konukların otellerden en önemli talepleri, kaliteli, konforlu ve güvenli bir konaklama, rahat istirahat etmeleri için sessiz, özel konseptli oda, ilgi, güler yüz, misafir istek ve beklentilerinin zamanında karşılanması, özellikle günümüzde çok önemli olan teknolojik hizmetlerden doğru şekilde yararlanmak, günün yorgunluğunu atmak için SPA ve restaurant hizmetlerinden faydalanmak yönünde olduğu belirtiliyor. Oteller bu bağlamda konuklarına, donanımlı toplantı salonları, özel lounge alanları, ücretsiz Wi-Fi, yüksek internet hızı ile iş ya da günlük akışlarını kontrol edebilmek imkanı, hem hoş vakit geçirecekleri hem de çalışabilecekleri ortak alanlar, spor klupleri ve SPA&Wellness alanları, ağırlıklı olarak havalimanı transferi, zengin menü seçenekleri ile hizmet sunuyorlar.

Sanal toplantı çözümleri, pandemi sonrasında da hayatımızda kalacak olan trendler olarak yerini aldı

Özellikle yurtdışından gelen misafirlerin, kaldıkları otelin firmalarına yakın olmasının

yani lokasyonun ilk kriterlerden biri olduğu vurgulayan sektör temsilcileri, buna eş değer olarak, güvenilir bir marka imajı ile dünyanın her noktasına seyahat eden misafirlerin alışmış olduğu standardı yakalamanın da önemine vurgu yapıyorlar. Bununla birlikte çoğu uluslararası firmanın pandemi kısıtlamaları ve tedbirlerini hala uygulamaya devam ettiğini ve bu yüzden pandemi sonrası gelen misafirlerin bir diğer isteğinin steril ve güvenilir bir konaklama olduğunu belirtiyorlar. Pandemi ile birlikte hayatımıza giren pek çok teknolojik yenilik ve hijyen odaklı pek çok uygulama oldu. Temizlik ve hijyen zaten oteller için vazgeçilmez kriterlerken bu durum, pandemi sürecinde daha da önem kazanarak bir hijyen protokolüne dönüştü. Teknolojinin de yardımıyla temassız uygulamalar ile misafirlerine hizmet sunan oteller, kurumsal etkinliklerde online ve hibrit etkinliklere ev sahipliği yapmak için pandemi döneminde çok büyük yatırımlar ve birliktelikler gerçekleştirdiler. Sanal etkinlik çözümleri, dijital etkinlik stüdyoları, hibrit toplantı ve hibrit oda vb. çözümler yeni trendler haline geldi. Her ne kadar pandemi artık etkisini yitirse, seyahat yasakları kalksa ve yüz yüze toplantı, etkinlik, fuarlar gibi organizasyonlar yapılmaya başlansa ve sanal toplantılar, yüz yüze toplantıların yerini tutmasa da bu yeni teknolojiler hayatımıza yerleşti ve pandemi sonrasında da hayatımızda kalacak olan trendler olarak yerini aldı.

Misafirler, küresel ayak izlerini düşürmeye yönelik bağlılıklarını somut adımlarla kanıtlayan marka ve otelleri giderek daha çok tercih ediyor

Sektör profesyonelleri, aslında pandemi öncesinde de yükselişte olan, iş ve tatil amaçlı seyahatleri birleştirmeye yönelik talebin, yeni çalışma düzenlemelerinin ortaya

çıkmasıyla birlikte daha da güçlendiğini; uzun konaklamalar için ideal olan, mutfak ve benzeri olanaklara sahip, geniş süit ve dairelere yönelik talebin de arttığını belirtiyor. Sürdürülebilirliğin, seyahatin her alanında giderek daha önemli hale geldiğini; misafirlerin, küresel ayak izlerini düşürmeye yönelik bağlılıklarını somut adımlarla kanıtlayan marka ve otelleri giderek daha çok tercih ettiğini ifade eden sektör temsilcileri, kurumsal etkinliklerin, sürdürülebilir uygulamalara sahip otellerde düzenlenmesinin, şirketlerin bu alandaki hedeflerini yakalamalarına da katkıda bulunduğunu açıklıyorlar.



Ekonomik durum, sektörü yeniden geriye atabilir

Sektör temsilcileri, 2022 yılı itibarı ile iş seyahatlerinin çok yoğun bir şekilde artış gösterdiğini belirtirken aynı zamanda ülkenin güncel ekonomik durumu, seyahat masraflarının artması gibi son zamanlarda yaşanan yeni zorlukların, bu konuda sektörü yeniden geriye atabileceğine, zira işletmelerin seyahatleri azaltma planlamalarının arttığını ve yeni mücadele konusunun da bu olabileceğine vurgu yapıyorlar.





Deniz Dikkaya / Divan Grubu Otelleri /
Satış Direktörü

66 yıllık köklü bir marka olan Divan'ın, Divan Grubu Otelleri olarak, tüm Türkiye'de 5 bölgede 11 farklı şehirde toplam 14 otelimiz bulunuyor. Otellerimiz içerisinden yalnızca Bodrum'da bulunan otelimiz hariç olmak üzere tüm otellerimiz ağırlıklı iş konseptli olarak hizmet sunuyor. Divan Grubu olarak, 1956 yılından bu yana kaliteli hizmet anlayışını benimsemiş olmanın yanı sıra, misafirlerimizi önceliklendirdiğimiz "Divan Güven" mottosuyla turizm sektöründeki yerli otel markaları arasında ayrıcalıklı bir yere sahip olmanın gururunu yaşıyoruz. Bu kapsamda misafirlerimizin ağırlıklı bölümünü oluşturan iş seyahatlerinde tercih edilme oranımızı her zaman üst sıralarda tutmak için de gerek konaklama gerekse de kurumsal etkinliklerde kaliteli servise özen gösteriyoruz. Tüm iş konseptli otellerimizde bulunan son teknolojik donanımlara sahip toplantı salonlarımızla kurumsal misafirlerimize en güzel servisi sunmak için kalifiye, iyi eğitilmiş ve Divan kültürünü içselleştirmiş personellerimizle birlikte birinci sınıf hizmet sağlıyoruz. Divan aynı zamanda bir lezzet markası da olduğu için, tüm otellerimizde Divan'ın eşsiz lezzetlerinin sunulduğu yiyecek-içecek hizmeti de beraberinde geliyor. Bununla birlikte Divan kalitesini sadece otellerimiz ve etkinlik alanlarımızda değil, birçok noktaya ulaşabilir

"Divan Güven" mottosuyla turizm sektöründeki yerli otel markaları arasında ayrıcalıklı bir yere sahip olmanın gururunu yaşıyoruz

olarak catering servislerimizle misafirlerimiz neredeyse lezzetlerimizi o noktaya ulaştırıyor ve Divan kalitesini yaşıyoruz. Sunmuş olduğumuz "Divan Catering" hizmetimiz iş amaçlı etkinliklerde de oldukça tercih ediliyor.

Yurtiçinde tüm şehirlerimizden, yurt dışında ise Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere İngiltere ve Almanya ağırlıklı olarak iş amaçlı misafir portföyüne sahibiz

Otellerimize gerek konaklama gerekse de kurumsal etkinlikler odaklı gelen misafirlerimizin yıl içindeki payı toplam yüzde 65'lik bir orana denk geliyor. Bu rakam da bize iş amaçlı otellerimizi tercih eden misafirlerimizin hizmet, servis, olanak vb. noktalarda konumlamalarımızı en iyi şekilde yapmamızın önemini somut olarak gösteriyor ve sorumluluğumuzu artırıyor. İş seyahatlerinde gerçekleşen toplantı grupları ve bireysel konaklama kategorilerini de yarı yarıya ağırlıkta değerlendirebiliriz. Divan olarak, misafir sayısına bakmaksızın kurumsal münferit seyahatlerde de toplantı etkinliklerine katılımlarda da her iki kategoriye aynı özende servis sunuyoruz. Tüm dünyayı küresel olarak etkisi altına alan pandemi birçok seyahat şeklini ve alışkanlığını değiştirdiği gibi iş seyahatlerinde ve etkinliklerde de aynı etkiyi gösterdi. Yurt dışı üzerinden gelen iş amaçlı misafir ve etkinlik talep oranları pandemi öncesine göre henüz çok yüksek değil. Divan markası olarak, özellikle yurt dışı taleplerinin artması için fuarlara, workshoplara katılarak ülkemize tekrar güvenli seyahat edilebilmesine yönelik çalışmalar yapmaya özen gösteriyoruz. Şu anda yurt içindeki şirketlerin ağırlığı yüzde 80'ler seviyesinde ilerliyor, ancak 2023 yılının sonuna doğru bu oranın kur kaynaklı avantajımız doğrultusunda

dengeleneyeceğine inanıyoruz. Yurt dışında ise Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere İngiltere ve Almanya ağırlıklı olarak iş amaçlı misafir portföyüne sahibiz. Yurt içinden ise neredeyse tüm şehirlerimizden kurumsal misafirlerimizi otellerimizde ağırlıyoruz.

Gelecekte de fiziki ve online etkinliklerin bir arada yapılacağı ve çok daha fazla ve farklı teknolojinin kullanılacağı dönemlere hazırlanıyor, yeni projeler için çalışıyoruz

İş amaçlı misafirlerin önceliği fiyat/servis dengesinin iyi olması yönünde oluyor. Şöyle ki; almış oldukları kaliteli hizmete en uygun fiyatla sahip olmak istiyorlar. Hızlı geri dönüş, güler yüzlü servis ve temiz bir ortam iş amaçlı tercihte bulunan misafirler için olmazsa olmaz. Divan'ın köklü geçmişi ve kaliteli hizmet anlayışı doğrultusunda markamıza yakışır bir şekilde en iyi servisi, en kaliteli personellerimizle ve güvenli bir şekilde ziyaretçilerimize sağlıyoruz. Pandemi ile birlikte misafirlerimizin hem konaklama hem de etkinliklerine çok daha geç bir planlama ile karar verdiklerini fark ettik. Bu değişime adapte olma ve taleplere en doğru şekilde dönüş yapma noktasında rezervasyon teknolojilerinde hızı arttıracak, misafire en hızlı geri dönüşleri sağlayacak uygulamalara ağırlık veriyoruz. Aynı zamanda kurumsal etkinliklerimizde de online ve hibrit etkinliklere ev sahipliği yapmak için pandemi döneminde çok büyük yatırımlar ve birliktelikler gerçekleştirdik. Artık sanal etkinlikler satışı ve operasyonunda da çok daha tecrübeli ve deneyimli bir ekip ile süreçlerimizi iletletiyoruz. Gelecekte de fiziki ve online etkinliklerin bir arada yapılacağı ve çok daha fazla ve farklı teknolojinin kullanılacağı dönemlere hazırlanıyor, yeni projeler için çalışıyoruz.

Tesisimize iş seyahati için gelen konuklarımız, yurt dışından USA ve Orta Doğu ağırlıklıdır

The Ritz-Carlton, İstanbul olarak, İstanbul, Şişli'de konumlanan otelimizde, 2001 yılından bu yana 239 odamızla misafirlerimizi ağırlamaktayız. Tesisimizde toplamda 7 adet toplantı salonumuz bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi 695 metrekairelik Grandhall salonumuzdur. İş amaçlı gelen konuklarımıza tam gün toplantı paketleri, kokteyl, kahvaltı, brunch, gala yemeği ve akşam yemeği gibi yeme içme ikramları sunmaktayız. Toplam misafir portföyümüzün yüzde 20'lik bir kısmını iş amaçlı gelen misafirlerimiz oluşturmaktadır. Toplantı grupları ile bireysel konaklamaları birbirine oranla kıyasladığımızda bireysel konaklamaların daha ağırlık kazanmakta olduğunu söyleyebiliriz. Tesisimize iş seyahati için gelen konuklarımız, yurt dışından USA ve Orta Doğu ağırlıklıdır. Yurt içinden ise genelde ülkemizin her bir bölgesinden talep almaktayız. Gün ışığı alan bir toplantı salonu, kahvaltı, club lounge faydaları, yüksek hızlı internet ve sorun yaşamak istemedikleri bir otopark iş amaçlı gelen misafirlerimizin ortak talepleridir. Teknolojik gelişmeler ve pandemi ile birlikte toplantıların çevrimiçi ortamda gerçekleşmesinden dolayı birçok iş oteli, hibrit toplantılar için bazı noktalara online stüdyolar kurdu. İnsanların seyahat etmekte çok tereddütte kaldığı bu dönemde, birçok otel birçok ürününü tek kullanımlık malzemeler ile değiştirerek yeni trende eşlik etmek durumunda kaldılar.



Burçin Toros / The Ritz-Carlton, İstanbul /
Director of Sales & Marketing



Ayça Beslen/ Wyndham Hotels & Resorts
EMEA / Türkiye Bölge Direktörü

Haziran 2022 itibarıyla Türkiye’de ekonomiden en üst segmente kadar uzanan 9 markamız altında 92 otelimiz bulunuyor. İstanbul’ daki 28 otelimizin yanı sıra, diğer büyük ve gelişmekte olan şehirler ile resort bölgeler de dahil olmak üzere Edirne’den Van’a kadar Türkiye’nin 40 şehrinde yaygın bir varlığa sahibiz. Portföyümüzdeki otellerin büyük çoğunluğunu, misafirlerimizin iş seyahatleri için Türkiye ve dünya genelinde nereye seyahat ederlerse etsinler yararlanabilecekleri esnek kullanımlı etkinlik alanları ve etkinlik planlama hizmetleri sunan, tam donanımlı oteller oluşturuyor. Franchise sahiplerimizin daha çok kurumsal rezervasyon almalarına yardımcı olmaya yönelik pek çok girişimimiz bulunuyor. Sadakat programımız Wyndham Rewards’un bir özelliği olan go meet, etkinlik sahiplerinin misafir odaları, etkinlik alanları ve yeme-içme harcamaları üzerinden, program üyesi olarak kazandıkları standart puanlara ek puanlar kazanmasını sağlıyor. Wyndham Rewards, EMEA bölgesindeki 470’den fazla otelimiz de dahil olmak üzere dünya genelindeki 8 bin 900’den fazla otelimizin tamamını kapsıyor. Böylece, misafirlerimiz İstanbul’dan Samsun’a veya Adıyaman’da dahi düzenledikleri etkinliklerde kazandıkları puanları, Frankfurt, Barcelona veya Londra gibi noktalarda yapacakları

Misafirler, küresel ayak izlerini düşürmeye yönelik bağlılıklarını somut adımlarla kanıtlayan marka ve otelleri giderek daha çok tercih ediyor

konaklamalar veya düzenleyecekleri etkinliklerde bile çok çeşitli ek olanaklar için kullanabiliyor. EMEA bölgesindeki küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik olan Wyndham Easy Book adlı girişimimiz ise rezervasyon sürecini kolaylaştırıyor ve bu niteliğe uygun işletmelerin daha rekabetçi tarifeler ve uzun konaklamalarda ek indirimler gibi imkanlardan yararlanmasını sağlıyor. Aynı zamanda, misafirlerimizin bir otelin sunduğu olanakların yanı sıra çalışırken bir ofiste bulunması gereken imkanlardan da yararlanabilmesini sağlayan “Wyndham’dan Çalışma paketleri” de sunuyoruz. Hem yalnızca çalışma saatleri içinde ziyaret eden misafirlerimiz, hem de çok gece konaklayan misafirlerimize yönelik Wyndham’dan Çalışma paketlerimiz bulunuyor.

İş amaçlı seyahat edenler her yerde geçerli olan ve son dakika sürprizlerine yer bırakmayan yüksek standartlar arıyor ve güvendikleri markalara yöneliyor

2022’nin ikinci çeyreğine baktığımızda iş amaçlı bireysel rezervasyonların yaklaşık yüzde 40, grup rezervasyonlarının ise yaklaşık yüzde 15 oranında bir paya sahip olduğunu görüyoruz. Wyndham Hotels & Resorts’un Türkiye’deki otelleri açısından şu anki duruma baktığımızda, iş amaçlı seyahat talebinin yaklaşık yüzde 64’ünün yurt içinden geldiğini ve İstanbul, Adana, İzmir, Ankara, Eskişehir, Bursa ve Gaziantep illerinin öne çıktığını görüyoruz. Yurt dışından gelen ziyaretlere baktığımızda ise ilk 5’te Almanya, Kuveyt, Birleşik Krallık, ABD ve İspanya yer alıyor. Seyahatlerinin veya etkinliklerinin planladıkları gibi ve sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesi, her ziyaretçinin öncelikli talebidir. Bu gereklilik, çoğu zaman yoğun bir programa bağlı kalmaları gerektiği veya etkinliklerinde kendi misafirlerini ağırladıkları için, iş amaçlı seyahat edenler açısından daha da önemli hale geliyor. Bu sebeple, iş amaçlı seyahat edenler her yerde geçerli olan ve son dakika sürprizlerine yer bırakmayan yüksek standartlar arıyor ve güvendikleri markalara yöneliyor.

Aslında pandemi öncesinde de yükselişte olan, iş ve tatil amaçlı seyahatleri birleştirmeye yönelik talebin, yeni çalışma düzenlemelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte daha da güçlendiğini görüyoruz

Teknoloji, konaklama sektöründe her zaman çok önemli bir role sahipti ve pandemiyle birlikte otellerde yeni teknolojilerin benimsenmesi hız kazandı. Pandemi sırasında zorunluluk sebebiyle hayatımıza giren pek çok temassız ve uzaktan çözüme artık alıştık ve bunları hayatımızı kolaylaştıran unsurlar olarak benimsedik. Hibrit/Karma toplantılar bunun güzel bir örneği. İnsanlar artık daha yüksek bir güven içinde bir araya gelebiliyor ve bu sebeple yerinde katılımlı etkinliklerin tekrar yükselişe geçtiğini görüyoruz; ancak geçtiğimiz iki buçuk yıl içinde oluşturulan altyapı sayesinde misafirlerimiz artık bir düşük veya kurumsal bir etkinlik düzenlerken dünyanın farklı yerlerinde bulunan sevdikleri ve çalışma arkadaşlarıyla da bağlantı kurabiliyor. Bunun yanı sıra, aslında pandemi öncesinde de yükselişte olan, iş ve tatil amaçlı seyahatleri birleştirmeye yönelik talebin, yeni çalışma düzenlemelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte daha da güçlendiğini görüyoruz. Uzun konaklamalar için ideal olan, mutfak ve benzeri olanaklara sahip, geniş süit ve dairelere yönelik talep de artıyor. Sürdürülebilirlik, seyahatin her alanında giderek daha önemli hale geliyor. Misafirler, küresel ayak izlerini düşürmeye yönelik bağlılıklarını somut adımlarla kanıtlayan marka ve otelleri giderek daha çok tercih ediyor. Kurumsal etkinliklerin sürdürülebilir uygulamalara sahip otellerde düzenlenmesi, şirketlerin bu alandaki hedeflerini yakalamalarına da katkıda bulunuyor. Wyndham olarak, beş kademeli bir sertifika programı olan Wyndham Green girişimimizle, otellerimizin enerji verimliliklerini artırmalarına, emisyonları ve atıkları azaltmalarına, su tasarrufunda bulunmalarına ve böylece çevre ayak izlerini düşürmelerine yardımcı oluyoruz. Türkiye ve dünya genelindeki otellerimizin bu programa gösterdiği yoğun katılım bizi gururlandırıyor.



Ömer Özcan / Radisson Blu Hotel İstanbul Ottomare / Genel Müdür

Radisson Otel Grubu halihazırda Türkiye'deki 45'e yakın oteliyle hizmet vermeye devam ediyor. Bunlardan biri de Radisson Blu Hotel İstanbul Ottomare. Otelimiz İstanbul Zeytinburnu sahilinde, Marmara Denizi'ne sıfır konumuyla, mimarisi gereği panoramik manzarasıyla tarihi yarımadanın batısında yer alıyor. Otelde, 16 standart oda, 30 standart balkonlu oda, 61 premium oda, 24 süit oda ve bir adet kral daireesi olmak üzere toplamda 133 adet oda bulunuyor. Şehrin merkezinde yer alan ve toplu taşıma araçlarıyla kısa sürede ulaşabileceğiniz Radisson Blu Hotel İstanbul Ottomare, etkinlik ve toplantılar için ideal bir buluşma noktasında konumlanıyor. En son teknolojiyle donatılan ve tamamı gün ışığı alan 4 toplantı salonunda toplamda 100 konuk ağırlanabiliyor. Toplantıları kolaylaştıracak son model ekipmanlar ve ücretsiz yüksek hızda internetin yanı sıra deneyimli mutfak ekibimizin hazırladığı yemek ve kahve molalarıyla toplantıların en verimli şekilde gerçekleşmesine imkan tanıyor. Öğle ve akşam yemekleri için Finemare Restoran'ın yanı sıra otelimizde özel bir yemek salonu da bulunuyor. Kendine ait terası ile gün ışığı alan, ses sistemi, projeksiyon ve perdesi olan bu özel salon, iş yemekleri için vazgeçilmez noktalardan biri olarak hizmet veriyor. Otelimiz, turistik ve iş amaçlı ziyaret edilebilecek bölgelere yakınlığı sebebiyle iki farklı kategoriye de hitap ediyor. İş amaçlı seyahatlerde, Anadolu yakasına geçiş için en yakın noktalardan, Avrasya Tüneli istikametinde, tünele en yakın 5 yıldızlı otel olmamız ve trafikten görece uzak oluşumuz sebebiyle misafirlerimizin en sevdiği adreslerden biriyiz. Önceki yıllara göre iş amaçlı seyahatlerin yaz sezonunda da devam etmesi ve otelimizin resort konsept hissi vermesinden dolayı, yıllık ortalama yüzde 50 oranında iş amaçlı seyahat severleri ağırlıyoruz. İş seyahatlerinde grup konaklamaları yerine bireysel konaklamalar yoğunlukla tercih ediliyor. Kış sezonunda toplantılı grup konaklamaları artsa da yaz sezonu yoğunlukla bireysel konaklamalar

Değişen seyahat alışkanlıklarına göre şekillenen ve kendini yenileyerek trendlere ayak uyduran otellerde başarı ve gelir oranları artacak

tercih ediliyor. İş amaçlı da olsa gelen misafirlerin işten geriye kalan zamanlarında, otelin özellikle SPA& Wellness alanlarında zaman geçirmek istediği bir otel olmamız sebebiyle, bölgemiz de tercih edilen bir destinasyon haline geliyor.

Misafirlerimizin geliş amaçlarına göre hemen hemen hepsiyle iletişim kurarak, oluşabilecek istek ve önerilerini önceden mutlaka öğrenmeye çalışıyoruz

Otelimiz konsept olarak gerek iş gerekse tatil amaçlı gelen yerli ve yabancı birçok konuşa hizmet veriyor. İç pazar dediğimiz Türkiye için rezervasyonlarımız oldukça fazla. Bunun dışında, Avrupa ülkelerinden özellikle Fransa, Almanya, Hollanda ve İngiltere pazarlarında güçlüyüz. Asya ülkelerinden ise özellikle iş amaçlı seyahat eden Çinli misafirlerimiz ağırlıklı iken diğer Asya ülkesi olan Rusya'dan gelen misafirlerimiz çoğunlukla gezi amaçlı geldikleri İstanbul ziyaretlerinde bizleri sıklıkla tercih ediyorlar. Bunların dışında, Orta Doğu ülkeleri başta Irak olmak üzere otelimizi çoğunlukla tercih ediyorlar. Son olarak Amerika üzerinden gelen rezervasyon oranlarımız da oldukça fazla. Bunların dışında, bizim için yeni bir pazar olan Romanya pazarında kısa sürede oldukça hızlı yükselen bir grafik yakalayıp misafir çeşitliliğimizi artırmaya ve otelimizi daha fazla ülkeye tanıtmaya özen gösteriyoruz. Öncelikle hizmet verdiğimiz misafirlerimizi geliş amaçlarına göre detaylı şekilde inceliyor ve mümkün oldukça geliş öncesi hemen hemen hepsiyle iletişim kurarak, konaklama süreleri boyunca oluşabilecek istek ve önerilerini önceden mutlaka öğrenmeye çalışıyoruz. Uzun yıllardır bu hizmeti ve çalışma şeklini devam ettirdiğimiz için temel olarak; iş amaçlı seyahat eden grupların, yüksek hızda internet bağlantısı, sessiz çalışma ve toplantı alanları ile hızlı c-in ve c-out taleplerinin ağırlıklı olduğunu görebiliyoruz. Bireysel konuklarda ise; ağırlıklı olarak havalimanı transferi, geniş ve ferah odalar ile zengin menü talepleri olduğunu belirtebiliriz.

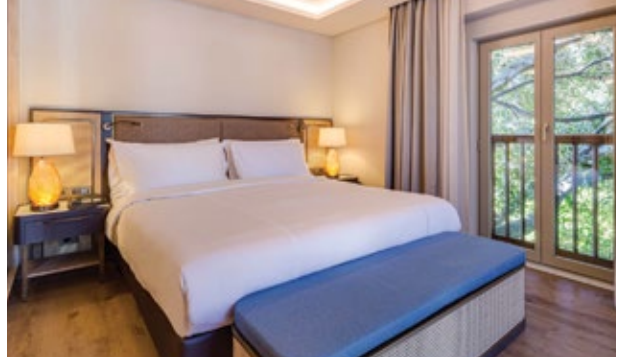
Misafirlerimizi, tüm konfor dinamikleri sağlanmış odalarımız, son teknoloji ürünleri ile donatılmış toplantı salonlarımız ve muhteşem bir atmosfere sahip açık ve kapalı SPA alanlarımız ile ağırlamaya memnuniyetle devam ediyoruz COVID-19 sürecinde bazı önceliklerimiz vardı. Her şeyden önce çalışanlarımız ve misafirlerimizin güvenliği. En yüksek

standartların uygulandığından emin olmak için hemen yeni bir hijyen protokolünü hayata geçirdik. Aynı zamanda WWTC ile ortak olarak çalışanlarımıza ve misafirlerimize otellerimizin konaklamak, çalışmak ve toplantı yapmak için güvenli alanlar olduğuna dair kalite etiketi oluşturmaya başladık. Teknolojik trendlere baktığımızda ise temassız ödeme imkanlarının yanında online ödeme teknolojilerini geliştiren oteller, 2022'de yine pazar payını sağladığı dijital teknoloji kolaylığıyla devam ettirecek. Özellikle hibrit konseptli toplantı sağlayan otellerin de yine gelirlerinde ciddi bir artış trendinin olacağını söyleyebiliriz. Radisson Otel Grubu olarak, 2020 yılından itibaren mevcut ve güçlü yatırımlarımızı geliştirirken online ve ekspres check-in/check-out ile dijital altyapımızı geliştirmeye devam ettik. Aynı zamanda günümüz konuklarının hızlı yaşam tarzının beklentilerini konaklarken, çalışırken ya da toplantılara katılırken daha iyi karşılamak adına hibrit toplantı ve hibrit oda çözümlerimizin tanıtımlarını yaptık. Ayrıca, EMEA genelinde seçili lokasyonlarda kullanımı daha da kolaylaştırmak adına modern kurumsal video iletişimde lider olan Zoom ile ortaklık kurduk. Hibrit odalar hem iş seyahatleri hem de günlük konuklar için üretken, kişiye özel ve sessiz bir çalışma alanı yaratmak adına son teknoloji bir ofisin imkanlarıyla lüks bir otel odasının konforunu bir araya getiriyor. Bu odalar ikincil ekranlara kolay bağlantı, video konferans olanakları, kablosuz klavye, hoparlör, baskı hizmetleri, kırtasiye malzemeleri, sınırsız çay ve kahve, tesis bünyesindeki sağlıklı yaşam tesislerine erişim ve daha birçok avantaj sunuyor. Değişen seyahat alışkanlıklarına göre şekillenen ve kendini yenileyerek trendlere ayak uyduran otellerde başarı ve gelir oranlarının artacağını iletmek isterim. Otelimizin bulunduğu bölgeye baktığımızda ise gerek değişen çehresi gerekse yeni yapılan yatırımlar ile İstanbul'un önceki yıllardan daha fazla talep gören bir şehir olma yolunda hızla ilerlediğini görebiliriz. Bizler de Radisson Blu Otel İstanbul Ottomare olarak misafirlerimizi, tüm konfor dinamikleri sağlanmış odalarımız, son teknoloji ürünleri ile donatılmış toplantı salonlarımız ve muhteşem bir atmosfere sahip açık ve kapalı SPA alanlarımız ile ağırlamaya memnuniyetle devam ediyoruz.

divan

DİVAN'IN SEÇKİN DÜNYASINI KEŞFEDİN

4 farklı ülkede; 17 otel, 22 restoran
ve çok daha fazlasını sunduğumuz
operasyonlarımızla büyümeye devam ediyoruz.



DİVAN.COM.TR
DİVANPASTANELERİ.COM.TR



/divandayiz /divanotelleri /divanrestoranlari /divanpastaneleri



**Murat Arslan / CVK Park Bosphorus
Hotel İstanbul / Genel Müdür**

CVK Hotels & Resorts, turizm sektörüne ilk adımını Taksim Meydanı'nda bulunan CVK Taksim Hotel İstanbul ile attı ve böylelikle ilk işletmesinin kapılarını misafirlerine açtı. Ardından tarihi Park Otel'i tekrar hayata geçiren CVK Hotels & Resorts, 2013 yılında CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul'u şehre kazandırdı. Çok kısa bir süre içinde şehrin gözde adreslerinden biri haline gelen CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, son yıllarda İstanbul'da hayata geçirilen en büyük turizm yatırımı unvanına sahip. Hem yurt içinde hem de yurt dışında marka değeri hızla büyüyen CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, konfor ve lüksü bir arada sunan yaşam alanı konseptiyle hayata geçen, 135 bin metrekare kapalı alan, 1.085 yatak kapasitesi ve otelin içerisinde bulunan stüdyo dairelerden 4+1 dairelere kadar toplam 68 rezidans ile hizmet veriyor.

Otelimize iş amaçlı gelen misafirlerimiz, toplam misafir portföyümüzün yüzde 90'ını oluşturmaktadır

Otelimiz, Adana'da, 1990 yılından bu yana, misafirlerine ev konforunda üst segmentte hizmet vermekte olup, aynı zamanda bölgenin ilk beş yıldızlı otellerinden biridir. Güler yüzlü ve deneyimli personeli ile kaliteli hizmet anlayışını esas alan otelimizde, 107 adet standart, 20 adet junior süite, 1 adet özel konsept oda, 1 adet engelli odası ve 2 adet süite oda ile toplam 138 oda bulunmaktadır. Otelimiz, bünyesinde bulunan Seyhan Balo Salonu, Güney Balo Salonu; Anadolu Konferans Salonu, Toros Salonu, Çukurova Salonu, Seyhan A Salonu, Taşköprü Salonu, Misis A Salonu, Misis B Salonu, Adanus Salonu, Seyhan VIP Salonu toplantı salonları ile misafirlerine geniş bir skalada hizmet sunmaktadır. Konuklarımıza, teknik ekipman desteği olarak; İngilizce, Arapça ve Çince

Pandemi döneminde uzun süre ülke dışına çıkışların yasaklanması sonucu şu an seyahat oranlarında ciddi bir artış gözlemliyoruz

Yüksek teknoloji ile donatılmış 4'ü bölünebilen toplam 19 toplantı salonu, İstanbul Balo Salonu ve ferah fuaye alanlarıyla, toplantı ve kongrelerin konforlu bir şekilde geçmesine olanak sağlıyor. 805 metrekare genişliğe, 6 metre tavan yüksekliğine sahip İstanbul Balo Salonu, ferah fuaye alanı ve bu alana özel erişim imkanı sağlayan sokağının yanı sıra gelişmiş teknik ekipmanları ve birbirinden özel lezzetleriyle ön plana çıkıyor.

Rusya, Ortadoğu & Avrupa ülkeleri başta olmak üzere pek çok farklı ülkeden gelen konuklarımızı ağırlıyoruz

Pandemi sürecine girmeden önce iş amaçlı gelen konuklarımızın otelin doluluk ve gelir oranına büyük bir etkisi vardı fakat pandemi ile beraber alınan önlemler ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle özellikle iş amaçlı seyahat eden misafirlerimizin sayısında tüm oteller gibi biz de düşüş yaşadık. Kısıtlamaların olmadığı, normal hayat akışımıza döndüğümüz bu süreçte ise yüzde 20'lik bir portföye ulaştık. Hedefimiz bunun çok üzerinde bir rakamla yılı bitirmek olacaktır. Bireysel kategoriye oranla grup konaklamaları biz otel çalışanları için her zaman öncelikli sırada yer alıyor. Otelimizin merkezi konumu

ve İstanbul'un kültürel güzelliklerine yakın mesafede olması sebebiyle iş seyahati için gelen misafirlerimiz ağırlıklı olarak, yurt dışından bizleri tercih ediyor. Rusya, Ortadoğu & Avrupa ülkeleri başta olmak üzere pek çok farklı ülkeden gelen konuklarımızı ağırlıyoruz. İş amacıyla seyahat eden grupların ilk öncelikli tercihi, donanımlı toplantı salonları, hızlı internet, her beslenmeye uygun kahvaltı çeşitliliği ve özel lounge alanları oluyor. Son dönemde gerçekleştirdiğimiz gruplar arada acente olmadan direkt otelle çalıştıkları için çözüm odaklı ve her talebe yönelik aksiyon atabilen personellerle iletişim kurmak istiyorlar. Çoğu uluslararası firma pandemi kısıtlamaları ve tedbirlerini hala uygulamaya devam ediyor. Bu yüzden pandemi sonrası gelen misafirlerimizin bir diğer isteği steril ve güvenilir bir konaklama oluyor. Pandemi döneminde uzun süre ülke dışına çıkışların yasaklanması sonucu şu an seyahat oranlarında ciddi bir artış gözlemliyoruz. Pandemi sürecinde kurumsal şirketlerin hibrit çalışma modeline geçmesi sonucu otellerde gerçekleşen toplantı oranlarında düşüş yaşamıştık. Şu an ise online toplantıların yanı sıra şirket ve motivasyon toplantı sayılarında gündün güne artış görüyoruz.



**Tacım Büyüктаş / Otel Seyhan
Adana / Genel Müdür**

bireysel konaklamalara göre daha ağır basmaktadır. Otelimize iş seyahati için gelen misafirlerimiz, genel olarak yurtiçinden gelmekle birlikte; yurt içi ve dışı olmak üzere hemen hemen her bölgeden ve ülkeden gruplarımız bulunmaktadır. İş amacıyla gelen gruplarımız genellikle toplantı salonu, teknik ekipman desteği ve rahat istirahat etmeleri için konforlu, sessiz, özel konseptli oda talep etmektedirler.

Marmaris'te Doğayla Baş başa...



Ayla Türedi Özkılıç / Hilton Istanbul Maslak / Otel Müdürü

Hilton Istanbul Maslak olarak 1 Ağustos 2018'de kapılarımızı misafirlerimize açtık. Otelimiz bulunduğu konum itibarı ile kurumsal şirketlerle çevrili bir destinasyonda İstanbul'un iş bölgesinin kalbi Maslak'ta yer alıyor. Metro istasyonuna yürüme mesafesinde ve yeni havalimanına sadece 30-40 dakika uzaklıktayız. Konum olarak şehrin cazibe merkezlerine çok yakınız ve İstanbul'un üst düzey alışveriş ve eğlence merkezlerine shuttle hizmeti sunuyoruz. İş dünyası, sanatseverler ve İstanbul hayranlarına ev konforunda lüks konaklama imkânını sunduğumuz otelimizde; deluxe, suite, kral dairesi seçeneklerinin de arasında olduğu tamamı işlevsel tasarımlar ve donanımlara sahip 284 oda ile misafirlerimize eşsiz konaklama deneyimi sunuyoruz. Hilton Istanbul Maslak'ta toplantı, seminer, düşün, kutlama ve sanat etkinlikleri gibi farklı alanlarda faaliyet gösteriyoruz. Kongre ve toplantı organizasyonları için her zaman tercih edilen, etkileyici bir konumda yer alıyoruz. Tümü en son teknoloji ekipmanları ile donatılmış ve farklı nitelikteki etkinlikleri yapabilecek şekilde kurgulanmış, birçoğu gün ışığı alan 22 adet toplantı salonu

Otelimizde iş amaçlı gelen misafirler, yıl bazında yüzde 55-60'lık kesimini oluşturmaktadır

Otelimiz, Güneydoğu Anadolu Bölgesinin ilk 5 yıldızlı oteli olarak, 1993 yılının sonlarına doğru faaliyete geçmiş olup, bölgenin en geniş lobi bölümüne sahip oteldir. Alanında uzman, tecrübeli ve güler yüzlü personeli ile değerli misafirlerimize hizmet vermekteyiz. Hem merkeze hem de tüm tarihi lokasyonlara (Bakırcılar Çarşısı, Zincirli Bedesten, Kale vs.) en yakın 5 yıldızlı otel konumunda bulunan tesisimiz, 186 oda kapasitesine sahiptir. 10 kişilik toplantı salonumuzdan, şu an tadilatla olan ve bittiğinde 500 kişilik organizasyonlara ev sahipliği yapabilecek Fırat Balo Salonu gibi alternatifli toplantı salonlarımız bulunmaktadır. Teknik ekipman olarak, ses sistemi, ışık sistemi, barko vizyon ve barko perde, flipchart, yazı tahtası ve kalemi gibi birçok argümanlar organizasyon sahiplerimiz ile paylaşılmaktadır.

Kongre ve toplantı organizasyonları için her zaman tercih edilen, etkileyici bir konumda yer alıyoruz

ve birden fazla etkinlik alanına sahibiz. Tamamı 6 bin 600 metrekareden oluşan, farklı katlarda yer alan toplantı ve konferans alanımızla, günümüzün toplantı anlayışında sunduğumuz küçük detaylar ile büyük farklılıklar yaratıyoruz. 850 metrekare sütunsuz balo salonumuz, 5,5 metre tavan yüksekliği ve geniş fuaye alanı ile dikkat çekici etkinlikler için ideal bir mekân sunuyoruz. Ayrıca en üst katta yer alan ve İstanbul'un 3 köprüsüne de göz kırpan eşsiz salonumuz The Roof, cam tavanlı panoramik şehir ve Boğaz manzarası ile düşün, kutlama ve benzeri farklı etkinlikler için sıkça tercih ediliyor. Farklı büyüklükteki grupları ağırlayabilen ve tüm gün hizmet veren özel bir restoranımız bulunuyor. Yarım gün ve tam gün olarak farklı ikram paketlerimiz ve çeşitli coffee break, öğle yemeği alternatiflerimiz ile grupların isteğine göre ikramlarımızı şekillendirebiliyoruz.

Yurt içinden gelen misafirlerimiz yurtdışına göre oransal olarak daha fazla

Misafir portföyümüzde oranlar, dönemsel olarak değişiklik göstermekle birlikte, yıl geneline baktığımızda, ağırlıklı iş amaçlı seyahatlerin olduğunu söyleyebiliriz. İş seyahatlerinde, Maslak bölgesinde tüm destinasyonlara yakınlığı ve ulaşım kolaylığı ile çok tercih edilen bir noktada olmamızdan kaynaklı, bireysel konaklamalar, toplantı gruplarına göre daha yoğundur. Yurt içinden gelen misafirlerimiz yurtdışına göre oransal olarak daha fazla. Ağırlıklı olarak, Marmara olmak üzere yurdun her yanından misafir ağırlıyoruz. Yurt dışından gelen

misafirlerimiz dönemsel olarak değişkenlik göstermekte olup Avrupa ülkeleri, Amerika ve yaz sezonunda Ortadoğu ülkeleri diyebiliriz. İş amaçlı seyahat eden misafirlerimizin genel olarak talepleri, konforlu ve güvenli bir konaklama, hızlı internet, temiz ve hijyenik ortam, 24 saat yeme-içme hizmeti, kaliteli servistir.

Pandemi öncesinde sadece tercih konusu olan bazı uygulamalar, pandemi ile birlikte zorunluluk ve geçerli tek yöntem olarak hayatımıza girdi

Pandemi öncesinde sadece tercih konusu olan bazı uygulamalar, temassız işlem erişime giden yol olduğu, kapı açtığı için pandemi ile birlikte zorunluluk ve geçerli tek yöntem olarak hayatımıza girdi. Akıllı telefonlar ve bu telefonlarda kullanılan ilgili uygulamalarla birçok hizmet süreci doğrudan yönetilmeye başlandı. Pandemi öncesinde de kullanımda olan Hilton Honors mobil uygulamamızın, dijital check-in özelliği ile misafirlerimize 24 saat öncesinden odalarını tercihlerine göre seçerek konaklamalarını kişiselleştirme ve check in işlemlerinin büyük kısmını temassız şekilde gerçekleştirme olanağı sağlıyoruz. Aynı uygulamanın dijital anahtar özelliği sayesinde telefondaki bluetooth özelliği kullanılarak, misafirimiz telefonunu oda anahtarı olarak kullanabiliyor ve temassız şekilde oda anahtarını odasına giriş için kullanmak üzere programlayabiliyoruz. Ayrıca QR kod ile menü sunum imkânı sunuyoruz. Hibrid toplantılar gerçekleştiriyoruz.



Galip Gül / Gaziantep Tuğcan Hotel / Otel Müdürü

sessiz, interneti iyi çeken bir oda talep etmekte, bireysel gelen misafirlerimiz ise daha çok yüksek kat ve manzaralı oda talep etmektedir. Talepler bağlamında, her iki segment için ise olmazsa olmaz, bizim de misyonumuzda belirttiğimiz gibi kaliteli hizmet, güler yüzlü personel ve hijyen baş sırada geliyor. Pandemiden sonra hijyen ile alakalı uygulamaları en üst seviyeye çıkardık. Teknoloji ile beraber ise toplantı salonlarımızda barkoperdeler, barkovizyonlar gibi önemli detayları entegre etmeye önem veriyoruz.

Üstün hizmet anlayışımız ve uzman ekip arkadaşlarımız ile misafirlerimizin tekrar tekrar gelmek istediği bir deneyim sunuyoruz

Dubai merkezli Address Istanbul olarak, yaklaşık bir buçuk yıl süren operasyonun ardından, 1 Ekim 2021 itibarıyla kapılarımızı misafirlerimize açtık. Üsküdar, Çamlıca'da konumlanan ve Anadolu Yakası'nda hizmet veren ilk ve tek lüks kategoride oteliz. Tesisimiz, 48 katlı binanın 11 katında konuklarını ağırlıyor. Otel dışında bulunan katlarda rezidanslar ve 47. Katta Skyview adını verdiğimiz seyir terası bulunuyor. İstanbul'a gökyüzünden bakan bu alanda ziyaretçilerin 'Skywalk' yapabileceği bir alan bulunuyor. 182 oda ile hizmet veren Address İstanbul'da, 12 adet süit ve 1 kral dairesi bulunuyor. Otel konseptimizi genel olarak 'Simple Luxury' olarak tanımlıyoruz. Sofistike ve lüks parçalar, sıcak bir atmosfer ile birbirini tamamlıyor. Klasik lüksten farklı olarak Address İstanbul'da kendinizi rahatsız hissetmeyeceğiniz, hemen adapte olabileceğiniz bir ortam sizi karşılıyor. Misafirlerin ellerini kollarını nereye koyacağını bilemediği, peçetesini nasıl katlayacağından endişe duyduğu, göz korkutan lüks algısını Address İstanbul'da ulaşılabilir lüks ile yıkıyoruz. Address Hotel İstanbul'da toplantı, konferans ve özel etkinlikler için beş farklı etkinlik alanı ve 1000 kişiye kadar kapasiteli bir balo salonu bulunmakta. Kahve molası, yarım gün ya da tam gün olacak şekilde, çeşitli toplantı paketleri ile misafirlerimize hizmet veriyoruz. Ayrıca misafirlerimizden gelen istekler doğrultusunda paketlerimizi düzenlemekteyiz. Özenle oluşturulan bu paketler içerisinde teknik ekipman olarak birer adet projektör, perde, flipchart, kürsü ve hızlı internet bağlantısı bulunuyor. Perde, projeksiyon, led ekran gibi ekstra teknik ekipmanlar, talep doğrultusunda

hizmete sunulmaktadır. Toplantı masalarında not defteri, kalem ve su gibi ihtiyaçlar hazır olarak bulunmaktadır. Zengin ve lezzetli menü seçeneklerimiz ile misafirlerimizin toplantılarına unutulmaz tatlarla eşlik ediyoruz. Daha özel bir mekan istenir ise Club Lounge olarak adlandırdığımız özel bir alanımız mevcuttur. Bununla birlikte misafir talepleri açısından baktığımızda kişiselleştirilmiş hizmet ve kesintisiz iletişimin, günümüzde birçok misafirin en büyük beklentisi olduğunu görüyoruz.

Toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 40'ını iş amaçlı seyahat eden misafirlerimiz oluşturuyor

Anadolu Yakası'nda konumlanan global şirketler, pandemi şartlarının ortadan kalkması ile birlikte ofislere dönmeye başladılar. Buna bağlı olarak kurumsal konaklama taleplerinde hissedilir bir artış söz konusu. Toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 40'ını iş amaçlı seyahat eden misafirlerimiz oluşturuyor. Kategori bazında baktığımızda, bireysel konaklamalar, yıl bazında değerlendirildiğinde küçük bir farkla önde gözüktü de toplantı konaklama ve gruplarının daha yoğun olduğu aylar da yaşıyoruz. Hem yurt içi hem de yurt dışından iş seyahatleri için misafirlerimiz bizleri tercih ediyor. Özellikle Anadolu Yakası'nda ofisleri bulunan büyük yabancı şirketler için Address Istanbul bölgenin en çok tercih edilen otellerinden biri olma yolunda aday. Address Istanbul yapısı itibarı ile son model teknolojik ve akıllı sistemler ile donatılmış bir oteldir. Otelimiz Ekim 2021 de hizmete açıldığında pandeminin etkileri azalmıştı dolayısıyla biz pandemi sebebi ile



Ahmet Antepli / Address Hotel
Istanbul / Genel Müdür

değil, yapımız gereği teknoloji ile iç içeyiz. Süitlerimizde bulunan özel alt yapılı IPAD'ler sayesinde misafirlerimiz kimseyle temasa geçmeden odalarına yemek siparişi verebilir, randevu oluşturabilir, oda servisi çağırabilir ya da uçuş bilgilerini kontrol gibi birçok uygulamayı kullanabilir. Süitlerimiz akıllı eşyalardan oluşmaktadır, kolayca uzaktan kumanda edilebilir özelliğine sahiptir.

Tüm turizmci dostlarımızla hem fikir olarak, bu sene yaz aylarının özellikle Temmuz – Eylül döneminin çok yoğun olacağına eminiz

Üstün hizmet anlayışımız ve alanında uzmanlaşmış, özenle seçilen ekip arkadaşlarımız ile misafirlerimizin tekrar tekrar gelmek istediği bir deneyim sunuyoruz. Turistik seyahatler için ise Orta Doğu bu dönem, geçtiğimiz senelere nazaran çok yoğun bir talep almaya başladı. Bunun dışında Rusya, Azerbaycan, Kazakistan, Avrupa ve Latin Amerika pazarlarından yoğun bir ilginin olduğunu görüyoruz. Tüm turizmci dostlarımızla hem fikir olarak bu sene yaz aylarının özellikle Temmuz – Eylül döneminin çok yoğun olacağına eminiz. Şimdiden gelen rezervasyon talepleri ve ay içerisinde son dakika gelen yoğun taleplerle tüm otel ve ona bağlı turizmden kazanç sağlayan kurumlar, çok güzel ve verimli bir sezon geçirecek.

Tesisimize iş amaçlı gelen konuklarımız, toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 40'lık bir kısmını oluşturuyor

Baia Bodrum, Baia Kemer Club, Baia Lara, Monte Baia Uludağ ve Baia Bursa ile misafirlerinin tüm konaklama ihtiyaçlarına cevap veren markalaşmış yerli zincir otel grubudur. Etkinliğe özel hizmet anlayışının profesyonellikle bütünleştiği, tümü aynı katta bulunan ve ortak fuayeleri olan toplantı salonlarımız, teknolojik destek ve konfor sunarken Baia misafirlerine kusursuz çalışma ortamı sağlamaktadır. Otelimiz bünyesinde, 86 metrekare büyüklüğünde Uludağ Salon ve 89 metrekare büyüklüğünde Lara Salon olmak üzere 2 adet toplantı salonumuz mevcuttur. Tüm salonlarımızda sabit barkovizyon ve perde, ses sistemi, yaka mikrofon,

telsiz mikrofon, yazı tahtası, kürsü, LCD-VCD-DVD player ile misafirlerimize hizmet vermekteyiz. Ayrıca Coffee Break hizmeti de sunmaktayız. Tesisimize iş amaçlı gelen konuklarımız, toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 40'lık bir kısmını oluşturuyor. İş seyahatlerinde, bireysel konaklamalar, toplantı gruplarına göre daha yoğun bir kısmı oluşturuyor. Misafirlerimiz ağırlıklı olarak yurtiçinden gelmektedir. Yurtiçi konuklarımızda genel olarak İstanbul'un öne çıktığını söyleyebiliriz. Yurtdışından gelen misafirlerimiz daha çok Almanya, İtalya ve Orta Doğu ülkelerindedir.



Evren Dündar / Bursa Baia Otel /
Genel Müdür

Bursa Baia Otel olarak, Yeni Yalova Yolu 9.kilometrede, bölgedeki önemli kurumlara ve turistik noktalara kolay erişim sağlayan bir konumda, 150 oda kapasitemiz ile 2009 yılından bu yana konuklarımızı ağırlıyoruz. Baia Hotels, Sönmez Holding ailesinin bir üyesi olup;



Salih Kızılcık / Grand Hotel
Gaziantep / Genel Müdür

Akcan Holding bünyesinde yer alan otelimiz; 2001 yılından bu yana faaliyet göstermekte olup, 5 yıldız kategorisindedir. 95 odalı olan tesisimizde; 2 balo salonu, 3 toplantı salonu, 2 work shop alanı, açık ve kapalı restoranlar, Türk Hamamı ve profesyonel SPA hizmetlerinden oluşan sağlık kulübü yanı sıra açık yüzme havuzu bulunmaktadır. Otelimiz şehir merkezinde ve bütün alışveriş merkezlerine yakın bir konumdadır. Düzenli periyotlarda yapılan renovasyon çalışmalarıyla her yıl yenilenen otelimizde; odalarımız, toplantı salonlarımız, restoranlarımız ile konfor ve kaliteli hizmeti birleştirerek misafirlerimizi en iyi şekilde ağırlamayı ilke edindik. İş amaçlı gelen konuklarımız için, açık hava ve kapalı mekan

Pandemi süreci ile dijitalleşme hız kazanıp, beraberinde birtakım gereklilikleri getirdi

seçenekleri, her tür görüntü- ses- teknik ekipman destekleri, fiber internet, toplantı paketleri, alternatifli menüler, otopark vale hizmetleri ile kurumların ve misafirlerin beklentilerini maksimum düzeyde karşılamayı hedefleyerek hizmetlerimizi çeşitlendiriyoruz.

Misafirler, donanımlı toplantı salonlarında, profesyonel alt yapıya sahip ekipmanlar ve teknik personel ile en verimli sonuca hızlı şekilde ulaşmayı amaçlamaktadırlar

İş amaçlı gelen misafirler, portföyümüzün yaklaşık yüzde 60'ını oluşturmaktadır. Genel itibarıyla iş seyahatleri için konaklamalar daha fazla olurken, bahar aylarında gezi amaçlı şehre gelen bireysel misafirlerde de artış görülmektedir. Ayrıca Türkiye'de 7.sırada yer alan Gaziantep sanayisinin de etkisi ile özellikle kurulum ya da gelişim aşamasında olan fabrikalara gelen yabancı misafirlere ev sahipliği yapmaktayız. Bunun yanı sıra yılın belli dönemlerindeki fuar, kongre ve seminer etkinliklerine bağlı olarak yoğun iş seyahatleri artış göstermekle birlikte; yerli ve yabancı turist grupları tarafından da bölgeye ve şehre olan ilgi oldukça fazla olmaktadır. Otelimize iş seyahati için gelen misafir oranları her ay değişmekle beraber; ortalama yurt içi yüzde 70, yurt dışı yüzde 30 oranındadır. Yurt içi genellikle büyükşehirlerimizden; yurt dışı

ise Ortadoğu Ülkelerinin yanı sıra Almanya, İngiltere, Belçika, İtalya ve Avusturya'dan gelen misafirleri ağırlamaktayız. Misafirler konforlu ve temiz bir ortamda konaklamalarını güvenli şekilde gerçekleştirirken; yüksek internet hızı ile iş ya da günlük akışlarını kontrol edebilmek, güler yüzlü yetkin personellerden kaliteli hizmet alabilmek, şehre özgü lezzetleri tadabilmek talebindedirler. Donanımlı toplantı salonlarında, profesyonel alt yapıya sahip ekipmanlar ve teknik personel ile en verimli sonuca, hızlı şekilde ulaşmayı amaçlamaktadırlar. Pandemi süreci ile dijitalleşme hız kazanıp, beraberinde birtakım gereklilikleri getirdi. Dijital dönüşüme geçiş sürecinde tüketicilerin dijital trendler ile tüketim algılarının değiştiği gözlemlenmektedir. Hem çeşitliliği sağlayabilmek hem iletişimi etkinleştirebilmek hem de yeni müşterileri kazanabilmek adına interaktif kanalların ve mobil uygulamalarla araçların kullanımında önemli bir artış yaşandı. Kendisini farklılaştırmak isteyen işletmeler; mobil uygulamalar kullanarak pazarlama kanallarını çoğaltmakta ve gelişmeler ışığında dijital pazarlama, mobil pazarlama, sosyal medya pazarlaması gibi yeni trendleri yakından takip etmektedirler.

Ethem Tokay / Courtyard By Marriott İstanbul West / Pazarlama Müdür Yardımcısı

Marriott International Zinciri'nin Türkiye'deki ilk management oteli olarak, 2009 yılından bu yana misafirlerimizi ağırlıyoruz

Courtyard by Marriott İstanbul West, Marriott International Zinciri'nin Türkiye'deki ilk management oteli olarak, 2009 yılında faaliyete geçti. Otelimiz, Eski Atatürk Havalimanı bölgesinde Halkalı/Küçükçekmece, Basın ekspres yolu kenarında yer almaktadır. 262 oda ve 2 süit odadan olmak üzere toplam 264 adet odamızla misafirlerimizi ağırlamaktayız. 2021 yılında renovasyona giren otelimizin, bütün odaları yenilenerek konuklarımıza en iyi şekilde hizmet vermektetiz. Otelimiz bünyesinde 7 adet toplantı salonu, restoran, bar, SPA, fitness center, business center, market, hediyeelik eşya, oyun köşesi ve otopark olanakları bulunmaktadır. İş seyahatine gelen konuklarımız için otelimizde 7 adet gün ışığı alabilen toplantı salonu ve 1 adet fuaye alanımız bulunmaktadır. Misafirlerimize toplantı, lansman vb. tüm etkinliklerinde kullanabilecekleri son teknoloji teknik ekipmanları sunmaktayız. Ayrıca her türlü öğün ve kahve molası hizmetlerini de vermektetiz.

Konaklama hizmetlerini günümüze ve trendlere uyumlu hale getirerek misafir memnuniyetini ön planda tutmak her zaman önceliğimiz haline gelmektedir

Otelimize iş seyahati amacı ile gelen misafirlerimiz portföyümüzün yaklaşık yüzde 60'lık kısmını oluşturmakla beraber fuar dönemlerinde bu rakam artmaktadır. Toplantı grupları her ne kadar otelimizde yoğun olsa bile iş seyahati veya çalışma ortaklarımızın misafirleri sayesinde bireysel konaklama kategorisi daha ağır basıyor diyebiliriz. İş seyahati için gelen misafirlerimizin oluşturduğu portföy, tamamen döneme ve yapılan etkinliklere bağlı olarak değişmektedir. Diğer şehirlerden gelen firmaların yoğunlukta katıldığı fuar dönemlerinde yurtiçi misafirlerimiz daha fazla olmaktadır. Konya, Kayseri ve Gaziantep şehirleri en yoğunlukta olan bölgelerdir. Yurtdışında ise genellikle Amerika ve Uzakdoğu misafirlerimiz yer almaktadır. Konukların talepleri doğrultusunda,

grupların genelde, toplantı ve yemek organizasyonları ile ilgili talepleri bulunduğunu söyleyebiliriz. Bireysel konaklamalarda ise günün yorgunluğunu atmak için SPA ve restaurant hizmetleri öne çıkmaktadır. Gelişen teknolojinin ve pandeminin etkisi ile uzaktan çalışma yöntemi hayatımızda önemli bir yer edinse de, bölgemizdeki firmaların yer aldıkları sektörler için değişen durum, ertelenen talebin artarak devam etmesi şeklindedir. Biz de bu talebi daha iyi karşılayabilmek için tüm trendleri yakından takip ederek hizmet kalitemize yansıtıyoruz. Ayrıca iş seyahati gerçekleştiren misafirlerin büyük bir bölümü genç profesyonel dediğimiz 30 - 35 yaşları arasında yer alan kişilerden oluşmaktadır. Dolayısıyla geleneksel ve alışagelmış konaklama hizmetlerini günümüze ve trendlere uyumlu hale getirerek misafir memnuniyetini ön planda tutmak her zaman önceliğimiz haline gelmektedir.

ADANA'YI TÜM "RENKLERİYLE" YAŞAYACAĞINIZ OTEL



OTEL
SEYHAN
ADANA



0322 455 3030 • www.otelseyhan.com.tr



**Betül Uzun Kaya / Hilton Garden Inn
Eskişehir / Genel Müdür**

Otelimiz Eskişehir'in merkezinde, AVM ve restoranların en çok bulunduğu bölgede, 2016 yılının Ağustos ayından beri, 126 oda ve 252 yatak kapasitesi ile hizmet vermektedir. Hem merkeze hem de otopana 3 dakika mesafede olmamız, şehir dışından gelen misafirlerin hem otele kolay ulaşımını, hem de dönüş yollarındaki vakit kaybını önlemektedir. Şehrin merkezinde konulanmamız da misafirlerin rahatça istedikleri yere ulaşabilmeleri açısından memnun olduğu bir noktadır. Etrafımızda yürüme mesafesinde özel hastane ve alışveriş merkezleri olması da misafirlerimize büyük avantaj sağlamaktadır. Otelimizde özellikle iş seyahatleri için misafirlerimizin işini kolaylaştıracak hizmetlerimiz mevcuttur. Lobi alanında bulunan mini marketimiz 24 saat boyunca misafirlerimizin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir avantajdır. Misafir çamaşırhanemizde çamaşır makinası ve kurutma makinası ücretsiz olarak misafirlerimizin kullanımına sunulmaktadır. Tüm odalarda ütü ve ütü masası mevcuttur. Tüm odalarda çalışma masası ve sandalyesi vardır. Otopark, spor salonu ve internet kullanımı ücretsiz olarak sunulmaktadır. 23.00'e kadar Restoranımız A'la carte olarak

Yurt içinden ve yurt dışından iş amaçlı seyahat edenler, toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 80'ini oluşturmaktadır

hizmet vermektedir. Bununla birlikte toplantı salonlarımız da özel yemek ya da 100 kişiye kadar toplantılar için hizmet vermektedir.

Hilton markası tarafından bizlerden odaklanılması istenen 5 noktaya, biz otelimizde samimi ve kaliteli iletişimi de ekledik

Otelimizin temel misafir kitlesi, iş seyahatleri için konaklama yapan misafirlerdir. Bu oran bizim otelimizde oldukça yüksektir. Yurt içinden ve yurt dışından Eskişehir'e iş amaçlı seyahat edenler, toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 80'ini oluşturmaktadır. Toplantı grupları ve bireysel gelen iş amaçlı seyahatler kategorisi için, 100 metrekare olan 1 adet toplantı salonumuz mevcut olduğundan, bireysel konaklamaların gruplara oranla ağırlıklı olduğunu söyleyebiliriz. Yurtiçinden, ülkemizin her bölgesinden gelen misafir sayımız daha fazla olmakla birlikte yurt dışından gelen konaklamalarımız da azımsanmayacak ölçüde. 2021 yılının başından bugüne bakacak olursak; İtalya başı çekerken, hemen arkasından Çin, Almanya, Avusturya, Amerika, İngiltere, Almanya, Belçika, Fransa, Kuveyt, Yeni Zelanda gibi birçok ülkeden çok sayıda misafir ağırladık ve ağırlamaya devam ediyoruz. Özellikle bizim gibi oda&kahvaltı konseptinde şehir otellerinde misafirlerin beklentilerini 5 temel ihtiyaç altında değerlendiriyoruz ve bunlara odaklanıyoruz. Hilton Garden Inn konsepti, zaten hali hazırda Hilton markasının "focus service" dediğimiz "odaklı hizmet" anlayışına göre hizmet

verme disiplini üzerine kuruludur. Hilton markası tarafından bizlerden odaklanılması istenen 5 nokta ise, Sağlıklı ve kaliteli yemek, kaliteli uyku, kaliteli çalışma, formda kalma, kendini şımartma. Biz buna otelimizde samimi ve kaliteli iletişimi de ekledik. Dolayısıyla bir misafirin otelimize girişinden çıkışına kadar bu saydığımız 6 konuda en doğru insanlar ve ekipmanlarla, sistematik ve sürdürülebilir bir servis modeli gerçekleştirerek beklenti ve talepleri karşılamış oluyoruz.

Bazı şirketler, maliyetleri düşürebilmek adına seyahat kısıtlamasına gitme yollarını arıyor ki yeni mücadele konumuz bu gibi görünüyor

Malum, pandemi ile turizm ve otelcilik en çok kan kaybeden sektörlerden oldu. Biz kendi otelimiz açısından bakacak olursak, iş seyahatleri kapsamında ciddi endişeler yaşadık. Az önce belirttiğim gibi konaklamalarının çok ciddi bir oranı iş seyahatlerinden oluşan bir otel olarak, iş seyahatlerinin azalması, birçok işin online olarak gerçekleştirilmeye başlaması, mobilitenin azalması bizi endişelendirmişti. Ancak günün sonunda 2022 yılı itibarıyla adeta acısını çıkarır gibi çok yoğun bir şekilde iş seyahatleri artış gösterdi. Tabi ülkenin güncel ekonomik durumu, mazot pahalılığı gibi son zamanlarda yaşanan yeni zorluklar bizi bu konuda yeniden geriye atabilir gibi görünüyor. Zira işletmelerin seyahatleri azaltma planlamaları arttı. Bazı şirketler, maliyetleri düşürebilmek adına seyahat kısıtlamasına gitme yollarını arıyor. Yeni mücadele konumuz bu gibi görünüyor.

Kongre merkezimiz ve toplantı salon alternatiflerimizin fazla olması sebebiyle toplantı gruplarımız daha fazla ağırlık kazanmaktadır

Otelimiz 2016 yılından itibaren, İstanbul Bahçelievler Basın Ekspres çevreyolu üzerinde, Pullman markasıyla 403 oda, Mercure markasıyla 377 oda ve bünyesinde bulundurduğu Kongre ve Fuar Merkeziyle hizmet vermektedir. Kongre merkezimizde toplantı, özel davet, kongre ve düşünler için 3 ana giriş kapısı bulunan bin 680 metrekarelik balo salonu, toplam alanı 16 bin metrekareyi aşan modüler 50 adet toplantı salonu bulunuyor. Bölünebilen ve birleşebilen salonlar toplam 7 bin kişiye hizmet verebiliyor. Pullman Convention Center, teknolojik teknik altyapısı, zengin kahve molası seçenekleri, ücretsiz internet hizmeti, profesyonel ve dinamik ekibiyle başarılı toplantılara ev

sahipliği yapıyor. Tesisimize iş amaçlı gelen konuklarımız, toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 60'lık kısmını oluşturmaktadır. İş amacıyla seyahat eden misafirlerimizin başlıca taleplerini; donanımlı odalar, teknik altyapıya sahip toplantı salonları ve yüksek hızlı internet olarak sayabiliriz. Kongre merkezimiz ve toplantı salon alternatiflerimizin fazla olması sebebiyle toplantı gruplarımız, bireysel kategoriye göre daha fazla ağırlık kazanmaktadır. İki yıl süren pandemi ve teknolojik gelişmelerle birlikte hibrit toplantılar artış gösterdi ve pandemiye göre salon düzenleri güncellendi. Bu anlamda salon kapasitemizin yüksek olması sebebiyle tercih edilen oteller arasında yer almaya devam ettik.



**Tayfun Sancar / Pullman Istanbul Hotel &
Convention Center / Mercure Istanbul West
Hotel & Convention Center / Genel Müdür**

Pandemi sonrasında yurt içinden gelen misafir sayısının daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'nin birçok ilinden farklı sektörlerden iş insanı otelimizi tercih ediyor. Normalleşme sürecine geçiş ile birlikte, 2024 yılı ve sonrası, özellikle İstanbul destinasyonunun, uluslararası kongre turizminde, tekrar tercih edilen şehirlerin ilk başında yer alacağına inanıyoruz.



Berna Burçin Çakır / WOW Istanbul Hotels & Convention Center / Genel Müdür Yardımcısı Satış & Halkla İlişkiler

2007 yılında faaliyetlerine başlayan tesislerimiz, İstanbul Dünya Ticaret Merkezi ve İstanbul Fuar Merkezi gibi ticaret ile fuar merkezlerinin yanı sıra başında olup, yürüme mesafesindedir. Şehir merkezi ile bağlantılı metro durağı da tesislerimizin bahçesinde yer almaktadır. Aynı kompleks içinde hem 4 yıldız hem 5 yıldız konaklama seçeneği sunan WOW Istanbul Hotels & Convention Center olarak, toplam 635 oda ve WOW Kongre Merkezimiz ile konuklarımızı ağırlamaktayız. WOW Kongre Merkezi'nde, A Blok'ta bulunan, İstanbul'un en büyük kolonsuz toplantı salonu unvanını taşıyan Safir Salonumuz'da; 3 bin 108 metrekare büyüklüğünde, 4 bin kişi kapasitesi ve 8.60 metre tavan yüksekliği ile misafirlerimize hizmet veriyoruz. Her iki otelimizde bulunan ve

Dönemsel bazda değişkenlik göstermekle beraber hem yurt içi hem de yurtdışından gelen misafirlerimize hizmet veriyoruz

renovasyonu tamamlanan sağlık kulüplerimiz ile misafirlerimiz; son teknoloji kardio cihazları ve fitness ekipmanları, sauna, buhar odası, kapalı yüzme havuzu, Türk Hamamı ve masaj servislerimizden yararlanabiliyorlar. Türk ve Dünya mutfağının alternatif lezzetlerini yine otellerimiz bünyesinde bulunan restaurant ve barlarımızda, misafirlerimizin hizmetine sunuyoruz. WOW Kongre Merkezi'mizde bulunan toplantı salonlarımızın özellikleri nedeni ile farklı türlerde birçok organizasyona ev sahipliği yapıyoruz. Safir Salonumuz, farklı ölçülerde üçe bölünebiliyor ve her salon ayrı bağlantılarla otoparka açılıyor. Salonumuzda 2 adet 146 metrekarelik sahne boşluğu, malzeme girişlerinde hazırlık süreçlerinin kılmasını sağlıyor. A Blok'ta, Safir Salonu ile birlikte kapasiteleri 225 ve 180 metrekare ölçülerinde, kendi fuayeleri bulunan, seperatörlerle 3'e bölünebilen Zeus ve Artemis salonları yer alıyor. WOW Kongre Merkezi A Blok'ta, 20 ile 52 metrekare büyüklüğünde 4 salon daha hizmet veriyor. Kapasitemiz, teknik altyapımız ve tavan yüksekliğimiz ile istenilen çeşitlilikte dekor kurulabilmesi, avantajlarımız arasında yer alıyor. Oda kapasitemiz, toplantı salonu özelliklerimiz

ve bulunduğumuz lokasyon sebebi ile iş amaçlı gelen konuklarımız, portföyümüzde büyük bir yere sahip. Bireysel konaklama kategorimiz, İstanbul Fuar Merkezi'ne olan yürüme mesafemiz ile fuar dönemlerinde ilk tercih edilen oteller olmamız nedeniyle bizim için ağırlıkta. Dönemsel bazda değişkenlik göstermekle beraber hem yurt içi hem de yurtdışından gelen misafirlerimize hizmet veriyoruz. Gerek grup olarak gerekse bireysel olarak iş seyahati yapan konuklarımızın otellerimizden en önemli talepleri, ilgi, güler yüz, misafir istek ve beklentilerinin zamanında karşılanması, özellikle günümüzde çok önemli olan teknolojik hizmetlerden doğru şekilde yararlanmak yönündedir. Misafir memnuniyeti hizmet sektörünün olmazsa olmazıdır. WOW Istanbul Hotels & Convention Center olarak, temizlik ve hijyen, her zaman olduğu gibi en önemli kriterimizdir. Bu noktada teknolojinin de yardımıyla temassız çözümler ile misafirlerimize yardımcı olduk. Toplantılar için sanal etkinlik çözümleri ve dijital etkinlik stüdyoları ile misafirlerimize çözüm yolları sunarak etkinliklerin yapılması için alan oluşturduk. Teknolojiden en üst seviyede faydalanarak misafirlerimize hizmet vermeye devam ediyoruz.

Türkiye'nin ilk açık hava stüdyosu olma özelliğini taşıyan Studio Sky'da pek çok sanal organizasyon ve etkinlik gerçekleşti

Fairmont'un, Türkiye'deki ilk oteli Fairmont Quasar İstanbul, 2017'den beri "Anları anılara dönüştürmek" sloganıyla konuklarını ağırlıyor. Şehrin iş merkezinin kalbinde, ofis kuleleri, alışveriş merkezleri ve renkli sokaklarıyla bilinen Mecidiyeköy bölgesinde yükselen Fairmont Quasar İstanbul, 25'i panoramik Boğaz manzaralı süit olmak üzere 209 lüks odaya sahip. Süit ve Gold oda misafirlerimiz, unutulmaz bir konaklama için Gold Lounge ayrıcalıklarından ve butler servisinden de yararlanabiliyorlar. 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 kullanılacak, 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. Çoğu salon, toplantı veya etkinliğinizin ihtiyaçlarına göre birleştirip ayrılabilir. Kendilerine ait lobi ve karşılama alanıyla toplantı odaları, ideal kullanım alanları

sağlıyor. Otelimizi iş amaçlı olarak ziyaret eden konuklarımız toplam misafir portföyümüzün yaklaşık yüzde 20'sini oluşturuyor. İş seyahatlerinde bireysel konaklamaların ağırlıklı olduğunu söyleyebiliriz. Pandeminin etkileri yavaş yavaş azalıyor. Bununla orantılı olarak grup talepleri ve grupların oda sayıları artmaya başladı. Ancak bireysel konaklamalar hala grup konaklamasının çok üstünde. Otelimize iş amaçlı olarak, yerel pazardan olduğu kadar, İngiltere, Almanya ve Fransa pazarlarından da gelen misafirlerimiz oluyor. İş amacıyla seyahat eden misafirlerimiz, konforlu bir konaklama, yüksek hızlı internet, ücretsiz Wi-Fi ve son teknoloji toplantı hizmetlerinin yanı sıra, boş zamanlarında kullanabilecekleri restoran ve SPA gibi otel olanaklarına önem veriyor. Pandemi döneminde hibrit toplantılara ağırlık verdik. Balo Salonu'muzdaki dijital stüdyomuzda ve otelimizin 26. katındaki terasında yer alan ve Türkiye'nin ilk açık hava stüdyosu olma özelliğini taşıyan Studio Sky'da pek çok sanal organizasyon ve etkinlik gerçekleşti. Şu an için gelen toplantı taleplerinde özellikle geniş salonlar ve daha



Direnç Koca / Fairmont Quasar Istanbul / Satış ve Pazarlama Direktörü

fazla temiz hava alabilecekleri teraslı toplantı salonları tercih ediliyor. Temassız hızlı çıkış ve temassız ödeme, Press Reader uygulaması, oda servisine ve otel hizmetlerine erişim sağlayan oda içi iPad uygulaması, pandemi döneminde konuklarımız tarafından oldukça fazla kullanıldı ve bu trend hala devam ediyor. Esnek çalışma modelinde olan firmaların yanı sıra birçok firma ofislere dönmeye başladı. Bu nedenle önümüzdeki dönemde iş seyahatleri çok daha fazla olacak. Bulduğumuz merkezi konum ve misafirlerimize sunduğumuz Gold Lounge, ücretsiz butler servisi, elektrikli araba, a la carte restoranlar ve gün ışığı alan teraslı toplantı salonları gibi olanaklarımızla bu sayının daha da artacağını öngörüyoruz. 2023'te beklenen toparlanma 2022 ortasında gerçekleşmeye başladı.



**Hande Bahadır Dölek / Sheraton Grand
İstanbul Ataşehir / Genel Müdür**

Sheraton Grand İstanbul Ataşehir, 2015 yılı Aralık ayında hizmete girmiş olup, çoğunluğu deniz ve adalar manzaralı olmak üzere çeşitli kategorilerde toplamda 165 adet odamız bulunmaktadır. Anadolu yakasında, Batı Ataşehir bölgesinde bulunan otelimiz, İstanbul Finans Merkezi'ne sadece 1 kilometre uzaklıkta olup, Ülker Sports Arena'ya yürüyerek ulaşabilmektedir. Yakınında çeşitli otoyollar ve köprüler bulunmaktadır. Palladium Alışveriş Merkezi 700 metre ve Watergarden Alışveriş Merkezi sadece 500 metre mesafededir. Çeşitli kapasitelerde toplantı salonlarımız ve 1000 kişiye kadar hizmet verebildiğimiz, gün ışığı alan balo salonumuz ile birlikte toplamda 12 adet salonumuz bulunmaktadır. Tüm toplantı salonlarının aynı katta olması, her salonun kendine ait fuaye alanlarının bulunması ve çoğu gün ışığı alan, temiz hava için salonlarımızın camlarının açılır olması toplantı taleplerinde otelimizi öne çıkarmaktadır. Toplantı paketleri ikramlarımızda kendimizi sürekli yenilemekteyiz. Mevsimsel ürünlerle hazırladığımız temalı kahve molaları (örneğin yaz aylarında smoothie'ler, limonata vb. ikramlar) veya yöresel lezzetlerle yaptığımız dokunuşlar, çok ilgi çekmekte ve değerli misafirlerimiz tarafından çok beğenilmektedir. Lezzetli ve şık sunumlarımız yanında profesyonel ekibimiz sayesinde her toplantıda iz bırakmakta ve fark yaratmaktayız. Son teknoloji trendlerine göre planlanmış salonlarımızda bir toplantıda ihtiyaç duyulan

Sheraton Grand markası olarak, tüm standartlarımızla, misafirlerimizin alışık oldukları kusursuz hizmet anlayışımızı korumaktayız

gerekli tüm teknik ekipman mevcuttur. Daha ileri seviyede teknik ekipmana ihtiyaç duyan konferanslar için çözüm ortaklarımızdan destek almaktayız. Otelimizin dünya mutfağı sunan bir ana restoranı, keyifli kokteyl ve içeceklerin servisi edildiği barı, pastanesi, club katında ve süitlerde konaklayan misafirlerimize, gün boyu çeşitli ikramlar ve happy hour servisi olan club lounge'ı bulunmaktadır.

Global markaların sadakat programı avantajlarını kullanabilmeleri otel seçiminde önemli rol oynamaktadır

Otelimiz, birçok global ve lokal firmaya yakınlığı nedeniyle iş merkezinin ortasında diyebileceğimiz bir lokasyonda yer almakta olup, konuklarımızın yaklaşık olarak yüzde 80'i iş için seyahat eden misafirlerden oluşmaktadır. Dönemsel değişiklikler olmakla birlikte, otel doluluğumuzun yüzde 30 ila 40'ı otelimizde gerçekleşen kongre, konferans, toplantılara katılan misafirlerimizden oluşmaktadır. Ancak iş seyahati için bireysel olarak konaklayan misafir sayısı genel olarak bu orandan daha fazladır. Konuklarımızın milliyetlerine bakacak olursak, ilk 5'te Amerika ve Avrupa ülkelerinden gelen misafirlerimiz yer almaktadır. Yurt içinden gelen misafirlerimiz ise Marmara Bölgesi ve Ankara ağırlıklı olmak üzere, Türkiye'nin tüm bölgelerinden misafir ağırladığımızı söyleyebiliriz. Yurtdışından gelen misafirlerimiz için kaldıkları otelin firmalarına yakın olması en önemli kriterlerden biridir. Lokasyon kriterine eş değer olarak öne çıkan bir diğer talep, güvenilir marka imajı ile dünyanın her noktasına seyahat eden misafirlerimizin alışmış olduğu standardı yakalamasıdır. Sheraton Grand markası olarak

tüm standartlarımızı eksiksiz yerine getirerek, misafirlerimizin alışık oldukları kusursuz hizmet anlayışımızı korumaktayız. Bununla birlikte global markaların sadakat programı avantajlarını kullanabilmeleri de otel seçiminde önemli rol oynamaktadır. Diğer önemli kriterler olarak odalarımızın genişliği, internet hızı ve kalitesi, odalarımızda sunulan hizmetler, misafirlerimizin hem hoş vakit geçireceği hem de çalışabileceği ortak alanlarımız, 7/24 misafirlerimize hizmet veren spor klubümüz vs. gibi olanaklarımızı sıralayabiliriz.

Online toplantı, sanal kongreler hala hayatımızdadır ve kalmaya devam edecek gibi görünmektedir

Pandemi ile başlayan hibrit çalışma modeli geçerliliğini sürdürmekte, global firmaların bir kısmı hibrit çalışmaya devam etmekte. Her ne kadar seyahatler her geçen gün artsa da global firmalar tam anlamı ile dönüş yapmadılar. Online toplantı, sanal kongreler hala hayatımızdadır ve kalmaya devam edecek gibi görünmektedir. Yüz yüze etkileşimin yerini hiçbir şeyin tutmayacağı konusunda hepimiz hem fikir olsak da yeni teknolojik trendlere uyum sağlamalıyız. Bizler de pandemi döneminde çağın gerektirdiği bu duruma adapte olup, gerekli yatırımları yaparak, alt yapıyı kurduk ve pandemi döneminde dijital stüdyo kavramını hayata geçirdik. Dijital menüler, online check in imkanları, tek kullanımlık, kişiye özel ürünler, çok daha yüksek hijyen sağlayan temizlik çözümleri pandemi sonrasında da hayatımızda kalacak olan uygulamalardır.

Türkiye'nin ilk resort oteli Rasim Palas kapılarını tekrar açtı

İzmir'in en sevilen, en çok tercih edilen beldelerinden Ilıca'da tarihin, lüksün, lezzetin ve kusursuz hizmetin bulunduğu Rasim Palas misafirlerini ağırlamaya hazır. 1914 yılında yapılan tarihi binanın aslına sadık kalınarak restore edilmesiyse turizm kazandırılan Rasim Palas, tarihi hikayesi, antika mobilyaları ve modern yüzüyle konuklarına farklı duyguları bir arada yaşatacak. Alışlagelmiş butik otel dekorasyonlarından farklı, sıra dışı şıklığı, ince zevkle döşenmiş lobisi ve deniz manzaralı odaları, ince kumlu plajı, renkli ve lezzetli kahvaltısı, İzmirililerin yakından tanıdığı balık restoranı Alliance De La Mer Restaurant ve çok daha fazlasının bulunabileceği Rasim Palas tarihi 21. yy. konforuyla yaşama fırsatı sunuyor. Bölgenin en önemli yapılarından 24 odalı Rasim Palas, 1914 yılında Rasim Bey'in eşi tarafından Viyana'dan getirilen el işçiliği dolaplar, komodinler, şifonyer ve portmantoların yanı sıra gümüş yemek takımları, ceviz koltuk takımları, masalar, avizeler ve aynalarla dizayn edilmiş ve dönemin ilk resort oteli olarak hizmete sokulmuştur. Başta Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere İsmet İnönü, Adnan Menderes, Ahmet Piriştina, Fevzi Çakmak, Celal Bayar gibi pek çok tarihi ismi de konuk eden Rasim Palas, kadınların ve erkeklerin birlikte konakladığı ve tatil yaptığı ilk otel olma özelliği de taşıyor. Çeşme ve Alaçatı'ya olan yakınlığı ve merkezi konumuyla Rasim Palas misafirlerini bekliyor.





ŞEHRİN İÇİNDE ŞEHİRDEN UZAK

Stresle dolu bir dünyada rahatlamanın ve yapılan bakımlarla zindeleşip, güzelleşmenin en kestirme yolu.

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.



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

Hizmetlerimiz Hakkında
Detaylı bilgi almak için
info@navitasspa.com

Murat Arslan / CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul / Genel Müdür

“Tatil ve konaklama trendlerinin değişimine paralel olarak SPA ve Wellness alanında da değişimler yaşanıyor”

CVK Hotels & Resorts olarak, turizm sektörüne ilk adımımızı Taksim Meydanı'nda bulunan CVK Taksim Hotel İstanbul ile attık ve böylelikle ilk işletmemizin kapılarını misafirlerimize açtık. Ardından tarihi Park Otel'i tekrar hayata geçirerek, 2013 yılında CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul'u şehre kazandırdık. Çok kısa bir süre içinde şehrin gözde adreslerinden biri haline gelen CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, son yıllarda İstanbul'da hayata geçirilen en büyük turizm yatırımı unvanına sahip. Hem yurt içinde hem de yurt dışında marka değeri hızla büyüyen CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, konfor ve lüksü bir arada sunan yaşam alanı konseptiyle hayata geçen 135 bin metrekare kapalı alanı, 1.085 yatak kapasitesi ve otelin içerisinde bulunan, stüdyo dairelerden 4+1 dairelere kadar toplam 68 rezidans ile hizmet veriyor. İstanbul'un kalbi Gümüşsuyu'nda şehrin en gözde noktalarından birinde yer alan CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, popüler semtlere ve toplu taşıma araçlarına yakınlığı ile fark yaratıyor. Otel içerisinde yer alan Safira Spa & Fitness, 8 bin 500 metrekare alanı ile İstanbul'un en büyük SPA merkezi olarak hizmet veriyor. Safira Spa & Fitness, içerisinde yer alan geleneksel Osmanlı tarzında tasarlanan, özel mermer kullanımıyla öne çıkan otantik Türk hamamları, açılıp kapanabilen cam tavanlı havuz, sauna ve buhar odası gibi alternatifleriyle ön plana çıkıyor. Uzman personeli, yüksek kaliteli ekipmanları, masaj odaları, dinlenme alanları, VIP masaj odaları ve kusursuz hizmet anlayışı ile rapsiz bir deneyim sağlayan tesiste hem unisex hem de sadece bayanlara özel fitness

bölmeleri ve ıslak alanlar yer alıyor. Safira Spa & Fitness'ta her biri farklı stilde dizayn edilen 10 adet masaj odası bulunuyor. Türkiye'de ilk kez VIP Spa konseptini hayata geçiren Safira'da, içlerinde kendi özel Türk hamamları, saunaları, buhar odaları ve jakuzileri bulunan ve kişiye özel eşsiz bir deneyim sunan iki adet VIP masaj odası da bulunuyor. Safira Spa & Fitness'da, birinci sınıf ekipmanların bulunduğu iki ayrı fitness alanı, pilates, spinning ve fonksiyonel antrenman stüdyolarıyla, yarı olimpik yüzme havuzu ve birbirinden keyifli sınıf derstleriyle hem spora yeni başlayacak olanlar hem de sporu bir yaşam biçimi olarak benimseyenler için de ideal seçenekler sunuyor.

“SPA ve wellness insanlar için lüks hizmet kategorisinden çıkıp, daha ulaşılabilir bir hizmet olmaya başladı”

Safira Spa & Fitness'in gelirdeki payı aydan aya farklılıklar gösterse de genellikle ortalama yüzde 5 oranında olmaktadır. Yaş aralığı genellikle 35 – 50 civarında olurken, havuz ve fitness alanı en çok talep gören uygulamalarımız arasında yer alıyor. Misafirlerimiz bizden en çok kilo verme, form koruma ve masaj hizmeti tercih ediyor. SPA alanları özellikle masaj, sauna gibi bölümler, bireysel kullanıldığı için normal şartlarda da hijyen açısından en önem verdiğimiz alanlardı. Pandemi sürecinde masaj odalarını ozon cihazları koyarak odaların içerisinde oluşabilecek partiküllerin temizlenmesini sağladık. Ayrıca masaj odalarını her kullanımdan sonra 2 saat boş bırakıp ardından temizlik ve dezenfektan gerçekleştikten sonra kullanıma açtık. Bu tarz



uygulamalarımız müşteri yoğunluğumuza ve rezervasyonlarımıza göre aynı hassasiyetle devam ediyor. Satış pazarlamada, otelleri bir adım öne çıkaran SPA ve Wellness uygulamalarının, günlük yaşama girmeye başlamasıyla uygulama alanları da genişliyor. Böylelikle SPA ve wellness insanlar için lüks hizmet kategorisinden çıkıp, daha ulaşılabilir bir hizmet olmaya başladı. Sektörün, ülkemizde hizmet sektörü zaten çok geliştiği için, günden güne turizm sektöründe de büyümeye devam edeceğimizi öngörüyoruz. Tatil ve konaklama trendlerinin değişimine paralel olarak SPA ve Wellness alanında da değişimler yaşanıyor. Sağlığa yönelik oteller, detoks, iyileştirici wellness deneyimleri, ayurveda, yoga, pilates ve benzeri programların günden güne popülerliğini artırıyor. Bunların önemini fark eden ve bu alana yönelen otel zincirleri, artık artan bu talepler karşısında müşterilerinin ihtiyaçlarına anında cevap verebiliyorlar.

Fairmont Quasar İstanbul'da yeni atama

Fairmont markasının Türkiye'deki ilk oteli olan Fairmont Quasar İstanbul'a Yiyecek ve İçecek Direktörü olarak Alparslan Delibaşı atandı. Anadolu Üniversitesi Otel Yönetimi bölümünden mezun olan Alparslan Delibaşı otelcilik kariyerine 1995 yılında Klasik Hotel'de barmen olarak başladı. 1997 yılında Polat Renaissance'da çalışmaya başlayan Delibaşı burada sırasıyla Restoran Müdürü, Yiyecek ve İçecek Müdür Yardımcısı ve Yiyecek ve İçecek Müdürü görevlerini üstlendi. Ardından Mövenpick Hotel İstanbul'a Yiyecek ve İçecek Direktörü olarak atandı. 2019'da Swissotel Büyük Efes'e Yiyecek ve İçecek Direktörü olarak geçiş yapan Alparslan Delibaşı, son olarak Biblos Resort Alaçatı'da Genel Müdür Yardımcısı olarak görev aldı. Nisan 2022'de Fairmont Quasar İstanbul'da atanan Alparslan Delibaşı, 27 yılı aşkın otelcilik tecrübesini ve alanındaki geniş bilgi birikimini Yiyecek ve İçecek Direktörü olarak hayata geçiriyor.



Alparslan Delibaşı

Marriott Executive Apartments'a genel müdür atandı

İstanbul Fulya'da, Marriott International bünyesinde yer alan Marriott Executive Apartments genel müdürlük pozisyonuna Demirhan Doruk Aktoprak atandı. Ekim ayında açılması planlanan otelin genel müdürlüğüne atanan Aktoprak, İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Mühendisliği bölümü mezunu.



Demirhan Doruk Aktoprak

Turizm sektöründe birçok otelde Satış Pazarlama Direktörlüğü ve Genel Müdürlük görevlerini üstlenen Aktoprak, Sirkeci bölgesinde Levni Hotel & SPA İstanbul, sonrasında Bodrum, İstanbul, Makedonya ve Gaziantep'te farklı otellerde üstlendiği çeşitli liderlik pozisyonlarında bulundu.

Hilton Bodrum Otellerinin Yeni İş Geliştirme Müdürü, Gökçe Fenalan

2018 yılından bu yana Hilton markası altında Conrad İstanbul Bosphorus ve Hilton İstanbul Bosphorus otellerinin Satış Direktörlüğü görevini üstlenen ve turizm sektöründe yaklaşık 19 yıllık bir deneyime sahip olan Gökçe Fenalan, Susona Bodrum LXR Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton Bodrum Işıl Club Resort ve DoubleTree by Hilton Bodrum Marina Vista



Gökçe Fenalan

otellerine İş Geliştirme Müdürü olarak atandı. Fenalan, yeni üstlendiği görevi ile Hilton Bodrum otellerinde başarılarına yenilerini ekleyeceği için heyecanlı ve bir o kadar da onur duyduğunu dile getiriyor. Ankara doğumlu olan Fenalan 2003 yılında Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünden mezun oldu. Kariyer basamaklarının ilk adımını Hillside Su ve Hillside Beach Club'da atan Fenalan, sonrasında şehir otelciliğine İstanbul Swisshotel ile sürdürerek birçok farklı lüks markada satış ve pazarlama alanlarında üst düzey yöneticilik görevlerinde yer aldı. 2018 yılından bu yana Conrad İstanbul Bosphorus ve Hilton İstanbul Bosphorus otellerinin satış direktörlüğü görevini üstlenen Fenalan kariyerinin ilk yıllarında kazandığı TÜRSAB Mükemmellik Ödülü'ne ek olarak turizm sektöründe pek çok mesleki eğitim ile deneyimini geliştirdi. Gökçe Fenalan Haziran 2022 itibarıyla Hilton Bodrum Otelleri Susona Bodrum LXR Hotels & Resort, DoubleTree By Hilton Bodrum Işıl Club Resort, DoubleTree By Hilton Bodrum Marina Vista ailesine Bodrum Bölge İş Geliştirme Müdürü olarak profesyonel kariyerine devam etmektedir.

Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul'da önemli atama

Turizm ve Otelcilik sektörünün başarılı ve deneyimli yöneticisi Fikret Yüksel, Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul'da Genel Müdür olarak yeni görevine atandı. 1992'de başladığı otelcilik kariyerinde her geçen gün başarıyla yükselmeye devam eden Fikret Yüksel, en son Radisson Blu Resort & Spa Çeşme'de Genel Müdür olarak görev almıştı. Radisson



Fikret Yüksel

Otel Grubu'nda uzun yıllar boyunca kariyerini sürdüren Yüksel'in çalıştığı oteller arasında; Radisson Blu Conference & Airport Hotel İstanbul, Radisson Blu Hotel Ankara, Radisson Blu Hotel Batumi, Radisson Resort & SPA Alushta, Park Inn by Radisson Rosa Khutor, Park Inn by Radisson Riga Valdemara ve Park Inn by Radisson Residence Riga Barona yer almakta. Radisson Hotel Group bünyesinde uzun yıllardır çalışan deneyimli yönetici, otel açılışları, tüm operasyonu etkin yönetme, gelir arttırma gibi birçok konudaki tecrübesi ile, satış, pazarlama, finans, personel yönetimi ve 'Evet, Yapabilirim!' hizmet felsefesi ile Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul'un faaliyetlerinde önemli bir görevi üstlendi.

Hilton İstanbul Bosphorus'un yeni İş Geliştirme Müdürü Aslı Evciler oldu

Hilton İstanbul Bosphorus'un yeni İş Geliştirme Müdürü, sektörde 20 yılı aşkın tecrübesi bulunan Aslı Evciler oldu. Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Yönetimi bölümünden mezun olan Aslı Evciler, 2002 yılında Konferans ve Banket Satış Asistanı olarak Ankara HiltonSA'da kariyerine başladı ve 4 yıl süreyle görev alarak Konferans ve Etkinlik Satış Sorumlusu oldu. 2007 yılında Özel



Etkinlikler ve Dış İkram'lardan sorumlu Satış Müdür Yardımcısı olarak Conrad İstanbul Bosphorus'a transfer olan Evciler, sosyal etkinlikler, gruplar ve toplantılar segmentine yönelik satış ve pazarlama faaliyetlerini yönlendirmekten, gelir yönetimine kadar birçok alanda faaliyet gösterdi. 2018 yılından bu yana Grup, Kongre & Etkinlikler Direktörü olarak Conrad İstanbul Bosphorus'ta tüm departmanın liderliğini üstlenen Aslı Evciler, Hilton İstanbul Bosphorus'taki yeni İş Geliştirme Müdürü pozisyonuna başladı.

Radisson Blu Resort & Spa, Çeşme'ye yeni genel müdür

Turizm ve Otelcilik sektöründeki 22 yıllık tecrübesiyle fark yaratan Kadir Alpat, Çeşme'nin 5 yıldızlı oteli Radisson Blu Resort & Spa, Çeşme'ye Genel Müdür olarak atandı. Kariyerine 2000 yılında Divan Antalya Otel'de başlayan Kadir Alpat, Ön Büro, Satış ve Pazarlama gibi çeşitli kademelerde görev aldı. 2014'te Radisson Blu Hotel & Spa, İstanbul Tuzla'da Satış ve Pazarlama Direktörlüğü görevine gelen Alpat, Radisson Otel



Kadir Alpat

Grubu bünyesinde çalışmaya başladı. Başarılı yönetici, ilk olarak Park Inn by Radisson İstanbul Ataşehir, ardından Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska otellerinde Genel Müdür pozisyonuyla çalışmalarını sürdürdü. Başarının her daim ekip işi olduğuna inanan Alpat, Radisson Otel Grubu'nun sloganı "Evet Yapabilirim!" hizmet felsefesini ve "Mutlu çalışan, eşittir mutlu misafir." misyonunu benimseyerek turizm sektöründeki çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Deneyimli yönetici ayrıca, özel bir üniversitede Danışma Kurulu Üyeliği yapıyor ve sektördeki tecrübelerini genç nesillere aktarıyor.

tedarikçiler

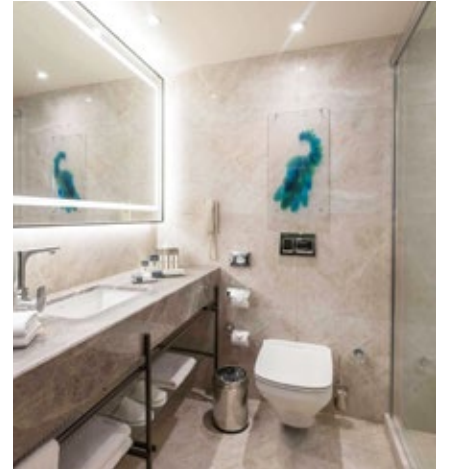


Turizmde otellerin prestij yüzü ve etkin bir reklam aracı olan buklet sektörü, çevreci uygulamaları ve kaliteli üretimiyle gelişmeye devam edecek

Müşteri algısını olumlu etkileyen ve bu nedenle de uygun ve etkin bir reklam aracı da olan buklet ürünleri, yarattığı aidiyet duygusuyla, konuklara kendini özel hissettiren detaylar ve önemli bir yatırım kalemi olarak sektörde yerini alıyor.

Buklet ürünleri alanında faaliyet gösteren firmalar, tesislerin ihtiyaç duyduğu tüm kişisel bakım ve hizmet ürünlerini, gerek kendileri tasarlayıp, imalat ve pazarlamasını yaparak; gerekse çözüm ortağı firmalarla işbirliği yaparak, kalite standartları yönetmeliklerine uygun olarak karşılıyorlar. Sektör profesyonelleri, batıda "Guest Amenities" (kişide hoş duygular yaratan nesnelere) olarak adı geçen ve bizde buklet ürünleri diye tanımlanan ürünlerin, oteller için önemli bir kalem oluşturduğunu belirtiyorlar. Buklet ürünleri seçim kriterlerinde oteller ikiye ayrılıyor. Uluslararası zincir oteller

ki bunlar; global anlaşmalar çerçevesi standartlarının belirlenmiş buklet ürünleri tercih etme durumundadırlar; diğer tarafta ise bağımsız ve küçük oteller yer alıyor ki bunlar da kendi standartlarını yaratıp buklet setlerini oluşturuyorlar. Sektör temsilcileri, bugünün koşullarında marka sorumluluğu taşımayı, kendi tercihini yapmak durumunda olan otellere, öncelikle doğru gramajlarda ve doğru ürünlerin seçilerek israfın önlenmesini, tahmini yatak başına yansıyan maliyetin çok iyi hesap edilmesi, otelin oda satış fiyatlarıyla uyumlu, optimize edilmiş bir buklet setinin, ürün içerik kalitesine de dikkat ederek, ambalajların





çevreye zarar vermeyecek şekilde geri dönüştürülebilir olmasını, böylece misafirda memnuniyet algısının yaratılmasının amaçlanmasını tavsiye ediyorlar. Bununla birlikte baz alınması gereken ilk kriterin fiyat değil kalite olması gerektiğini önemle vurguluyorlar. Çünkü buklet ürünleri, sadece misafirin kişisel ihtiyaçlarını karşılayan ürünler olmakla kalmayıp; misafire kendini önemli hissettiren, müşteri algısını olumlu etkileyen ve dolayısıyla uygun ve etkin bir reklam aracı da olan ürünler olarak da yerlerini alıyorlar. Bu sebeple ürünler, yönetimlerin konuya gösterdikleri özen sayesinde, küçük bir gider farkı ile kendilerini diğer otellerin yanında daha olumlu bir yere konumlandırmalarına araç oluyor. Bu avantaj, otellere bir nevi prestij sağlıyor. Ayrıca sektör temsilcileri, özellikle son 5 yılda, iş ve tatil organizasyonlarına entegre olan yeni jenerasyonun hem ürün içeriğinin hem de ambalaj üzerinde verdiği sosyal mesajların (gluten ve paraben içermeyen, canlılar üzerinde test edilmemiş doğal içerikli gibi), otel seçimlerinde ve sonraki yıllarda tatil tercihlerinde aidiyet oluşturan temel kriterlerden biri haline gelmeye başladığını gözlemlediklerini belirtiyorlar. Artık rahatlık, temizlik, zengin mutfak gibi isteklerin her otel için standart haline geldiğini, aidiyeti belirleyen hususların, otel misafirlerine kendilerini ayrıcalıklı hissettirecek ürünler ve hizmetler olduğunu açıklıyorlar.

Pandemi sektör üzere çift yönlü bir etki yaptı

Turizm sektörüne ağır bir darbe vuran pandeminin sektör üzerine etkilerinin çift yönlü olduğunu belirten sektör profesyonelleri, bir yandan hizmet sektörünün yavaşlamasından dolayı olumsuz etkilendiklerini, pandemi sonrası artan maliyetler nedeniyle otellerin ürün sepetini küçülttüğünü; bununla beraber pandemi nedeni ile hijyenin ön plana çıkmasının da sektörü olumlu etkilediğini belirtiyorlar. Genel olarak kullanılan ürünlerde bile bireysel kullanıma geçilmesinin, sektörleri

için önemli bir avantaj sağladığını ifade ediyorlar.

Sıfır plastik atık projeleri geliştiren oteller, araştıran ve sorgulayan bilinçli otel yönetimleri oluştu

Sürdürülebilirlik ve artan çevre bilinci, her sektörde olduğu gibi buklet sektöründe de yeni uygulamalarla kendini gösterdi. Buklet ürünlerinde içerik yapısında sentetikten doğala, geri dönüşümlü kağıtlardan hazırlanan ürünlere, geri dönüştürülebilir yeniden doldurulabilir ambalajlara kadar sıfır plastik atık projeleri geliştiren oteller, araştıran ve sorgulayan bilinçli otel yönetimleri oluştu. Bu bağlamda tüm uluslararası zincir otellerin 2022 yılı sonu itibarıyla, odalarında tek kullanımlık mini kozmetik ürünlerinden, birçok defa kullanılabilen, geri dönüştürülebilir veya geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiş ambalajlardaki kozmetik ürünlere geçiş yapacağı; keza, kişisel bakım ürünlerinde de plastik yerine bambu, mısır nişastası ve buğday kamışından üretilmiş diş fırçası, traş bıçağı gibi ürünlere buklet setlerinde yer vereceği belirtiliyor. Gerek devlet politikaları ve gerekse sosyal sorumluluk taahhütleri gereği daha az plastik kullanımı ve israf bilinci, çalışanlardan başlayıp otele gelen misafirlere kadar geniş bir yelpazede yeniden ele alınmaya başlandı.

Buklet sektörünün geleceğini, otellerin işletme ve kalite anlayışı belirleyecek

Sektör temsilcileri, buklet sektörünün en önemli problemlerinin gayri resmi çalışan firmalar, otellerin markalaşma yerine yaşadıkları fiyat rekabeti nedeniyle, ucuz alımlar yapmak istemesi sonucu, sektörün bu merdiven altı

firmalara kayması; turizmdeki (savaş, pandemi vs.) gibi belirsizlik ortamlarının oluşması ve ülkemizdeki ekonomik dalgalanmalar olduğunu ifade ediyorlar. Daha stabil ve sürdürülebilir ekonomik bir altyapı ve düzen oluşturulması gerektiğini belirterek, bununla birlikte Türkiye'nin ucuz tatil destinasyonu imajından sıyrılarak, ekonomik olmanın değil optimal olmanın daha önemli olduğunu görmeye başladığını ve bunun önemli bir gelişme olduğunu belirtiyorlar. Bu bağlamda, buklet ürünlerinden başlayarak misafire dokunan tüm konseptleri, bu yeni kitlenin ihtiyaçları doğrultusunda değerlendirmek ve eskiden gelen alışkanlıkların değiştirilmek zorunda olduğunu düşündüklerini; bazı alanlarda oluşacak ilave masrafların bir kayıp değil yatırım alanı olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade ediyorlar. Buklet sektörünün, gelecekte de turizm sektörünün vazgeçilmez bir parçası ve otellerin ayrılmaz bir prestij yüzü olacağını düşündüklerini ifade eden sektör profesyonelleri, sektörünün geleceğini, otellerin işletme ve kalite anlayışının belirleyeceğini; oteller markalaşıp, kaliteye ve çevreye duyarlı bir anlayış ile talepte bulundukça, sektörün de üretim ve hizmet kalitesinde ona cevap verecek şekilde gelişeceğini söylüyorlar. Otel sektöründe daha önce yurt dışı ürünler ağırlıkta iken yaşanan nakliye ve maliyet artışı sebebiyle, iç pazarda kaliteli, temiz içerikli, global marka olmayı başarmış yerli ürünlerdeki alternatiflerinin öne çıkacağını belirtiyorlar. Sektörün çağa ayak uydurulduğu sürece gelişen ve önü açık bir sektör olduğunu ifade ediyorlar.





Burak Besnili / Temko Temizlik Kozmetik ve Gıda San Tic. Ltd. Şti./ Yönetim Kurulu Üyesi

Temko, 1978 yılında İstanbul'da kurulmuş olup, otel buklet malzemeleri alanında faaliyet göstermektedir. Üretim portföyümüzdeki tüm ürünler, uluslararası kozmetik yönetmeliklerine göre üretilmiş, formülasyonu ve tasarımıyla beğeni kazanmış ürünler olup, otel misafirleri tarafından bireysel olarak da satın alınmak istenilen ürünlerdir. Otellerin buklet ürünleri seçerken baz aldığı kriterler ikiye ayrılmaktadır. Uluslararası zincir oteller, global anlaşmalar çerçevesinde standartlarınca belirlenmiş buklet ürünleri tercih ederken, bağımsız ve butik oteller ise kendi standardını yaratıp, bölgeye ve konaklama gün sayısına göre, misafirlerinin memnuniyeti için özel buklet setlerini yaratırlar. Ürün fiyatı her zaman bir kriter olarak kalsa da günümüzde oteller, farklılaşmak adına, misafirlerine çok çeşitli buklet ürünler sunmaktadırlar. Bu da otellerin bir nevi prestiji olmakta,

Ürün fiyatları bir kriter olsa da günümüzde oteller, farklılaşmak adına, misafirlerine çok çeşitli buklet ürünler sunmaktadırlar

misafir memnuniyetinin kişiden kişiye yayılmasıyla kolay ve ucuz reklamlarını yapmaktadırlar.

Bu dönemde yeni trendler, hijyene verilen extra değer ve misafirlerin bu konudaki beklentilerini karşılamak olarak gelişti

Otellerde bu konudaki tavsiyelerimiz, kesinlikle, otelin misafir profiline ve beklentilerine göre, otelin oda satış fiyatlarıyla uyumlu, optimize edilmiş bir buklet seti tercih etmeleridir. Zaten zincir oteller dışındaki bağımsız ve butik oteller, tarafımıza bu yönde tavsiyelerimizi her zaman sormaktadırlar. Tüm sektörleri etkisi altına alan pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında, turizm ve seyahat gelmektedir. İki yıl boyunca havaalanlarının kapanması, uçuş kısıtlılığı, seyahat için getirilen ön şartlar gibi nedenlerle tüm dünyada turizm sektörü ciddi yönde olumsuz etkilenmiş, otellerin birçoğu bu süreçte kapalı kalmıştır. Ancak pandemi sonrası hızlı bir toparlanma gerçekleştiği de aşikardır. Bu dönemde yeni trendler, hijyene verilen extra değer ve misafirlerin bu konudaki beklentilerini karşılamak olarak gelişti.

Sürdürülebilirlik ve artan çevre bilinci ile oteller, artık tek kullanımlık plastik ürünlerden uzaklaşarak, sıfır plastik atık projeleri geliştirmektedirler

Sürdürülebilirlik ve artan çevre bilinci ile oteller, artık tek kullanımlık plastik ürünlerden uzaklaşarak, sıfır plastik atık projeleri geliştirmekte ve bu da buklet sektöründe yeni bir trend oluşturmaktadır. Tüm uluslararası zincir oteller, 2022 yılı sonu itibarıyla,



odalarında tek kullanımlık mini kozmetik ürünlerinden, birçok defa kullanılabilen, geri dönüştürülebilir veya geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiş ambalajlardaki kozmetik ürünlere geçiş yapacaktır. Keza, kişisel bakım ürünlerinde de plastik yerine bambu, mısır nişastası ve buğday kamışından üretilmiş diş fırçası, traş bıçağı gibi ürünler buklet setlerinde yer alacaktır. Buklet ürün sektöründeki en büyük sorun, turizmde sürekli bir belirsizliğin olması (savaş, pandemi vs) ve buna ek olarak



ülkemizdeki ekonomik dalgalanmalardır. Maalesef sektördeki tüm gelirler kura bağımlı olduğu için, maliyetler sürekli artmakta bu da satış fiyatlarına paralel olarak yansımaktadır. Çözüm olarak ise, daha stabil ve sürdürülebilir ekonomik bir altyapı ve düzen oluşturulması gerektiğini düşünüyorum. Buklet sektörünün, gelecekte de turizm sektörünün, vazgeçilmez bir parçası ve otellerin ayrılmaz bir prestij yüzü olacağını düşünüyorum. Bu kapsamda firmamız da kendini yeni yatırımlar ile geliştirmekte ve sektörün öncüsü olmaya devam etmektedir.



KÄRCHER

VİRÜS VE BAKTERİLERE MEYDAN OKUYUN!

Misafirlerinizin yaşam alanlarını güvenli,
konforlu ve temiz tutmanız mümkün!

Misafirlerinizin yaşam alanlarını virüslere karşı etkili Kärcher ürünleri ile temiz tutun.Yüksek verimli **HEPA 14 filtre** teknolojisi sayesinde T 11/1 Classic HEPA Elektrikli Süpürgesi 0,1 mikrondan büyük tüm partiküllerde %99,995 oranında etkilidir.*

HEPA 13 filtreli AF 100 Hava Temizleyicisi oda havasındaki bulaşıcı veya tehlikeli maddeleri azaltır, virüs ve bakterileri %99,95'e** kadar etkili bir şekilde filtreler. Kärcher konaklama temizlik çözümleri ile misafirlerinize mümkün olan en temiz ortamı sağlayabilirsiniz.



AF 100
Hava Temizleyicisi



T 11/1 Classic HEPA
Elektrikli Süpürge

Müşteri Hizmetleri Destek Hattı: 0850 288 30 00

Mail Adresi: info@tr.kaercher.com

* Yapılan testler HEPA14 Filtrenin 0.1-0.3 mikron partiküller üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

** Çapı 0.1 - 0.2 mikrometre aralığındaki partiküllerin % 99,95'ini güvenilir bir şekilde filtreler.

Otel sektöründe, iç pazarda kaliteli, temiz içerikli, global marka olmayı başarmış markaların öne çıkacağını öngörüyoruz

Eyüp Sabri Tuncer olarak, 1923 yılından bu yana, ülkemizin 81 vilayetinde, dünyada 70'den fazla ülkeye, 600'den fazla ürün çeşidimiz ile ticari faaliyetlerimize devam ediyoruz. Otel sektörünün her kademesinde bilinen, tanınan bir marka olmakla birlikte özellikle 2018 yılından itibaren sektörde gelişmeye başlayan ve talebi artan temiz içerikli, kalite algısı yüksek buklet ürün ihtiyacına cevap veriyoruz. Bu alandaki ürün geliştirme süreçlerimizi hızlandırarak şık ambalaj tasarımlarımızı ve farklı ürün çeşitlerimizi sektör temsilcilerinin beğenisine sunuyoruz. Önceki yıllarda otel sektörümüzün önemli bir bölümünde belirli istisnalar dışında genel beklenti fiyata endekli buklet ürünleriydi. Bununla birlikte son 5 yılda, iş ve tatil organizasyonlarına entegre olan yeni jenerasyonun, hayatın her alanındaki seçici yaklaşımları, araştıran, sorgulayan ve deneyimlerini geliştirmeyi seven yapısı, buklet ürünlerine olan yaklaşımı değiştirmeye başladı. Hem ürün içeriğinin hem de ambalaj üzerinde verdiği sosyal mesajların, otel seçimlerinde ve sonraki yıllarda tatil tercihlerinde aidiyet oluşturan temel kriterlerden biri haline gelmeye başladığını gözlemliyoruz. Örneğin; vegan sertifikalı, gluten ve paraben içermeyen, canlılar üzerinde test edilmiş doğal içerikli buklet ürünlerinin, tatil severlerin tercihlerinde ve otelde kaldıkları süre boyunca oluşacak fikirlerinde önemli bir yer tuttuğunu artık çok iyi biliyoruz. Biz diyoruz ki artık 3 yıldızlı oda kahvaltısı bir otelde de 5 yıldızlı ultra her şey dahil bir otelde de bazı hizmetlerde standart oluştu. Rahat yatak, temiz çarşaf, yastık tercihleri, kahvaltısı standardı vs. bunlar artık ayrıcalık oluşturmayacak kadar bir gereklilik olarak misafirlere sunuluyor. Artık aidiyeti belirleyen hususlar bunların dışında gelişen yan hizmetler gibi görünüyor. Başta buklet ürünlerinin seçimi olmak üzere, otel misafirlerine sunulan diğer hizmetler ve tabii ki güler yüzlü otel personelinin sıcak yaklaşımları ve yapıcı yaklaşımı otellerin prestijini artırıyor diyebiliriz. Sektör yöneticilerimizin bu değişimi gördüğünü ve son yıllarda üzerinde otel logosu olan "markasız" ürünlerden ziyade gerek yabancı gerekse yerli turistlerin otel dışında da alışveriş yaptıkları yerlerde görebilecekleri kendini marka olarak ispat etmiş, güven veren ürünlere doğru yönelmeye başladıklarını memnuniyetle izliyoruz. Buklet ürünlerinin bir teferruat olmaktan çıkıp, otelin imajına olumlu ya da olumsuz katkıda bulunan önemli bir pazarlama gücü haline döndüğünü görerek

tercihlerin bu doğrultuda yapılması gerektiğini belirtmek isteriz.

Pandemi geride kaldıkça otellerimiz, karbon ayak izlerini azaltacak eco pump tipindeki büyük hacimli ürünlere yeniden yöneleceklerdir

Pandeminin ilk dalgaları turizmi vurdu. 2020 ve 2021 yıllarını pandeminin etkisi altında geçirdik. Bu süreçte toplumda hijyenin önemi güçlü bir şekilde anlaşıldı. Tüm dünya insanlarında, her coğrafyada bir farkındalık oluştu, oteller hijyen konseptlerini sil baştan ele alarak yeni hijyen çözümleri sunarak hijyen alanını odalardan başlayarak plaja, lobiye kadar yeniden ele aldılar. Kültürümüzün ve hijyenin pandemi sürecinde yeniden hatırlanan en önemli araçlarından biri olan kolonyamız da artık otellerimizde standart buklet konseptlerinin içinde yer almaya başladı. Pandemi öncesi birçok otelde tekli buklet ürünlerinden eco pump'lı daha büyük hacimde ve oda banyolarına sabitlenmiş kişisel bakım ürünleri öne çıkmaya başlamışken, pandeminin getirdiği bireysellik yeniden tekli küçük buklet ürünlerine doğru eğilimi güçlendirdi. Orta ve uzun vadede pandemi geride kaldıkça otellerimiz karbon ayak izlerini azaltacak konseptlere doğru tekrar yönelmeye başlayarak eco pump tipindeki büyük hacimli ürünlere yeniden yöneleceklerdir. Biz de ürün gamımızda buna uygun olarak hazırlıklarımızı sürdürüyoruz. Tüm sektörlerde olduğu gibi turizmde de hem devlet politikaları hem de sosyal sorumluluk taahhütlerinin getirdiği etki ile daha az plastik kullanımından tutun da israf bilinci, çalışanlardan başlayıp otele gelen misafirlere kadar geniş bir yelpazede yeniden ele alınmaya başladı. Buklet ürünlerinde de içerik yapısında sentetikten doğala, geri dönüştürülebilir yeniden doldurulabilir ambalajlara kadar soran ve sorgulayan bilinçli otel yönetimleri ön plana çıktı.

Ucuz tatil destinasyonu Türkiye imajından sıyrılarak, ekonomik olmanın değil optimal olmanın daha önemli olduğunu görmeye başladık

Turizm sektörü dış etmenlere çok bağlı bir sektör. Ekonomik, politik ve uluslararası gelişmelere karşı oldukça hassas yapıda ilerliyoruz. 2016 yılından bu yana bunu hep birlikte yaşıyoruz. Oda maliyetlerimiz ise uzun yıllardır sektörün kanayan yarası olarak karşımızda duruyor. Biz şunu biliyoruz ki sadece Avrupa'nın değil dünyanın da en kaliteli



Atilla Arıman / Eyüp Sabri Tuncer / İcra Kurulu Üyesi - Satış Kanalları Direktörü

otel misafiri ağırlama konseptlerine sahip ülkelerden biriyiz. Ortalama bir yerli ya da yabancı turistin ödediği tutarları sonuna kadar hak edecek hizmetleri sunmaya çalışan bir otel sektörümüz var. Bu konforlu hizmeti sunarken de bölgemizde bulunan diğer ülkelere nazaran bunu en düşük maliyetler ile gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Son yıllarda bu tablonun değişmeye başladığını büyük mutlulukla görüyoruz. Butik otel konseptlerinden büyük otellerimizin içindeki seçkin otel misafirlerini ağırlama imkanını veren oda başı harcama kapasitesini yukarı çeken uygulamalar ile ucuz tatil destinasyonu Türkiye imajından sıyrılarak, ekonomik olmanın değil optimal olmanın daha önemli olduğunu görmeye başladık. Devletimizin de hükümetler üstü politikalar ile otelcilik faaliyetlerine verdiği ulusal ve uluslararası destekler sayesinde, ülkemiz sadece birkaç ülkenin değil Asya'dan Güney Amerika kıtasına kadar hem doğa hem sağlık hem de spor turizmi konusunda vazgeçilmez destinasyonlardan biri haline gelmeye başladı. Sektörü temsil eden tüm paydaşların da bu doğrultuda hareket ederek buklet ürünlerinden başlayarak misafire dokunan tüm konseptlerini bu yeni kitlenin ihtiyaçları doğrultusunda değerlendirmek ve eskiden gelen alışkanlıklarını değiştirmek zorunda olduğunu düşünüyoruz. Bazı alanlarda oluşacak ilave masrafları bir kayıp değil yatırım alanı olarak değerlendirmek gerekiyor. Dünyamız son 10 yıldır önemli ve hızlı değişimlerden geçiyor. Ülkemiz ise bu gelişmelerden fırsat alanları oluşturarak çıkmak için politikalar oluşturuyor. Bunlardan biri de Asya ülkelerinde biriken tedarik zinciri trafiğinin jeopolitik konumumuz gereği ülkemize doğru hızla kaymaya başlaması oldu. Otel sektöründe daha önce yurtdışından ithal edilen ürünler ağırlıkta iken tedarik zincirinde oluşan sıkıntılar, geç teslimler, yüksek nakliye ve ithalat maliyetleri, otellerimizi yeni ve yerli üründeki alternatifleri daha fazla sorgulamaya yöneltti. Bu durumun artık kalıcı olarak devam edeceğini ve iç pazarda kaliteli, temiz içerikli, global marka olmayı başarmış Eyüp Sabri Tuncer gibi az sayıdaki markanın satın alma tercihlerinde daha da öne çıkacağını öngörüyoruz.



Sadı Tanay / Tanay Danışmanlık
Pazarlama Turizm San ve Tic. A.Ş. /
Kurucu

Tanay 1991 yılında kurulmuş olup, otellerin kurumsal kimliğini yansıtıp, misafir memnuniyetini de gözeten bir anlayış ile tüm kişisel bakım ve hizmet ürünlerinin tasarım, imalat ve pazarlamasını yapmaktadır. Batıda "Guest Amenities " (kişide hoş duygular yaratan nesnelere) olarak adı geçen ve bizde buklet ürünleri diye tanımlanan bu tür ürünler, misafirlerin kişisel bakım ve hijyen ihtiyacını karşılarken, yönetimlerin bu konuya gösterdikleri özen, küçük bir gider farkı ile kendilerini diğer otellerin yanında daha olumlu bir yere konumlandırmalarına da vesile olmaktadır. Bugünün koşullarında, marka sorumluluğu taşıyan bazı oteller dikkate alınmaz ise, tüm diğer otellerin baz aldığı en önemli kriter maliyetler olduğu için maalesef en ucuz ürünler tercih edilmektedir. Ancak kişide hoş duygular yaratan nesnelere olarak tanımlanan bu tür ürünler hem müşteri algısına olumlu olarak hitap edebilmek ve kendilerine gösterilen önemi

Buklet sektörünün geleceğini, otellerin işletme ve kalite anlayışı belirleyecektir

de ifade etmelerinde bir araç olma fırsatını beraberinde taşıırken, kurumun da etkin bir reklamını yapmasına vesile olmaktadır. Otellere buklet ürünleri seçimlerinde, öncelikle doğru gramajlarda ve doğru ürünlerin seçilerek israfın önlenmesini tavsiye edebiliriz. Ayrıca tahmini yatak başı yansıyan maliyetin çok iyi hesap edilmesini ve de ürün içerik kalitesine dikkat edilmesini, ambalajların çevreye zarar vermeyecek

sepetini küçülttüğü gibi bu konuya ayırdıkları bütçeleri de azaltmış oldu. Son yıllarda önemi gittikçe artan sürdürülebilirlik ve çevre bilincinin, maalesef bu konuda toplumsal bir bilinç henüz oluşamadığı için, münferit bazı otellerin dışında, buklet sektörüne yansımaları henüz olmadı. Sektörün yaşadığı en önemli sorununun, merdiven altı üretim olduğunu



şekilde geri dönüştürülebilir olmasına özen göstermelerini, misafirde memnuniyet algısının yaratılmasını amaçlamalarına dikkat çekmek isteriz.

Sektörün yaşadığı en önemli sorununun, merdiven altı üretim olduğunu söyleyebiliriz

İki yıldır tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sonrasında artan maliyetler, otellerin ürün

söyleyebiliriz. Her konuda olduğu gibi bu konuda da yeterli bilgi ve bilinç seviyesi oluşmadığı sürece ve oteller markalaşma yerine, fiyat rekabeti yaşadığı sürece; ucuz alımlar yapmayı tercih edecek, sektör de bu konuda iyi üretim uygulamalarının (GMP) maliyetine katlanamayıp; merdiven altında kalmaya devam edecektir. Ancak markalaşan otellerin standart arayışı yükseldikçe, ürün kalitesi de beraberinde yükselmiş olacaktır. Yabancı zincir oteller bu konuda global anlamda organize olarak, marka kozmetikler ve standartları genel merkezlerinden belirlenmiş tek tip ürün kullanma sürecini başlatmışlardır. Buklet sektörünün geleceğini, otellerin işletme ve kalite anlayışı belirleyecektir. Oteller markalaşıp, kaliteye ve çevreye duyarlı bir anlayış ile talepte bulundukça, sektör de üretim ve hizmet kalitesini, ona cevap verecek şekilde geliştirmiş olacaktır.





Dinçer Destan / Bursa Buklet /
Firma Sahibi

Bursa Buklet olarak, Eylül 2019 tarihinden beri turizm sektöründe faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Otel buklet ürünleri ana kalem olmak üzere, otel tekstil ürünleri ve kurumsal anlamda konaklama hizmeti veriyoruz. Kendi bünyemizde otel terliği ve şampuan, duş jeli, saç kremi, vücut losyonu imalatını gerçekleştirmekteyiz. İmalatını gerçekleştirdiğimiz bu ürünler dışında kalan buklet ürünleri için, çözüm ortaklarımızla beraber iş birliği yaparak, çalıştığımız otellerin ihtiyaçlarını karşılamaktayız. Oteller ürünlerini

Otellerde kullanılan buklet ürünleri, otelin kalitesini ve müşteriye verdiği önemi göstermektedir

seçerken öncelikle kaliteye ve de devamında fiyata bağlı olarak tercihlerini yapmaktadırlar. Otellerde kullanılan buklet ürünleri, otelin kalitesini ve müşteriye verdiği önemi göstermektedir. Otellere, buklet ürünleri seçiminde öncelikle ilk tavsiyemiz, merdiven altı imalatçılarla fiyat fayda dengesinde çalışmamalarıdır. Yaşadığımız dönemde hammadde fiyatlarının kontrol dışında artması ürünlerin fiyatlarına da ciddi şekilde yansımaktadır. Bundan kaçmak için ucuz ürünlere yönelmeleri olabilecek problemleri de peşinden getirmektedir. Sonuç itibari ile yapılan ürünler kimyasal bileşenlerdir. Sektörümüz, pandemi döneminde hizmet sektörünün yavaşlamasından dolayı olumsuz etkilendi. Bununla beraber pandemi nedeni ile hijyenin ön plana çıkması da sektörümüzü olumlu etkilemiştir. Genel olarak kullanılan ürünlerde bile bireysel kullanıma geçilmesi bizim için avantaj sağladı. Ürünlerimiz tek kullanımlık ve ambalajlı ürünler olması



nedeni ile geri dönüşüm ortaya çıkmaktadır. Bunlarda da amaç daha az çevre kirliliği sağlayacak, geri dönüşüme katkıda bulunacak ürünlerin imalatına bizleri sevk etmektedir. Buna bir örnek olarak imal ettiğimiz terlikleri daha önce opp (jelatin) ile paketler iken şimdi tela (kumaş) ile paketlemeye başladık. Buklet sektörünün en büyük sorunu, gayri resmi çalışan firmaların olmasıdır. Ancak sektörün önu açık bir sektör olduğu; hizmet sektörü devam ettiği sürece buklet sektörünün de mutlaka devam edeceğini söyleyebiliriz.

Çevreci, doğal üretime olan eğilim artarken, otellerden, geri dönüşümlü kağıtlardan hazırlanan ürünlere ciddi talep geliyor

Emart Buklet, 2005 yılından itibaren, kendi geliştirdiği üretim yöntemleri, üstün tasarım gücü ve deneyimli uzman kadrosu ile buklet ve otel malzemeleri sektörünün önde gelen firmalarından biri durumundadır. Hizmette sağladığı kalite, sürdürdüğü araştırma - geliştirme çalışmaları ve ticari itibarı ile sektörde, satış ve üretim yönünden liderlik konumuna doğru emin adımlarla ilerlemektedir. Buklet ürünleri turizm sektörü için önemli kalemlerdir. Buklet ürünleri olmasaydı, konaklama tesis ve işletmelerinde kullanılan ürünler hijyenik olmayacaktı. Bunu yerine kullanılacak ürünler de gereğinden fazla

ürün sarfiyatına sebep olacağından, ekonomik olarak zarara sebep olacaktı. Bununla birlikte buklet ürünlerinin kişisel ihtiyaçlar kadar, insan sağlığı için de vazgeçilmez ürünler olduğunu ve pratik malzemelerle ucuz reklam aracı olma özelliğini taşıdığını söyleyebiliriz. Otellerin buklet ürünleri tercihlerinde dikkat etmesi gereken en önemli husus, cilde zarar vermeyecek içeriğe sahip olmasıdır. Sağlık açısından da buklet malzemelerde, belgelerle ürünlerin uygunluğunun ve yeterliliğinin aranması gerekmektedir. Günden güne daha da önem taşıyan çevre ve sürdürülebilirliğin, buklet sektörüne yansımalarını da görmekteyiz. Çevreci, doğal üretime olan eğilim ve istek, her geçen gün artıyor. Özellikle içeriğinde kekik, lavanta ve papatya olan sabunlara talep artıyor. Ayrıca geri dönüşümlü kağıtlardan hazırlanan ürünlere, otellerden ciddi oranda talep geliyor. Buklet sektöründe çok önemli bir kontrol sorunu yaşanıyordu. Fakat Turizm Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığının 2013 başında birlikte



Kürşad Aslan / Emart Buklet /
Genel Müdür

yayınladıkları bir genelge ile bu eğilimler artmaya ve kontroller yaygınlaşmaya başladı. Bu genelge ve eğilimlere buklet malzemelerini kullanan sektörler özen gösterirlerse, o zaman kalite çitasını daha yükseltebiliriz. Emart Buklet olarak, tasarım ve üretim alanında, yurt içinde ve yurt dışında tüm yenilikleri yakından takip ederek, sürekli kendini geliştiren, müşterilerine her zaman en iyiyi, en uygun fiyata sunmayı amaçlayan profesyonel bir ekiple yolumuza ilk günkü heyecan ile devam ediyoruz.





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.ya
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

Metro Türkiye, restoranlarda sürdürülebilir dönüşüme liderlik ediyor

Metro Türkiye, uzun yıllardır gıda atıklarının önlenmesinden yerel üreticinin ve ürünlerin korunmasına, ürünlerin izlenebilirliğinden sürdürülebilir kaynakların kullanılmasına kadar kendi bünyesinde gerçekleştirdiği çalışmalara; iş ortaklarını ve müşterilerini de dâhil ederek etki alanını genişletiyor. Metro Türkiye son olarak yeme-içme sektörünü sürdürülebilirlik konusunda desteklemek ve sektördeki uygulamaların yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla "Sürdürülebilir Restoran Kılavuzu" nu hazırladı. Dernekler, üniversiteler ve sektörden önemli paydaşlardan oluşan 'Sürdürülebilir Restoran Komitesi'nin katkılarıyla ortaya çıkan bu kılavuz, ülkemizde yeme-içme sektöründe sürdürülebilir uygulamaların yaygınlaşmasının önündeki en büyük zorluk, bu konuda ortak ve standart bir tanımın, kriterin bulunmaması ve işletmelerin bu konuda farklı uygulamaları benimsemek durumunda kalması gerçeğinden yola çıkarak hazırlandı. 'Sürdürülebilir Restoran Kılavuzu' ile Metro Türkiye, sürdürülebilir restoran olmanın ortak bir tanımını yaparak kriterlerini belirliyor ve restoranlara sürdürülebilirlik dönüşümünde yol gösteriyor. Yeme içme sektöründe sürdürülebilir uygulamaların yaygınlaşması ülkemizde sürdürülebilir tarımı ve yerel ürünleri koruyacak ve geliştirecek bir etken olacak. Bu dönüşüm, su ve enerji tasarrufunu desteklemesi, ekonomi için büyük kayıp olan gıda atıklarını önlemesinin yanı sıra Türkiye'nin doğal kaynaklarının korunmasına katkıda bulunacak ve ekonomi için ciddi bir değer yaratacak.

"Dünya standartlarında bir çalışma olan 'Sürdürülebilir Restoran Kılavuzu'nu hazırladık"

Tanıtım toplantısında konuşan Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng: "Sürdürülebilirlik konusunda son dönemde toplumda büyük bir farkındalık ve bilinç artışı yaşandığını memnuniyetle gözlemliyoruz. Yaptığımız araştırmalara göre, yeni nesil artık farklı bir dünyanın hayalini kuruyor. Bu yeni dünya; daha temiz, daha çevreci ve toprağa saygılı. Farkındalık düzeyinde yaşanan bu artış elbette tercihleri ve tüketim alışkanlıklarını da değiştiriyor. Metro Türkiye olarak gözlemlediğimiz bu ihtiyaçtan yola çıkarak, sürdürülebilir dönüşümünü gerçekleştirmek isteyen restoranların çıkacakları yolda onlara bir harita sunduk. TÜRYİD, Sürdürülebilirlik Akademisi, WWF derneklerinin liderlerinden; Boğaziçi, Yeditepe ve Özyeğin Üniversitelerinin değerli akademisyenlerine, restoran işletmecilerinden, profesyonel şeflere kadar farklı uzmanlıkları barındıran 15 kişilik Sürdürülebilir Restoran Komitesi'ni kurduk. Türkiye'de sürdürülebilir restoran standardının oluşturulması için,



bu çok değerli komite üyelerimizle birlikte bir yıl çalıştık. Sonuçta dünya standartlarında bir çalışma olan 'Sürdürülebilir Restoran Kılavuzu'nu hazırladık. Bu kılavuzu inceleyerek sürdürülebilirliği adım adım uygulayan bir restoran bu alanda uluslararası sertifikaya sahibi olabilecektir." dedi. Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TÜRYİD) Başkan Yardımcısı Gamze Cizreli ise yaptığı konuşmada şunları söyledi: "Sürdürülebilir olmak restoranlar için geleceğin bir meselesi değil, bugünden gerçekleştirilmesi gereken bir dönüşümdür. Sektörümüzden bu konudaki beklentiler her gün biraz daha artıyor. TÜRYİD olarak bu dönüşümün gerçekleşmesi için çalışıyoruz. Metro Türkiye'nin hazırladığı ve katkı yapanlar arasında derneğimizin de yer aldığı Sürdürülebilir Restoran Kılavuzu bu yönde atılmış çok önemli bir adım oluşturuyor, yeni bir sayfa açıyor. Artık sürdürülebilirliğin ne anlama geldiğini her restoran görebilir ve sektör için ortak bir yaklaşım geliştirebiliriz. Kılavuzda yer alan çözümler işletmeler için son derece pratik ve yol gösterici. Ben böyle bir çalışmaya öncülük ettiğim için Metro Türkiye'ye teşekkür ediyorum. Birlikte çalışarak yeme içme sektörünü sürdürülebilirlik konusunda çok güzel günlere taşıyacağımıza inanıyorum."

Tüketici, sürdürülebilir restoran arıyor

Yapılan araştırmalar, yaşanan çevre krizinin tüketicide sürdürülebilirliğin önemi konusunda farkındalık ve bilinci artırdığını doğruluyor. Metro AG'nin 23 ülkede yaklaşık 50 bin müşterisiyle yaptığı ankete katılan yeme içme işletmelerin yüzde 50'den fazlası kendi müşterilerinin sürdürülebilir yiyecekler talep ettiğini, yaklaşık yüzde 60'si ise işlerinin sürdürülebilir olmasından kendilerini sorumlu gördüklerini ve sürdürülebilir dönüşüme hazır olduklarını belirttiler. Bu sonuçlar işletmelerin yarıdan fazlasının sürdürülebilir restoran olmanın önemini farkında olduklarını ortaya koyuyor.

Hapimağ Sea Garden Bodrum'dan gıda israfıyla mücadele için önemli adım

Hapimağ Sea Garden Resort Bodrum, daha sürdürülebilir bir dünyayı gelecek nesillere bırakmak üzere gıda israfının önlenmesi ile ilgili çok önemli bir çalışmaya imza attı. Hapimağ Sea Garden Resort Bodrum, restoranlarında kullandığı akıllı tartı sistemiyle misafirlerin tabaklarında bıraktığı gıdaları hesaplayıp menülerini tekrar güncelledi. Metro Türkiye ve Fazla Gıda iş birliğiyle gerçekleştirilen proje kapsamında tesisiste üç ana restoranda yapılan ölçümler ve proje misafirlerin de ilgisini çekmeyi başardı ve büyük destek gördü. Dünyada her yıl üretilen gıdaların üçte biri israf edilirken bunun yüzde 40'ı otel ve restoranlar

dahil olmak üzere toplu tüketim yerlerini de kapsayan perakende işletmelerden kaynaklanıyor. İsfraf edilen gıdalar, küresel sera gazı emisyonunun yüzde 10'unu oluşturuyor ve küresel su kaynaklarının yaklaşık dörtte birini kullanıyor. Birleşmiş Milletler'in 2021 Gıda İsrafı Raporu'na göre de Türkiye'de her yıl 7,7 milyon ton yiyecek çöpe atılıyor. Doğadan ilham alarak ziyaretçilerine yeşil ve maviyle iç içe bir yaşam sunan Hapimağ Sea Garden Resort Bodrum, bu kapsamda sürdürülebilirlik çalışmalarına gıda israfıyla mücadeleyi de ekledi. Hapimağ Sea Garden Resort Bodrum, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın yayınladığı "Otel, Restoran ve Diğer Toplu



Tüketim Yerlerinde Gıda İsrafı ile Mücadele" kılavuzu doğrultusunda, gıda israfıyla mücadele ekibi kurarak, gıda artıklarını ölçme ve ayrıştırma işlemlerini yerine getiriyor.

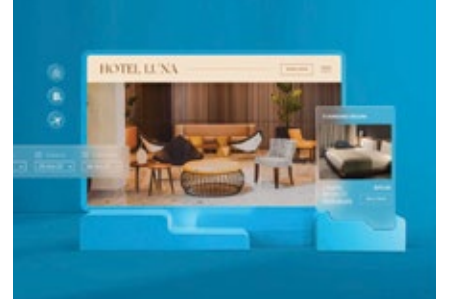
HotelRunner ve Wix, küresel stratejik iş birliği ile Wix Hotels'i yeniden geliştirdi

Turizm sektörüne özel olarak geliştirdiği teknolojisi ile tüm dünyada konaklama tesisleri ve acentelerin dijital dönüşümüne öncülük eden, uçtan uca satış, operasyon ve kanal yönetim platformu ve B2B ağı HotelRunner, online bir varlık oluşturmak, yönetmek ve büyümek isteyen her türden işletmeler için dünya çapında bir SaaS platformu sunan Wix.com (NASDAQ: WIX) ile küresel bir stratejik iş birliğine imza attı. İş birliği kapsamında, Wix'in konaklama sektörüne yönelik çözüm platformu olan Wix Hotels yeniden geliştirilip güçlendirilerek yeni adıyla "Wix Hotels by HotelRunner" olarak kullanıma açıldı. Yeni platform, her boyuttan konaklama işletmesini dijital ortamda hayata geçirmek, yönetmek, büyümek ve gelirlerini en üst düzeye çıkarmak için gereken adımların tümüne yönelik eksiksiz profesyonel araçlar sunuyor. HotelRunner'ın uçtan uca bir çözüm sunan teknolojisiyle birleşen Wix'in kapsamlı online platformu, kullanıcılara web sitesi oluşturma ve tesislerini, misafirlerini, rezervasyonlarını ve satış kanallarını tek bir platform üzerinden yönetme imkanı sağlıyor. Yeni platform sayesinde, oda kahvaltısı, butik otel, zincir otel, günlük kiralık tesis, tatil köyü veya alternatif konaklama tesisi fark etmeksizin her tesis tipinden işletme sahipleri işlerini online ve verimli bir şekilde yürütmek için ihtiyaç duydukları operasyonel araçlara sahip olacakları belirtildi. HotelRunner Kurucu Ortağı Ali Beklen, iş birliğiyle ilgili şunları söyledi: "HotelRunner, daha büyük bir seyahat ekonomisi oluşturmak için on

yılı aşkın süredir sektöre yenilikler sunuyor. Dünyanın önde gelen online çözüm platformu Wix'in de HotelRunner teknolojisini tercih etmesi ile birlikte hayata geçirilen Wix Hotels by HotelRunner, her iki şirketin hem seyahat hem de teknoloji konusundaki derin uzmanlıklarından yararlanarak ve seyahat sektörünün önde gelen oyuncularından biri olarak dünyada tanınan ödüllü platformumuzu temel alarak geliştirildi."

"Konaklama sektörünün dünya çapındaki tek ve merkezi hizmet noktası olma yolunda ilerliyoruz"

HotelRunner Kurucu Ortağı Arden Agopyan ise stratejik iş birliğini şu şekilde yorumladı: "Gerçekleştirdiğimiz benzersiz iş birliğimiz, dijital dönüşümü hızlandırarak konaklama ve turizm sektörlerini bir sonraki seviyeye taşıyacak itici güç olacak. Yeni Wix Hotels by HotelRunner sayesinde dünyanın dört bir yanından binlerce konaklama tesisi uygun fiyatlı ve kapsamlı bir ürün setinden faydalanacak. Her geçen gün sayısı artan ekip arkadaşlarımız ve büyüyen şirketimizle konaklama sektörünün dünya çapındaki tek ve merkezi hizmet noktası olma yolunda ilerliyoruz." Wix Mobil, App Market ve Stratejik Ürünler Kıdemli Başkan Yardımcısı Ronny Elkayam, "İşletme sahiplerine her tür işletme için eksiksiz bir çözüm sağlamak için platformumuzu sürekli geliştiriyoruz ve otel çözümümüzü konaklama ve turizm sektörleri için yeniden piyasaya sürmekten



heyecan duyuyoruz. Pandemi sonrası dönemde seyahat artmaya başladığından, otel ve konaklama sektörlerinde dijitalleşme talebinde ciddi bir artış görüyoruz ve bu işletmeler için güçlü bir çözüm geliştirdiğimiz ve erişilebilir pazarı büyüttüğümüz için gurur duyuyoruz. Wix, restoranlar ve oteller dahil olmak üzere özel sektöre ait işletmeleri ve büyük franchise'ları destekleyecek uygun altyapıyı oluşturmak için büyük bir yatırım yaptı. HotelRunner ile olan bu yeni iş birliği, işletmelerin operasyonlarını verimli bir şekilde yönetmeleri ve büyümeleri için başvuracakları çözümü yaratmada bir başka adımdır." Şu an için sınırlı bir kullanıcı kitlesine açılan beta sürümü aşamasındaki Wix Hotels by HotelRunner, önce İngiltere, ardından diğer dillerde kademeli olarak kullanıma sunulacak. Wix Hotels ürününün mevcut binlerce kullanıcısı Beta sürecinin tamamlanmasından sonra yeni çözüme taşınacaklar.

Form FKS Klima Santrali ile yüksek verimli merkezi iklimlendirme

Form Endüstri Ürünleri A.Ş., FKS Klima Santrali ile geniş kapasite aralıkları ve müşteri odaklı çözümler sunuyor. Form'un İzmir'de bulunan fabrikasında geliştirilen ve üretilen FKS Klima Santrali, Eurovent sertifikasıyla öne çıkıyor. T2/TB1 termal geçirgenlik ve termal köprüleme sınıfına sahip olan üründe, enerji kaybı minimum seviyede tutuluyor. Termal köprülemenin önemli yan etkilerinden biri sıcak ve nemli dış havanın nispeten daha soğuk klima santrali yüzeyinde yoğuşmasıdır. Bu ıslak yüzeyler, mikroorganizmalar için uygun bir ortam oluşturmakta ve oluşan korozyon, ekipmanın ömrünü kısaltmaktadır. Termal köprüleme faktörü TB1 olan FKS Klima Santrali, bu riski ortadan kaldırıyor. FKS Klima Santrali, aynı zamanda sınıfının en iyi gövde dayanımı D1 sınıfında olup, ünitenin yüzeyi dışarıdan ve içeriden baskılara karşı oldukça dayanıklı olduğu belirtiliyor. Ürünün filtre bypass oranı ise, en iyi değer olan F9 seviyesinde ve bu değer, filtre gövdesi yüzeyinde çok az sızıntı olması anlamına geliyor. FKS Klima Santrali, sahip olduğu üstün teknik özellikler sayesinde yüksek enerji verimli merkezi iklimlendirme sağlıyor. 1000 m³/h ila 100.000 m³/h debi aralığında, 60 farklı kesitte imal edilebilen ürün, özel çelik kasa yapısı ve 60 mm kalınlığında, çift kademeli, ısı köprüsüz PVC profilli panelleriyle öne çıkıyor. Panellerde izolasyon malzemesi olarak 70 kg/m³ yoğunluğunda taş yünü kullanılıyor. Galvaniz kaplı veya toz boyalı çelik profili, cam elyaf ile güçlendirilmiş naylonla yapılmış sağlam bağlantı köşeleri,



PVC panel ve kabin çerçeve profiliyle üstün termal yalıtım sunuyor. FKS Klima Santrali, sahip olduğu çok çeşitli opsiyon ve aksesuarları ile her türlü müşteri ihtiyacına çözüm sunuyor. Yeni projelerin yanı sıra restorasyon projeleri için de uygun olan Form FKS Klima Santrali oteller, kongre merkezleri, tiyatrolar, spor salonlarının yanı sıra ticari alanlar için de verimli çözümler sunuyor. Ayrıca, temizlik ve hijyen gereksinimlerinin zorunlu olduğu hastaneler, yüksek teknoloji endüstrisi, temiz odalar, ilaç veya gıda endüstrisi gibi kritik kullanım alanlarına uygunluğuyla öne çıkıyor.

50. yılını kutlayan Korkmaz, tesislerine iki yeni fabrika ekliyor

Çay bardağı ve tabağı üretimi ile bundan 50 yıl önce üretime başlayan Korkmaz, bugün 115 ülkede mutfaklara hem çelik ürünlerle hem de küçük ev aletleri ile girdi. Korkmaz Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Korkmaz, yarım asrı geride bıraktıklarını ancak yatırım heyecanlarının ilk günü gibi olduğunu söyleyerek, “İki yeni yatırım için planlarımızı yaptık” dedi. Bu yıl kuruluşunun 50’nci yılını kutlayan Korkmaz, Tuzla ve Kandıra’daki tesislerine iki yeni tesis daha eklemeyi planlıyor. Kandıra’daki ikinci fabrikada yanmaz-yapışmaz ürünler Sakarya-Ferizli OSB’de küçük ev aletleri konusunda yeni yatırım yapmak isteyen firma böylece 1000 kişi olan istihdamını 2 bin 500’e çıkartacak. İstanbul’da ticaretin kalbi Tahtakale’de 50 metrekare bir dükkânda üretime başlayıp yarım asırda bir sanayi devine dönüştüklerini anlatan Korkmaz Yönetim Kurulu Başkanı Kerim Korkmaz, “Artık bir dünya deviyiz.

İlk ihracatımıza 1990 yılında Lübnan’a ürün satarak başladık. Şu anda 115 ülkeye ihracat yapıyoruz. Üretimimizin yüzde 35’ini ihraç ediyoruz” dedi. Bu yılı yüzde 40 büyümeye tamamlamayı planladıklarını söyleyen Korkmaz, “Cromuzun yaklaşık 4’te biri ihracattan geliyor. İhracatımızın yüzde 95’ini kendi markamızla yapıyoruz. Mısır, Almanya, Kuveyt, Slovenya ihracatta en çok pay alan ülkeler. Son olarak Orta Amerika’da Guatemala’ya ihracata başladık. En çok pişirme ve elektrikli ürün grupları tercih ediliyor” şeklinde konuştu. Korkmaz, “Dış ticaret ilişkilerimiz ve ihracat ağıımızın gücü sayesinde, büyük pazarlarda da kendi adımızı taşıyan franchise mağazalarıyla hizmet veriyoruz. Pazar sayımızı artırmayı ve globalde de konumumuzu güçlendirmeyi hedefliyoruz. Tuzla ve Kandıra’da yer alan fabrikalarımız yılda 4 milyon 200 bin kalem ürün üretebilme kapasitesine sahip” dedi.



50 milyon dolarlık yatırım

Üretim serüvenlerine bundan 50 yıl önce çay kaşığı ve çay tabağı üreterek başladıklarını anımsatan Korkmaz, “Önümüzdeki 5 yıl içinde küçük ev aletleri alanındaki konumumuzu güçlendirmek için yeni bir fabrika yatırımı daha yapacağız. Artık tüm mutfak aletleri akıllanıyor. Biz de bu yatırımlarla mutfaka teknolojiyi taşıyacağız. Ayrıca Kandıra’da ek bir fabrika daha yaparak 1000 kişi olan istihdamımızı 2 bin 500’e çıkartacağız. İki fabrikanın toplam yatırım tutarı 50 milyon doları bulacak” diye konuştu. (Dünya)

Uçuş bilgisi için müşteri temsilcisini bekleme devri bitti



Taylan Kapan

İletişim (çağrı) merkezi sektörünün önemli oyuncularından Procat, 2006 yılından bu yana kurumların otomasyon oranını artıran ve maliyet avantajı sağlayan ileri ses teknolojileri projelerine imza atıyor. Sektöre öncülük ederek havayollarına özel ASR çözümü geliştiren Procat, yolcuların uçuşları hakkında bilgi alma sürecini kolaylaştırdı. IVR (Sesli yanıt sistemi) ile entegre sistem sayesinde havayolu müşterisi, uzun süreler telefonda müşteri temsilcisine

ulaşma problemi yaşamadan, uçağın kalkış, varış detaylarına ya da iptal ve gecikme gibi kritik bilgilere saniyeler içinde ulaşabiliyor. Procat, sesli yönlendirme çözümü ile 3 farklı havayolu şirketinin müşterilerine; Almanca, İngilizce ve Türkçe olmak üzere 3 farklı dilde uçuş bilgisi veriyor. Telefonun ucundaki müşteriye zamandan kazandıran bu sistem sayesinde havayolları şirketleri de hem müşteri memnuniyet oranını hem de otomasyon oranını artırdı. Procat, yolcuların talep ettiği uçuş bilgilerini aktarabilmenin yanı sıra, müşterilerin bilet iadesi ve değişikliğine yönelik sorularına da cevap bulabilmesi için çözüm üzerinde geliştirmeler yapıyor. Projenin havayolu sektörüne getirdiği artılardan bahseden Procat Ses Teknolojileri Kıdemli Direktörü Taylan Kapan, “Müşteri temsilcileri tarafından cevaplanan çağrılarının yoğunluğu ve uzun çağrı süreleri, müşterilerin bekleme sürelerini ve şirketlerin operasyonel maliyetlerini artırıyor. Müşterinin zamanından çalan bu süreç, müşteri temsilcisinin de iş yükünü ağırlaştırıyor. Havayolları için geliştirdiğimiz ve odağında kullanıcı deneyimi olan otomasyon çözümümüz ile hatların sürekli dolu ve meşgul olmasının önüne geçilmiş oldu. Bu da müşteri memnuniyetini pozitif yönde etkiledi. Özellikle pandemi gibi kriz dönemlerinde sıkça yaşanan iptaller, havayollarının iletişim merkezi hatlarında çok büyük yoğunluklara neden oluyor. Bu da bir dizi problemi beraberinde getiriyor. Havayollarının en çok arandığı konu başlıklarını sıraladığımızda uçuş bilgisi sorgulama kategorisinin her zaman ilk 5 içerisinde yer aldığını görüyoruz. Bu ihtiyacı kullanıcılar self servis otomasyon uygulamalarını kullanarak yanıt verebilmek, iletişim merkezleri için çok ciddi bir kazanç sağlıyor. Cevapsız çağrı veya kuyrukta uzun süre bekleme sorunu ortadan kalkınca, insan gücü de daha etkin ve verimli kullanılıyor. Hizmet verdiğimiz global bir havayolu, bu hizmet sayesinde 1 yıl gibi kısa bir süre içerisinde yaptığı yatırımın 3 katı kadar maliyet avantajı sağladı” dedi.

Pınar Su, Ege temalı şişeleriyle turizme destek oluyor



“Şehir Şişeleri” projesiyle tüketicilerini tarihi ve kültürel bir keşif yolculuğuna çıkaran Pınar Su ve İçecek, rotasını bu kez de İzmir ve Alaçatı’ya çevirdi. Pınar Su ve İçecek, Türkiye’nin turizm cenneti şehirlerini odağına alan projesi “Şehir Şişeleri” ile ülkemizin tarihi ve doğal güzelliklerini dünyaya tanıtmaya devam ediyor. Proje, tarihi değerlerimizi yerli turistlere hatırlatırken, yabancı turistler için de farklı bir tanıtım platformu oluşturarak turizme destek olmayı amaçlıyor. Türkiye’nin en meşhur şehir simgelerinin cam şişelere resmedildiği proje, İstanbul ve Ankara’dan sonra rotasını bu kez de Ege’ye çevirdi. Ege’nin incisi İzmir’in ve ülkemizin en popüler tatil yerleşkelerinden biri olan Alaçatı’nın en meşhur simgelerinin ambalajlarını süslediği su şişeleri tüketicisiyle buluştu. İzmir etiketli su şişeleri, meşhur saat kulesi, eski cumbalı evleri ve yelkenleriyle su şişelerine taşınırken, Alaçatı, tarihi dokusu olan taş evleri, yel değirmeni, Çeşme kalesi ve yelken motifleriyle Ege’ye keşif yolculuğuna çıkarıyor.

A++++



 **KLEO**[™]
minibar

www.minibar.com.tr

0 242 321 46 76

WeBee CEO'su Zan: Otelcilerin oda dışı gelirlerini yüzde 25 artırıyor



Tamamen Türk girişimciler tarafından geliştirilen WeBee, sunduğu hizmetlerle otellere oda dışı gelirlerini yüzde 25 oranında artırma imkanı sunuyor. 2017 yılında hayata geçirdikleri WeBee'nin 360 derece hizmet sunan bir misafir etkileşim platformu olduğunu anlatan WeBee CEO'su Dr. Özgür Zan, platform sayesinde otel misafirlerinin sadece akıllı telefonlarını kullanarak, konakladıkları tesisin tüm hizmetlerinden, dil engeline takılmadan faydalanabildiğini aktardı. Misafirlerin tüm istek, rezervasyon ve oda içi taleplerini dijital olarak mobil telefonlarından yapabildiğini kaydeden Zan, "Ayrıca otelcilere iyileştirilmiş misafir deneyimi ve iletişiminden çok daha fazlasını sunuyoruz. Bizi kullanan otelcilerin oda dışı gelirlerini yüzde 25 oranında artırıyoruz. Yatırım sonrası çok yüksek bir geri dönüş sunuyoruz otellerimize. Bu sayede bizim platformumuza yaptıkları yatırımların 30 ila 80 katını otelcilere kazandırıyoruz. Şu anda Y kuşağının yüzde 83'ü artık daha kişiselleştirilmiş hizmet almak için dijital adımlarının izlenmesinden memnun. Bizim platformumuzla otelciler misafirlerine doğru data ile uygun ve kişiselleştirilmiş hizmet ve ürünlerini tek bir tık ile sunabiliyor ve kendine akan gelir kaynakları yaratabiliyor." açıklamasını yaptı. Costa Rica'dan Hint Okyanusu'na uzanan 23 farklı ülkede 220'den fazla otelde 12 dil desteği ile hizmet verdiklerini söyleyen Özgür Zan, Dubai'de yeni bir yapılanmaya giderek, yerel bir uzman firma ile de iş ortaklığı yaptıklarını bildirdi. Bölgede istihdam ettikleri satış müdürleriyle birlikte Birleşik Arap Emirlikleri öncelikli olmak üzere Körfez Bölgesi'nde de pazar payını artırmaya başladıklarını anlatan Zan, "Maldivler'de pazar payımızı ikiye katladık. Türkiye'de pazar lideriyiz. World Travel Forum Lucerne'nin Türkiye'deki iki partnerinden biriyiz." diye konuştu. Pazarda büyük bir fırsat olduğuna işaret eden Zan, "Pazarda otellerin yüzde 70'i hala dijitalleşme adımını atmamış. Yeni ürünlerimizle birlikte toplamda 1 milyonun üzerinde konaklama tesisine hitap edeceğiz. WeBee olarak 670 bine ulaşabiliyoruz ve 5 yıl içinde de 22 bin 500 otele hizmet vermeyi hedefliyoruz. WeBee, 2028 yılına kadar şirket değerini 250 milyon doların üstüne çıkaracak. Şu anda üçüncü yatırım turuna çıktık. Bu sayede şirket merkezini İngiltere'ye taşıyacağız. Avrupa'da satış yapılanması oluşturmak için çalışıyoruz. Ürünümüze yapay zeka destekli misafir etkileşim özelliği ekliyoruz. Düzenli aylık gelirini, bu yıl sonuna kadar minimum 4 katına çıkmasını öngörüyoruz" dedi.

Oteller için WiFi 6 teknolojisi yeni erişim noktası

TP-Link, başta oteller olmak üzere tüm iş yerleri için özel geliştirilen EAP serisi WiFi erişim noktalarına yeni bir model daha ekledi. EAP650 serisi erişim noktaları, çok ince ve şık tasarımıyla her ortama uyuyor, kolay monte ediliyor. Gelişmiş teknik özelliklerinin yanı sıra güçlü güvenlik ve kolay yönetim özellikleriyle kurumlara avantaj sağlıyor. Geniş ürün gamıyla kurumsal ağ çözümleri pazarında giderek daha büyük pay elde eden TP-Link, ürün ailesine sürekli yeni modeller ekliyor. Her tip işletmenin ihtiyacına uygun çözüm sunmayı hedefleyen şirket, kurumsal erişim noktaları (access point) ailesine yeni üyeler ekledi. İnce ve şık tasarımıyla her yere kolayca monte edilebilen EAP650 serisi, aynı zamanda güçlü teknik ve güvenlik özelliklerine sahip. Otel, okul, AVM, öğrenci yurtları gibi yerler için özel geliştirilen EAP650 ve EAP653, bu tür ortamlarda her yerde ve kesintisiz WiFi sağlıyor. WiFi 6

teknolojisine sahip olan erişim noktaları, çok hızlı kablosuz bağlantı (toplamda 2967 Mbps) sunuyor ve WiFi ağını çok daha verimli hale getiriyor, daha çok cihaza, daha kaliteli bağlantı sağlıyor.

Kesintisiz dolaşım, kolay yönetim

EAP650 serisi, WiFi 6 teknolojisinin getirdiği tüm avantajların yanı sıra farklı özelliklere de sahip. WiFi'ya bağlı olanların otelde, işyerinde, AVM'de konular arasında kesintisiz bağlı kalarak dolaşmasını sağlıyorlar. TP-Link'in Omada Mesh teknolojisine de sahip cihazlar ile video akışları kesilmeden, canlı konferanslar bölünmeden ortam içinde dolaşmak mümkün oluyor. Omada Mesh teknolojisi, işletmelere erişim noktalarının montajı sırasında daha az kablolu yapıma avantajı da sağlıyor. Erişim noktaları kablo gereksizdir Mesh teknolojisi üzerinden birbirine bağlanıyorlar. Bulut destekli

Legrand hareket sensörleri enerji verimliliği ve sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor



Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik çalışmalarına yönelik ürün ve hizmetler sunan Legrand, geliştirdiği yenilikçi hareket sensörleriyle enerji tasarrufuna destek oluyor. Çevreyi ve doğal kaynakları koruma gerekliliğinin farkında olan Legrand, pasif kızılötesi, ultrasonik ve mikrodalga algılama teknolojilerini kullanarak yaşam alanları için çevreye duyarlı yüksek teknolojide çözümler sunuyor. Canlılar üzerindeki ışınları algılayan pasif kızılötesi hareket sensörleri, vücut ısısı ve hareket gibi kızılötesi enerji kaynaklarına reaksiyon vererek 45-90 m2 ve daha küçük alanlardaki hareketi rahatlıkla algılayabiliyor. Dual teknoloji adı verilen hem PIR hem de ultrasonik teknolojisine sahip aydınlatma yönetimi sensörleri ise yüksek frekanstaki ses dalgalarıyla sinyaller yollayarak sensörün hareketi algılamasının yanı sıra aktivite seviyesinin düşük olduğu ve yüksek hassasiyet istenilen daha geniş ortamlarda da ideal bir çözüm olarak karşımıza çıkıyor. Öte yandan Legrand'ın geliştirdiği mikrodalga teknolojisine sahip aydınlatma yönetimi sensörleri kullanımına maksimum hassasiyet ve enerji verimliliği sağlıyor. Aydınlatma yönetimi sensörlerinin uzaktan kumanda ile değiştirilebilen zaman, gün ışığı ve hassasiyet gibi ayarlar kullanıcıya maksimum konfor sağlıyor. Son teknolojiyi kullanarak geliştirdiği koridor, banyo, WC, otopark ve bahçe gibi ortak alanlarda kullanılan hareket sensörleriyle de Legrand, kullanıcısının az maliyetle en yüksek verimi elde edebilmesine yardımcı oluyor.



Omada SDN ya da ücretsiz Omada yönetim yazılımıyla her yerden, her zaman ve tek bir cihazdan tüm erişim noktalarının yönetimi mümkün oluyor. Bu da işletmelere yönetim maliyeti açısından çok önemli tasarruf sağlıyor. Güçlü güvenlik özellikleri ve esnek kimlik doğrulama yöntemleriyle ağına ve bağlı cihazların güvenliğini de sağlayan EAP650 serisi, PoE (Power over Ethernet) desteğine sahip ve elektrik bağlantısı olmayan yerlerde Ethernet üzerinden güç alarak çalışabiliyorlar.

Global Ports Holding 'Turizm Sürdürülebilirlik Ödülü'nün sahibi oldu



Global Yatırım Holding'in (GYH) bağlı kuruluşu ve dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH) Akdeniz Turizm Vakfı tarafından Turizm Sürdürülebilirlik Ödülü'ne layık görüldü. Düzenlenen ödül töreninde sürdürülebilir turizm konusunda gerçekleştirdikleri çalışmalar nedeniyle Global Ports Holding COO'su Stephen Xuereb'e kendisi ve şirket adına ödül takdim edildi. Akdeniz Turizm Vakfı tarafından 'Akdeniz Beyni: İş Araştırma ve İnovasyon Ağı' ana temasıyla düzenlenen Malta Zirvesi, 31 ülkeden, binden fazla turizm, seyahat ve konaklama liderlerini bir araya getiriyor. Dünyanın dört bir yanından turizm, seyahat ve konaklama sektörlerinin önde gelenlerinin yanı sıra çeşitli devlet adamlarını bir araya getiren Malta Zirvesi kapsamında düzenlenen gala gecesinde Global Ports Holding COO'su Stephen Xuereb'e Malta Cumhurbaşkanı Dr. George Vella tarafından ödül takdim edildi. Gala gecesinde Bodrum Belediye Başkanı Ahmet Aras da ödül alanlar arasında yer aldı.

"Sürdürülebilirlik çalışmalarımızı her geçen gün artırıyoruz"

Sürdürülebilir turizm girişimleri için bu ödülü almanın bir ayrıcalık olduğunu söyleyen Global Ports Holding COO'su Stephen Xuereb, "Bu ödül 14 ülkedeki 26 limanımızda, Global Ports Holding'i daha da ileri taşımak için çalışan tüm ekip arkadaşlarımızın katkısı sayesinde kazanıldı. Portföyümüzde bulunan Kuşadası ve Bodrum limanları Green Port kategorisinde sertifikalı olup Kuşadası, Bodrum ve Barcelona limanları ESPO (Avrupa Deniz Limanları Organizasyonu) EcoPorts tarafından Yeşil Liman Uygulamaları bünyesinde yer alıyor. 2020 yılında GHG Protokolüne göre lokasyon bazlı yaklaşımla hesaplanan kapsam 1 ve kapsam 2 emisyonlarımızın toplamı bir önceki yıla kıyasla yüzde 51 azaldı. Sürdürülebilirlik adına her geçen gün çalışmalarımızı artırıyoruz" dedi. Öte yandan Stephen Xuereb, Malta Zirvesi kapsamında düzenlenecek olan turizm destinasyonlarının kendilerini nasıl yeniden icat ettiği konusundaki liderler forumunda panelist olarak yer alacak. Forumda bakanlar, turizm kurulları yöneticileri, politika yapıcılar ve belediye başkanları, turizm politikasının önümüzdeki on yıl içinde giderek daha sağlıklı bir kalite ve nicelik karışımına dayanan bir büyüme senaryosuna en iyi nasıl kaydırılacağını değerlendirecek. Ayrıca zirvede, Akdeniz Turizm Vakfı'nın düzenleyeceği bir sonraki etkinlik olan Med Tourism Forum'un ekim ayında Bodrum'da düzenleneceği açıklandı.

Air Moldova'nın Antalya uçuşları durduruldu

Moldova'nın bayrak taşıyıcı hava yolu şirketi Air Moldova'nın Antalya'ya yaptığı



uçuşlar durduruldu. AirportHaber'in edindiği bilgiye göre; Kişinev merkezli hava yolu şirketinin Antalya Havalimanı'ndaki hizmet aldığı yer hizmetleri firmasına borcu olduğu öğrenildi. Antalya Havalimanı'na sefer düzenleyen Air Moldova'nın 2014 yılından kalan bir borcu olduğu belirtildi. Yapılan hesap incelemelerinde ortaya çıkan borç havayolu şirketine tebliğ edildi ancak söz konusu borç Air Moldova tarafından kabul edilmedi. Air Moldova'nın borcu ödemeye yanaşmaması sonrasında şirketin Antalya'ya düzenlediği seferler çift yönlü olarak durduruldu. Tarafların borcun ödenmesi konusunda anlaşma sağlaması durumunda seferlerin tekrardan başlayabileceği ifade edildi.

Anadolujet, Budapeşte seferlerine başladı



Türk Hava Yollarının (THY) alt markası AnadoluJet, İstanbul'dan Budapeşte'ye ilk uçuşunu gerçekleştirdi. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı ile Ferenc List Havalimanı arasında ilk uçuşunu yapan AnadoluJet, havalimanında törenle karşılandı. Törene, AnadoluJet Başkanı Said Şamil Karakaş, Türkiye'nin Budapeşte Büyükelçiliği Geçici Maslahatgüzarı Birinci Müsteşar Meltem Güney, Budapeşte Ferenc Liszt Havaalanı Havayolu Geliştirme ve Ticari Planlama Başkanı Balazs Bogats, THY Budapeşte Ofisi Genel Müdürü Akın Çarkçı ve çok sayıda davetli katıldı. Karakaş, törende yaptığı konuşmada, AnadoluJet'in İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı, Ankara Esenboğa Havalimanı ve Antalya Havalimanı merkezli uçuşlarıyla yurt içi ve yurt dışında 29 ülkede 90 havalimanına toplam 173 hatta uçuşlar icra ettiğini söyledi. Halihazırda Türkiye'ye vizesiz seyahat eden Macar vatandaşlarının, ilerleyen dönemde ülkeye sadece kimlik kartlarıyla pasaportsuz seyahat edebilmeleri için gerekli çalışmaların da başlatıldığını aktaran Güney, 2024'ün Türkiye-Macaristan Kültür Yılı olarak kutlanacağını söyledi. Maslahatgüzar Güney ayrıca Kültür Yılı çerçevesinde Türkiye ile Macaristan arasında daha fazla uçuş düzenlenmesine ihtiyaç duyulacağını, bu gereksinim ışığında AnadoluJet'in İstanbul-Budapeşte seferlerinin sayısının gelecek dönemde artırılmasının ümit edildiğini belirtti.

Kırgızistan'dan Dalaman'a direkt uçak seferleri başladı



Kırgızistan'dan, Muğla'daki Dalaman Havalimanı'na, direkt uçuşların başladığı açıklandı. YDA Dalaman Havalimanı Yönetim Kurulu Üyesi Hamdi Güvenç, gazetecilere yaptığı açıklamada, Kırgızistan'ın

Bişkek ve Oş şehirlerinden ilk uçuşları başlattıklarını, haftada 2 olan uçuş sayısının gelecek günlerde 4'e çıkacağı bilgisini paylaştı. Kırgızistan'da uzun zamandır pazar araştırması yaptıklarını belirten Güvenç, "Marketing kanalları ve network için oldukça gelişmiş Local Tour operatörünün teşvik edilmesi ile uçuş planı oluştu. İlk uçakta doluluk oranının yüzde 100 olması, yeni seferlerin konulması açısından cesaret verici." İfadesini kullandı. Türkiye'nin bölgedeki ülkelere sorumlu Turizm Müşavirliği ve Tanıtma Genel Müdürlüğü ile Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının desteklerinin büyük olduğunu vurgulayan Güvenç, "Ekim sonuna kadar uzunca bir sezon planladığımız bu turizm rotasının, ata yurdu ile aramızda hava köprüsü oluşturacağına, sağlık turizmi dahil her türlü uçuş trafiğini her bakımdan geliştireceğine inancım tam." dedi. Güvenç, bundan sonraki süreçte ise Özbekistan ile Tacikistan uçuşlarının planlandığını kaydetti.

Detur Global'den görkemli sezon buluşması

Avrupa'nın önde gelen tur operatörü Detur Global'in düzenlediği, 2022 sezonuna ilişkin güncel gelişmelerin değerlendirildiği, markanın 2023 ve gelecek yıllardaki hedef ve projelerinin anlatıldığı "Detur Goes Global" buluşması Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy'un katılımıyla Sueno Deluxe Belek Hotel'de gerçekleştirildi. Antalya Bölgesi otel yöneticilerinin yoğun ilgi gösterdiği toplantıya sivil toplum temsilcileri ve basın mensupları da katıldı. Turizm endüstrisinde havayolu, tur operatörü ve otelcileri bir araya getiren "Detur Goes Global" buluşmasında konuşan Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, küresel ve bölgesel krizlere karşı başışıklığı artırmak, nitelikli turisti getirebilmek ve kişi başı gelir hedeflerini yükseltmek için pazar çeşitliliğine konsantre olduklarını söyledi. Konuşmasında TGA'nın yürüttüğü tanıtım çalışmalarından bahseden Bakan Ersoy, aralarında Detur Global'in de olduğu, 43 ülkeden 170'e yakın tur operatörüyle ikili anlaşma yaparak birlikte reklam çalışmaları gerçekleştirdiklerini, bu sayıyı yıl sonuna kadar daha da artıracaklarını söyledi. Türkiye'nin, sürdürülebilirlik standartlarının en üst akreditasyon kuruluşu olan Global Sustainable Tourism Council ile önemli bir iş birliğine imza attığını belirten Bakan Ersoy, Güvenli Turizm Sertifikası'nı, Güvenli ve Sürdürülebilir Turizm Sertifikası olarak devam ettirme kararı aldıklarını vurgulayarak, yıl sonu itibarıyla bu geçişin tamamlanmış olacağını sözlerine ekledi.

"Sürdürülebilirlik ve teknoloji odaklıyız"

Antalya'daki büyük buluşmada konuşan Detur Global Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Haluk Semiz, Detur Global'in İskandinavya pazarlarındaki büyüme sürecini, misyon ve vizyonunu aktarıırken,

tur operatörünün gelecek hedeflerinden söz etti. Detur'un hizmet anlayışıyla kalitesini yıllar içinde ortaya koyduğunu söyleyen Semiz, "Amacımız bu markanın itibarını globale taşımak. Dünyanın güvendiği, Türkiye'nin gurur duyacağı bir marka haline getirmek. Merceğimizde Avrupa destinasyonları da var ama gözbebeğimiz Türkiye. Kuzey Avrupa'dan ülkemize 12 ay uçuyoruz. Otelci dostlarımızdan aldığımız güçle projeler geliştiriyor, onların içeriklerine katkılar sunuyoruz. Geçmiş deneyimlerin omuzlarında geleceğe yürürken çağın getirdiklerini ve bilimi kendimize kılavuz ediniyoruz" dedi. İskandinavya coğrafyasında Türkiye'nin yüzü olacaklarını belirten Haluk Semiz şunları kaydetti: "Gerek deniz, kum ve güneş tatilinde gerekse golfte Kuzey Avrupa'dan Türkiye'ye en çok turist getiren tur operatörlerinin başında geliyoruz. Ciddi pazarlama gücümüz var. Turizmde bakışımız, sürdürülebilir odaklı olmak; yenilikçi çözümler sunabilmek ve teknolojinin gücünü her alanda kullanmak. Otellerimize kolaylık sağlayacak bir marketpalace geliştiriyoruz. Biz ne kadar büyüdük değil, her yıl ne kadar verimli büyüdük, tesislere ve destinasyona neler kazandırdık, bunların analizini yapıyoruz. Farklı dönemlere özgü katma değeri yüksek ürünleri misafirle buluşturuyor, güncel sorunlarda hızlı aksiyon alabileceğimiz modeller geliştiriyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığımız bize her konuda destek oluyor. Kendilerine teşekkür ediyorum. Biz de kamu-özel sektör gücüne inanan şirketlerden biriyiz. Kadromuz, genç ve dinamik, yolumuz uzun, hayallerimiz Türkiye kadar büyük." Antalya'daki buluşmada özel bir sunum yapan Detur Global İcra Kurulu Üyesi (CMO) Yiğit Tezel, Kuzey Avrupa turizm pazarına ilişkin geniş bir değerlendirmede



bulundu. Bölgenin seyahat kültürünü, ülkelere ve yıllara göre değişen rakamları, turizme yön veren dinamikleri analiz eden Tezel, "Türkiye'nin çok değerli ürünleri var. Amacımız büyürken büyütme; aynı zamanda partnerlerimizin de bizimle birlikte büyümesini sağlamak. 12 ay Türkiye'ye uçmaya devam edeceğiz. Kuzey Avrupa'da hem makro hem de mikro ölçekli tanıtım ve pazarlama faaliyeti yürütüyoruz. Bu yıl 180 bin, gelecek yıl 300 bin turist hedefliyoruz. Bir sonraki yıl ise hedefimiz 500 bin" dedi. Belek'te düzenlenen toplantıda konuşan Pegasus Hava Yolları Genel Müdür Yardımcısı (CCO) Onur Dedeköylü de pandemiyle birlikte değişen havacılık sektöründeki uygulamaları, Pegasus'un projelerini ve havayolu ile tur operatörü arasındaki ilişkinin değişen boyutlarından bahsetti. Detur ile İskandinavya'nın 14 noktasından Antalya bölgesine uçuş yaptıklarını söyleyen Onur Dedeköylü, "Detur Goes Global buluşmasında havayolu, otel ve tur operatörü, yani sektörün üç büyük oyuncu bir arada bulunuyoruz. Bu açıdan bu toplantıyı önemli bir buluşma olarak görüyorum" dedi. Toplantı, Detur Global'in misafir memnuniyeti anketinde yüksek puan alan otellere plaket verdiği törenle son buldu.

Antalya'ya Paphos'tan 529 turist geldi

Yaz boyunca çeşitli ülkelerden gelen kruvaziyer gemilerine ev sahipliği yapacak olan QTerminals Antalya, Paphos'tan 529 yolcusu ile gelen Spirit of Adventure'ı da ağırladı. 2020 yılında inşası tamamlanan ve İngiltere bayrağı altında bulunan Passenger (Cruise) Ship gemisi olan Spirit of Adventure 236 metre uzunluğunda ve 31,2 metre genişliğinde. Gemi, bir gün limanda kaldıktan sonra Çanakkale'ye doğru yola çıktı. Günün anısına ziyaret plaketi verildi. Kruvaziyer turizminin Antalya'ya olan ekonomik ve sosyal katkılarının önemini vurgulayan QTerminals Antalya Genel Müdürü Özgür Sert; "QTerminals Antalya olarak sezon boyunca dünyanın birçok noktasından gelen gemilere ev sahipliği yapmaya devam edeceğiz. Binlerce yolcusuyla birlikte bu büyük gemileri limanımızda ağırlıyor olmak hem bizim için hem de Akdeniz'in en önemli kruvaziyer rotalarından biri olan ülkemiz için çok kıymetli." dedi.



Lufthansa artık 4 yıldızlı

Uluslararası hava taşımacılığı derecelendirme kuruluşu Skytrax, Alman Lufthansa'yı 5 yıldızdan 4 yıldızla düşürdüğünü açıkladı.

Avrupa'daki tek 5 yıldızlı havayolu unvanını elinde bulunduran Lufthansa, uzun mesafelerdeki ücretsiz bagaj hakkının sonlandırılması, Avrupa uçuşlarındaki ücretsiz ikramın bitirilmesi, check-in sırasındaki koltuk seçiminin bitirilmesi ve buna benzer alınan bazı kararlardan dolayı 2017 yılında aldığı, 5 yıldız unvanını kaybetti. Skytrax'ın internet sitesinde 4 yıldızlı havayolu şirketleri arasında yer aldı.



Emirates ve Airlink ortak uçuşlarını resmi olarak başlattı

Emirates ve Airlink ortak uçuşlarını resmi olarak başlattı. Emirates ve Airlink ortaklığıyla yolcular, kendileri için ideal seyahat programlarını daha kolay şekilde oluşturarak, havayolunun Johannesburg, Cape Town ve Durban'daki uçuş noktaları üzerinden Güney Afrika'daki sekiz şehre tek rezervasyon referans koduyla kolay seyahat imkânlarından faydalanabilecek. Uçuş rezervasyonları, Emirates'in resmi web sitesi üzerinden, direkt veya çevrimiçi olarak (OTA) hizmet veren seyahat acentelerinden yapılabileceği, Haziran 2022 tarihinden itibaren satın alınan biletlerle anında seyahat etmenin mümkün olacağı belirtildi. Emirates yolcuları artık, Johannesburg üzerinden sekiz, Cape Town üzerinden beş ve Durban üzerinden bir varış noktası dahil olmak üzere, bir dizi ek uçuş için rezervasyon yaptırabilecek. Yeni güzergâhlar arasında, diğerlerinin yanı sıra Bloemfontein, Hoedspruit, Port Elizabeth, Kimberley, George ve East London yer alıyor. Emirates hâlihazırda, Johannesburg'dan Dubai'ye günde iki, Cape Town'dan günde bir ve Durban'dan haftada toplam beş gidiş/dönüş uçuş gerçekleştiriyor. Havayolu ayrıca, yolcularına daha iyi bir deneyim sunmak adına daha fazla ulaşım imkânı yaratmak için çalışıyor. Emirates, South African Airways ile ortaklığının yanı sıra, Airlink ile olan ortak uçuş anlaşması, Cemair ve FlySafair ile yaptığı anlaşmalı uçuşları ile Güney Afrika'daki bölgesel ağını genişleterek 79 noktaya çıkardı.



Pegasus Hava Yolları, 3 yeni hat ile uçuş ağını genişletiyor



Pegasus Hava Yolları, 3 yeni hat ile uçuş ağını genişletme kararı aldı. Pegasus Havayolları, İstanbul Sabiha Gökçen'den Nur Sultan'a ve Rize/Artvin Havalimanı'na, Ankara'dan Bükreş'e uçmaya başlıyor. Türkiye'nin dijital hava yolu Pegasus, her geçen gün yurt içinde ve yurt dışında uçuş ağını genişletmeye devam ediyor. Pegasus Hava Yolları; 22 Haziran 2022 itibarıyla İstanbul Sabiha Gökçen'den Nur Sultan'a uçmaya başladı. 3 Temmuz 2022 itibarıyla İstanbul Sabiha Gökçen'den Rize/Artvin Havalimanı'na, 4 Ağustos 2022 itibarıyla ise Ankara'dan Bükreş'e uçmaya başlıyor.

Türkiye turizminin uluslararası pazardaki yeni markası: rudder & moor

Temeli 1971 yılına dayanan TurOto Ford Store'un 50 yıllık deneyimiyle 2007 yılında Ankara'da kurulan Turmobil, 2020 yılında bünyesindeki hizmet çeşitliğini genişletti. Türkiye'nin ilk online karavan kiralama hizmetini hayata geçiren Turmobil, tekne kiralama hizmetini de devreye sokarak hizmetlerine Turmobil Sailing olarak bugüne kadar devam etti. Yurt dışı charter base yatırımları ve İtalyan / Hırvat marka tekne distribütörlükleri ile yolculuklarına rudder & moor olarak devam edecek olan Turmobil Sailing, yeni markalaşma sürecinde uluslararası pazarda güçlü bir şekilde konumlanmayı amaçlıyor. Türkiye turizminin uluslararası pazardaki yeni markası olarak konumlanan rudder & moor'un faaliyetleri arasında ise tekne kiralama, tekne brokeraje, tekne işletme sistemi, kişiye özel tekne hizmetleri bulunuyor. Yat işletme sistemi ile motor yat, yelkenli veya katamaran sezon boyunca müşteriler adına kiralama yaparak kazanç sağlayan rudder & moor aynı zamanda tekneleri ile düzenli olarak ilgilenerek tekne sahiplerinin tekne yönetimini daha rahat, daha doğru ve daha kolay bir şekilde gerçekleştirebilmesine yardımcı oluyor. Mavi yolculuğun bir kültür turizmi olduğu bilinciyle ve üst düzey memnuniyet felsefesi üzerine kurulan rudder & moor markası, üç tarafı denizlerle çevrili Türkiye'de özellikle batı ve güney sahillerinde misafirlerine benzersiz bir katamaran tatili deneyimi sunuyor. Tarih boyunca sayısız medeniyetlerin doğuşuna şahit olmuş bu eşsiz kıyılarda rudder & moor katamaran kiralama hizmeti ile lüks otellerden ve tatil köylerinden

daha ayrıcalıklı, konforlu bir deneyim ve izole bir tatil yapılabiliyor. 2020 yılının ağustos ayında 2 adet Lagoon 46 ile başladıkları yolculuklarında ulaşmak istedikleri iki amaç olduğunu ifade eden rudder & moor Pazarlama Direktörü Can Topçu: "Kabotaj kanunu ile Türkiye'den ayrılan dünya tekne kiralama markalarının hizmet ve kalite standartlarında hizmet vermek istiyoruz. Diğer hedefimiz ise müşterilerimizin hem yelken deneyimi hem de geniş alanları olan teknelerde tatil yapabilmelerini sağlamak. Aynı zamanda verdiğimiz 'tailor-made' terzi usulü hizmet ile misafirlerimizin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda en iyi tatil deneyimini Türkiye'de yaşatırken önümüzdeki yıllarda hem Hırvatistan hem de Yunanistan'da sunmayı amaçlıyoruz." Ayrıca Kufner yelkenli teknelerinin de Türkiye'deki tek yetkilisi olarak distribütörlüğünü alan rudder & moor, tek direkli yelkenli üreten ve tamamen el yapımı olan, güvenliği ön planda tutan tasarımı ve en ufak detayına kadar özenle üretilen Kufner 50, Kufner 54 ile misafirlerine konforlu bir yelkenli deneyimi sunacak.

Kaptanlı, kaptansız, mürettebatlı kiralama seçenekleri

2022 senesi itibarı ile 40, 42, 46, 50 feet Lagoon katamaranlar ile misafirlerine 10 farklı ebatta katamaran ile Fethiye'de hizmet veren rudder & moor, Fethiye'den yapılan çıkışlarda Göcek, Kekova, Marmaris, Bozburun, Datça yarımadası ve Yunan adalarına seyahat imkânı sunuyor. rudder & moor filosunda yer alan özel katamaranlar kaptanlı, kaptansız ve



mürettebatlı kaptan olmak üzere üç şekilde kiralanabiliyor. Mürettebatlı seçeneklerde özenle seçilmiş deneyimli personeller misafirlerin konforlu bir tatil geçirmeleri için çalışırken en kaliteli marina deneyimini misafirlerine yaşatmak isteyen rudder & moor, ödüllü bir marina ve yüksek hizmet kalitesi olan Yacht Classic Otel'in marinasını kendilerine üs olarak seçti. Katamaranların en çok tercih edilmesinin sebepleri arasında kullanım alanlarının, kabinlerinin, yaşam alanlarının daha geniş olması konforlu yelkenli seyredebilmesi ve düşük mazot tüketimi ile seyir imkânı sağlaması yer alıyor. Katamaranları ağırlıklı olarak yelkenli meraklıları, izole tatil ve mavi ile yeşilin enerjisinden güç alan aileler, çiftler, arkadaş grupları tercih ederken çocuklu aileler için katamaranlar geniş kullanım alanları ve güvenilir seyir yapısı da sunuluyor. Kapasiteleri 12 kişiye kadar çıkabilen filosuyla eşsiz bir tatil deneyimi sunan rudder & moor, katamaranların eşsiz iç ve dış mekân tasarımlarıyla rahat ve güvenli bir tatil vadediyor.

İzmir Adnan Menderes'ten Dubai uçuşları başladı

TAV Havalimanları tarafından işletilen İzmir Adnan Menderes Havalimanı'nda, Dubai'den gelen Flydubai uçağı törenle karşılandı. Boeing 737-800 (B738) tipi uçakla düzenlenen uçuşla 84 yolcu İzmir'e geldi. Dubai'den gelen yolcular terminalde çiçeklerle karşılandı. Flydubai sezon boyunca

pazartesi, çarşamba ve pazar günleri olmak üzere haftada üç gün İzmir-Dubai arası karşılıklı uçuş gerçekleştirecek. İzmir Adnan Menderes Havalimanı, bu yeni hatla birlikte 32 ülke, 69 destinasyon ve 30 havayoluna hizmet veriyor.



İGA İstanbul Havalimanı'na iki uluslararası ödül



Havayolu Yolcu Deneyimi Derneği (APEX) tarafından "Olağanüstü Başarı" ödülüne layık görülen Türkiye'nin dünyaya açılan kapısı İGA İstanbul Havalimanı, 2021 yılında 5,8 milyar Euro bedelle gerçekleştirdiği başarılı refinsmanla EMEA Finance'ın "Best Syndicated Loan in EMEA" - "EMEA Bölgesi'ndeki En İyi Sendikasyon Kredisi" ödülüne ulaşarak büyük bir başarıya imza attı. Dünyanın en önemli küresel aktarma merkezlerinin başında gelen İGA İstanbul Havalimanı, son dönemde almış olduğu global ödüllerle hem Türkiye'nin hem de Türk havacılık sektörünün göğsünü kabartmaya devam ediyor. Bu bağlamda İGA İstanbul Havalimanı, standartların ötesinde sunduğu özel hizmetlerle sektöründe örnek olması ve oluşturduğu farkındalıkla takdir edilirken, gerçekleştirdiği sürdürülebilir refinsmanla da bölgesinin en iyi sendikasyon kredisini hayata geçirmiş oldu. Bir gün arayla iki önemli global ödülle ulaşılarak başarılarını taçlandıran İGA İstanbul Havalimanı, ilham verici hizmetleri ve ulaşılabilir finansal kaynak erişimiyle de dünyanın en iyi havalimanı olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

APEX'ten "Olağanüstü Başarı" ödülü

İGA İstanbul Havalimanı, Havayolu Yolcu Deneyimi Derneği (Airline Passenger Experience Association, APEX) 2022 yılı değerlendirmesinde "Olağanüstü Başarı" ödülüne layık görüldü. Yolcu geri bildirimlerine dayanan ilk hava yolu derecelendirme programı olmasıyla öne çıkan APEX, 1,2 milyon yolcunun oylarıyla belirlenen 2022 yılı değerlendirme sonuçları, 8 Haziran'da İrlanda'nın başkenti Dublin'de gerçekleştirilen ödül töreninde duyuruldu. Dünya çapında yaklaşık 600 hava yolu şirketi tarafından gerçekleştirilen 1 milyonun üzerinde uçuş, yolcular tarafından koltuk konforu, kabin servisi, yiyecek-içecek ikramı, eğlence sistemi ve Wi-Fi kategorilerindeki puanlanırken; APEX'in "Olağanüstü Başarı" ödülü İGA Dijital Hizmetler ve Ticaretten Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ersin İnankul'a takdim edildi. EMEA Finance dergisinin her yıl düzenlediği EMEA Finance Awards'ın bu yılki "Best Syndicated Loan in EMEA" - "EMEA Bölgesi'ndeki En İyi Sendikasyon Kredisi" ödülünün de sahibi olan İGA İstanbul Havalimanı, bir gün arayla iki ödülle ulaştığı oldu. Kilit finansal kurumları düzenli olarak profilendiren, hedef kitleli meslektaşları ve sektör haberleri hakkında daha eksiksiz ve kapsamlı bir anlayış kazanmaları için bir platform oluşturan EMEA Finance, her yıl uluslararası önde gelen finansal şirketlerini değerlendiriyor ve ödüllendiriyor. Bu yıl 14'üncüsü gerçekleştirilen ödüllerde, İGA'nın 2021 yılında 5,8 milyar Euro bedelle hayata geçirdiği ve vadesini 2 yıl uzattığı başarılı refinsmanı da ödülle layık görüldü. 9 Haziran'da İngiltere'nin başkenti Londra'da gerçekleşen EMEA Finance Ödül Töreni'nde "EMEA Bölgesi'ndeki En İyi Sendikasyon Kredisi" ödülünü, şirket adına İGA Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Selahattin Bilgen aldı.

Avrupa'da hava ulaşımı sektörü için, gelecek yıl belirsiz



Okulların kapanıp yaz tatilinin başlamasıyla birlikte hava trafiğinde önemli yoğunluk yaşanırken, sektör temsilcileri son krizlerin ışığında gelecek için endişelerini gizlemiyor. Roma'da düzenlenen Avrupa Havaalanları Konseyi'nin yıllık toplantısında, sektörün gelecekle ilgili kaygıları ayrıntılı bir şekilde masaya yatırıldı. Avrupa Hava Trafik Ajansı verilerine göre, 2020'den itibaren Covid-19 salgını yüzünden sarsılan hava taşımacılık sektörü bu yaz ciddi bir toparlanma yaşayacak. Ryanair gibi bazı havayolları, başta Yunanistan olmak üzere yaz tatil için öncelikle seçilen ülkelere 2019 yılında yaptıkları uçuş sayısına şimdiden ulaştı ve hatta geçti. Avrupa kıtasında geçen haftaki hava trafiği, 2019 yılının aynı dönemin yüzde 86'sına ulaşırken, ağustos ayında bu oranın yüzde 95'e ulaşması bekleniyor. Bilet fiyatları artmasına rağmen şu anda havayolu şirketleri, uçak koltuklarını doldurma konusunda ciddi bir sıkıntı yaşamıyor. Avrupa Havaalanları Konseyi Genel Direktörü Olivier Jankovec, "Önümüzü göremiyoruz. Çünkü çok fazla belirsizlik var. Şu anda Avrupa'da bir savaş ekonomisi var. Oldukça sert bir durgunluk ihtimali var. Rekor seviyelerde enflasyona ulaştık. Tüm bunların tüketici duyarlılığına nasıl etki edeceği hala bilinmiyor." diyerek endişelerini dile getirdi. Aynı endişeleri paylaşan AB Komisyonu'nun Ulaşım Genel Direktörü Henrik Hololei ise toplantıda yaptığı konuşmada şu görüşleri dile getirdi: "Emniyet kemerini gerçekten sıkmamız gerekiyor. Çünkü çok fazla turbülans olacak. Geçtiğimiz on yılda hiç yaşamadığımız bir belirsizlik dönemine giriyoruz. Ve tabii bu işin en büyük düşmanı belirsizlik." Hololei, Ukrayna savaşı, artan enerji fiyatları ile enerji, gıda ve personel sıkıntısını, sektörün önündeki en önemli sorunlar arasında gösterdi. Hololei, son 10 yıldır ilk defa artmaya başlayan faiz oranlarının da etkisinin göz ardı edilemeyeceğini vurguladı. Jet yakıtı fiyatları geçen yıl ikiye katlanırken, petrol üretim kapasitesindeki düşüş ham petrol fiyatlarının sürekli artmasına yol açıyor. Yakıt, havayolu şirketlerin masraflarının dörtte birini karşılarken, buradaki artış uçak biletlerinin de yükselmesine yol açıyor. Larnaka'daki Hermes Havaalanı Direktörü Eleni Kaloyirou uçuşlara yönelik talebin arttığını ve bunun kasım ayına kadar süreceği teyit ederken, "İnsanlar tatil yapmak istiyor. Biz esas gelecek yıl endişeliyiz." diyerek duyularını dile getirdi. İstanbul Havaalanı Yöneticisi Kadri Samsunlu, Batı Avrupa'yı etkisi altına alan enflasyon oranlarına ve tüketici güven endeksinde dikkati çekerek, "taleple ilgili gelecekte ne olacak bilmiyoruz." dedi.

Emitt

26. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı



8 - 11 Şubat 2023

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi
Büyükcçekmece / İSTANBUL

Bölgenin En Hızlı Büyüyen Turizm Fuarı



Yerinizi Ayırttınız mı?

www.emittistanbul.com

İş Ortakları

TÜROFED
Türkiye Otelleri Federasyonu
Turkish Hotels Federation

TTYP
TÜRKİYE TURİZM VE SEYAHAT
TÜRKİYE TURİZM VE SEYAHAT

Organizatör



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.
THIS FAIR IS ORGANIZED UNDER SUPERVISION OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

Damir Davidovic: “Türkiye’den 100 bin turist bekliyoruz”

Karadağ turizm otoriteleri ve sektör temsilcileri, Türkiye’den daha fazla turist ve turizm yatırımı çekmek amacıyla İstanbul’da bir basın toplantısı ve etkinlik düzenledi. Gerçekleştirilen tanıtım organizasyonlarında Karadağ’ın turizm potansiyeli, gelecek hedefleri aktarılırken, turistik yerleri video gösteri ile tanıtıldı. Karadağ turizm tanıtım toplantısına, Karadağ İstanbul Konsolosu Branislav Karadzic, Karadağ Turizmde Sorumlu Devlet Bakanı Damir Davidovic, Karadağ Ulusal Turizm Organizasyonu Direktör Yardımcısı Anisa Muric, Air Montenegro CEO’su Dragana Frantov Nikolic, Podgorica Ofisi Direktörü Irena Rogosic, Bar Turizm Ofisi Direktörü Ivan Kovac, Tivat Turizm Ofisi Temsilcisi Dejana Stjepcevic, Budva Turizm Ofisi Temsilcisi Marija Mitrovic ve ülkenin turizm sektöründen temsilciler katıldı.

“Türkiye ve Karadağ arasında nasıl bir turizm yolu izleyeceğimizi ve bağlarımızı nasıl kuvvetlendireceğimizi konuşmak için buradayız”

Basın toplantısında bir konuşma yapan, Karadağ İstanbul Konsolosu Branislav Karadzic, “Bugün burada bulunmak benim için büyük bir onur. Türkiye ve Karadağ arasında nasıl bir turizm yolu izleyeceğiz ve bağlarımızı nasıl kuvvetlendireceğimizi konuşmak için buradayız. Pandemi ile geçen 2 yıl ve ardından Ukrayna savaşı ile turizm sektörü sekteye uğradı. Bu durum önümüzdeki günlerde de etkilerini gösterecek. Uyum sağlamaya çalışacağız. Ortaklaşa yapabileceğimiz pek çok şey var. Türkiye ve Karadağ arasındaki yatırımlara daha fazla yer açabiliriz. Karadağ küçük bir ülke olmasına rağmen çok güzel doğal güzelliklere sahip ve çok misafirperver bir ülke.” dedi.

“Bugüne kadar Türk turistler, 40 bine ulaşan ziyaretçi rakamıyla Karadağ’ı en çok ziyaret eden ülkeler arasında ilk 10’a girdi”

Karadağ Turizmde Sorumlu Devlet Bakanı Damir Davidovic, Türkiye ile Karadağ arasında turizm alanında iş birliğinin her zaman çok güçlü olduğunu belirterek: “Bugüne kadar Türk turistler, 40 bine ulaşan ziyaretçi rakamıyla Karadağ’ı en çok ziyaret eden ülkeler arasında ilk 10’a girdi. Önümüzdeki senelerde bu rakamı 70-100 bin bandına çıkarmayı düşünüyoruz. Bu bizim için bir dönüm noktası olacak. Bu rakamların 2-3 katına çıkmasını sağlayabiliriz” diye konuştu. Davidovic, iki ülke arasında Osmanlı Dönemi’nden bu yana tarihsel açıdan güçlü bağlar bulunduğuna işaret ederek, “Karadağ ve Türkiye arasında turizm iş birliği her zaman çok güçlü olmuştur. Türkiye’den Karadağ’a ciddi sayıda turist geliyor ve turizm yatırımları gerçekleşti. Bugüne kadar yapılanlar örmeye başladığımız duvarın



temelini oluşturan taşlar oldu. Oteller, tur operatörleri olarak daha sıkı iş birliği ve daha yakın temasta çalışmalıyız. Daha fazla yatırım yapmamız gerekiyor. Karadağ’ın Türkiye’nin görünürliğini artırmayı amaçlıyoruz” paylaşımında bulundu. Karadağ’ın doğal güzelliklerine de vurgu yapan Davidovic, yüzölçümlerinin yüzde 9’unun ulusal park statüsünde olduğunu ifade etti.

“Kotor Körfezi’nde 3 milyar Euro tutarında Akdeniz kıyılarındaki en büyük yatırım yapılıyor.”

Karadağ’ın yılda ortalama 1,8 milyon turist ağırladığını belirten Davidovic, turizmde yılda 1 milyar Euro gelir elde ettiklerini belirtti. Limanlarına yılda ortalama 450 cruise gemisinin yanaştığını belirterek, sözlerini şöyle sürdürdü: “Kotor Körfezi’nde kuş uçuşu 5 km²’lik alanda 3 milyar Euro tutarında Akdeniz kıyılarındaki en büyük yatırım yapılıyor. Bu projeler, aynı zamanda Avrupa’nın en büyük marinalarına ev sahipliği yapıyor. Ülkenin kuzeyinde de çok büyük yatırım yapılıyor. Otoyol ve 10-15 otel ile büyük bir kayak merkezi inşa ediliyor. Dünyanın dört bir yanından Karadağ’a yatırım yapılıyor, Türkiye’den de yüzlerce yatırımcının yatırımı bulunuyor.” Hem pandemi hem savaş ortamı sebebiyle zorlu dönemler atlattıklarını kaydeden Davidovic, sözlerini şöyle sürdürdü: “Pek çok ekonomi bu krizden etkilendi. Gelirin daralmış olması işletmeciler üzerinde büyük bir baskı oluşturuyor. Fiyatlar sadece yüzde 10-15 bandında arttı. Ancak artık fiyatlar sabitlendi ve daha fazla yükselmeyecek. Karadağ’daki turizm oyuncuları, atlarına girdikleri bu yükü turistten çıkarma niyetinde değiller.”

“Uçuşlarımızı haftada 7 güne çıkardık”

Ülkenin ulusal havayolu şirketi Air Montenegro’nun CEO’su Dragana Frantov Nikolic ise iki ülke arasındaki uçuşlara gösterilen yoğun ilgi sonucunda uçuşlarını haftada 7 güne çıkardıklarını söyledi. Geçen yıl faaliyete geçen ve dünyanın ‘en genç ulusal havayolu’ olarak kayıtlara geçen Air Montenegro’nun CEO’su Dragana Frantov Nikolic ise geçen yıl Tivat ve İstanbul arasında haftada 2 uçuş başlatmanın mutluluğunu yaşadıklarını ifade ederek, “Bu hatta gösterilen yoğun ilgi sayesinde uçuşlarımızı haftada 7 güne çıkardık. Ayrıca yaz sezonu boyunca Podgorica-İstanbul arasında haftada 2 uçuş başlattık. THY sayesinde de iki ülke arasında günde 3-4 kere uçmak mümkün.” diye konuştu.

Online PR Servisi B2Press, Çevre Günü'nde turizmin çevresel etkilerini derledi



İklim krizi risklerinin görünür hale gelmesiyle sürdürülebilirlik kavramı, turizmin de aralarında olduğu birçok endüstrinin gündeminde ilk sıraya yerleşti. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, küresel sera gazı emisyonlarının yüzde 8 ila yüzde 10'undan turizm endüstrisinin sorumlu olduğunu söylerken, 5 Haziran Dünya Çevre Günü'nde sürdürülebilir seyahat konusunda farkındalık yaratmak amacıyla, Online PR Servisi B2Press küresel raporlardan seyahat ve turizmin çevresel etkisine ilişkin dikkat çekici veriler derledi.

Yaz aylarının gelmesiyle seyahat planları yapılmaya başlandı. 2020'de tamamen duran, 2021'de yeni varyant endişeleriyle aksayan turizm endüstrisinde 2022'nin ilk aylarından itibaren toparlanma gözlemlendi. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) seyahat ve turizm endüstrilerinin küresel gayrisafi yurt içi hasılaya katkısının 2022'nin sonunda 8,6 trilyon dolara ulaşacağını öngördü. 5 Haziran Dünya Çevre Günü'nün gelmesiyle, küresel ekonomiye ve kültürlerarası etkileşime katkılarıyla dikkat çeken turizm endüstrisinin çevresel etkileri de yeniden gündeme geldi. Online PR Servisi B2Press, 5 Haziran Dünya Çevre Günü'nde daha bilinçli seyahat kararları verebilmek için turizm endüstrisinin çevresel etkisine ve sürdürülebilir seyahat trendlerine ilişkin raporları inceledi.

Turizm endüstrisi toparlanıyor, çevresel etki artıyor

Basın bülteni dağıtımını yapan B2Press'in incelediği Dünya Ticaret Örgütü (WTO) verilerine göre, havayolunu kullanan küresel yolcu sayıları 2022'nin ilk ayı itibarıyla bir önceki yılın aynı ayına kıyasla yüzde 130 artış gösterdi. Yalnızca 2022'nin ilk ayında küresel çapta 18 milyon ziyaretçi kaydedilirken, bu sayının 2021'in tamamında ölçülen ziyaretçi sayısına eşit olduğu tespit edildi. Ayrıca Mastercard Economics Institute raporunda uçuşlarında pandemiden bu yana ilk kez 2019 seviyelerini aştığı kaydedildi. WTTC verileri, turizm endüstrisinin küresel sera gazı emisyonlarının yüzde 8 ila yüzde 10'undan sorumlu olduğunu, küresel seyahat emisyonlarının yaklaşık yüzde 17'sinin

ise havacılıktan kaynaklandığını ortaya koydu. Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) 2021 sonunda yayımladığı veriler karbondioksit emisyonlarının iç hat uçuşlarında pandemi öncesi seviyelerine ulaştığını gösterdi. Birleşik Krallık'taki Exeter Üniversitesi tarafından yürütülen bir başka araştırma ise cruise gemilerinin 12 bin binek araçtan daha büyük bir karbon ayak izine sahip olduğunu ve bu gemilerde bir gece konaklamanın bir otelde kalmaktan 12 kat daha fazla enerji harcayacağını öne sürdü. Birleşmiş Milletler Çevre Programı ise turizm endüstrisinin sebep olduğu katı atık oluşumunun 2050'ye kadar yıllık 12 milyon tona ulaşabileceğini tahmin etti.

Tüketiciler, sürdürülebilir seyahat alternatiflerini tercih ediyor

Bu büyük ölçekli etkiler, küresel kurumları harekete geçirdi. WTTC, Kasım 2021'de yayımladığı net sıfır yol haritasıyla küresel seyahat ve turizm endüstrisinde karbon emisyonlarını 2050'ye kadar sıfırlamak için eylem planı oluştururken, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) de 2050'ye kadar net sıfır hedefine ulaşmayı taahhüt etti. Sektördeki bu değişim ve pandeminin etkileri, tüketicileri de sürdürülebilir seyahat alternatiflerine yönlendirdi. Basın bülteni servisi B2Press'in incelediği McKinsey araştırması, 13 ülkede ankete katılan 2 yolcudan birinin iklim değişikliği konusunda "gerçekten endişeli" olduğunu gösterdi. Ayrıca seyahat edenlerin yüzde 40'ının karbon nötr uçak biletleri için daha fazla ödemeye istekli olduğu görüldü. Booking tarafından hazırlanan 2022 Sürdürülebilir Seyahat Raporu'nda ise 2 kişiden biri iklim değişikliğiyle ilgili gelişmelerin onları daha sürdürülebilir seyahat seçimleri yapma konusunda etkilediğini belirtti.

Hem şirketlere hem de tüketicilere sorumluluk düşüyor

Online PR Servisi B2Press, incelediği araştırma ve makalelerin sonucunda sürdürülebilir seyahatin yaygınlaşması için hem şirketlere hem de bireylere sorumluluk düştüğünü tespit etti. Bu kapsamda, seyahat ya da turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin yapabilecekleri arasında küresel kurumların öncülüğünde belirlenen hedefler doğrultusunda uçtan uca tasarlanmış bir net sıfır stratejisine sahip olmak, havacılık sektöründe SAF olarak tabir edilen sürdürülebilir havacılık yakıtlarının kullanmak, satın alma ve tedarik zincirlerinin gözden geçirmek ve tesislerinde enerji verimliliğini esas alan iyileştirmeler yapmak gibi maddeler öne çıktı. Tüketicilere düşen sorumluluklar arasında ise havayolu seyahatlerini ve plastik atıkları mümkün olduğunda azaltmak, ortalama karbon ayak izini hesaplayarak etkileri sıfırlamak için ağaç dikme gibi pratikleri benimsemek, yerel ekonomileri desteklemek, tatilde mevsiminde üretilen ürünleri tercih etmek gibi maddeler sıralandı.

Dünya turizm sektörü, turist sayısında ilk çeyrekte ivme kazandı

Pandeminin etkilerinin azalması ve kısıtlamaların kalkmasıyla dünya turizm sektörü ivme kazandı. BM Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ), 2022'nin ilk çeyreğinde uluslararası turist sayısının yıllık bazda yüzde 182'lik artış gösterdiğini duyurdu. BMDTÖ, uluslararası turist sayısının, Ocak-Mart 2022'de, 2021'in aynı dönemine göre yüzde 182'lik artışla 117 milyona ulaştığını açıkladı. "Kovid-19 nedeniyle uygulanan seyahat kısıtlamalarının azalmasının ve güven artışının, turizm sektörünün toparlanmasındaki temel neden olduğunu"

belirten BMDTÖ, bölgelere göre bakıldığında Avrupa ve Amerika'nın turizmdeki iyileşmede "lider konumda" olduğunu vurguladı. Verilere göre, 2022'nin ilk çeyreğinde, 2021'in aynı dönemine oranla uluslararası turist sayısı Avrupa'da yüzde 280, Amerika'da yüzde 117 arttı. Ancak turizmin rekor seviyede olduğu 2019'daki verilerle kıyaslandığında Avrupa'nın yüzde 43, Amerika'nın yüzde 46 geride olduğu bilgisi paylaşıldı. 2021'e kıyasla 2022'nin ilk çeyreğinde Orta Doğu'da yüzde 132'lik, Afrika'da yüzde 96'lık, Pasifik'te ise yüzde



64'lük artış olduğu görüldü. Dünya Turizm Örgütü ayrıca, 2 Haziran'dan itibaren 31'i Avrupa'da olmak üzere dünyada toplam 45 destinasyonda Kovid-19 kısıtlamalarının kaldırıldığını açıkladı.

Marriott International, The Red Sea Development Company ile Orta Doğu'daki ilk Ritz-Carlton Oteli için anlaşta

Marriott International, Ritz-Carlton Reserve markasını Suudi Arabistan'ın batı kıyısına getirmek için The Red Sea Development Company ile anlaşma imzaladığını duyurdu. 2023'te açılması planlanan Ritz-Carlton oteli Nujuma'nın; merakla beklenen Kızıldeniz destinasyonunun bir parçasını oluşturması, duylulara hitap eden benzersiz hizmet kalitesini, doğal güzellik ve yerli tasarımla harmanlayarak kişiselleştirilmiş bir deneyim sunması bekleniyor. Nujuma, markanın Orta Doğu'daki ilk mülkü olacak ve dünya çapında yalnızca beş tane bulunan Ritz-Carlton Reserve markasına katılacak. Marriott International Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Geliştirme Sorumlusu Jerome Briet: "En lüks markamız Ritz-Carlton Reserve'ü ve onun hizmet deneyimini Orta Doğu'ya getirmekten heyecan duyuyoruz. Dünyanın en çok beklenen turizm projelerinden birinde mükemmel bir konuma sahip olacak tesis, son derece kişiselleştirilmiş lüks bir deneyim sağlamak için izole bir yaşamı ve inceliği harmanlayacak" diye konuştu. Nujuma, Kızıldeniz'in Blue Hole adalar kümesinin parçası olan bir dizi özel ada üzerinde yer alacak. Bozulmamış doğal güzelliklerle çevrili ve çevreyle kusursuz uyum sağlayacak şekilde tasarlanan tesiste, bir ila dört yatak odalı 63 adet villa yapılması planlanıyor. Planlar ayrıca lüks SPA, yüzme havuzları, birden fazla yiyecek-içecek alanı, alışveriş ve koruma alanı da dahil olmak üzere bir dizi lüks tesis ve olağanüstü hizmeti içeriyor. Yeni açılacak otelin ayrıca 18 adet Ritz-Carlton Reserve markalı rezidans ile sahiplerine benzersiz bir yaşam deneyimi sunması bekleniyor. Ritz-Carlton Reserve, bilinmeyeneye doğru bir kaçış sunuyor: İnsan ilişkilerini merkeze alan, yerel kültür mirası, doğal çevrenin benzersiz unsurlarını bir araya getiren özel ve dönüştürücü bir konaklama deneyimi. Farklı ve lüks bir kaçış arayan en seçici gezginler için, son derece duyarlı ve kişiselleştirilmiş hizmetle yerli lezzetleri bir araya getiren şık, rahat ve samimi bir havaya sahip Ritz-Carlton



Reserve mülkleri, dünyanın özenle seçilmiş köşelerinde gizleniyor. Ritz-Carlton Reserve'ün Tayland, Japonya, Endonezya, Porto Riko ve Meksika'da mülkleri bulunuyor. The Red Sea Development Company CEO'su John Pagano, "Ritz-Carlton Reserve'ü, Kızıldeniz için lüks marka koleksiyonumuzla buluşturmaktan heyecan duyuyorum. Dünya çapında, Ritz-Carlton Reserve mülkleri, sürdürülebilir uygulamalara bağlı, benzersiz lüks deneyimler ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunan kaçış destinasyonları olarak biliniyor. Önümüzdeki yılın başlarında açılışını planladığımız birinci sınıf markanın, gelecekteki konuklarını şimdiden heyecanlandırdığından eminiz" dedi. Kızıldeniz Projesi, Suudi Arabistan'ın batı kıyısında 28 bin kilometrekarelik alanı kapsayan iddialı bir turizm projesi. En yüksek sürdürülebilirlik standartları ile geliştirilen destinasyonun rahatlığı ve doğallığı amaçlayan yeni bir lüks deneyimi sunması bekleniyor. Proje, el değmemiş 90'dan fazla takımadasının yanı sıra sönmüş volkanlar, geniş çöller, dağlar, vadiler ve bin 600'den fazla kültürel miras alanına sahip.

Gürcistan'daki 240 metrelik "Elmas Köprü" turizmin yeni cazibe merkezi oluyor

Gürcistan'da ilk kez, uluslararası özel yatırımla doğa rezervlerindeki en çeşitli ekoturizm alanının düzenlenmesini öngören Kass Land projesi turistlerin cazibe merkezi olmaya hazırlanıyor. Kass Group'un hayata geçirdiği proje ile birçok ekoturizm alanları hayata geçirilecek. Tsalka kanyonu üzerinde bulunan, 240 metre yüksekliğe ve 240 metre uzunluğa sahip, üzerinde bir kafenin bulunduğu, camdan yapılmış ve yüksek güvenlik standartlarına sahip "Elmas Köprü", projenin en çok fark yaratan özelliği olarak öne çıkıyor. Uluslararası özel yatırımla korunan bölgede, hayata geçirilen Kass Land projesinin toplam maliyeti 120 Milyon Lari, (40,8 milyon \$) Projenin yapıldığı bölgede, dağ kulübeleriyle birinci sınıf hizmet veren bir resort otel, ziyaretçi merkezi, restoran, yüzme havuzları, kamp alanları ve çeşitli altyapı hizmetleri yer alıyor. Amerika, Avrupa ve Ortadoğu'dan gelen basın mensuplarının katılımıyla gerçekleşen projenin açılış törenine katılan Gürcistan Başbakanı İraklı Garibaşvili, bölgeye yapılan yatırımın 250 kişiye

istihdam yarattığını belirterek hükümetin ana önceliklerinin doğal mirasın korunması ve ekoturizmin uluslararası standartlara uygun olarak geliştirilmesi olduğuna dikkat çekti. "Bu benzersiz proje, doğal mirasımızı koruyarak böylesine modern ve dünya standartlarında yapıların geliştirilmesinin bir arada nasıl yapılması gerektiğinin bir örneği" diyen Garibaşvili, yeni yapıların da eklenmesiyle kanyon çevresindeki bölgede turizmin hızlanacağını ve teşvik edileceğini belirtti. Kass Group Holding kurucusu Hanoch Kass ise yaptığı konuşmada, yapının Guinness Dünya Rekorlarında yerini alınması için gerekli çalışmalarını başlattıklarını ifade etti. Kass: "Gürcistan turizminde bir elmas niteliği taşıyan, çeşitli ekoturizm alanları ve olağanüstü altyapı hizmetleriyle öne çıkan iddialı Tsalka Kanyonu projesini hayata geçirdik. 240 metrelik cam köprü ve dünyada eş benzeri olmayan elmas şeklindeki kafe, kesinlikle Gürcistan'ın dünyaca tanınan sembolü haline gelecek. Türkiye 've bölge ülkelerinin burayı ziyaret edeceğinden



eminim. Burası dünyadan birçok macera ve doğaseverlerini buluşturacak. Bu eşsiz yapının Guinness Dünya Rekorlarında yerini alınması için gerekli çalışmalar devam ediyor" dedi. Türkiye'yi de yatırım için çok önemli bir yer olarak gördüklerini ifade eden Kass: "Kaas Grubu olarak Türkiye için de çok güzel projelerimiz var, çok yakın zamanda bunları gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Planlarımız arasında 55 milyon dolarlık yeni bir proje var. Projeyi gerçekleştirmek için öne çıkan şehirler İstanbul ve Antalya."

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

“Basit Konaklama Tesis İşletme Belgesi” artık bakanlıktan alınacak

Bütün belediye belgeli otellerin, 28 Temmuz 2022 tarihine kadar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne müracaat ederek yeni Basit Usul Konaklama Belgelerini almaları gerekiyor. Bu tarihe kadar Basit Usul Konaklama Belgesi başvurusunda bulunmayan işletmelerin belediye ruhsatları iptal edilecek. Belediyeden iş yeri açma ruhsatı alan tüm konaklama tesisi işletmecileri bundan böyle “Basit Konaklama Tesis İşletme Belgesi”ni bakanlıktan alacak. Konu hakkında, Muğla Kültür ve Turizm İl Müdürü Dr. Zekeriya Bingöl, “Basit konaklama tesislerine verilen belge, işletmelerin uymak zorunda oldukları fiziki şartların sağlandığını ve bakanlık tarafından belirlenmiş olan işletmecilik esaslarına uyduğunu gösteren belgedir. Tanıtım, bilgilendirme ve uygulanacak fiyat tarifelerinin onaylanmasına ve tesislerin

denetlenmesine ilişkin usul ve esasları belirler.” dedi. Bingöl sözlerine şöyle devam etti “Doğrudan Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlanan işletmeler bundan böyle bakanlığın talimatlarına ve standartlarına göre faaliyetlerini sürdürecekler. Bu sistem sayesinde ülkemize giriş yapan turistler de kayıt altına alınacak ve turizmde kalite bakımından bir yükseliş yaşanacak. Yapılan çalışmalar sonucu, tüm işletmelere ulaşıldı ancak yine turizmcilerin işi son dakikaya bırakarak işlemlerin yetişmeyeceği gelen taleplerden anlaşılıyor. Muğla Kültür ve Turizm İl Müdürü Dr. Zekeriya Bingöl, konu hakkında turizmcileri seslenerek tarihte uzama yapılmayacağı uyarısında bulundu. Bingöl: “Kıymetli turizmcilerimiz, Basit Usul Turizm Belge taleplerinde son günlerde yavaşlama olduğu gözlenmektedir. Mağduriyet yaşamamanız için bir an önce



belge talebinde bulunmanızdır. Bu belge çerçevesinde önceki faaliyetlerinizde bir değişiklik olmayacaktır hatta işlerinizi kolaylaştıracağız. Amaç tüm turizm işletmelerimizi kalite standardını yükseltmek ve bu vesile ile bakanlık çatısı altında birleştirmektir. Temmuz 2022 ye kadar müracaat edilmediği takdirde ruhsat iptal işlemleri başlayacaktır. Bakanlığımız bu konuda kesin talimat verdi. Süre uzatımına gidilmeyecektir. Siz kıymetli turizmcilerimizin zor durumda kalmamaları için ve son günlerde yığılma olmaması için bir an önce belgenizi almak için başvuruda bulunmanız naçizane önerimdir.” ifadesini kullandı.

Bodrum’da hem kara hem deniz dolacak

Bodrum’da yaz sezonu için oteller şimdiden dolmaya başlarken yaklaşık 150 kruvaziyer gemisiyle binlerce turist gelmesi bekleniyor. Ayrıca dünyanın sayılı zenginlerinin lüks yatlarıyla tercihinin bu yıl da Bodrum olacağı belirtiliyor. Bodrum’da son dönemde hayata geçen projelere yabancılar büyük ilgi gösterirken kısa süreli tatil için gelip ilçeye hayran olduğu için gayrimenkul alanların sayısı da her geçen gün artıyor. Bodrum’un bu yaz son yılların en kalabalık sezonunu yaşayacağını belirten Besa Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Efe Bezci, “Bodrum pandemide büyük ilgi görmüştü. Bu sezon ise önlemlerin hafiflemesiyle daha kalabalık bir sezon bekliyoruz. Şimdiden oteller yüzde 90 yoğunluğa ulaştı” dedi. Bodrum’da oteller ve yazlıkların yanı sıra deniz turizminin de hareketli geçeceğini aktaran Bezci, “Bodrum’a geçtiğimiz haftalarda ilçe tarihinin en büyük gemilerinden biri geldi. Bu gemilerin gelişini devam edecek. 2022’de 150 gemiyle, 200 bin yolcunun gelmesi bekleniyor. Büyük yolcu gemilerinin dışında Bodrum, bireysel teknelerle mavi tur yapanların da uğrak noktası” diye konuştu. Dünya zenginlerinin tatil yaptıktan sonra ilçeye hayran kaldığını aktaran Bezci “Kısa süreli bir tatil için gelip buradan gayrimenkul almak isteyenlerin sayısı artıyor. Bodrum bir dünya markası haline geldi. Dünyanın dört bir yanından yatırımcıları kendisine çekiyor” ifadelerini kullandı. Bodrum’da hayata geçirdikleri projelerine yoğun ilgi gösterildiğini kaydeden Bezci, şunları söyledi: “The BO Viera ile Bodrum’un en büyük inşaat, çevre, plan ve peyzaj revizyonunu hayata geçirdik. Toplam 150 dönüm arazi üzerinde tamamı deniz ve gün batımı manzaralı 315 villa ve rezidanstan oluşan, Hilton grubunun üst segment, soft branded markası Curio’nun 85 odalı otelinin yer aldığı, arazinin doğal eğimlerini çok başarılı biçimde kullanan, mimarının peyzajın içerisinde eridiği The BO Viera tamamlandığında Bodrum’un doğasına saygılı en önemli projesi olacak. Bu projemize İngilizler, Ruslar başta olmak üzere dünyanın her yerinden büyük ilgi gösteriliyor.”



Avrupa İklimlendirme sektörü, 25-28 Ekim 2022’de Antalya’da buluşuyor



İki yılda bir düzenlenen Avrupa’nın en büyük HVAC&R sektörü buluşması Eurovent Summit’e bu yıl İSKİD (İklimlendirme, Soğutma Klima İmalatçıları Derneği), Avrupa EUROVENT Derneği ile ev sahipliği yapacak. Ana teması “Köprüler Kurmak/ Building Bridges” olan Eurovent Summit’in odak noktası imalatçılar ve danışmanlar, planlamacılar, montajcılar, ticaret birlikleri ve bürokratlar için, Avrupa ve komşu coğrafyalar arasında daha sürdürülebilir, topluma dokunan, çevreye duyarlı endüstriyel ürünler ve sistemler arasında köprüler kurmak olacak. Eurovent Summit, Avrupa ve ötesinden 500’den fazla önemli sektör temsilcisini, bir araya getirerek yeni iş birliklikleri oluşturmayı amaçlıyor. 4 gün sürecek zirve süresince düzenlenecek 50’den fazla toplantıda “Kapalı Mekan İklimlendirilmesi (HVAC)”, “Proses Soğutma” ve “Gıda Soğuk Zincir Teknolojileri” alanında çalışan profesyoneller için sektördeki güncel gelişmeler, oturum ve panellerde ele alınacak. Gündüz toplantılar ve akşamları Antalya’nın tarihi mekanlarında yapılacak etkinliklerle, Türkiye İklimlendirme Sektörü anlatılırken, Türkiye’nin kültürel zenginliklerinin de tanıtılması amaçlanıyor. Eurovent Summit Antalya katılımcıları, HVAC&R sektöründe ürün bazında gelişmelerin konuşulduğu, AB regülasyonlarına görüş oluşturulduğu ve sektördeki gelecek trendlerinin tartışıldığı “Product Group” toplantılarına, ücretsiz bir şekilde katılım imkanı bulacaklar. Zirveye katılım gösteren sektör profesyonelleri, iklimlendirme sektörünün Avrupa ve dünyadaki en güncel gelişmeleri hakkında bilgi sahibi olabilecekler.

USTİS'ten sağlık turizmine ışık tutacak rapor

Türkiye sağlık turizmi sektörünü tek çatı altında birleştirmek amacıyla kurulan Uluslararası Sağlık Turizmcileri İşverenler Sendikası (USTİS), 30 Mart'ta gerçekleştirdiği İstanbul Sağlık Turizmi Çalıştayı'nın sonuç raporunu açıkladı. Rapor 100 sayfadan oluşan bir kitapçık halinde yayınlandı. Rapor; ilgili bakanlıklar, USTİS'in üye olduğu Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu'nun (TİSK) tüm işveren sendikaları başkanları ve genel sekreterleri ile ilgili tüm kuruluşlara ulaştırılmak üzere dağıtılmaya başlandı. Türkiye'de ilk kez sağlık turizmindeki tüm paydaşları bir araya getiren çalıştayı'nın ürünü olan raporda seyahat acentelerinin, hastanelerin, otel işletmecilerinin, sağlık turizmi ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının, sigorta işletmelerinin ve sektörün diğer profesyonellerinin tespit ettikleri sorunlar ile çözüm önerileri yer alıyor. USTİS Akademi tarafından düzenlenen çalıştayı değerlendiren USTİS Başkanı Aslı Tarcan, "Ülkemizde birçok sağlık turizmi işletmesi var. Düzenlediğimiz bu çalıştay hem sektörün tüm paydaşlarını bir araya getirdi hem de sektörün sorunlarını geniş açıdan görmemizi sağladı. Kurumların faaliyet alanlarına göre belgelendirme ve yetkilendirmedeki karmaşıklıktan, yetersiz denetime kadar; nitelikli işgücü eksikliğinden, defolu ve sigortasız hizmetler ile buna bağlı sorunlara kadar birçok sorun dile getirildi. Akabinde nitelikli personel eksikliği için eğitim programlarının hazırlanmasından yasal mevzuatın tüm paydaşlarla birlikte kapsamlı olarak revize edilmesine kadar birçok çözüm önerisi sunuldu. Çalıştaya katılan tüm tarafların bu sorunların çözülmesi noktasında USTİS'in düzenleyici ve denetleyici bir rol üstlenmesini istemesi bizim için ayrı bir gurur oldu. Sektörümüzün bize olan güvenini boşa çıkarmamak için var gücümüzle çalışmalarımıza devam ediyoruz. En kısa zamanda bu çalıştayı'nın benzerlerini Türkiye'nin yedi bölgesinde de düzenleyeceğiz." dedi.

Çalıştay'da dikkat çeken sorun ve çözüm önerileri

Çalıştayda tüm katılımcılar göz önüne alınarak her biri 10 kişilik oturma düzenine sahip 10 masa kuruldu. Bu masalardan ikisi seyahat acentelerine aitti. Mevzuat eksikliği olduğuna vurgu yapan seyahat acenteleri, yeni mevzuat hazırlanırken sürece kendilerinin de dahil edilmesini istedi. Sektörde sigortanın olmamasının önemli sorun olduğu belirtilerek bu konuda hazırlanacak poliçenin ivedilikle hayata geçirilmesi istendi. Seyahat acentelerinin KDV oranlarının yüzde 18, hastanelerin ise yüzde 0 olduğu belirtilerek her ikisinin de sıfırlanması talep edildi. Acenteler ayrıca güven ve etik standartlarının olmamasından yakınlıkla bu konuda yaptırım uygulama yetkisine sahip ve kolay ulaşılabilir bir şikayet masasının olması gerektiğini dile getirdi. Hastane temsilcileri de seyahat acenteleri gibi iki masada temsil edildi. Sağlık turizmi yapan paydaşların her süreci kendisinin yapmaya çalıştığını belirten hastane temsilcileri ortak hareket etme konusundaki sıkıntıların giderilmesi adına bu USTİS'in yaptığı çalıştayı'nın ve benzerlerinin artarak sürmesi istendi. Kayıtlı kurumların yanında kayıtsız kurumların da denetlenmesini isteyen hastane temsilcileri, rehberlere de sağlık terminoloji eğitimi verilmesini istedi. Sağlık tesislerinde yabancı dil bilen çalışanların



eksikliğinin çekildiğini belirten hastane temsilcileri, yabancı dil eğitiminin koordine edilmesini ve devlet tarafından desteklenmesini istedi. Otel işletmesi temsilcileri de iki masada yer alan sağlık turizmi paydaşlarındandı. Otel işletmecileri ilk sorun olarak niteliksiz personele dikkat çekti ve personele eğitim sertifikasının verilmesi gerektiğine vurgu yaptı. Kurum-otel ve acente arasında eşgüdüm eksikliği olduğuna dikkat çeken otel işletmecileri, reklam ve doğru tanıtım konusunda da eksiklikler olduğunu dile getirdi. Sağlık turistleri ile ilgili verilerin bulunmamasının problemleri görmek noktasında sorun yarattığını belirten otel işletmecileri, verilerin toplanarak, doğru analiz edilmesi gerektiğini vurguladı. Otelerde sağlık turizmine ait müşterilerin bulunmasının hijyen sorunu yaratabildiğini de belirten otel işletmecileri, müşterilerin görsel açıdan daha kabul edilebilir (örneğin saç ekimi operasyonu) bir şekilde taburcu edilmesi gerektiğini söyledi.

Denetimde USTİS de yer alsın talebi

Sağlık turizmi ile ilgili sivil toplum kuruluşları (STK) da iki masada yer aldı. STK'lar hasta-aracı ve doktordan oluşan sağlık hizmet zincirinde güven ve kalite sorunu olduğunu dile getirerek bu sorunun çözülmesi gerektiği belirtildi. Sağlık turizmi eğitiminde nitelik ve etkinlik sorunu olduğunu kaydedilirken sadece fiyat konusunda değil hizmet kalitesinde de farklılıklar yaratılması gerektiğinin altı çizildi. Reklam ve tanıtım eksikliğine dikkat çeken bir diğer sağlık turizmi paydaşı da STK'lar oldu. Sigorta işletmesi temsilcileri sağlık turizmi için gelenlerin ve özellikle Avrupa'da yaşayan çifte pasaportlu Türk vatandaşlarının sigorta güvencesi altına alınmasına mevzuatın müsaade etmediğini belirttiler. Bu amaçla çalışma yapılması gerektiğini belirten sigorta temsilcileri seyahat sağlık sigortası poliçesinin çıkmasını ve bu poliçenin limit ve kapsamının USTİS tarafından oluşturularak denetlenmesini istediler. Diğer profesyonel meslek temsilcileri ise sağlık turizmi envanterinin olmadığına vurgu yaparak USTİS tarafından sağlık turizmi verilerinin toplanmasını ve ilgili tüm sektör temsilcileriyle paylaşılmasını önerdiler. Belgelendirmede seçici olunması ve sertifikasyondaki sorunların giderilmesini isteyen profesyonel meslek temsilcileri, USTİS'in etkin olduğu düzenli bir denetleme mekanizması olması gerektiğini vurguladı. (Dünya)

Türkiye ile Sırbistan arasında kimlikle seyahat dönemi

Türkiye ile Sırbistan arasında kimlikle geçiş uygulamasına ilişkin kararın işlenmesi için gereken yasal düzenleme Sırbistan hükümeti tarafından başlatıldı. Yapılan açıklamaya göre iki ülke arasındaki ilişkilerin gelişmesi adına imzalanan anlaşma gereği bundan sonra Türkiye ve Sırbistan vatandaşlarının bu ülkelere kimlikle geçebileceği ifade edildi. Söz konusu uygulama ile iki ülke ekonomisine de katkı sağlayacağına işaret edildi. Türkiye'nin Belgrad Büyükelçisi Hami Aksoy, Sırbistan hükümetinin aldığı bu karardan sonra kimlikle seyahat uygulamasının başlayabilmesi için taraflar arasında kısa süre sonra bir protokol imzalanacağını açıkladı.



“2030 yılına kadar, tüm konaklama tesislerimizin sürdürülebilir turizm standartlarını karşılamasını hedefliyoruz”

TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu 2022 etkinliklerinin ilki olan, “Sürdürülebilir Turizm ve Döngüsel Ekonomi” başlıklı webinar düzenledi. Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan’ın katılımı ile gerçekleşen etkinlikte turizmde küresel rekabetçilik için önemli bir konu olan “sürdürülebilir turizm ve döngüsel ekonomi” teması ele alındı. Etkinlikte konuşan Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan, Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2000-2019 yılları arasında 2 yılda bir yayınlanan turizm endeksinde köklü bir değişikliğe gidildiğini belirterek şunları söyledi: “Dünya Ekonomik Forumu 2022 yılı itibarıyla turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve dayanıklılık vurgusunu temel olarak seyahat ve turizm gelişmişlik endeksi olarak yeni bir karşılaştırma değerlendirme endeksi hazırladı. Sürdürülebilirlik vurgusunun arttığı yeni endekste Türkiye 2019 yılı verileriyle 49. sırada yer alırken 2021 yılında 4. sıraya yükselerek 45. sıraya yerleşti. 117 ülkeyi 17 farklı başlıkta sıralayarak seyahat ve turizm sektörü aracılığıyla ülkelerin sürdürülebilir ekonomik kalkınmasına ve gelişmişlik gücüne katkıda bulunan faktörleri inceleyen endeks aynı zamanda Birleşmiş Milletler, Dünya Turizm Örgütü, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi gibi uluslararası örgütlerin paydaşlarıyla hazırlanması açısından önem arz ediyor. Bakanlığımız 2023 yılı turizm stratejisini açıkladığı 2019 yılından bu yana çeşitli bakanlıklarla yoğun çalışmalar sürdürmüş bunun sonucunda seyahat, turizm gelişmişlik endeksi dahilinde göstergelerde 50’inde iyileşme sağlamıştır. Türkiye en iyi derecelerini kültürel farklılıklar, fiyat rekabetçiliği, hava yolu, ulaşım

altyapısı gibi alanlarda gösterirken; kültürel varlıklar dünya sıralaması endeksinde 13. sırada yer aldı. Bu çok önemli bir rakam”.

Türkiye Sürdürülebilir Turizm programı ile tüm konaklama tesislerimizin sürdürülebilir turizm standartlarını karşılamasını hedefliyoruz

Seyahat ve Turizm Gelişmişlik endeksinde köklü değişikliğe sebebiyet veren sürdürülebilirlik konusunun trend olmaktan öte bir sorumluluk olduğunu belirten Alpaslan sözlerine şöyle devam etti: “Bakanlığımız, stratejik planlarını, mevcut politika ve eylemlerini sürdürülebilirlik odaklı yürütüyor. Bu kapsamda bakanlığımızın katkıları ile Türkiye Turizm Geliştirme Ajansı ile sürdürülebilir turizm standartları konusunda dünyadaki en üst çatı kuruluş olan Küresel Sürdürülebilirlik Turizm Konseyi arasında ilk defa hükümetimiz nezdinde, “Türkiye Sürdürülebilir Turizm” programı” ismiyle 3 yıllık bir sözleşme imzaladık. Kapsamıyla dünyaya örnek olma niteliğine sahip Türkiye Sürdürülebilir Turizm programında konaklama tesisleri, tur operatörleri ve destinasyonlar için sürdürülebilir turizm kriterleri geliştiriliyor. Birinci aşamasını 2023 yılında ikinci aşamasını 2025 ve son aşamasını 2030 yılında tamamlayarak kademeli bir şekilde tüm konaklama tesislerimizin sürdürülebilir turizm standartlarını karşılamasını hedefliyoruz”. Etkinliğin açılış konuşmasını yapan TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi ve Gıda, Tarım ve Hizmetler Yuvarlak Masa Başkanı Ozan Diren turizm sektörünün pandemiden en çok etkilenen sektörlerden biri olduğuna dikkat çekerek şunları söyledi:

“Pandemi öncesinde 2014-2018 yılında 1,4 milyar turist küresel olarak 1,7 trilyon dolar gelir getirmişti. 2020 yılında ise turizm sektöründe istihdamda 62 milyonluk gelirden ise 4,5 trilyon dolarlık kayıp meydana geldi. Seyahat kısıtlamalarının kaldırılması, aşılma gibi gelişmeler turizm sektörüne olumlu yansıdı. 2022 yılı ocak ayında turist sayısı bir önceki yıla göre 18 milyon artış gösterdi. Bununla birlikte Rusya, Ukrayna savaşı sektörde yeni bir risk faktörü olarak ortaya çıktı. Savaşın uzaması durumunda 2022 yılında küresel olarak 14 milyar dolarlık bir kayıp bekleniyor. Sektörü ekonomik ve sosyal olarak sekteye uğratan bu sorunların aşılması durumunda gerçekleşmesi beklenen turizm patlaması ise beraberinde sürdürülebilirlik ile ilgili bazı riskleri getiriyor. Bu çerçevede sürdürülebilir destinasyonlar, yeşil dönüşüm ve döngüsel ekonomi gibi kavramlar, turizm sektörünün de hızla gündemine girmeye başladı”. Turizm sektörünün mevcut durumunu görmek sektörün vizyonunu ve gelecek hedeflerini objektif bir şekilde ortaya koymak için Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan Turizm ve Seyahat Gelişmişlik Endeksi ve bu endeksin sonuçlarının büyük önem taşıdığını belirten Diren “2021 yılında ismi “Turizm ve Seyahat Gelişmişlik Endeksi” olarak değişen endeks sektörün karşı karşıya olduğu riskler de göz önüne alındığında sürdürülebilirliğin yanına dayanıklılık olgusunu da ekledi. Artık daha az atık çıkaran, daha az karbon salımı yapan, daha çevreci destinasyonlar tüketiciler için öncelikli hale geliyor” dedi.

Bursa Suuçtu Ekoturizm rotası açıldı

5 Haziran Dünya Çevre Günü kapsamında bir açıklama yapan Orman Genel Müdürü Bekir Karacabey, doğayı, çevreyi koruyan, daha bilinçli seyahat etmeyi amaçlayan bir turizm şekli olan ekoturizm konusunda tüm çalışmaların hızla sürdüğünü kaydetti. İlk olarak 2017 yılında başladıkları ve bugün 53 rotaya ulaşan ekoturizm destinasyonlarına bir yenisini eklediklerini belirten Karacabey, “Bursa ilimizdeki Suuçtu Şelale bölgesinde 3,2 kilometrelik bir hat üzerinde yer alan ekoturizm alanı, doğa içinde konaklama, yürüyüş, bisiklet parkurları ile doğal habitatı keşfetme imkanı veriyor” dedi. Orman ekosistemlerinin sürdürülebilir kalkınmada önemli bir rol oynadığına değinen Karacabey sözlerini şöyle sürdürdü; “Özellikle son yıllarda kentli nüfusun artışına bağlı olarak, şehirli insanın doğaya olan yabancılaşması beraberinde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de insanlarımızın ormanların sosyokültürel değerlerinden olan sağlık, estetik ve rekreasyon özelliklerine olan yönelimini artırmıştır.” Ekoturizm rotalarıyla Türkiye turizm destinasyonlarına yıllık 100 milyon TL katkıda bulunulduğunu sözlerine ekleyen Karacabey, “Ekoturizm Eylem Planı bitimi olan



2025 yılı sonu itibarıyla, yeni yapılacak ‘Ekoturizm Yönetim Planı ve Uygulamaları’ ile ekoturizm alanlarımız ülke turizm destinasyonlarına yıllık 500 milyon TL katkıda bulunacağını öngörüyoruz” diye açıkladı. Suuçtu Ekoturizm Alanı, Bursa ili Mustafakemalpaşa ilçesi Çataltepe mevkiinde, ilçe merkezine 17 km uzaklıkta, Muradiyesarnıç Köyü yakınlarında bulunuyor. Ekoturizm alanı, ismini bölgede bulunan ve 38 metreden dökülen Suuçtu Şalesinden alıyor. Alan içerisinde bulunan ve görsel olarak önemli bir kaynak değere sahip olan Karadere Deresi üzerindeki Arıkaya Şelalesi ve göleti bölgenin öne çıkan turizm değerlerinden olarak ziyaretçileri ağırlıyor. Bursa’nın önemli mesire yerlerinden olan alan zengin bir biyoçeşitliliğe sahip.



**TÜM BANKA
ŞUBELERİNDEN
LÖSEV BAĞIŞ**

**ALO LÖSEV
0312 447 06 60**

**ONLINE BAĞIŞ
losev.org.tr**

Vekaleten kurban kesiyoruz çünkü...

Her Kurban Lösemili Çocuklara Can



Telefonunuzun
kamerasıyla
kodu okutarak
bağış yapabilirsiniz

I-MICE Derneği Başkanı Hüseyin Kurt, yeniden 3 yıllığına başkan seçildi

3. Olağan Genel Kurul'unu İstanbul Marriot Hotel Asia ev sahipliğinde gerçekleştiren Uluslararası MICE Endüstri Derneği, Hüseyin Kurt'u yeniden 3 yıllığına başkan olarak seçti. Hüseyin Kurt gerçekleştirdiği konuşmasında: "Seçildiğimiz günden günümüze dek derneğimiz ve sektörümüz adına katma değer üretmek ve sektörümüz adına fayda sağlamak adına yoğun gayret içerisinde olduk. Dönemimiz içerisinde dünyayı etkisi altına virüs, pandemi ve etkileri ile sektörümüz adına yoğun mücadele ettik. Bu dönem kayıplarımızın olduğu, sosyo-ekonomik hayatlarımızın sıfırlandığı, hava sahalarının

kapandığı, ülkelerin ve şehirlerin karantina altına alındığı, evlerimize kapandığımız, hayatımıza maske ve mesafe gibi kavramların girdiği bir dönem olarak sanıyorum tarihteki yerini alacak. Lakin, bizler bu dönemde her türlü acımızı, ekonomik sıkıntımızı, dert ve tasamızı bir kenara bırakıp, "Ben yerine biz" adına hareket edip sektörümüzü, ekonomik, endüstriyel büyüklüğümüzü, tanıtıma ve ekonomiye olan katkımızı neredeyse kapı kapı dolaşım anlattık. Gerçekleştirdiğimiz basın toplantılarıyla kamuoyu yarattık. Gerçekleştirdiğimiz eğitimler, zoom ve Instagram üzerinden canlı yayınlarla



sektörümüze güven, moral ve enerji aşılamaya gayret ettik. Yaptıklarımızın sektörün geneli tarafından memnuniyetle karşılanması taktir görmesi bizim için gurur verici." dedi. Hüseyin Kurt, yeni dönemde I-MICE'yi ülkenin her tarafına yayacaklarını, aynı zamanda Uluslararası arenaya da çıkmanın zamanının geldiğini belirtti.

"Hepsi Bungalov" makul bütçelerle ekonomik tatil arayanlara yol haritası sunuyor

Giderek artan tatil harcamaları tatilcileri bungalov, tiny house, glamping gibi alternatif konaklama seçeneklerine yöneltti. Zincir otellere kıyasla yüzde 50 maliyet avantajı sunan alternatif konaklama seçeneklerini tek bir adreste buluşturduklarını söyleyen Hepsi Bungalov'un kurucusu İlker Kulaksız, "Asos'a 2 km uzaklıktaki Kadirga Koyu'nda bungalovlarda 2 kişilik yarım pansiyon konaklamanın günlük faturası bin TL civarında." dedi. Alternatif konaklama seçenekleriyle uygun bütçeli tatil yapmak isteyenlere kılavuzluk ettiklerini belirten Hepsi Bungalov'un kurucusu İlker Kulaksız, "Yaz sezonun açılmasıyla Ege ve Akdeniz sahilleri yerli ve yabancı turistlerin akınına uğrasa da tatilini düşük bütçelerle planlamak isteyenler bungalov, tiny house, glamping gibi seçenekleri tercih ediyor. Alternatif konaklamayı zincir otellerle kıyasladığımızda yüzde 50'yi bulan maliyet avantajı sunuyor. Tatilcilerin 5 yıldızlı otel hizmeti de alabileceği bir donanıma sahip olan alternatif seçenekleri, pandemi etkilerinin azalmaya başlamasına rağmen cazibesini yitirmeyen izole tatil arayışlarına da cevap veriyor" dedi.



Tatilcilerle çözüm ortaklığı kuruyor

Hepsi Bungalov olarak Türkiye'nin dört bir yanındaki bungalov, tiny house, glamping gibi alternatif konaklama seçeneklerini tek bir platformda bir araya getirdiklerini kaydeden İlker Kulaksız, "Sapanca'dan Bolu'ya, Rize'den Fethiye ve Kaş'a kadar en çok tercih edilen destinasyonlarda yer alan bungalov, tiny house, glamping gibi konaklama seçeneklerini listelediğimiz platformumuzda, her bütçeye özel çözümler sunuyoruz. Makul bütçelerle ekonomik tatil yapmak isteyenlere yol haritası sunuyoruz. Bu tür alternatif seçeneklerle doğanın içinde 5 yıldızlı otel konforunda tatil yapmak isteyenler ve kısıtlı bütçelerle kendi konforunu yaratmayı tercih edenlerle çözüm ortaklığı kuruyoruz" ifadelerinde bulundu. Yaz sezonunun açılmasıyla birlikte alternatif konaklama taleplerinin İzmir ve Antalya'daki kamp alanlarında yoğunlaştığına değinen Hepsi Bungalov'un kurucusu İlker Kulaksız, "İzmir ve çevresi ile Çanakkale'nin turizm beldesi Asos'a 2 km uzaklıkta bulunan Kadirga Koyu, deniz tatili yapmak isteyenlerin tercihlerine yön veriyor. Kadirga Koyu'ndaki bungalovlarda 2 kişilik yarım pansiyon tatilin bilançosu haziran itibarıyla bin 100 TL civarında, temmuzda ise bin 500 TL'ye ulaşacak. Antalya'da Adrasan ve Kumluca çevresindeki kamp alanları da yine özellikle gençler için uygun bütçeli bir tatil fırsatı sunuyor. Bölgede Akvaryum Koyu ve çevresi de zincir otellerle kıyaslandığında kamp ve bungalov gibi alternatiflerle uygun fiyatlı tatil deneyimi yaşıyor. Sapanca, Maşukiye, Iğneada, Bolu civarında da benzer bütçelerle konaklamak mümkün" diye bilgi verdi.

İGA İstanbul Havalimanı CEO'su dünya havacılığını yöneten 28 kişiden biri oldu

İtalya'nın başkenti Roma'da 22-24 Haziran tarihleri arasında düzenlenen ACI Europe Genel Kurulu'nda, İGA İstanbul Havalimanı CEO'su Kadri Samsunlu'nun, ACI World Yönetim Kurulu Üyeliği'ne seçildiği açıklandı. Uluslararası Havalimanları Konseyi'nin (ACI World), 185 ülke ve bölgede faaliyet gösteren, 1950 havalimanını bünyesinde barındıran toplam 717 üyesi bulunan bulunuyor. Sektörün gelişimi ve havacılığın ilerlemesi için politika oluşturma, eğitim, araştırma-geliştirme faaliyetleri yürüten ACI World, dünya havacılık sektörünün küresel ölçekteki en önemli çatı kuruluşlarının başında geliyor. 717 üye arasından seçilen yönetim kurulu üyeleri ACI World Yönetim Kurulu'nda hem ülkelerini temsil ediyor hem de havacılık sektörü ile ilgili alınan kararların yürütülmesinden sorumlu oluyor.



İGA CEO'su Kadri Samsunlu ACI World Yönetim Kurulu'nda

İGA Havalimanı İşletmesi CEO'su Kadri Samsunlu, havacılık sektörünün dünyadaki en önemli kuruluşlarından biri olan ACI World'de Türk havacılık sektörünü temsil etmekten gurur duyduğunu ifade ederken, konuyla ilgili şunları söyledi: "ACI World'de oldukça önemli bir görev bize layık görülmüş oldu. Bu görev, büyük bir sorumluluğu da beraberinde getiriyor. Geçtiğimiz yıl ACI Europe'un yönetim kuruluna seçilmiştim. Bu yıl ise ACI World'un yönetim kurulu içinde görev alacağımı öğrenmiş bulunuyorum. ACI World Yönetim Kurulu Üyeliği görevi süresince; ACI'nın Türk havacılık sektörü ile her düzeydeki ilişkisini güçlendirmek ve sürdürülebilir büyüme ile tüm paydaşlar için en yüksek değeri oluşturmak üzere çalışmak, öncelikli hedeflerimiz arasında olacak." ACI World Genel Direktörü Luis Felipe de Oliveira, Samsunlu'nun ACI World yönetim kuruluna seçilmesine istinaden, "İGA İstanbul Havalimanı CEO'su Sayın Kadri Samsunlu'nun bölgesel ACI konseyleri tarafından seçilen 28 temsilciden oluşan ACI World Yönetim Kurulu'na katılmasından mutluluk duyuyoruz. Önde gelen bir uluslararası küresel aktarma merkezinin CEO'su olan Sayın Samsunlu'nun zengin deneyimleri ve görüşlerinin bizlere katacakları, şüphesiz ki hem üyelerimize hem de küresel havalimanı sektörüne büyük fayda sağlayacak. ACI World Yönetim Kurulu'ndaki döneminin başlamasını dört gözle bekliyoruz" ifadelerini kullandı.

Dedeman'da vefalı buluşma



Dedeman Hotels & Resorts International'a kuruluşundan bu yana emek veren isimler, Dedeman İstanbul'da gerçekleşen 'Geleneksel Dedeman Buluşmaları' etkinliğinde bir araya geldi. Dedeman Hotes & Resort International'a uzun yıllar emek verenler için düzenlenen etkinlik, 26 Haziran Pazar günü Dedeman İstanbul Balo Salonu'nda yapıldı. Yönetim Kurulu Başkanı Banu Dedeman'ın ev sahipliğinde gerçekleştirilen etkinliğe, Dedeman markasına önemli katkılarda bulunan, markaya gönül veren, emekli olmuş ve halen çalışan 78 değerli isim katıldı. Konukların Dedeman üst yönetiminin alkışları ile salona alındığı bu etkinlikte, keyifli anlar yaşanırken, paylaşılan unutulmaz anılar duygusal dakikalar yaşattı. Dedeman'a büyük katkıları olan isimlerle bir arada olmaktan dolayı hem heyecanlı hem de çok mutlu olduğunu dile getiren Dedeman Hotes & Resort International Yönetim Kurulu Başkanı Banu Dedeman, "Bugün ulaştığımız başarıda sizlerin katkısı ve emeği çok büyük. Sizlerin desteği ile birlikte daha da büyüyeceğiz. Sizden öğrendiklerimizle bugünlere geldik. Birlikte çizdiğimiz bu yoldan devam ederek, Dedeman kültürünü gelecek nesillere taşımak için aynı özveriyle çalışıyoruz" dedi.

"Dedemanlı olmak bir ayrıcalıktır"

"Markamızda uzun yıllar emek vermiş çalışanlarımız ile her zaman gönül bağımız çok güçlü oldu, bundan sonra da öyle olmaya devam edecek" diyen Banu Dedeman, yeni bir uygulamanın da müjdesini şu sözlerle verdi: "Mevcutta çalışan arkadaşlarımıza sunulan Dedeman otellerindeki tüm ayrıcalıklardan, Dedeman'da güzel anılar biriktirmiş eski çalışma arkadaşlarımızı da faydalanacak. Ömür boyu geçerli olacak bu imkânlar, bundan sonra ailemize yeni katılacak Dedemanlılar için de geçerli olacak. Çünkü Dedemanlı olmak bir ayrıcalıktır" dedi. Dedeman, konuşmasını markanın kurucusu merhum Mehmet Kemal Dedeman'ın "Eskilere Vefa, Yenilere Hoş Seda" sözü ile noktaladı. Etkinlikte, Dedeman'ın turizm sektörünün en çok çalışılmak istenen markası olmasının hedeflendiği belirtilirken, tüm çalışanlar için geçerli olan yeni prim sisteminin de bilgisi paylaşıldı. Yarım asrı aşkın geçmişine ile turizm sektörüne birçok profesyonel yetiştirmiş olan, 'bir okul' olarak nitelendirilen Dedeman'ın bu unutulmaz buluşmasında hasret giderildi, eski günler vâd edildi. Toplu fotoğraf çekimi ile Dedeman'daki unutulmaz anıların arasına bir yenisi daha eklendi.

Alkoçlar hakkında iflas kararı verildi

Ender Alkoçlar'ın, bünyesinde 3 otelinin bulunduğu Alkoçlar Otelcilik daha önce de konkordato talebinde bulunmuştu. Konu ile ilgili İstanbul 1. Asliye Ticaret Mahkemesi'nin verdiği iflas kararını, İstinaf Mahkemesi kaldırdı. Dosyaya tekrar bakan Ticaret Mahkemesi kararında direndi ve şirketin iflasına karar verdi. Böylece 23 Milyon lira sermayeli şirketin tasfiye sürecine geçildi. Yargılama devam ederken şirketin ünvanı Amaç Otelcilik AŞ olarak değiştirilse de bu sonucu değiştirmede. Alkoçlar sitesinde İngilizce ve Rusça olarak da yayınlanan veda mesajında: "Senelerce bize destek olan başta mesai arkadaşlarımıza, yöneticilerimize, seyahat acentelerine ve bizleri tercih eden tüm yerli ve yabancı misafirlerimize şükranlarımızı sunarız" ifadelerine yer verildi.

Kirpi yurtdışına açılmayı planlıyor



Hızlı bir büyüme gösteren, İstanbul'un beğenilen zincir restoranlarından Kirpi, yurtdışına ve Türkiye'nin çeşitli şehirlerine açılma hazırlıkları yapıyor. Son olarak İstanbul Galataport'ta misafirleriyle buluşan Kirpi-Lestat Gıda A.Ş. Marka Müdürü Aybike Taşkın, genişleme hedeflerine, markanın kalitesine uyacak yerlerde devam etmek üzere İstinye Park AVM, Zorlu AVM, Haliç Port vb. ile görüşmeler yaptıklarını açıkladı. Galataport, Suadiye, Koşuyolu, Erenköy, Akasya AVM, Buyaka AVM olmak üzere İstanbul'un sevilen buluşma noktalarında hizmet verdiklerini hatırlatan Taşkın, şu bilgileri verdi: "20 yıllık bir firmayız. Yurtdışından ve ülkemizin çeşitli şehirlerinden teklifler almaktan dolayı çok mutluyuz. İnce eleiyip, sık dokuyoruz. Kalitemizi koruyarak büyümeyi amaçlıyoruz. Şimdiye kadar üç yılda bir gibi şube açarken vites büyüttük. Bize yakışacağına inandığımız her yerde misafirlerimizle buluşabiliriz. İzmir ve Çeşme, Aydın gibi çevresini de odağımıza aldık."

Standartları yüksekte tutarak büyüyor

Kirpi'nin tüm şubelerinde aynı yüksek standart ve kalite mevcut. Tüm şubelerinde raflardan tabağa kadar en ince detayına kadar standart koruma kontrolleri yürütülüyor. Fiyat, menü, dekorasyon tarzı gibi tüm unsurları standart tuttuklarını açıklayan Aybike Taşkın, "Kirpi'de hizmet içi eğitim son derece önemlidir. Tüm şubelerimizdeki eğitimleri aynı anda veriyoruz" dedi. Mutfakta zengin çeşit sunan Kirpi, tariflerini ve tabak sunumlarını birçok farklı ülkenin veya bölgenin ürünlerinden faydalanarak, misafirleri için özel olarak yaratıyor. Şarap kavı, kokteyl, bira v.b. gibi alkol ve kahve seçenekleri de geniş olarak yer alıyor. Sabah kahvaltısıyla güne başlayan mekan, öğlen yemeği, akşam yemeği, ara atıştırmalıklar, kahve molası, gece içkisi vb. için gelen misafirlerine tüm gün hizmet sunuyor. Kirpi, kendi işinin sahibi, Beyaz yakalı, öğrenci, genç, belli bir yaşın üstü gibi birçok kesimi buluşturuyor. "Paylaşmak güzeldir" sloganıyla paylaşımlı tabaklar yapan Kirpi'nin bu uygulaması misafirlerinden ilgi görmekte.



FUARLAR

YURTDIŐI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	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.
	20 - 24 Temmuz 2022	İstanbul Mobilya Fuarı	Ev-Ofis Mobilyaları, Dekorasyon Üniteleri, Aksesuarlar, Tasarım	İstanbul Fuar Merkezi	MOS Fuarcılık A.Ş.
	26 - 30 Temmuz 2022	CNR Mobilya Fuarı	8. Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarcılık
	05 - 06 Ağustos 2022	15. Hac Umre Turizm Hizmetleri Fuarı 2022	Hac ve Umre Turizmine Yönelik Otel, Hava yolu, Acenta vb. Sektörlerin Buluşması	Hilton Hotel & Kongre Merkezi - İstanbul	Grup Medya Fuarcılık Limited Şirketi
	11 - 14 Ağustos 2022	Gastro Turizm Türkiye & Endüstri Fuarı 2022 İstanbul	Turizm	İstanbul - Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi	Fi Fuarcılık Medya Yapım Yayın Tanıtım Org. Tic. San. Ltd. Şti.
	31 Ađs. - 03 Eyl. 2022	CNR Food İstanbul 2022	Gıda ve İçecek Ürünleri, Gıda İşleme Teknolojileri Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarcılık
	01 - 04 Eylül 2022	Worldfood İstanbul 2022 30. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı	Gıda Ürünleri ve Gıda Teknolojileri	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	HYVE Fuarcılık A.Ş.
	02 - 11 Eylül 2022	91. İzmir Enternasyonal Fuarı		Uluslararası İzmir Fuar Alanı - Kültürpark	İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmet. Kültür ve Sanat İşleri. Tic. A.Ş.
	07 - 11 Eylül 2022	HOGASCO	Uluslararası Otel, Gastronomi Araç ve Gereçleri Fuarı	İstanbul CNR Expo Fuar Merkezi	CNR Fuarcılık
	10 - 14 Eylül 2022	CNR Ev Tekstil Fuarı	Ev Tekstili	Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul Fuarcılık A.Ş.
	15 - 18 Eylül 2022	Züchex 32. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı	Züccaciye, Porcelain, Seramik Ev Elektronikleri, Elektrikli Ev Eşyaları	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tarsus Turkey Fuarcılık 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 Fuarcılık 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 Eyl. - 01 Ekm. 2022	Butur / 3. Turizm Fuarı	Oteller, Acentalar, Hava yolları, Kongre Merkezleri	Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi Merinos - Bursa	Network Fuarcılık Ltd. Şti.
	29 Eyl. - 02 Ekm. 2022	12. Uluslararası Van Doğu Anadolu Turizm Kongre ve Fuarı	Turizm	Van Expo Fuar ve Kongre Merkezi	Ajans Asya Fuarcılık Org. Ltd. Şti.
	03 - 08 Ekim 2022	(MODEX EXPO 2022) 47. Uluslararası Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	Mobilya ve Dekorasyon	İnegöl Hikmet Şahin Kültür Parkı / Uluslararası Fuar Alanı	Modex Fuarcılık Ticaret Ltd. Şti
	06 - 09 Ekim 2022	Tedarikçi Buluşması Fuarı	Gıda, Temizlik, Kosmetik, Tekstil, Elektronik	İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul Restate Fuar Organizasyon A.Ş.
	06 - 09 Ekim 2022	IBIA EXPO - Yatak Tedarik Endüstrisi ve Teknolojileri Fuarı	Yatak Tedarik Endüstrisi ve Teknolojileri	İstanbul Fuar Merkezi	Birleşik Fuar Yapım A.Ş.
	12 - 15 Ekim 2022	Flowera İzmir Süs Bitkisi, Peyzaj ve Kesme Çiçek Fuarı	Süs Bitkisi, Kesme Çiçek, Peyzaj, Bahçe ve Şehir Mobilyaları	Fuar İzmir - Gazimir	İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmet. Kültür ve Sanat İşleri. Tic. A.Ş.
25 - 28 Ekim 2022	Eurovent Summit Antalya	İklimlendirme Fuarı	Antalya	İSKİD (İklimlendirme, Soğutma ve Klima İmalatçıları Derneği), Avrupa EUROVENT derneği	
07 - 11 Kasım 2022	UNICERA - İstanbul Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı	Seramik, Banyo, Mutfak Ekipmanları	İstanbul Fuar Merkezi	Unicera Uluslararası Fuarcılık A.Ş.	
15 - 20 Kasım 2022	Mezopotamya Gurme ve Yöresel Lezzetler Fuarı	Gıda, İçecek, Yöresel Ürünler, Gıda Teknolojileri	ALZ Diyarbakır Mezopotamya Ulusal Fuar ve Kongre Merkezi	"Diyarbakır Fuarcılık - ALZ Fuarcılık"	
16 - 19 Kasım 2022	Ortadoğu Hastane ve Otel Ekipmanları, Yönetim Sistemleri	Hastane ve Otel Ekipmanları, Mutfak Malzemeleri	Gaziantep - OFM Ortadoğu Fuar Merkezi	3E Fuarcılık Organizasyon San. ve Tic. A.Ş.	
17 - 20 Kasım 2022	Şanlıurfa Göbeklitepe Kültür, Turizm ve Seyahat Fuarı	Kültür, Eğitim, Tatil, Sağlık, Spor Turizmi	Şanlıurfa Fuar Merkezi	Gold Stant Fuar Organizasyon San. Tic. Ltd. Şti.	
25 - 27 Kasım 2022	Sirha İstanbul	Restoran, Otel ve Yiyecek İçecek Sektörünün Buluşması	İstanbul - Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri ve Sanat Merkezi	GL Events Exhibitions Fuarcılık A.Ş.	
08 - 10 Aralık 2022	Travel Turkey İzmir Fuarı	16. Uluslararası Turizm Fuar ve Kongresi	Gazimir - İzmir	Türsab ve İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Tic. A.Ş.	
YURTDIŐI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	06 - 08 Eylül 2022	The Hotel Show S. Arabistan	Hotel ve Konaklama Endüstri Fuarı	S. Arabistan - Riyad	DMG Events
	14 - 18 Eylül 2022	MOS 54. Uluslararası Turizm Fuarı	Uluslararası Turizm Fuarı	Slovenya - Celje	Celjski Sejem
	07 - 09 Kasım 2022	WTM - World Travel Market	Uluslararası Turizm Fuarı	İngiltere - Londra	Reed Expo
19 - 23 Ocak 2023	Sirha Lyon	HORECA Gastronomi Fuarı	Eurexpo Fuar Merkezi Lyon - Fransa	GL Events	

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Yeri	Düzenleyen
12 - 14 Ağustos 2022	Turizm Teknolojileri Yarışması	Rize	Teknofest
13 - 14 Ekim 2022	Bodrum Turizm Forumu	Muğla - Bodrum	Bodrum Belediyesi, Bodrum Tanıtma Vakfı (BOTAV) ve Akdeniz Turizm Vakfı iş birliğiyile

2022 yılının ilk 5 ayında (Ocak - Mayıs) ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı 2021 yılının aynı dönemine göre yüzde 207 artış gösterdi

Kültür ve Turizm Bakanlığının son açıkladığı verilere göre 2022 yılının Ocak - Mayıs döneminde 11 milyon 301 bin 602 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. İlk üç sırada, 1 milyon 308 bin 721 kişi ile Almanya, 945 bin 976 kişi ile Bulgaristan ve 853 bin 590 kişi ile Rusya yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 3 milyon 680 bin 55 olmuştur. Buna göre 2022 Ocak - Mayıs döneminde yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla yüzde 207 artış yaşandı.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2020 - 2021 - 2022 / OCAK -MAYIS)					
MİLLİYET	2020	2021	2022	Değişim %	
				2021 / 2020	2022 / 2021
Almanya	357 092	280 097	1 308 721	-21,56	367,24
Bulgaristan	406 245	217 527	945 976	-46,45	334,88
Rusya Fed.	318 052	571 362	853 590	79,64	49,40
İran	220 178	238 782	838 717	8,45	251,25
İngiltere (Birleşik Krallık)	118 723	38 751	801 546	-67,36	1968,45
Gürcistan	332 731	64 858	395 911	-80,51	510,43
Hollanda	79 000	72 466	362 450	-8,27	400,17
Irak	174 818	181 736	356 410	3,96	96,11
Azerbaycan	124 569	91 609	260 906	-26,46	184,80
Fransa	93 541	74 001	260 510	-20,89	252,04
Ukrayna	106 098	423 241	243 184	298,92	-42,54
İsrail	66 055	24 185	242 967	-63,39	904,62
Amerika Birleşik Devletleri	65 509	64 708	223 992	-1,22	246,16
Romanya	69 351	75 605	204 104	9,02	169,96
Polonya	31 329	53 300	174 618	70,13	227,61
Yunanistan	101 414	13 896	173 697	-86,30	1149,98
Kazakistan	44 948	52 841	172 167	17,56	225,82
Özbekistan	47 566	68 598	143 119	44,22	108,63
Belçika	40 272	32 673	142 040	-18,87	334,73
Kuveyt	59 469	16 660	131 968	-71,99	692,12
Ürdün	49 791	40 416	123 458	-18,83	205,47
İsveç	28 383	26 528	102 154	-6,54	285,08
Avusturya	36 086	31 247	98 743	-13,41	216,01
İsviçre	25 608	24 379	96 560	-4,80	296,08
Sırbistan	35 221	36 368	95 149	3,26	161,63
İtalya	39 068	24 009	88 733	-38,55	269,58
Lübnan	34 696	36 030	87 466	3,84	142,76
Danimarka	21 170	6 100	77 748	-71,19	1174,56
İspanya	31 994	16 594	77 219	-48,13	365,34
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	34 932	33 135	76 604	-5,14	131,19
Litvanya	6 792	14 919	75 901	119,66	408,75
Diğer	1 092 010	733 434	2 065 274	-67,16	181,58
YABANCI TOPLAM	4 292 711	3 680 055	11 301 602	-14,27	207,10
TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN VİLLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
AYLAR	VİLLAR			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	2 079 565	26,07	129,70
NİSAN	24 238	790 687	2 574 423	3162,18	225,59
MAYIS	29 829	936 282	3 824 555	3038,83	308,48
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	
5 AYLIK TOPLAM	4 292 711	3 680 055	11 301 602	-14,27	207,10

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.

OTELLER, RESTORANLAR, KAFELER İÇİN

hem sessiz Daikin
hem verimli Endüstriyel
Soğutma
Çözümleri



Sessiz ve güvenli Daikin Endüstriyel Soğutma Çözümleri,
%50'ye kadar enerji verimliliği sağlıyor.

Soğuk zinciri oluşturan tüm süreçlerde uzman çözümler sunan Daikin,
gıdayı en taze, hijyenik ve sağlıklı şekilde müşterilerinize sunmanız için çalışıyor.



PROFESYONEL ENDÜSTRİYEL
TEMİZLİK ÜRÜNLERİ



forest jaxpel setrax alcov
lopex target cappel^{BIO} ante

- Günsu Profesyonel, müşterilerini odak noktasına alarak sürekli gelişen ve yenilikçi yapısıyla kurumsal alanların tüm temizlik ve hijyen ihtiyaçlarını karşılar.
- Çamaşır, Mutfak, Banyo ve Genel Hijyen grubu ürünlerimiz ve yüksek hizmet kalitemizle müşterilerine profesyonel çözümler sunar.





yatsan®

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

TEMPUR

Serta

KING KOIL
MATTRESS CO.

S&F
STEARNS & TOSTER

Sealy

yatsan MAISON