

**Gıda sektöründe, kalite, sürdürülebilirlik ve güven ekseninde faaliyet gösteren firmalar, geniş ürün gamlarını, HoReCa'ya güçlü lojistik altyapılarıyla ve yenilikçi çözümleriyle sunuyorlar**



Oteller Dosyası, Sayfa 36  
"LEED Sertifikalı Oteller"

Projeler Dosyası, Sayfa 60  
"Karadeniz Bölgesi Yeni Otel Projeleri"

**ZYXEL**  
NETWORKS



## Nebula ile ağınızı dilediğiniz yerden uyum içinde senkronize edin.

Turizm sektörünün ihtiyaçlarına yönelik tasarlanan ürün ve zmlerimizle siz de konuklarınız için güvenilir Wi-Fi bağlantısından kişiselleştirilmiş konuk deneyimlerine ve Nebula ile gelişmiş ađ yönetimi özelliklerine kadar çok çeşitli avantajlar sunmaya şimdiden başlayın.

hello  
nebula.

[www.zyxel.com.tr](http://www.zyxel.com.tr)

Turizm Sektörüne zel zmlerimizle ilgili  
Daha Fazlasını öğrenmek için QR Kodu Okutun



# Elektromarla

Türkiye'nin ilk minibar üreticisi, 1954'ten beri.



Yüksek Konfor & Düşük Elektrik Tüketimi

## INVERTER MINIBAR



[www.elektromarla.com](http://www.elektromarla.com)

Muratpaşa Mah. Uluyol Siteler Cad. No: 6/8A Bayrampaşa/ İSTANBUL

+90 212 545 79 80 +90 544 870 25 01

info@elektromarla.com

Yayın Merkezi

**Turas Turizm Medya  
Yayıncılık ve Ticaret**

Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi  
No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul  
0216 486 29 24 - 0542 412 07 16  
[www.turizmprojedergisi.com](http://www.turizmprojedergisi.com)

**Sahibi ve Sorumlu**

**Yazı İşleri Müdürü**

Tuğyan Büyükaras

**Genel Müdür**

Bülent Büyükaras

[bulent@turizmprojedergisi.com](mailto:bulent@turizmprojedergisi.com)

**Editör**

Tuğyan Büyükaras

[tugyan@turizmprojedergisi.com](mailto:tugyan@turizmprojedergisi.com)

**Araştırma**

Halet Tuncel

**Projeler Danışmanı**

Faruk Tuncel

**Görsel Yönetmen**

Feridun Akgüngör

[feridun@gmail.com](mailto:feridun@gmail.com)

**Baskı**

Şan Matbaa

Anadolu Cad. No: 50/3

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

**Abonelik**

Yıllık Abone Bedeli 2880 TL

**IBAN:**

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

**Yayın Türü**

Ulusal, Süreli, Aylık

**Baskı yeri ve tarihi**

İstanbul, Mayıs 2026

## Karadeniz bölgesinde 26 yeni otel projesi 5 binin üzerinde yatak sayısı ile sektördeki yerini almaya hazırlanıyor

**Turizm Proje Dergisi** olarak Mayıs sayımızda **“Yeni Otel Projeleri”** araştırma dosya konumuz olarak **Karadeniz Bölgesi’ni** işledik. Nisan ayı itibarıyla son güncellemelerini yaptığımız araştırmaya göre, Karadeniz Bölgesi’nde, 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında toplam 26 yeni otel projesi sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Bu otellerin 12 adeti 5 yıldız, 9 adeti 4 yıldız, 2 adeti 3 yıldız ve 3 adeti butik otel olmak üzere bölge turizmine toplamda 5 bin 543 ilave yatak katkısı sunacak.

**“Tedarikçiler”** dosyamızda **“Otelde Gıda ve İçecek”** alanını inceledik. Sektör temsilcileri, iyi bir tedarikçinin, işletmenin sadece stok ihtiyacını karşılamadığını; aynı zamanda verimliliğini, misafir deneyimini ve kârlılığını da desteklediğine vurgu yaparak, tedarikçi seçiminde sadece fiyat odaklı davranılmaması gerektiğine dikkat çekiyorlar. Sektörün profesyonellerinin bugününü, sorunlarını, çözüm önerilerini ve geleceği ile ilgili öngörülerini paylaştık.

**“Otelde”** bölümümüzde **“LEED Sertifikalı Otelde”** konusunu işledik. Amerikan Yeşil Binalar Konseyi ( USGBC) tarafından geliştirilen, dünya genelinde yeşil ve sürdürülebilir binaların sertifikasyonu için kullanılan bir yeşil bina sistemi olan LEED Sertifikasının, maliyet yönetiminden varlık değerine kadar otellere büyük avantajlar sağladığını; sunduğu yüksek iç mekân kalitesiyle hem misafir memnuniyetini artırdığını hem de kurumsal tüketicilerin öncelikli tercih sebebi haline geldiğini işledik.

**“İstatistikler”** bölümümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın son yayınladığı verileri açıklıyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 3 ayında (ocak - mart) 6 milyon 837 bin 257 yabancı ziyaretçi Türkiye’ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 2 milyon 381 bin 910 Türk vatandaşı da Türkiye’yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 9 milyon 219 bin 167’ye ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 677 bin 548 kişi ile Almanya, 650 bin 517 kişi ile Rusya, 539 bin 155 kişi ile Bulgaristan yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 6 milyon 689 bin olmuştu. Buna göre 2026 yılının ilk 3 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 2,21 artış yaşandı. Aylık bazda ise mart ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 2 milyon 463 bin 920 oldu. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 5,01 artış gerçekleşti.

**“Gündem”** bölümümüz, güncel turizm haberleri, **“Dünyadan”** bölümümüz, dünyada turizm haberleri, **“Acenteler”** bölümümüz, acenteler ile ilgili güncel haberleri, **“Etkinlikler”** bölümümüz, önemli turizm fuarları, toplantıları ve etkinlikleri içeriyor.

**Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz.**

### Tedarikçiler Dosyası

Gıda sektöründe, kalite, sürdürülebilirlik ve güven ekseninde faaliyet gösteren firmalar, geniş ürün gamlarını, HoReCa’ya güçlü lojistik altyapılarıyla ve yenilikçi çözümleriyle sunuyorlar..... 4

### Otelde Dosyası

LEED Sertifikasyonu, otellere lüks birer destinasyon olarak marka imajı sağlarken, sürdürülebilirlik, maliyet optimizasyonu, misafir memnuniyeti ve yatırım artan değeri ile bütünsel bir fayda sağlıyor ..... 36

### Projeler Dosyası

Karadeniz bölgesinde 26 yeni otel projesi 5 binin üzerinde yatak sayısı ile sektördeki yerini almaya hazırlanıyor ..... 60

## MIWA Elektronik Otel Kilitleri



Seperate (M) type



Slim (S) Type



Wide (W) type

- Güçlü Şifreleme (AES) Gelişmiş RFID Teknolojisi
- ANSI 156.25 Sınıf 1 Sertifikalı
- UL10C Yangın Güvenliği Sertifikalı
- Kayıp misafir ve personel kartlarının devre dışı bırakılması
- Kapsamlı sorgulama – 3.000 olaya kadar
- Online çalışma özelliği (Wireless) Not: Ek ağı geçidi gereklidir

## RFID Opsiyonları



Kartlar



Bileklik



Fob



Telefon ile kontrol



### REFERANSLARIMIZ

- Double Tree By Hilton Şanlıurfa · Double Tree By Hilton Trabzon · Land of Legends Antalya · Nickelodeon Hotels Antalya · Ramada Tekstil Kent · Charisma Deluxe Resort Hotel Kuşadası · Beks Hotel Kuşadası · Somerset Maslak · Club Med Palmiye Bodrum · My Home Resort Alanya · Seamelia Resort Hotel Serik · Miracle Resort Hotel Antalya · Class Hotel Ankara · AKKA Antedon Deluxe Resort Hotel ve devamında 800'ün üzerinde proje.

# tedarikçiler



## Gıda sektöründe, kalite, sürdürülebilirlik ve güven ekseninde faaliyet gösteren firmalar, geniş ürün gamlarını, HoReCa'ya güçlü lojistik altyapılarıyla ve yenilikçi çözümleriyle sunuyorlar

Gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalarımız, üretimlerinin her aşamasında kalite, izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik prensiplerini baz alarak, modern üretim tesislerinde gerçekleştirdikleri geniş yelpazedeki ürünlerini, HoReCa ve endüstriyel mutfaklara, güçlü lojistik altyapıları ve operasyonel kabiliyetleri sayesinde hızlı, kesintisiz ve standartları yüksek bir tedarik süreciyle temin ediyorlar

**K**alite, sürdürülebilirlik ve güvenilir tedarik anlayışıyla faaliyet gösteren firmalarımız hem üretici hem de toptan tedarikçi kimlikleriyle geniş ürün gamlarını, yurt içi olduğu kadar yurt dışındada ev dışı tüketim ve turizm sektörünün yanı sıra farklı sektörlerin ihtiyaçlarına değer katan, yenilikçi çözümlerle sunuyorlar. Turizm sektörüne yönelik olarak; otel, restoran ve kafe işletmelerinin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde gıda ve içecek tedariki sağladıklarını belirten sektör profesyonelleri, ürün grupları olarak, kahvaltılık ve açık büfe operasyonlarına odaklı tek porsiyonluk (horeca/piknik) ambalaj seçenekleri ve endüstriyel kullanım için uygun büyük hacimli

ambalaj alternatifleri, et ve balık ürünleri, dondurulmuş ürünler, un ve unlu ürünler, kaplama ürünleri ve toz karışımlar, şeker ve şekerli ürünler, kahve çeşitleri, çikolata tedarikleri, pastacılık ürünleri; yağ çeşitleri, kuru gıdalar, süt ve süt ürünleri, içecekler, sebze-meyve grubu, meyve suyu ve meyve bazlı ürünler, bar ve içecek operasyonlarında kullanılan kokteyl şurupları, kokteyl soslari, bar tüketim malzemeleri vb. geniş bir ürün portföyü sunduklarını belirtiyorlar. Turizm sektörünü, kendilerini sürekli geliştirdikleri dinamik bir ekosistem olarak tanımlayan sektör temsilcileri, sektörün, ürün kalitelerini ve operasyonel kabiliyetlerini ileri taşıyan en önemli alanlardan biri olduğunu açıklıyorlar.





Sezonsal dalgalanmalar içerse de yüksek hacimli ve süreklilik gerektiren yapısı sayesinde önemli bir büyüklüğe sahip olan sektörün, toplam ciroları içindeki payının dönemselsel olarak değişmekle birlikte, özellikle yaz sezonunda ciddi bir hacme ulaştığını ifade ediyorlar. Sektör firmaları için yüzde 30 ile yüzde 70 aralıklarında bir ciro oluşturuyor.

**EDT'nin Dev Gücü: Türkiye'deki toplam gıda harcamalarının yaklaşık %30'u artık "Ev Dışı Tüketim" (EDT) kanallarında gerçekleşiyor. 2026 sonu itibarıyla bu oranın, modern şehirleşme etkisiyle %35'i zorlaması bekleniyor. (Kaynak: ETÜDER & Ipsos)**

Turizm sektörüyle çalışmanın cazip ama "disiplin isteyen" bir alan olduğunu açıklayan sektör temsilcileri, avantajları için öncelikle, otellerin sezonda yüksek hacimli ve düzenli sipariş verdiklerine vurgu yapıyorlar. Memnuniyet sağlandığı takdirde uzun dönemli iş birlikleri sağlandığını, sözleşmelerin sezonluk ya da yıllık olarak yenilendiğini bunun ise üretim ve kapasitede öngörülebilirlik sağladığını belirtiyorlar. Güçlü otel zincirleriyle çalışmanın hem yurt içi hem ihracat tarafında ciddi bir referans oluşturduğunu, marka bilinirliğinin çok hızlı artmasının ve ürünün doğru hedef kitleyle buluşmasının en büyük kazanım olduğunu ifade ediyorlar. Yüksek hacimli ve gelişen bir müşteri profiline hitap etme imkânı olmasının özellikle uluslararası misafirlerin beklentilerinin, kendilerini inovasyona ve sürekli gelişime teşvik ettiğini açıklıyorlar. Dezavantajları için ise öncelikle turizm sektörünün kırılganlığını, ekonomik belirsizlikler, turizm hareketliliğindeki düşüşler ya da bölgesel krizler gibi dış etkenlerin doğrudan sipariş hacmine ve iç pazara da yansıtıldığını belirtiyorlar. Sektörün sezonluk dalgalanmalarına değinerek, yaz aylarında yoğun bir operasyon yürütülürken, kış döneminde talebin belirgin şekilde düşebildiğini ve bu durumun; üretim planlaması, stok yönetimi ve insan kaynağı organizasyonu açısından daha esnek bir yapı gerektirdiğini ifade ediyorlar. Otellerin maliyet odaklı çalışmasının, fiyat baskısı yarattığını ve bunun ise düşük marj anlamına geldiğini açıklıyorlar. Bununla birlikte vadelerin de uzun

oluşunun nakit akışı yönetimi açısından dikkat edilmesi gereken en önemli durum olduğuna vurgu yapıyorlar. Stok yönetimi, lojistik ve hızın da oldukça önem arz ettiğini ifade ediyorlar. Otellerden gelen taleplerde bugün en çok öne çıkan unsurların; standart lezzet, hijyen ve kalite güvencesi, raf ömrü, şık sunum, izlenebilirlik, sürdürülebilirlik, farklılaşma ve güvenli tedarik imkânı olduğunu belirten sektör profesyonelleri, artık yalnızca ürünün kendisinin değil, misafirda bıraktığı deneyimin de önem taşıdığını açıklıyorlar. Bununla birlikte doğal ve katkısız ürünlere olan talebin artış gösterdiğini özellikle yoğun sezonlarda mutfak operasyonlarını kolaylaştıran, fireyi azaltan ve her seferinde aynı sonucu veren ürünler tercih edildiğini, ürün kalitesi ve fiyat dengesinin en önemli unsurlardan olduğunu, misafir memnuniyetine katkı sağlayan yenilikçi ürünlerin önemine değiniyorlar. Sektör temsilcileri otellere tedarikçi seçiminde yalnızca fiyat odaklı değil, süreklilik, kalite standardı ve kriz anlarında çözüm üretebilme kabiliyeti olan iş ortaklarıyla çalışmalarını tavsiye ediyorlar. Çünkü iyi bir tedarikçinin, işletmenin sadece stok ihtiyacını karşılamadığını; aynı zamanda verimliliğini, misafir deneyimini ve kârlılığını da desteklediğine vurgu yapıyorlar. Aynı zamanda menü planlamasında israfı azaltacak ve operasyonu verimli hale getirecek ürün tercihleri yapılmasını, toplam operasyon maliyetini düşüren, kullanım kolaylığı sağlayan ve standart lezzet sunan ürünlere yönelmelerini, güvenilir ve izlenebilir markalarla çalışmalarını, porsiyon kontrollü ürünleri tercih etmelerini ve misafir beklentilerine uygun ürün çeşitliliği sunmalarını, ürünün sunuma, misafir memnuniyetine ve ülke gastronomisine katkısını da değerlendirmelerini öneriyorlar.

**Küresel Tedarikçi Türkiye: Türkiye'nin gıda ve içecek ihracatı 2025 sonunda 27,8 milyar dolara ulaşarak tarihi rekor kırdı. Bu başarı, Türk otellerinin "yerel ve kaliteli tedarik" konusundaki elini dünya ölçeğinde güçlendiriyor. (Kaynak: TİM)**

Sektör temsilcileri, ev dışı tüketim sektöründe en kritik sorunları enflasyonist ortamın yarattığı hammadde fiyat dalgalanmaları, maliyet artışları, lojistik sorunlar, talep dalgalanmaları, nitelikli personel eksikliği, operasyonel verimlilik gereksinimleri, kalite standardizasyonu, bölgesel yaşanan siyasi ve politik olaylar gibi öngörülemeyen dış faktörler olarak sıralıyorlar. Ham madde, enerji ve lojistik maliyetlerinin sürekli olarak değişmesinin fiyatlandırmayı zorlaştırdığını; sektördeki uzun vadelerin hem üretici hem distribütör tarafında



finansal baskıya sebep olduğunu; ayrıca yoğun rekabetin de oluşu ile alternatiflerin de fazla olmasının, fiyatın aşağı düşürülmesine ve karlılığın baskılanmasına neden olduğunu açıklıyorlar. Özellikle tazelik ve kalite hassasiyeti yüksek ürün gruplarında faaliyet gösteren markalar için sürecin daha da kritik hale geldiğini hem standart ürün kalitesini korumak hem de operasyonel verimliliği sürdürülebilir kılmak için, artık çok daha fazla planlama ve sistem gerektirdiğini belirtiyorlar. Bu sorunların çözümü bağlamında yerli üretimin desteklenmesine, tedarik zincirinin güçlendirilmesine, doğru ürün seçimine, doğru tedarikçi seçimine özellikle işletmeler ile tedarikçiler arasında uzun vadeli iş birliklerinin geliştirilmesine önemine değiniyorlar. Merkezi üretim ve standardizasyona vurgu yaparak, ürünlerin kontrollü bir ortamda, aynı kalite standardıyla üretilmesinin hem maliyet avantajı sağladığını hem de işletmeler için operasyonel kolaylık yarattığını belirtiyorlar. Yarı hazır ve donuk ürünlerin rolünün arttığını belirterek, doğru şekilde kurgulanmış donuk ürünlerin hem fire oranını azalttığını hem de personel bağımlılığını düşürerek işletmelere ciddi bir esneklik kazandırdığını; aynı zamanda yıl boyunca stabil kalite sunmayı mümkün hale getirdiğini açıklıyorlar. Teknoloji ve veri odaklı yönetime de vurgu yaparak, talep tahmini, stok planlama ve lojistik süreçlerin doğru yönetilmesinin, değişken maliyet ortamında fark yaratan en önemli unsurlardan biri haline geldiğini ifade ediyorlar. Sektörün geleceğinde daha verimli, daha standart ve daha esnek üretim modellerinin öne çıkacağını öngörüyorlar. Sektör temsilcileri 2026 yılı hedefleri olarak, turizm ve HoReCa (Otel, Restoran, Kafe) kanallarında sadece yeni müşterilere ulaşmak değil; mevcut iş birliklerini derinleştirmeyi, büyük ölçekli otel zincirleriyle "kalıcı çözüm ortaklıkları" kurmayı, ürün çeşitliliklerini ve üretim hacimlerini artırmaya yönelik yatırımlar yapmayı, tedarik ve lojistik altyapıyı güçlendirmeyi hem iç pazarda hem de ihracat tarafında büyümeyi sürdürülebilir şekilde devam ettirmeyi amaçladıklarını belirtiyorlar.



Murat Keleş / Teksüt / Satış Direktörü

Türkiye'nin en büyük süt ve süt ürünleri kuruluşlarından biri olan Teksüt, 1956 yılında Balıkesir'in Gönen ilçesinde Recep Arınık tarafından kuruldu. Müşterilerimize daha iyi ve kaliteli hizmet sunmak için çalışmalarımızı 70 yıldır ara vermeden sürdürüyoruz ve kuruluş tarihi itibarıyla Türkiye'nin en köklü süt ürünleri kuruluşuyuz. Teksüt kalite ve lezzetlerini hem yurt içinde hem de yurt dışında müşterilerimize ulaştırmak, onların beğenilerini kazanmak ve sürdürmek en büyük hedeflerimiz içerisinde yer alıyor. İstanbul Avrupa, İstanbul Anadolu, Bursa, İzmir ve Ankara Bölge müdürlüklerimiz ve dağıtım merkezlerimiz ile Türkiye'nin büyük bir kısmına ürünlerimizi ulaştırıyoruz. EDT, HORECA kategorilerinin yanı sıra, perakende alanında market ve zincir marketlerde Türkiye'nin önde gelen e-ticaret platformlarında ürünlerimizi müşterilerimiz ile buluşturuyoruz. Türkiye'nin süt ve süt ürünlerini 4 kıtada 40'tan fazla ülkeye ihraç ediyoruz. Teksüt olarak turizm sektörüne süt ve süt ürünleri

## Türkiye'nin 70 yıla dayanan en köklü süt ürünleri kuruluşu Teksüt olarak, turizm sektörüne süt ve süt ürünleri kategorisinde otel, EDT ve HORECA alanlarına ürünlerimizi sunuyor, 4 kıtada 40'tan fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz

kategorisinde Otel, EDT ve HORECA alanlarına ürünlerimizi sunuyoruz. Turizm sektörü Teksüt olarak bizim için önemli ve hedef alanlarımızdan biri konumunda bulunuyor. Ciromuzun yaklaşık yüzde 17'sini bu kategoriden sağlıyoruz. Bu kapsamda hizmet ve lojistik ağıımızı planlıyoruz; satış ve pazarlama çalışmalarımızı hedeflerimiz doğrultusunda yönetiyoruz.

**Turizm sektöründe beğeni üst düzeyde önem taşıyor. Bunda da lezzet kadar önemli olan konu kalite ve hijyen standartları. Biz sadece lezzet değil aynı zamanda sağlıklı ürünler de sunuyoruz. Süt ve süt ürünleri sektörü kalite ve hijyenin her aşamada çok önemli olduğu bir alandır. Biz Teksüt olarak sütün temininden, işleme aşamalarına ve müşterimize ulaştırana kadar kalite ve hijyen denetiminden ödün vermeden çalışıyoruz. Dünya standartlarında üretim yapıyoruz**

Teksüt olarak 70 yıllık bir tecrübeye sahibiz. Süt ve süt ürünleri kategorisindeki uzmanlığımızı hem Türkiye'de hem de yurt dışında ürün ve hizmet kalitemizden ödün vermeden farklı ürün ve lezzetlerle devam ettiriyoruz. Bu kapsamda turizm sektörü bizim için önemli. Kaliteden asla ödün vermeden ürünlerimizi aslında her gün binlerce müşterimizin beğenisine sunuyoruz. Her noktaya ulaşmak



lojistik zorluklar nedeniyle mümkün olamayabiliyor. Bu çerçevede iyi bir planlama ile en iyi sonuçlara ulaşmaya özen gösteriyoruz. Turizm sektöründe beğeni üst düzeyde önem taşıyor. Bunda da lezzet kadar önemli olan konu kalite ve hijyen standartları. Biz sadece lezzet değil aynı zamanda sağlıklı ürünler de sunuyoruz. Bu nedenle kalite ve hijyen denetimi en üst düzeyde önemlidir. Süt ve süt ürünleri sektörü kalite ve hijyenin her aşamada çok önemli olduğu bir alandır. Biz Teksüt olarak sütün temininden, işleme aşamalarına ve müşterimize ulaştırana kadar kalite ve hijyen denetiminden ödün vermeden çalışıyoruz. Dünya standartlarında üretim yapıyoruz. Bu süreçlerin, kalite kontrol standartlarının mutlaka kontrol edilmesi ve gözden geçirilmesi gerekiyor. Ev dışı gıda kategorisinde ürün fiyatı zaman zaman ne yazık ki ürün hizmet ve kalitesinin önüne geçebiliyor. Bu yaklaşımın geçerli olmaması gerektiğini nedenleri ve dikkat edilmesi gereken kalite ve hijyen standartları ile birlikte her platformda anlatmaya özen gösteriyoruz. Biz her zaman kaliteden ve lezzetten ödün vermeden müşterilerimize en iyiyi sunma çabası içerisindeyiz. Teksüt kalitesini daha fazla tüketiciye ve noktaya ulaşmak için oluşturduğumuz stratejilerimize uygun hareket ederek, çalışmalarımıza devam ediyoruz.





Eda Can / Verde Yağ Besin Mad. San. Tic.  
A.Ş. / Akdeniz Bölge Müdürü

1996 yılında kurulan firmamız; zeytinyağı ve pirina yağı üretim, dolum ve satışı ile ilgili alanlarda faaliyet göstermektedir. Turizm sektöründe oteller, tatil köyleri, restoranlar, catering firmalarına yönelik zeytinyağ tedariki sağlamaktayız. Özellikle açık büfe kullanımı, endüstriyel mutfak ihtiyaçları ve Premium restaurant segmenti için farklı ambalaj (cam şişe, erken hasat sızma vb.) ve kalite seçeneklerimiz ile çözüm sunmaktayız. Turizm, food service kanalının en değerli segmentlerinden biridir. Globalde gıda hizmetleri pazarı trilyon dolarlık büyüklüğe ulaşmış durumda ve bunun önemli bir kısmı otel ve restaurant tüketiminden gelmektedir. Turizmdeki büyüme doğrudan mutfak tüketimini artırdığı için zeytinyağ gibi temel ürünler hem hacim hem de Premium segment fırsatı yaratmakta. Ciromuz için de yaklaşık %60 paya sahip olmakla birlikte yüksek sezon dönemlerinde bu oran daha yukarı çıkabilmektedir. Turizm sektörü ile çalışmanın avantajları; ev dışı tüketim kanalları günlük operasyon yürüttüğü için, zeytinyağ gibi temel ürünlerde düzenli ve yüksek hacimli alım yapılır. Otellerde doluluk oranı artması ile tüketim de ciddi şekilde yükselir. Memnuniyet sağlandığı takdirde de tedarikçi değişikliğe gitmek istemez ve bu şekilde uzun süreli ve stabil iş ilişkileri kurulabilmektedir. Dezavantajları; turizm dalgalı bir sektördür, turizmi etkileyecek olumsuz durumların yaşanması (buna 2026 sezonu için ABD ve İran savaşını örnek gösterebiliriz) önümüzdeki sezon içerisinde rezervasyon iptallerine ve ani talep düşmelerine dolayısı ile otel açılışlarının ertelenmesine, toplu bağlantılar yerine alım miktarlarının düşmesine sebebiyet vermektedir. Büyük otellerin ise maliyet odaklı çalışması fiyat baskısı yaratır; bu düşük marj anlamına gelir ve tedarikçi bayilerin karlılık olarak düşmesine neden olur. Vadelerin de uzun oluşu nakit akışı yönetimi açısından dikkat edilmesi gereken en önemli durumdur. Stok yönetimi, lojistik ve hız da oldukça önem arz eder; aksi takdirde nihai tüketici başka alternatif arayışına geçer.

## Zeytinyağı ve pirina yağı üretim, dolum ve satışı ile ilgili alanlarda faaliyet gösteren firmamızla, turizm sektörüne açık büfe kullanımı, endüstriyel mutfak ihtiyaçları ve premium restaurant segmenti için farklı ambalaj ve kalite seçeneklerimiz ile çözüm sunmaktayız

Gelen taleplerde genellikle öne çıkan unsurlar fiyat-performans dengesi, kalite ve süreklilik ve de tedarik güvenilirliğidir (bu nedenle Verde olarak bizler de Antalya bölgesinde hem yaygın hem güvenilir, köklü bayilerle çalışmaktayız.) Ayrıca, gıda güvenliği ve sertifikasyon da otellerin en çok önem verdiği konular arasındadır. Bu bağlamda benim önerim; otellerin tek tip yağ kullanması yerine mutfak için maliyet odaklı ürün seçmeleridir. (Bu da otel kalite ve oda sayısı ile de doğru orantılıdır) Salata ve soğuk tüketimlerde daha kaliteli (sızma vb.) tercihi veya otel segment ve maliyetine göre öncülüğünü yaparak üretiminde bulunduğumuz pirina yağ gurubumuzdan da tercih edebilirler. Bunlara ek olarak; sezon başlamadan doğru stok planlaması yapmak hem fiyat artışlarından etkilenmemeye hem de operasyonel riskleri azaltmaya yardımcı olacaktır.

**2026 yılı için hedefimiz, mevcut müşterimizi koruyarak ev dışı tüketim kanalında özellikle turizm ve horeca kanalında pazar payımızı mevcut olandan daha yukarı taşımaktır. Bunu başarabilmek için ise mevcuttaki müşterilerimiz ile derinleşme (ikili ilişkileri artırmak.) ayrıca yeni otel ve zincir restoranlar için iş birlikleri başlıca odak noktamız olmalıdır. Özetle; 2026'da hedefimiz hızla büyüyen pazarda daha fazla pay alarak güçlü ve sürdürülebilir bir tedarikçi olarak emin adımlarla yolumuza devam etmek olacaktır**

Sektörde yaşanan sorunlar, gözlemediğim kadarı ile maliyet ve fiyat dalgalanmalarıdır.

Ham madde, enerji ve lojistik maliyetleri sürekli olarak değişiyor bu da fiyat tutturmayı zorlaştırıyor. Sektördeki uzun vadeler hem üretici hem distribütör tarafında finansal baskıya sebep oluyor ve yoğun rekabetin de oluşu ile alternatiflerin de fazla olması fiyatın aşağı düşürülmesine ve karlılığın baskılanmasına neden oluyor. Bu durumlardan olabildiğince az etkilenmek adına doğru yerde doğru ürün kullanımı olmalı, sezonluk tüketime bağlı planlama ve stoklama olmalıdır. Özetle, ev dışı gıda sektöründe en büyük zorluklar maliyetler ve talep dalgalanmalarıdır. Bu noktada doğru tedarikçi seçimi, doğru ürün seçimi ve veri odaklı planlama yapılmalıdır. 2026 yılı için hedefimiz, mevcut müşterimizi koruyarak ev dışı tüketim kanalında özellikle turizm ve horeca kanalında pazar payımızı mevcut olandan daha yukarı taşımaktır. Bunu başarabilmek için ise mevcuttaki müşterilerimiz ile derinleşme (ikili ilişkileri artırmak.) ayrıca yeni otel ve zincir restoranlar için iş birlikleri başlıca odak noktamız olmalıdır. Özetle; 2026'da hedefimiz hızla büyüyen pazarda daha fazla pay alarak güçlü ve sürdürülebilir bir tedarikçi olarak emin adımlarla yolumuza devam etmek olacaktır.





Tunahan Uysal / Ayca Süt A.Ş. /  
Akdeniz Bölgesi Satış Direktörü

Ayca Süt Ürünleri A.Ş., 1980 yılında süt ve süt ürünleri sektöründe kaliteli ve doğal ürünler sunma amacıyla kuruldu. Kurulduğumuz günden bu yana başta peynir çeşitleri olmak üzere geniş bir ürün yelpazesi ile faaliyet göstermekteyiz. Üretim ve tedarik süreçlerimizde hijyen, kalite ve sürdürülebilirlik önceliklerimiz arasında yer almaktadır. Turizm sektörüne ağırlıklı olarak süt ve süt ürünleri tedariki sağlamaktayız. Otel, restoran ve kafelere yönelik peynir çeşitleri, kahvaltılık ürünler ve toplu tüketime uygun ambalajlı ürünler sunmaktayız. Özellikle açık büfe kahvaltı konseptine uygun ürünlerimiz yoğun talep görmektedir. Turizm sektörü firmamız için önemli ve gelişen bir pazardır. Sezonluk yoğunluklara bağlı olarak satış hacmimiz artış göstermektedir. Toplam ciromuzun yaklaşık %25-30'luk kısmı turizm sektöründen elde edilmektedir.

## Turizm sektörü firmamız için önemli ve gelişen bir pazardır; sektöre süt ve süt ürünleri; peynir çeşitleri, kahvaltılık ürünler ve toplu tüketime uygun ambalajlı ürünler sunmaktayız

**Turizm sektöründe kalite, hijyen, standart ürün sürekliliği ve uygun fiyat en çok öne çıkan unsurlardır. Bunun yanında doğal ve katkısız ürünlere olan talep her geçen gün artmaktadır. Otellere tavsiyemiz, güvenilir tedarikçilerle çalışmaları ve misafir memnuniyetini artıracak kaliteli ürünleri tercih etmeleridir**

Turizm sektörü ile çalışmanın en büyük avantajı yüksek hacimli ve düzenli siparişlerdir. Ayrıca marka bilinirliğinin artmasına katkı sağlamaktadır. Dezavantaj olarak ise sezonluk dalgalanmalar, fiyat rekabeti ve hızlı tedarik beklentileri gösterilebilir. Turizm sektöründe kalite, hijyen, standart ürün sürekliliği ve uygun fiyat en çok öne çıkan unsurlardır. Bunun yanında doğal ve katkısız ürünlere olan talep her geçen gün artmaktadır. Otellere tavsiyemiz, güvenilir tedarikçilerle çalışmaları ve misafir memnuniyetini artıracak kaliteli ürünleri tercih etmeleridir. Ev dışı tüketim sektöründe maliyet artışları, lojistik sorunlar ve nitelikli personel eksikliği önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Bu sorunların çözümü için yerli üretimin desteklenmesi, tedarik zincirinin güçlendirilmesi ve sektörel denetimlerin artırılması gerekmektedir. 2026 yılı

hedeflerimiz arasında ürün çeşitliliğimizi artırmak, turizm sektöründeki müşteri ağımızı genişletmek ve marka bilinirliğimizi daha üst seviyelere taşımak yer almaktadır. Ayrıca kalite standartlarımızı koruyarak ihracata yönelik adımlar atmayı ihracat ciromuzu artırmayı planlamaktayız.



İbrahim Halil Demirci / DMRC Gıda /  
Firma Sahibi

DMRC Gıda olarak 2018 yılından bu yana oteller, pastaneler, AVM içi şekerleme stantlarına ürün tedariki sağlıyoruz. Turizm sektörüne otel içi mini club, karşılama ve oda içerisine konulan şekerleme, çikolata ve mutfak bölümüne marshmallow ve çikolata tedariki sağlıyoruz. Turizm sektörü

## DMRC Gıda firmamızla turizm sektörüne, otel içi mini club, karşılama ve oda içerisine konulan şekerleme, çikolata ve mutfak bölümüne marshmallow ve çikolata tedariki sağlıyoruz

bizim için çok önemli bir pazar. Ciromuzun yüzde 70'lik kısmını kapsıyor. Turizm sektörüne çalışmanın artışı kısa sürede yüksek sirkülasyon ve ciro olmasıdır. Bunun yanında yaz sezonunda ürün çeşitliliği artışı ve pazarın hareketli oluşu, firmalar için birçok yönden özellikle maddi anlamda rahatlama getirmektedir. Eksi yönü ise vadelerin uzun olması ve dünyadaki dış etkenlerden çok çabuk etkilenen bir yapımızın olması. Otellerimizin bir bölümü artık sadece yaz turizmi yapıyor. Otellerimizin bir kısmını tam pansiyon sisteminden çıkarmamız lazım ve bir kısım otellerimizi ultra lüks olarak dizayn etmemiz gerekiyor. Bu arada kış

turizmine de yönelmesi lazım. Antalya sonuçta kayak merkezi de olan bir şehir. Ev dışı gıda tüketim ürünleri üreticilerinin desteklenmeleri lazım. Yüksek vergi ve giderlerden dolayı üreticiler sıkışmış durumda. Yurt dışından alınan ham madde üzerindeki vergilerin gözden geçirilmeleri gerekiyor. Aksi takdirde ürün fiyatları her yıl içerisinde 2 - 3 defa artış göstermekte. 2026 yılı hedefimiz geçen yıllara göre daha yüksek bir seviyeye gelmek. Ortadoğu'daki savaş sonucu en büyük rakiplerimiz olan Mısır ve Dubai'nin şu an için savaştan etkilenmelerini de fırsata çevirmemiz lazım.



[www.aycasut.com.tr](http://www.aycasut.com.tr)





**Serdar Özcanlı / Seğmen Kardeşler Gıda Üretim ve Ambalaj Sanayi A.Ş. / Yönetim Kurulu Başkan Vekili**

Türkiye'nin köklü, güçlü ve yerli markalarından Seğmen, 1938 yılında Ankara'da üç kardeşin girişimiyle başlayan yolculuğunu, bugün modern üretim gücü ve geniş ürün yelpazesıyla geleceğe taşımaktadır. Kurulduğu günden bu yana Anadolu'nun zengin lezzet mirasını koruyarak geliştiren marka, geleneksel tatları ileri teknolojiyle buluşturarak sektöründe fark yaratmaktadır. Mütevazı bir bakkal olarak başlayan serüven; 1958 yılında kolektif yapıya geçiş, 1970'lerde sanayi üretimi ve 1987'de anonim şirketleşme ile güçlü bir kurumsal kimliğe dönüşmüştür. Bugün ise Seğmen, Sincan Organize Sanayi Bölgesi'ndeki modern tesisleri ve yüksek üretim kapasitesiyle gıda sektörünün öncü markaları arasında yer almaktadır. Reçelden bala, helvadan tahin ve pekmeze kadar uzanan geniş ürün portföyüyle Seğmen; geleneksel ve şeker ilavesiz ürün seçenekleriyle tüketicilere sağlıklı, katkısız ve güvenilir lezzetler sunmaktadır. Üretim süreçlerinde uygulanan kapsamlı kalite kontrol ve analizler, markaya duyulan güvenin temelini oluşturmaktadır. Yatırımlarına hız kesmeden devam eden Seğmen, 2024 yılında Afyonkarahisar Çay'da faaliyete geçen yeni fabrikasıyla üretim gücünü daha da artırırken, bölgesel kalkınmaya ve istihdama katkı sağlamaktadır. 2025 yılında ENF Gıda (Expert's Natural Foods) markasını bünyesine katarak sağlıklı atıştırmalık pazarına da güçlü bir giriş yapan Seğmen; doğal kurutulmuş meyveler ve yenilikçi ürünleriyle hem tüketiciye hem de gıda sanayisine değer katmaya devam etmektedir. Seğmen, köklü geçmişinden aldığı güçle geleceğin sağlıklı ve güvenilir gıda anlayışını şekillendirmeyi sürdürüyor. Seğmen, turizm sektörüne yönelik olarak özellikle otel, tatil köyü ve toplu tüketim noktalarının kahvaltısı ve açık büfe operasyonlarına odaklı gıda tedariki sağlamaktadır. Ürün portföyümüzde yer alan reçel, bal, fındık kreması ve tahin-pekmez grubu; hem tek porsiyonluk (horeca/piknik) ambalaj seçenekleri hem de endüstriyel kullanım için uygun büyük hacimli ambalaj alternatifleriyle sunulmaktadır. Operasyonel verimlilik, hijyen standartları ve porsiyon

## Seğmen, turizm sektörüne yönelik olarak kahvaltısı ve açık büfe operasyonlarına odaklı gıda tedariki sağlamakta, yüksek üretim kapasitesi, kalite güvence süreçleri ve sürdürülebilir tedarik yapısıyla sektörde güvenilir bir çözüm ortağı olarak konumlanmaktadır

kontrolü kriterleri doğrultusunda geliştirilen ürünlerimiz; işletmelerin maliyet yönetimi ve servis standardizasyonuna katkı sağlamaktadır. Seğmen, yüksek üretim kapasitesi, kalite güvence süreçleri ve sürdürülebilir tedarik yapısıyla turizm sektöründe güvenilir bir çözüm ortağı olarak konumlanmaktadır. Turizm sektörü, Seğmen için stratejik öneme sahip ve büyüme potansiyeli yüksek bir pazardır. Yapılan pazar değerlendirmelerine göre ürün portföyümüzün yaklaşık %70'i turizm ve horeca kanalının ihtiyaçlarına hitap etmekte olup, bu alandaki cironun önemli bir bölümü otel ve konaklama sektöründen sağlanmaktadır. Ciro içerisindeki payı her geçen yıl artan turizm kanalı, özellikle horeca segmentine yönelik geliştirdiğimiz ürünler ve ambalaj çözümleriyle sürdürülebilir bir büyüme ivmesi yakalamaktadır. Seğmen olarak bu alandaki iş birliklerimizi güçlendirerek turizm sektöründeki payımızı artırmayı hedefliyoruz.

**Turizm sektöründe talepler; doğal içerik, yüksek hijyen standartları ve tek porsiyonluk ürünler ekseninde şekillenmektedir. Seğmen olarak otellere; güvenilir ve izlenebilir markalarla çalışmaları, porsiyon kontrollü ürünleri tercih etmeleri ve misafir beklentilerine uygun ürün çeşitliliği sunmaları yönünde öneride bulunuyoruz**

Turizm sektörü, yüksek hacimli ve sürekli talep yapısı sayesinde markalar için güçlü bir büyüme ve görünürlük alanı sunmaktadır. Özellikle horeca kanalında ürünlerin geniş kitlelere ulaşması önemli bir avantajdır. Bununla birlikte mevsimsellik, dönemsel talep değişimleri ve hızlı operasyon ihtiyacı sektörün dinamik yapısını oluşturmaktadır. Seğmen olarak bu yapıyı, güçlü planlama ve esnek üretim kabiliyetiyle yönetilebilir bir

süreç olarak değerlendirmekteyiz. Turizm sektöründe talepler; doğal içerik, yüksek hijyen standartları ve tek porsiyonluk ürünler ekseninde şekillenmektedir. Bu doğrultuda Seğmen; şeker ilavesiz reçelleri ve tek kullanımlık piknik ürünleriyle bu beklentilere etkin çözümler sunarken, fonksiyonel ürünlere olan artan talebe de güçlü bir şekilde karşılık vermektedir. Seğmen olarak otellere; güvenilir ve izlenebilir markalarla çalışmaları, porsiyon kontrollü ürünleri tercih etmeleri ve misafir beklentilerine uygun ürün çeşitliliği sunmaları yönünde öneride bulunuyoruz. Bu yaklaşım hem misafir memnuniyetini artırmakta hem de operasyonel verimliliğe katkı sağlamaktadır. Ev dışı gıda sektöründe; artan girdi maliyetleri, tedarik zinciri kırılganlıkları, talep dalgalanmaları ve operasyonel verimlilik gereksinimleri temel zorluk alanlarını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, gıda güvenliği ve kalite standardizasyonunun sürdürülebilir şekilde sağlanması kritik önem taşımaktadır. Seğmen olarak bu zorluklara; güçlü tedarik altyapısı, izlenebilirlik odaklı üretim süreçleri, standardize ürün kalitesi ve porsiyon kontrollü ambalaj çözümleriyle yanıt veriyoruz. Bu yaklaşım, işletmelerin maliyet kontrolü sağlamlasına ve operasyonel süreçlerini optimize etmesine katkı sunmaktadır. 2026 yılı hedeflerimiz doğrultusunda, kısa vadede 5 yeni ürünün lansmanını gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Bununla birlikte, donuk meyve ve sebze kategorisinde üretim tonajımızı artırarak bu alandaki kapasitemizi güçlendirmeyi hedefliyoruz. Ürün çeşitliliğimizi ve üretim hacmimizi artırmaya yönelik yatırımlarımızla hem iç pazarda hem de ihracat tarafında büyümemizi sürdürülebilir şekilde devam ettirmeyi amaçlıyoruz.



# Ripple Liora

Premium  
Vitrified

YENİ

Özel yüzey teknolojisi ve dayanıklı sır yapısıyla çizilmelere ve asit, deterjan gibi kimyasallara karşı yüksek dayanım sunar. Tek pişirim teknolojisiyle üretilmiştir, çevre dostudur.

-  Ripple  
Adelfa
-  Ripple  
Mirage
-  Ripple  
Hornfels

 Ömür Boyu  
Kenar Çıtlamazlık  
Garantisi

 Ömür Boyu  
Doğa Dostu

 Yüksek  
Dayanım





  [bonnatr](#)  [bonna.tr](#)  
[www.bonna.com.tr](http://www.bonna.com.tr)



Yunus Akar / Lavi / Satış Direktörü

Lavi, Fernas Şirketler Grubu bünyesinde faaliyet gösteren, tarım ve gıda üretimi alanında entegre yapıya sahip bir üretim firmasıdır. Batman Organize Sanayi Bölgesi'nde konumlanan modern üretim tesisimiz ve geniş tarım arazilerimizle; meyve üretimi, meyve suyu üretimi, donuk meyve ürünleri ve soğuk hava depolama alanlarında faaliyet göstermekteyiz. Üretimin her aşamasında kalite, izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik prensibini benimsiyoruz. Hammaddenin bahçeden başlayarak son ürüne kadar tüm sürecini kontrol edebilen entegre yapımız, bizi sektörde güvenilir ve sürdürülebilir bir üretici konumuna taşımaktadır. Bu güçlü altyapı sayesinde ev dışı tüketim ve turizm sektörüne yönelik ürün tedarikimizi yüksek kalite standardı ve operasyonel disiplinle gerçekleştirmekteyiz. Turizm sektöründe otellere meyve suyu ile donuk meyve ve sebze ürünleri tedariki sağlıyoruz. Özellikle açık büfe, ana mutfak ve bar operasyonlarında kullanılan bu ürün gruplarında çözüm ortağı olarak çalışıyoruz.

## Lavi olarak, Fernas Şirketler Grubu bünyesinde faaliyet gösteriyor, modern üretim tesisimiz ve geniş tarım arazilerimizle, turizm sektöründe otellere meyve suyu ile donuk meyve ve sebze ürünleri tedariki sağlıyoruz

Sezon yoğunluğu, stok sürekliliği ve ürün standardizasyonu bu kategorilerde kritik olduğu için planlı sevkiyat ve güçlü lojistik altyapı ile kesintisiz hizmet sunuyoruz. Turizm sektörü bizim için stratejik ve yüksek hacimli bir pazardır. Özellikle sezon dönemlerinde artan talep, operasyonel kapasitemizi verimli kullanmamıza olanak sağlar. Toplam ciromuz içinde turizm sektörünün payı her yıl artış göstermektedir. Resort oteller ve zincir yapılarla kurulan sürdürülebilir iş birlikleri, büyüme stratejimizin önemli bir parçasıdır.

**Otellerin taleplerinde en çok öne çıkan unsurlar; ürün standardizasyonu, süreklilik, hızlı teslimat ve fiyat-performans dengesidir. Donuk meyve ve sebze ürünlerinde çözülme sonrası formunu koruyan kalite beklentisi yüksektir. Meyve suyu grubunda ise tat standardı ve kesintisiz tedarik önceliklidir. Otellere tavsiyemiz; tedarikçi seçiminde yalnızca fiyat odaklı değil, operasyonel güvenilirlik ve kriz anında çözüm üretme kapasitesini de dikkate almalarıdır. Sezon öncesi doğru planlama, hem maliyeti hem riski azaltır** Turizm sektörü ile çalışmanın avantajı yanında yüksek hacim, planlı sipariş yapısı ve uzun vadeli iş birlikleri öne çıkmaktadır. Profesyonel satın alma ekipleri sayesinde süreçler sistematik ilerler. Dezavantaj



tarafında ise sezon dalgalanmaları ve yoğun dönemlerdeki operasyon baskısı yer alır. Özellikle yüksek sezonda tedarik zincirinde yaşanabilecek en küçük aksama ciddi sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle güçlü stok yönetimi ve hızlı lojistik refleks şarttır. Otellerin taleplerinde en çok öne çıkan unsurlar; ürün standardizasyonu, süreklilik, hızlı teslimat ve fiyat-performans dengesidir. Donuk meyve ve sebze ürünlerinde çözülme sonrası formunu koruyan kalite beklentisi yüksektir. Meyve suyu grubunda ise tat standardı ve kesintisiz tedarik önceliklidir. Otellere tavsiyemiz; tedarikçi seçiminde yalnızca fiyat odaklı değil, operasyonel güvenilirlik ve kriz anında çözüm üretme kapasitesini de dikkate almalarıdır. Sezon öncesi doğru planlama, hem maliyeti hem riski azaltır. Ev dışı tüketim sektörünün sorunlarında maliyet artışları, tedarik zinciri kırılma riski ve talep dalgalanmaları önemli başlıklar arasında yer almaktadır. Çözüm tarafında; veri odaklı stok planlaması, alternatif tedarik yapılarının oluşturulması ve uzun vadeli iş birlikleri öne çıkmaktadır. Özellikle donuk ürün kullanımı, fire kontrolü ve operasyonel verimlilik açısından işletmelere önemli avantaj sağlar. 2026 yılında turizm sektöründeki payımızı artırmayı ve özellikle büyük ölçekli otel zincirleriyle iş birliklerimizi güçlendirmeyi hedefliyoruz. Ayrıca lojistik altyapımızı geliştirerek sevkiyat hızımızı artırmak, ürün grubumuzda kalite standardını daha da yukarı taşımak ve müşteri memnuniyetini sürdürülebilir şekilde büyütme önceliklerimiz arasında yer alıyor. Amacımız yalnızca ürün tedarik eden bir firma olmak değil; oteller için güvenilir ve sürdürülebilir bir çözüm ortağı olmaktır.



# Konfor, Deneyimin Anahtarsız Parçasıdır.



**KD050/45-106**



Tuş Takımı ile  
Şifre Girişi



Tek Kullanımlık  
Şifre Opsiyonu



Tek Tuş ile  
Kilitleme



Sabit Şifre  
Opsiyonu



Sesli ve  
Işıklı Uyarı



1 ile 9 Haneli  
Şifre Belirleme



Alüminyum  
Alaşım Gövde



Opsiyonel olarak ID  
Anahtar Kullanımı

**444 0 243**  
www.kalekilit.com.tr



**KALE KİLİT**

## Profesyonel mutfaklarda kullanılan Panko ve galeta unu ürünlerimiz çıtırlık ve homojen kaplama sağlarken, Ahsaf zeytinyağımız yemeklere kattığı yoğun aroma, doğal koku ve üstün lezzet profili ile şeflere fark yaratma imkânı sunuyor



**Bülent Kasap / Pulathaneliler  
Gıda Paz. A.Ş. Genel Müdürü**

45 yıllık köklü bir gıda üretim geçmişine sahibiz. Kurulduğumuz günden bu yana kalite, sürdürülebilirlik ve güvenilir tedarik anlayışını merkezimize alarak faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Yaklaşık 4 yıl önce Tirmata A.Ş. olarak ürün portföyümüze ithalatı olan dünya mutfağının vazgeçilmezlerinden ve her geçen gün kullanım alanları çoğalan panko ekmekek kırıntısı ürünü üretimini de dahil ederek ülke ekonomisine fayda sağlayarak katma değerli ve yenilikçi ürün segmentine güçlü bir giriş yaptık ve Ar-Ge çalışmalarımızla farklılık yarattık. Bugün panko, renkli panko çeşitleri, mısır unu ve galeta unu üretimi gerçekleştiriyoruz. Daha önce ülkemize ithal gelen bu ürün grubunda 8 ülkeye ihracatımız mevcuttur. Üretmiş olduğumuz galeta unu, insan sağlığına önem veren temiz ve hijyen fabrikamızda günlük üretilen ürünlerden üretilmekte olup, bayat ekmeklerden üretilen sağlıksız ürünlerle mücadele edilmektedir. Bununla birlikte 7 yıldır Pulathaneliler A.Ş. firmamız bünyesinde üretilen Ahsaf zeytinyağı markamız ile



**Murat Kasap / Tirmata Tarım Ürün.  
Gıda A.Ş. Genel Müdürü**

de pazarda yerimizi almış durumdayız. Zeytinyağında farklı kalite segmentleri yerine üst kaliteye odaklanarak; üstün aroması, dengeli meyvemsiliği ve kendine özgü kokusuyla açık ara fark yaratan bir üretim anlayışı benimsiyoruz. Turizm sektöründe özellikle HoReCa grubuna yönelik çözümler sunuyoruz. Profesyonel mutfaklarda kullanılan kaplama ürünleri ana uzmanlık alanımızı oluştururken, yüksek kaliteli zeytinyağımız da mutfakların vazgeçilmez tamamlayıcısı olarak öne çıkıyor. Panko ve galeta unu ürünlerimiz çıtırlık ve homojen kaplama sağlarken, zeytinyağımız yemeklere kattığı yoğun aroma, doğal koku ve üstün lezzet profili ile şeflere fark yaratma imkânı sunuyor. Turizm sektörü, ürünlerimizin son kullanıcıyla buluştuğu güçlü bir vitrin. Panko ürünlerimizin yanı sıra zeytinyağımız da özellikle otel ve restoran mutfaklarında kalite algısını doğrudan etkileyen bir unsur. Toplam ciromuz içinde turizm ve ev dışı tüketim kanalının payı her yıl artarken, yüksek kaliteli zeytinyağı ürünümüz bu büyümeye katma değer sağlayan önemli bir kalem olarak öne çıkıyor.

**Farklı mutfak konseptleri ve uluslararası şeflerle temas sayesinde ürün geliştirme süreçlerimizi besleyen turizm sektöründe, sezonluk talep dalgalanmaları ve maliyet baskısı önemli zorluklar arasında yer alıyor. Bu noktada hem kaplama ürünlerinde hem de zeytinyağında sürdürülebilir kaliteyi koruyarak esnek üretim yapmak kritik önem taşıyor**

Turizm sektörüyle çalışmak, farklı mutfak konseptleri ve uluslararası şeflerle temas sayesinde ürün geliştirme

süreçlerimizi besliyor. Bu süreçte hem panko ürünlerimiz hem de zeytinyağımız, farklı kullanım alanlarında test edilerek sürekli geliştiriliyor. Öte yandan sezonluk talep dalgalanmaları ve maliyet baskısı önemli zorluklar arasında. Bu noktada hem kaplama ürünlerinde hem de zeytinyağında sürdürülebilir kaliteyi koruyarak esnek üretim yapmak kritik önem taşıyor. Otellerden öne çıkan talepler; standardizasyon, sürdürülebilir tedarik, maliyet kontrolü ve görsel farklılaşma. Bu noktada panko ürünlerimiz operasyonel verimlilik sağlarken, yüksek kaliteli zeytinyağımız menülere doğrudan değer katan bir unsur olarak dikkat çekiyor. Otelere önerimiz hem mutfak verimliliğini artıran hem de misafir deneyimini güçlendiren ürünlere yönelmeleri. Özellikle üstün kaliteli zeytinyağı kullanımı, yemeklerin lezzet profilinde belirgin bir fark yaratarak marka algısını güçlendirir. Sektörümüz; artan maliyetler, tedarik zinciri sorunları ve nitelikli iş gücü eksikliği ile karşı karşıya. Bu noktada hem panko gibi operasyonel kolaylık sağlayan ürünler hem de yüksek kaliteli zeytinyağı gibi katma değerli ürünler önem kazanıyor. En iyi kalitede üretilmiş zeytinyağı, daha az kullanımda bile yüksek lezzet sağlayarak maliyet-performans dengesine katkıda bulunur. Çözüm; güçlü tedarik zinciri, yerli üretim ve kalite odaklı ürün stratejisinden geçiyor.





Levent Sevindik / Peyba Gıda /  
Türkiye Satış Direktörü

Peyba Gıda, 1996 yılında üretime başlayarak gıda sektöründe kalite, sürdürülebilirlik ve güvenilir tedarik anlayışıyla faaliyet gösteren köklü bir markadır. Kuruluşumuzdan bu yana hem üretici hem de toptan tedarikçi kimliğimizle; geniş ürün gamımızla perakende, horeca (otel, restoran, kafe) ve endüstriyel mutfaklara hizmet sunuyoruz. Güçlü lojistik altyapımız ve operasyonel kabiliyetimiz sayesinde müşterilerimize hızlı, kesintisiz ve standartları yüksek bir tedarik süreci sağlıyoruz. Turizm sektörüne ağırlıklı olarak kahvaltılık ürün grupları, süt ve süt ürünleri, şarküteri, atıştırmalık ürünler ve çeşitli gıda kategorilerinde tedarik sağlıyoruz. Otellerin özellikle açık büfe ve yüksek hacimli servis ihtiyaçlarına uygun hem ekonomik hem de standart kalitede ürün çözümleri sunuyoruz. Bunun yanında, özel markalı (private label) üretim kabiliyetimizle işletmelere marka değerlerini destekleyen çözümler de geliştiriyoruz. Turizm sektörü bizim için stratejik ve dinamik bir pazar. Sezonsal dalgalanmalar içerse de yüksek hacimli ve süreklilik gerektiren yapısı sayesinde önemli bir büyüklüğe sahip. Toplam ciromuz içinde turizm sektörünün payı dönemsel olarak değişmekle birlikte, özellikle yaz sezonunda ciddi bir hacme ulaşıyor ve büyüme hedeflerimizin önemli bir parçasını oluşturuyor.

**Son dönemde otellerden gelen taleplerde en çok öne çıkan unsurlar; fiyat / performans dengesi, sürdürülebilirlik, standart kalite ve hızlı tedarik**

Turizm sektörü ile çalışmanın avantajı olarak; yüksek hacimli siparişler, uzun dönemli iş birlikleri ve operasyonel sürdürülebilirlik sayılabilir. Aynı zamanda marka görünürlüğü açısından da önemli katkı sağlıyor. Dezavantaj tarafında ise yoğun sezon baskısı, ani talep değişimleri ve fiyat hassasiyeti öne çıkıyor. Bu noktada

## Turizm sektörüne ağırlıklı olarak kahvaltılık ürün grupları, süt ve süt ürünleri, şarküteri, atıştırmalık ürünler ve çeşitli gıda kategorilerinde standart kalite yanı sıra, özel markalı (private label) üretim kabiliyetimizle marka değerlerini destekleyen çözümler de geliştiriyoruz

güçlü stok yönetimi, esnek üretim ve hızlı lojistik en kritik başarı faktörleri arasında yer alıyor. Son dönemde otellerden gelen taleplerde en çok öne çıkan unsurlar; fiyat / performans dengesi, sürdürülebilirlik, standart kalite ve hızlı tedarik. Ayrıca misafiri memnuniyetini artıracak şekilde ürün çeşitliliği de oldukça önemli hale geldi.

**Ev dışı tüketim sektöründe en önemli sorunlar; maliyet artışları, tedarik zinciri kırılabilirliği ve nitelikli iş gücü eksikliği olarak öne çıkıyor. Bunun yanı sıra fiyat dalgalanmaları da işletmeler için ciddi bir risk oluşturuyor. Çözüm tarafında ise dijitalleşme, doğru stok planlaması ve güçlü tedarikçi iş birlikleri büyük önem taşıyor. Biz Peyba Gıda olarak müşterilerimize yalnızca ürün değil, aynı zamanda operasyonel verimlilik sağlayacak çözümler sunmayı hedefliyoruz**

Otellerde tavsiyemiz; tedarikçi seçiminde yalnızca fiyat odaklı değil, süreklilik, kalite standardı ve kriz anlarında çözüm üretebilme kabiliyeti olan iş ortaklarıyla çalışmalarıdır. Aynı zamanda menü

planlamasında israfı azaltacak ve operasyonu verimli hale getirecek ürün tercihleri yapılması da önemli bir avantaj sağlar. Ev dışı tüketim sektöründe en önemli sorunlar; maliyet artışları, tedarik zinciri kırılabilirliği ve nitelikli iş gücü eksikliği olarak öne çıkıyor. Bunun yanı sıra fiyat dalgalanmaları da işletmeler için ciddi bir risk oluşturuyor. Çözüm tarafında ise dijitalleşme, doğru stok planlaması ve güçlü tedarikçi iş birlikleri büyük önem taşıyor. Biz Peyba Gıda olarak müşterilerimize yalnızca ürün değil, aynı zamanda operasyonel verimlilik sağlayacak çözümler sunmayı hedefliyoruz. 2026 yılı için öncelikli hedeflerimiz; turizm sektöründeki pazar payımızı artırmak, ürün gamımızı daha da genişletmek ve üretim kapasitemizi güçlendirmek. Bununla birlikte sürdürülebilir üretim ve tedarik modellerine yatırım yaparak hem çevresel hem de operasyonel anlamda daha güçlü bir yapı oluşturmayı planlıyoruz.



Özgür Tuncer / BirChurchill / Firma Sahibi

## Turizm sektörüne özellikle premium segmentte konumlandığımız doğal mineralli, limon ve kaya tuzu dengesiyle hazırlanan gazlı içeceğimiz BirChurchill ile hizmet veriyoruz

BirChurchill, 2024 yılında yenilikçi bir içecek markası olarak doğdu. Faaliyet alanımız; doğal içeriklerle hazırlanan, fonksiyonel ve ferahlatıcı içeceklerin üretimi ve dağıtımıdır. Amacımız, klasik içecek kategorilerinin dışına çıkarak tüketiciye hem lezzet hem de deneyim sunan ürünler geliştirmektir. Turizm sektörüne özellikle premium segmentte konumlandığımız doğal mineralli, limon ve kaya tuzu dengesiyle hazırlanan gazlı içeceğimiz BirChurchill ile hizmet veriyoruz. Beach club'lardan 5 yıldızlı otellere, restoranlardan lounge alanlara kadar geniş bir yelpazede, serinletici ve fark yaratan bir alternatif olarak tercih ediliyoruz. Turizm sektörü bizim için sadece bir satış kanalı değil, aynı zamanda markanın vitrinidir. BirChurchill'in deneyim odaklı yapısı, özellikle turizm alanında çok daha güçlü bir etki yaratıyor. Şu an için toplam ciromuzun yaklaşık %35-40'lık kısmı turizm sektöründen gelmekte ve bu oranı önümüzdeki dönemde

daha da artırmayı hedefliyoruz. Turizm sektörü ile çalışmanın avantaj olarak; marka bilinirliğinin çok hızlı artması ve ürünün doğru hedef kitleyle buluşması en büyük kazanım. Turizm sektörü, trendlerin doğduğu ve yayıldığı bir alan. Dezavantaj olarak ise sezonluk dalgalanmalar ve yoğun rekabet öne çıkıyor. Ancak doğru konumlandırma ve güçlü marka hikâyesiyle bu dezavantajlar avantaja çevrilebiliyor. Son dönemde en çok öne çıkan unsurlar; doğal içerik, özgün tat ve sosyal medyada paylaşılabilmek. Tüketici artık sadece içecek değil, bir deneyim satın alıyor. Otelere tavsiyemiz; menülerinde fark yaratan, hikâyesi olan ve misafirlerin ilgisini çekecek ürünlere daha fazla yer vermeleri. BirChurchill bu noktada hem görsel hem tat olarak güçlü bir alternatif sunuyor. Sektörde en büyük sorunlar; maliyet artışları, tedarik zinciri dalgalanmaları ve standart kaliteyi sürdürebilme zorluklarıdır. Çözüm olarak; yerli üretime ağırlık verilmesi, markalaşmaya



yatırım yapılması ve tüketici beklentilerinin doğru analiz edilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Ayrıca dijitalleşme ve veri odaklı satış stratejileri de sektörün geleceği için kritik. 2026 yılı bizim için büyüme ve yaygınlaşma yılı olacak. Türkiye genelinde bayi ağıımızı genişletmek, turizm sektöründe daha fazla noktada yer almak ve uluslararası pazarlara açılmak öncelikli hedeflerimiz arasında. Ayrıca BirChurchill'i sadece bir içecek değil, bir yaşam tarzı markası haline getirmek istiyoruz.



Selim Şekerci / Şekerciler Tic. ve San. Ltd. Şti. / Genel Müdür

Firmamız Şekerciler Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi, 1995 yılında kurulmuştur. Başlıca faaliyet alanımız; kurutulmuş meyve şekerlemeleri ve meyve suyu özütleri üretimidir. Ürün portföyümüzde; portakal kabuğu, limon kabuğu, ayva, incir, vişne gibi çeşitli meyve şekerlemeleri bulunmaktadır. Bunun yanında dondurulmuş meyve suları ve meyve konsantreleri üretmekteyiz. Limonata özütü, portakal suyu, nar suyu, karadut özütü ve mor reyhan özütü gibi ürünler de üretim gamımız içerisinde yer almaktadır. Turizm sektörüne özellikle kafe, restoran ve otellere yönelik meyve suyu ve meyve bazlı ürün tedariki sağlamaktayız. Kafe ve restoranlara ağırlıklı olarak dondurulmuş meyve suyu ve konsantre ürünler, otellere ise belirli oranlarda gerçek meyve içeren donuk olmayan meyve suyu ürünleri sunmaktayız. Turizm sektörü firmamız için oldukça önemli bir pazardır. Çünkü otel, kafe ve restoranlar satış yaptığımız başlıca işletmeler arasında yer almaktadır. Bu

## Şekerciler Ticaret olarak; kurutulmuş meyve şekerlemeleri ve meyve suyu özütleri üretimi yapıyor, turizm sektöründe kafe ve restoranlara ağırlıklı olarak dondurulmuş meyve suyu ve konsantre ürünler, otellere ise belirli oranlarda gerçek meyve içeren donuk olmayan meyve suyu ürünleri sunuyoruz

nedenle turizm ve ev dışı tüketim sektörü, toplam satışlarımız içinde önemli bir paya sahiptir ve büyüme açısından stratejik bir alan olarak görülmektedir. Turizm sektörü ile çalışmanın en önemli avantajı, geniş bir müşteri ağına ve büyük bir tüketici kitlesine ulaşma imkanı sağlamasıdır. Bu sayede ürünler kısa sürede daha fazla kullanıcıya ulaşabilmektedir. Dezavantaj olarak ise sektörün ekonomik koşullardan ve bölgesel gelişmelerden hızlı şekilde etkilenmesi gösterilebilir. Turizm hareketliliğindeki dalgalanmalar, talepte dönemsel değişimlere neden olabilmektedir. Bizim faaliyet alanımız açısından değerlendirildiğinde, turizm sektöründen gelen taleplerde ürün kalitesi ve fiyat dengesi en önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. İşletmeler, ürün kalitesinin sabit ve yüksek standartta olmasını ve maliyetlerin öngörülebilir seviyelerde kalmasını beklemektedir. Bu nedenle otel ve işletmelere tavsiyemiz, ürün seçiminde kalite sürekliliğini sağlayan ve güvenilir tedarikçilerle çalışmalarıdır. Ev dışı tüketim sektörünün



karşılaştığı başlıca sorunlar arasında artan maliyetler, hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve lojistik giderleri yer almaktadır. Bu sorunların çözümünü için sektör paydaşlarının daha planlı tedarik zincirleri oluşturması, yerli üretimin desteklenmesi ve işletmeler ile tedarikçiler arasında uzun vadeli iş birliklerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır. 2026 yılı için öncelikli hedefimiz, yüksek kaliteli ürünlerimizle Türkiye pazarındaki konumumuzu daha da güçlendirmek ve satış ağıımızı genişletmektir. Bunun yanında uluslararası pazarlara açılarak ihracat faaliyetlerimizi artırmak ve markamızı yurt dışında da tanınır hale getirmek hedeflerimiz arasında yer almaktadır.



## Tatil deneyimini iyileştiren akıllı teknolojiler

Turizm tesislerine özel teknolojik çözümlerimizle güvenliği,  
operasyonel verimliliği ve misafir memnuniyetini artırın.



### Akıllı Kilit Sistemleri

Misafirlerinizin odalara güvenli ve kolay şekilde erişmesini sağlayın.

### Anahtar Yönetim Çözümü

Anahtar süreçlerini daha güvenli ve kontrollü şekilde yönetin.

### Kablosuz Ağ Altyapısı

Tesisiniz genelinde kesintisiz ve güvenilir bağlantı sunun.

### Uzaktan İzleme Çözümü

Kritik alanları anlık izleyin, olası risklere hızlı müdahale edin.

### Plaka Tanıma Sistemi

Araç giriş-çıkış süreçlerini daha hızlı ve verimli yönetin.



Efe Ekmen / EKN Gıda Pazarlama A.Ş. /  
Firma Sahibi

2020 yılında Antalya Döşemealtı'nda Sushimate markasını hayata geçirdik. Kurulduğumuz günden bu yana hedefimiz, sushi kategorisinde Türkiye'de yenilikçi bir yaklaşım ve yüksek kalite standardı oluşturmak oldu. İlk yıllarda tamamen turizm sektörüne odaklanarak oteller ve tatil bölgeleri için taze sushi üretimi gerçekleştirdik. Bu süreç hem üretim altyapımızı güçlendirmemizi hem de kalite standartlarımızı üst seviyeye taşımamızı sağladı. Zamanla bu birikimi farklı kanallara taşıyarak ürün portföyümüzü genişlettik. 2024 yılı itibarıyla ulusal perakende zincirlerine de hizmet veren entegre bir yapıya ulaştık. Bugün taze ürünlerimizin yanı sıra dondurulmuş kategoride geliştirdiğimiz crispy sushi çeşitlerimizle de geniş bir tüketici kitlesine ulaşıyoruz. Turizm ve perakende kanalını aynı anda besleyebilen, esnek ve ölçeklenebilir bir yapıya sahibiz. Turizm sektöründeki faaliyetlerimizde ana odağımız, yüksek kalite standartlarında taze sushi üretimi ve tedarikidir. Antalya başta olmak üzere, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek operasyonlarına doğrudan hizmet veriyoruz. Sezon boyunca 70'in üzerinde otele düzenli tedarik sağlıyor, yüksek hacimli talepleri kalite standartlarımızdan ödün vermeden karşılıyoruz. Ürünlerimiz açık büfe, à la carte, VIP organizasyonlar ve özel etkinliklerde geniş bir kullanım alanına sahip. Tüm üretim süreçlerimizi gıda güvenliği standartlarına uygun, soğuk zinciri koruyarak ve günlük üretim prensibiyle yürütüyoruz. Bununla birlikte yalnızca ürün sağlayan bir yapı değil; iş ortaklarımızın menü planlama, ürün geliştirme ve operasyonel süreçlerine de katkı sunuyoruz. Turizm sektörü bizim için yalnızca bir satış kanalı değil, markamızın gelişiminde kritik rol oynayan stratejik bir alan. Toplam ciromuz içerisinde önemli bir paya sahip olmasının yanı sıra, marka algımızı güçlendiren en önemli platformlardan biri. Özellikle üst segment otellerle çalışmak, kalite ve operasyon standartlarımızı sürekli en üst seviyede tutmamızı sağlıyor. Bu yönüyle turizm sektörü, kendimizi sürekli geliştirdiğimiz dinamik bir ekosistem. Ürün kalitemizi ve operasyonel kabiliyetlerimizi ileri taşıyan en önemli alanlardan biri olmaya devam ediyor.

**Turizm sektörünün en önemli zorluklarından biri, sezonluk talep dalgalanmaları. Yaz aylarında yoğun bir operasyon yürütürken, kış**

## Sushimate markamızla yüksek kalite standartlarında taze sushi üretimi ve tedariki yanı sıra dondurulmuş kategoride geliştirdiğimiz crispy sushi çeşitlerimizle, turizm ve perakende kanalını aynı anda besleyebilen, esnek ve ölçeklenebilir bir yapıya sahibiz

**döneminde talep belirgin şekilde düşebiliyor. Bu durum; üretim planlaması, stok yönetimi ve insan kaynağı organizasyonu açısından daha esnek bir yapı gerektiriyor. Biz bu dengeyi, turizm ve perakende kanallarını birlikte yöneterek sağlıyoruz**

Turizm sektörü ile çalışmanın en önemli avantajı, yüksek hacimli ve gelişen bir müşteri profiline hitap etme imkânı sunması. Özellikle uluslararası misafirlerin beklentileri, ürün kalitemizi ve operasyon standartlarımızı sürekli daha yukarı taşımamızı sağlıyor. Bu da bizi inovasyona ve sürekli gelişime teşvik ediyor. Aynı zamanda turizm sektörü, marka bilinirliği açısından da çok değerli bir alan. Farklı ülkelerden gelen misafirler sayesinde ürünlerimiz uluslararası bir görünürlük kazanıyor ve bu durum Sushimate markasının global algısını destekliyor. Diğer taraftan sektörün en önemli zorluklarından biri, sezonluk talep dalgalanmaları. Yaz aylarında yoğun bir operasyon yürütürken, kış döneminde talep belirgin şekilde düşebiliyor. Bu durum; üretim planlaması, stok yönetimi ve insan kaynağı organizasyonu açısından daha esnek bir yapı gerektiriyor. Biz bu dengeyi, turizm ve perakende kanallarını birlikte yöneterek sağlıyoruz. Çok kanallı yapımız sayesinde yıl boyunca daha dengeli bir operasyon kurabiliyor ve sürdürülebilir büyüme modeli oluşturabiliyoruz. Günümüzde turizm sektöründe öne çıkan beklentilerin başında kalite, hijyen, sürdürülebilirlik, ürün çeşitliliği ve hız geliyor. Özellikle sushi gibi hassas ürünlerde tazelik ve gıda güvenliği, misafir memnuniyetinin en kritik belirleyicileri arasında yer alıyor. Bu nedenle hem üretim hem de servis tarafında standartların çok yüksek tutulması gerekiyor. Son dönemde misafir beklentilerinin daha global bir yapıya evrildiğini de net şekilde gözlemliyoruz. Dünya mutfaklarına olan ilgi artarken, özellikle sushi gibi deneyim odaklı ürünler otellerin menülerinde daha fazla yer bulmaya başladı. Otellere en önemli önerimiz; misafir deneyimini zenginleştirmek adına menülerinde dünya mutfaklarına daha fazla alan açmaları ve bu alanlarda uzman üreticilerle çalışmalarıdır. Doğru tedarikçiyle çalışmak, sadece ürün kalitesini değil, operasyonel verimliliği de doğrudan etkiler. Ayrıca menü planlamasında sürdürülebilir, standartlaştırılabilir ve operasyonu kolaylaştıran ürünlerin tercih edilmesi büyük önem taşıyor. Bu yaklaşım hem maliyet kontrolünü destekler hem de her serviste aynı kaliteyi sunarak misafir memnuniyetini üst seviyeye taşır. Sushimate olarak biz de iş ortaklarımıza yalnızca ürün sunmakla kalmayıp, bu süreçlerde aktif katkı sağlayarak menü ve operasyon tarafında

değer yaratmayı hedefliyoruz. Ev dışı gıda sektöründe bugün en çok öne çıkan sorunların başında artan hammadde maliyetleri, nitelikli personel eksikliği, lojistik süreçlerde yaşanan dalgalanmalar ve tedarik zincirindeki kırılganlıklar geliyor. Bu faktörler, sektör genelinde ciddi bir maliyet baskısı oluştururken, operasyonel sürdürülebilirliği de zorlaştırıyor. Özellikle tazelik ve kalite hassasiyeti yüksek ürün gruplarında faaliyet gösteren markalar için bu süreç daha da kritik hale geliyor. Hem standart ürün kalitesini korumak hem de operasyonel verimliliği sürdürülebilir kılmak, artık çok daha fazla planlama ve sistem gerektiriyor. Biz bu noktada çözümün üç ana başlıkta şekillendiğini düşünüyoruz. İlki, merkezi üretim ve standardizasyon. Ürünlerin kontrollü bir ortamda, aynı kalite standardıyla üretilmesi hem maliyet avantajı sağlıyor hem de işletmeler için operasyonel kolaylık yaratıyor. İkinci önemli konu, yarı hazır ve donuk ürünlerin artan rolü. Doğru şekilde kurgulanmış donuk ürünler hem fire oranını azaltıyor hem de personel bağımlılığını düşürerek işletmelere ciddi bir esneklik kazandırıyor. Aynı zamanda yıl boyunca stabil kalite sunmayı mümkün hale getiriyor. Üçüncü başlık ise teknoloji ve veri odaklı yönetim. Talep tahmini, stok planlama ve lojistik süreçlerin doğru yönetilmesi, değişken maliyet ortamında fark yaratan en önemli unsurlardan biri haline geldi. Sushimate olarak biz de bu yaklaşımı benimseyerek; teknoloji yatırımlarımız, güçlü tedarik planlamamız ve çok kanallı satış yapımızla daha dengeli ve sürdürülebilir bir operasyon kurmayı hedefliyoruz. Özetle, sektörün geleceğinde daha verimli, daha standart ve daha esnek üretim modellerinin öne çıkacağını düşünüyoruz. 2026 yılı, bizim için yalnızca büyüme değil, aynı zamanda globalleşme yolunda önemli bir eşik olacak. Bu doğrultuda üretim kapasitemizi artırmayı, operasyonel altyapımızı güçlendirmeyi ve ürün portföyümüzü yeni kategorilerle genişletmeyi hedefliyoruz. Özellikle dondurulmuş ürün grubunda geliştirdiğimiz crispy (crunch) sushi çeşitlerimizi daha geniş pazarlara ulaştırarak bu kategoride güçlü bir konum elde etmeyi planlıyoruz. Bu ürün grubu, operasyonel verimlilik ve ölçeklenebilirlik açısından stratejik bir öneme sahip. Bununla birlikte en önemli hedeflerimizden biri ihracat pazarlarına açılmak. Sushimate markasını yalnızca Türkiye'de değil, uluslararası pazarda da bilinir bir marka haline getirmek istiyoruz. Uzun vadeli vizyonumuz ise net: kalite, güven ve inovasyon denildiğinde akla gelen markalardan biri olmak ve Türkiye'den doğan güçlü bir markayı global arenaya taşımak.

# Service+

## Testi Geçen Güvenlik

Yangın dayanımlı  
kapı kapaticılar

Yangın koruma  
pedleri

Yangın fitilleri

Yangın dayanımlı  
mentеше

Yangın dayanımlı  
kapı kolu

Yangın dayanımlı  
köpük ve mastikler

Yangın panelleri

Kapı altı  
giyotinleri

Doğru  
konumlandırma

Detay çizimler

Panel ve aksesuar  
seçimi

Uyumlandırma

Doğru ürün seçimiyle  
sertifikalı güvenlik için:



# HÄFELE



Ebru Kocaacar / Antalya Reçelcisi /  
Ansu Gıda 2. Kuşak Temsilcisi

1989 yılında temelleri atılan firmamız, meyve bazlı geleneksel ve gurme lezzetler üretmektedir. Reçel, marmelat, bal, pekmez, ezme ve chutney gibi ürün gruplarında hem perakende hem de profesyonel tüketime uygun çözümler sunuyoruz. Üretimde temel yaklaşımımız, yerel lezzet mirasını çağdaş sunum ve sürdürülebilir kalite anlayışıyla birleştirmektir. Turizm sektörüne ağırlıklı olarak kahvaltılık ürünler, açık büfe kullanımı için uygun ürünler, porsiyonluk çözümler ve gurme sunumları destekleyen eşlikçi lezzetler tedarik ediyoruz. Otellerin kahvaltı servislerinde, oda ikramlarında, peynir tabaklarında ve şef sunumlarında kullanılabilecek reçel, marmelat, bal, pekmez ve chutney gruplarımız öne çıkıyor. Özellikle farklılaşmak isteyen tesisler için klasik ürünlerin yanında premium ve karakterli tatlar sunabiliyoruz. Turizm sektörü hizmet verdiğimiz kanallar içerisinde yörenin kültürel mirası olan ürünlerini gelen misafirlerimize deneyimletebileceğimiz stratejik pazarlardan biridir. Özellikle Antalya gibi güçlü destinasyonlarda oteller aracılığıyla yerli ve yabancı misafirlere aynı anda ulaşabilmek önemli bir avantaj sağlıyor. Bu kanal, firmamız cirosu içinde düzenli büyüyen ve yüksek potansiyel taşıyan bir alan olup toplam ciro içinde önemli bir paya sahiptir. Bu oranı her

## Turizm sektörüne ağırlıklı olarak kahvaltılık ürünler, açık büfe kullanımı için uygun ürünler, porsiyonluk çözümler ve gurme sunumları yanı sıra özellikle farklılaşmak isteyen tesisler için premium ve karakterli tatlar da sunabiliyoruz

sene artırarak ilerliyoruz.

**Otellerde önerimiz, satın alma süreçlerinde sadece birim fiyat odaklı değil, ürün sunuma, misafir memnuniyetine ve ülke gastronomisine katkısını da değerlendirmeleridir. Yerel kimliği güçlü, hikâyesi olan ve doğru sunulan ürünler, otelin genel deneyim kalitesini belirgin şekilde yükseltir**

Misafir deneyimine doğrudan temas eden bir alanda yer almak, ülke gastronomisine katkı koyacak bir vizyonla yola devam etmek ve yöresel ürünlerimizi görünür kılmak, gelen misafirlerin hızlı geri bildirimlerini almak, dolayısıyla turizmin canlılığını yaşamak bizim gibi üreticileri daima dinamik tutan etkenlerden biridir. Turizm sektöründeki bu dinamizm, bakış açınıza bağlı olarak bir dezavantaj değil, aksine üretici olarak tüm süreçlerinizde eksiksiz ve kontrollü olmanızı sağlayan disiplinleri iş akışınızda standartlaştırmanızı sağlayan bir avantajdır. Süreci başarılı yönetebilmenin anahtarı; planlama, kalite standardizasyonu ve operasyonel disiplinin birlikte yürütülmesidir. Otellerden gelen taleplerde bugün en çok öne çıkan unsurlar; standart lezzet, hijyen ve kalite güvencesi, raf ömrü, şık sunum, izlenebilirlik, sürdürülebilirlik, farklılaşma ve güvenli tedarik imkânıdır. Artık yalnızca ürünün kendisi değil, misafirda bıraktığı deneyim de önem taşıyor. Bizim önerimiz, otellerin satın alma süreçlerinde sadece birim fiyat odaklı değil, ürünün sunuma, misafir memnuniyetine ve ülke gastronomisine katkısını da değerlendirmeleridir. Yerel kimliği güçlü, hikâyesi olan ve doğru



sunulan ürünler, otelin genel deneyim kalitesini belirgin şekilde yükseltir. Toplu tüketim alanlarını etkileyen pandemi, bölgesel yaşanan siyasi ve politik olaylar gibi öngörülemeyen dış faktörler sebebiyle gerek üretim süreçlerimizi etkileyen ham madde tedarik ve fiyatlandırma süreçlerindeki belirsizlik gerekse talep oluşumunda yaşanan nedenler süreçlerimizde rol oynamaktadır. Çözüm tarafında ise üretici ve alıcı arasında daha şeffaf, daha planlı ve uzun vadeli iş birliklerine ihtiyaç olduğunu düşünüyoruz. Yıllık ya da sezonluk öngörü planlarıyla koşullar el verdiğince çalışmak hem üretici hem de işletme açısından daha sağlıklı sonuç verir. 2026 yılında hedefimiz, turizm ve horeca kanalındaki varlığımızı daha da güçlendirmek, profesyonel kullanıma uygun ürün gamımızı genişletmek ve özellikle kalite algımızla zaten konumlandığımız premium segmentte daha da görünür hale gelmektir. Porsiyonluk ve toplu tüketime uygun çözümlerimizi artırmayı, oteller ve şeflerin sektörel ihtiyaçlarına daha fazla kulak verip, aynı zamanda gurme ürün gruplarımızın penetrasyonunu artırmayı planlıyoruz. Amacımız, yerel lezzeti yüksek kalite standardıyla buluşturarak hem Türkiye’de hem uluslararası misafir deneyiminde güçlü bir iz bırakmaktır. Ne diyoruz? Yenilikçi tatlar, 2026 yılında füzyon mutfaklarla buluşuyor.





KARTLI KİLİT  
SİSTEMLERİ



DND  
SİSTEMLERİ



YANGINA DAYANIKLILIK  
SERTİFİKALI  
KARTLI KİLİTLER



2025  
TOURISM DESIGN  
AWARDS



ENERGY SAVER  
VARLIK SENSÖRÜ  
SİSTEMLERİ



info@somelektronik.com.tr

İletişim : +90 533 554 13 35 +90 555 480 44 81

Güzeloluk Mahallesi 1886. Sokak No:11 Muratpaşa / ANTALYA



Mehmet Sarısoy / Mila Gıda Kurucu /  
Ağosto Akdeniz Bölge Müdürü

Mila Gıda, 2025 yılında kurulmuş bir tedarik firmasıdır. Faaliyet alanımız; yiyecek-ışecek işletmeleri, kahveciler, restoranlar ve turizm işletmelerine yönelik gıda ve ıecek tedarikçidir. Özellikle sahada işletmelerin günlük operasyonlarını kolaylaştıracak, kalite ve süreklilik sağlayacak ürün gruplarına odaklanıyoruz. Amacımız yalnızca ürün satmak değil, işletmelerin ihtiyaçlarına uygun, sürdürülebilir ve pratik çözümler sunmaktır. Turizm sektörüne ağırlıklı olarak bar, kafe ve yiyecek-ışecek operasyonlarına yönelik ürün tedarikçi sağlıyoruz. Portföyümüzde kokteyl şurupları, kokteyl sosları, bar tüketim malzemeleri, çeşitli gıda ürünleri ve gıda dışı tüketim ürünleri yer alıyor. Bunun yanında kendi markamız olan Mixo2 ile sektöre daha özgün ve profesyonel çözümler sunuyoruz. Özellikle otellerin bar ve ıecek operasyonlarında hem kaliteyi hem de standardizasyonu destekleyen ürünler geliştirmeye önem veriyoruz. Turizm sektörü bizim için hem fırsat barındıran hem de ciddi emek isteyen bir alan. Özellikle küçük ve orta ölçekli firmalar açısından bakıldığında, turizm pazarı yüksek hacim potansiyeli sunarken aynı zamanda yoğun rekabet, operasyonel baskı ve güçlü ilişki yönetimi



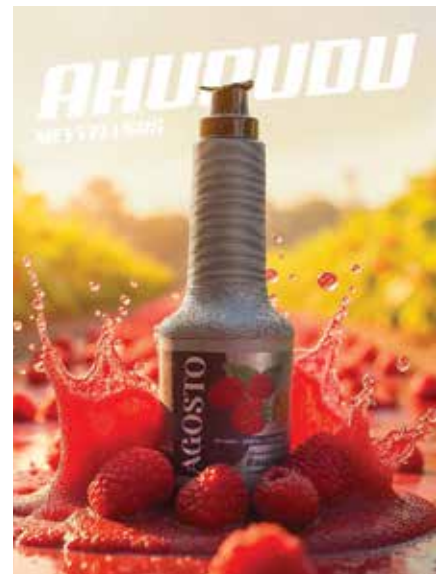
## Turizm sektörüne ağırlıklı olarak bar, kafe ve yiyecek-ışecek operasyonlarına yönelik ürün tedarikçi sağlıyoruz; bunun yanında kendi markamız olan Mixo2 ile sektöre daha özgün ve profesyonel çözümler sunuyoruz

de gerektiriyor. Bizim ciromuzun yaklaşık %30'u turizm sektöründen, kalan kısmı ise yerel pazardan oluşuyor. Bu dağılım bize hem turizmde büyüme alanı sağlıyor hem de yerel pazarla daha dengeli bir yapı kurmamıza yardımcı oluyor.

**Ev dışı gıda sektöründe en önemli sorunların başında maliyet artışları, tedarik zinciri kırılmaları, ödeme vadelerinin uzaması ve nitelikli personel eksikliği geliyor. Bunun yanında işletmelerin hızlı değişen tüketici beklentilerine ayak uydurması da her geçen gün daha zor hale geliyor. Çözüm tarafında ise daha planlı satın alma süreçleri, güçlü tedarikçi iş birlikleri ve ürün standardizasyonu öne çıkıyor. İşletmelerin kısa vadeli çözümler yerine sürdürülebilir tedarik yapıları kurması gerekiyor. Aynı zamanda yerli üretimi destekleyen, operasyonel kolaylık sağlayan ve israfı azaltan ürünlere yönelmek sektöre önemli katkı sunacaktır**

Turizm sektörünün en önemli avantajları; yüksek hacimli siparişler, düzenli tüketim ve devamlı müşteri potansiyelidir. Bir işletmeyle doğru iş birliği kurulduğunda uzun vadeli ve karşılıklı güvene dayalı bir ticaret modeli oluşabiliyor. Ayrıca turizm işletmeleri, yeni ürünlere ve yenilikçi çözümlere daha açık olduğu için markalaşma açısından da önemli fırsatlar sunuyor. Dezavantaj tarafında ise en belirgin konular uzun ödeme vadeleri, sezonluk dalgalanmalar ve olağan dışı gelişmelerin sektörü çok hızlı etkilemesidir. Ekonomik belirsizlikler, turizm hareketliliğindeki düşüşler ya da bölgesel krizler doğrudan sipariş hacmine ve iç pazara da yansıyor. Bu nedenle turizmle çalışırken yalnızca satış değil, finansal dayanıklılık ve doğru planlama da büyük önem taşıyor. Bugün turizm sektöründe en çok öne çıkan unsurlar; kalite standardı, ürün sürekliliği, hızlı tedarik, maliyet kontrolü ve misafir memnuniyetine katkı sağlayan yenilikçi ürünlerdir. Özellikle oteller artık yalnızca uygun fiyatlı ürün değil, aynı zamanda operasyonu kolaylaştıran, sunumu güçlendiren ve menü değerini artıran çözümler talep ediyor. Bar ve ıecek tarafında ise standart reçete oluşturulabilen, lezzet istikrarı sağlayan ve personel değişiminden minimum düzeyde etkilenen ürünler daha çok tercih ediliyor. Otelere tavsiyemiz, tedarikçi seçiminde sadece fiyat odaklı değil; kalite, hizmet sürekliliği, teknik destek ve ürün standardizasyonu gibi kriterleri de dikkate

almalarıdır. Çünkü iyi bir tedarikçi, işletmenin sadece stok ihtiyacını karşılamaz; aynı zamanda verimliliğini, misafir deneyimini ve kârlılığını da destekler. Ev dışı gıda sektöründe en önemli sorunların başında maliyet artışları, tedarik zinciri kırılmaları, ödeme vadelerinin uzaması ve nitelikli personel eksikliği geliyor. Bunun yanında işletmelerin hızlı değişen tüketici beklentilerine ayak uydurması da her geçen gün daha zor hale geliyor. Çözüm tarafında ise daha planlı satın alma süreçleri, güçlü tedarikçi iş birlikleri ve ürün standardizasyonu öne çıkıyor. İşletmelerin kısa vadeli çözümler yerine sürdürülebilir tedarik yapıları kurması gerekiyor. Aynı zamanda yerli üretimi destekleyen, operasyonel kolaylık sağlayan ve israfı azaltan ürünlere yönelmek sektöre önemli katkı sunacaktır. 2026 yılı için hedefimiz, Mila Gıda'yı özellikle turizm ve horeca kanalında daha güçlü bir konuma taşımak. Mevcut müşteri ağıımızı büyütmenin yanı sıra, otel, restoran ve kahve işletmeleri tarafında daha kalıcı iş birlikleri kurmak istiyoruz. Kendi markamız Mixo2 ile bar ve ıecek operasyonlarına yönelik daha fazla ürünü sektöre sunmayı da öncelikli hedeflerimiz arasında görüyoruz. Bununla birlikte, yalnızca ürün tedarikçi yapan bir firma değil; müşterilerine çözüm, hız, kalite ve güven sunan bir iş ortağı olarak konumlanmak istiyoruz. 2026'yı bizim için büyüme, markalaşma ve daha güçlü saha yapılanmasının yılı olarak görüyoruz.





Aydın Soyuyiğit / Soyuyiğit Gıda /  
Satış ve Pazarlamadan Sorumlu  
Genel Müdür Yardımcısı

Firmamızın temelleri 1962 yılında atılmış olup, köklü ticaret geçmişinden aldığı güçle bugün gıda sektöründe üretim ve tedarik alanlarında faaliyet göstermektedir. Yıllar içerisinde edindiğimiz deneyim ve birikimle, değişen pazar ihtiyaçlarına uyum sağlayarak faaliyet alanlarımızı sürekli geliştirdik. Günümüzde; başta bulyon ve çorba karışımları olmak üzere, puding ve pandispanya gibi toz gıda ürünlerinden jöle ve krema gibi pastacılık çözümlerine, ayçiçek, mısır, zeytin ve kıvırtmalık yağ çeşitlerine uzanan geniş ürün portföyümüzle hem yurt içi hem de yurt dışı pazarlarda güçlü bir konumda yer alıyoruz. Üretim gücümüz, yüksek kalite standartlarımız ve sürdürülebilir tedarik yaklaşımımızla, farklı sektörlerin ihtiyaçlarına değer katan, güvenilir ve yenilikçi çözümler sunmaya devam ediyoruz. Turizm sektörüne yönelik olarak; otel, restoran ve kafe işletmelerinin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde geniş bir ürün portföyü ile gıda ve içecek tedariki sağlamaktayız. Ürün grubumuz başlıca üç ana kategoride toplanmaktadır: **Profesyonel mutfak ürünleri;** Çorbalı, bulyonlar, çeşniler, yardımcıları, un ve nişastalar, kek un karışımları, tatlı karışımları, içecekler, likit sos çeşitleri. **Pastacılık ürünleri;** Kokteyl şurupları, kahve şurupları, topping sos ve şuruplar, soğuk pasta jöleleri, bitkisel krem şanti ve kremalar. **Yağlar;** Ayçiçek yağı, mısır yağı, zeytin yağı, kanola yağı, bitkisel susuz margarin çeşitleridir. Tüm ürünlerimiz; yüksek kalite standartları, süreklilik arz eden tedarik gücü ve profesyonel mutfaklara uygun kullanım avantajları ile turizm sektörünün dinamik ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde sunulmaktadır. Turizm sektörü, operasyonel hacim ve marka görünürlüğü açısından öncelikli odak alanlarımızdan biridir. Sezon dönemlerinde artan talep ile birlikte ciromuz içinde önemli ve büyüyen bir paya sahiptir.



## Turizm sektörüne yönelik olarak; profesyonel mutfak ürünleri, pastacılık ürünleri ve yağ kategorilerinde yüksek kalite standartları, süreklilik arz eden tedarik gücü ve profesyonel mutfaklara uygun kullanım avantajlarıyla hizmet veriyoruz

**Ev dışı gıda sektöründe öne çıkan başlıca sorunlar; enflasyonist ortamın yarattığı hammadde fiyat dalgalanmaları, maliyet artışları, tedarik zinciri belirsizlikleri ve nitelikli personel eksikliği olarak öne çıkmaktadır. Özellikle hammadde fiyatlarındaki öngörülemez değişimler, işletmelerin fiyatlama ve kârlılık dengesini yönetmesini zorlaştırmaktadır. Bu noktada çözüm olarak; standartlaştırılmış ürün kullanımı, alternatif hammadde ve reçete esnekliği, güçlü ve sürdürülebilir tedarikçi yapısı ile etkin stok ve maliyet yönetimi kritik önem taşımaktadır**

Turizm sektörüyle çalışmak cazip ama “disiplin isteyen” bir oyundur. Doğru yapı kurulduğunda hacim ve marka gücü getirir; kontrol edilmezse nakit akışını zorlayabilir. Dengeli bir değerlendirme şöyle olabilir: **Avantajları;** **Yüksek ve sürdürülebilir hacim:** Oteller sezon boyunca yüksek miktarda ve düzenli tüketim yapar. Özellikle açık büfe ve all-inclusive konseptlerde toz gıda, pastacılık ve yağ grubu ürünlerde ciddi hacim oluşur. **Uzun dönemli iş birlikleri:** Memnuniyet sağlandığında sözleşmeler sezonluk ya da yıllık yenilenir. Bu da üretim planlaması ve kapasite kullanımı açısından öngörülebilirlik sağlar. **Standartlaşma avantajı:** Turizm işletmeleri aynı lezzeti ve kaliteyi sürekli sunmak ister. Bu durum; premiksler, toz karışımlar ve standardize ürünler için büyük avantaj yaratır. **Marka görünürlüğü ve referans değeri:** Güçlü otel zincirleriyle çalışmak hem yurt içi hem ihracat tarafında ciddi bir referans oluşturur. **Ürün geliştirme fırsatı:** Profesyonel mutfaklarla yakın çalışmak; yeni ürün denemeleri, reçete geliştirme ve saha geri bildirimini açısından çok değerlidir. **Dezavantajları ise; Fiyat baskısı ve düşük marj:** Turizm sektörü yüksek hacim nedeniyle agresif fiyat talep eder. Karlılık çoğu zaman ince marjlarla yönetilir. **Uzun vadeli ödeme süreleri:** 60–120 gün (hatta sezon sonu tahsilat) gibi vadeler nakit akışını zorlayabilir. Güçlü finans yönetimi şarttır. **Sezonluk dalgalanma:** Özellikle yaz turizmine bağlı bölgelerde talep çok dalgalıdır. Kış döneminde ciddi düşüş yaşanabilir. **Operasyonel hassasiyet:** Teslimat gecikmesi, stok hatası veya kalite sapması doğrudan müşteri deneyimini etkiler. Bu yüzden hizmet seviyesi beklentisi çok yüksektir. **Yoğun rekabet:** Yerel ve ulusal birçok tedarikçi aynı müşteriler için rekabet eder. Fark yaratmak (ürün, servis, fiyat dengesi) zorunludur. Turizm sektöründen

gelen taleplerde en çok öne çıkan unsurlar; standart kalite, uygun fiyat, operasyonel hız ve ürün sürekliliği olmaktadır. Özellikle yoğun sezonlarda mutfak operasyonlarını kolaylaştıran, fireyi azaltan ve her seferinde aynı sonucu veren ürünler tercih edilmektedir. Bu doğrultuda otellere önerimiz; sadece fiyat odaklı değil, toplam operasyon maliyetini düşüren, kullanım kolaylığı sağlayan ve standart lezzet sunan ürünlere yönelmeleri olacaktır. Ayrıca güvenilir ve sürdürülebilir tedarik zinciri oluşturarak sezon içinde yaşanabilecek aksaklıkların önüne geçmeleri büyük önem taşımaktadır. Ev dışı gıda sektöründe öne çıkan başlıca sorunlar; enflasyonist ortamın yarattığı hammadde fiyat dalgalanmaları, maliyet artışları, tedarik zinciri belirsizlikleri ve nitelikli personel eksikliği olarak öne çıkmaktadır. Özellikle hammadde fiyatlarındaki öngörülemez değişimler, işletmelerin fiyatlama ve kârlılık dengesini yönetmesini zorlaştırmaktadır. Bu noktada çözüm olarak; standartlaştırılmış ürün kullanımı, alternatif hammadde ve reçete esnekliği, güçlü ve sürdürülebilir tedarikçi yapısı ile etkin stok ve maliyet yönetimi kritik önem taşımaktadır. Aynı zamanda operasyonu kolaylaştıran ve fireyi azaltan ürünlere yönelmek, işletmelere hem maliyet kontrolü hem de kalite sürekliliği açısından önemli avantaj sağlar. 2026 yılı için temel hedefimiz; mevcut ürün gruplarımızda sürdürülebilir büyümeyi devam ettiren, özellikle turizm ve ev dışı tüketim kanalındaki etkinliğimizi daha da artırmaktır. Bu kapsamda, müşterilerimizin operasyonel ihtiyaçlarına daha iyi cevap verecek, katma değeri yüksek ve kullanım kolaylığı sağlayan ürünler geliştirmeye odaklanıyoruz. Bununla birlikte, ihracat tarafında yeni pazarlara açılarak global ölçekte daha güçlü bir konum elde etmeyi hedefliyoruz. Üretim, tedarik ve lojistik altyapımızı güçlendirerek hem yurt içinde hem de yurt dışında daha hızlı ve sürdürülebilir bir hizmet yapısı kurmayı önceliklerimiz arasında görüyoruz. Aynı zamanda kalite standartlarımızdan ödün vermeden, maliyet yönetimini etkin şekilde sağlayarak müşterilerimize rekabetçi ve güvenilir çözümler sunmaya devam edeceğiz. 2026 yılında da güçlü iş birlikleri kurarak büyümemizi istikrarlı bir şekilde sürdürmeyi hedefliyoruz.



Selim Topçu / Topçuoğlu A.Ş. /  
Pazarlama ve Marka Müdürü

Topçuoğlu A.Ş.,1984'ten beri uzun yıllara dayanan ticari tecrübesiyle gıda sektöründe faaliyet gösteren köklü bir aile şirkettir. Şirketimiz, yıllar içerisinde perakende, toptan dağıtım ve gıda tedarik alanlarında edindiği deneyimi, üretim gücüyle birleştirerek dondurulmuş gıda sektörüne adım atmıştır. Bu vizyon doğrultusunda hayata geçirilen Freshiva markamız ile özellikle dondurulmuş patates ürünleri başta olmak üzere, genişleyen bir ürün yelpazesıyla sektörde yer almayı planlıyoruz. Freshiva olarak biz sektörde yeniyiz aslında şu anda sadece dondurulmuş patates üretimini yaparak tedarik sağlıyoruz. Otellerin açık büfe servisleri, snack barları ve restoran mutfaklarında yüksek hacimli ve hızlı servis gereksinimleri bulunuyor. Biz de bu ihtiyaçlara uygun olarak, yüksek performanslı, standart üstü kalitede ve pratik kullanım sunan ürünler geliştiriyoruz. Ürünlerimiz hem kızarma kalitesi hem bekleme süreleri hem de servis hızına katkısı ile profesyonel mutfakların beklentilerinin üzerinde bir performans sergilemektedir. Bu pazar bizim için stratejik öneme sahip ve büyüme potansiyeli yüksek bir pazardır.

## Gıda sektöründe faaliyet gösteren köklü bir aile şirketi olarak, hayata geçirdiğimiz Freshiva markamız ile özellikle dondurulmuş patates ürünleri başta olmak üzere, genişleyen bir ürün yelpazesıyla sektörde yer almayı planlıyoruz

Özellikle sezonluk yoğunlukların yüksek olduğu bölgelerde, ürünlerimizin performansı ve sürekliliği büyük avantaj sağlamaktadır. Sektör, markamızın bilinirliği ve referans gücü açısından da kritik bir rol oynamaktadır. Şu an için ciromuz içinde önemli bir paya sahip olmakla birlikte, önümüzdeki dönemde bu oranı daha da artırmayı hedefliyoruz.

**Taleplerde en çok öne çıkan unsurlar; ürünün standart kalitesi, hızlı hazırlanabilir olması ve maliyet kontrolüdür. Oteller, yoğun servis saatlerinde ürünün performansına ve sürekliliğine büyük önem vermektedir. Bizim önerimiz; ürün seçiminde sadece fiyat odaklı değil, performans odaklı bir yaklaşım benimsenmesidir. Doğru ürün hem israfı azaltır hem de müşteri memnuniyetini artırır**

Turizm sektörü ile çalışmanın en büyük avantajı, yüksek hacimli ve düzenli sipariş potansiyelidir. Ayrıca ürünlerin farklı mutfaklarda ve farklı konseptlerde kullanılması, Freshiva'nın geniş bir kullanım alanına ulaşmasını sağlıyor. Diğer yandan sezonluk dalgalanmalar, fiyat hassasiyeti ve yüksek rekabet ortamı sektörün zorlukları arasında yer almaktadır. Bu noktada sürdürülebilir kalite ve doğru fiyat dengesi büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden sektörde ayakta kalmak için hem kaliteli hem de sürdürülebilir olmak zorundasınız. Biz de o dengeyi kurmaya çalışıyoruz.



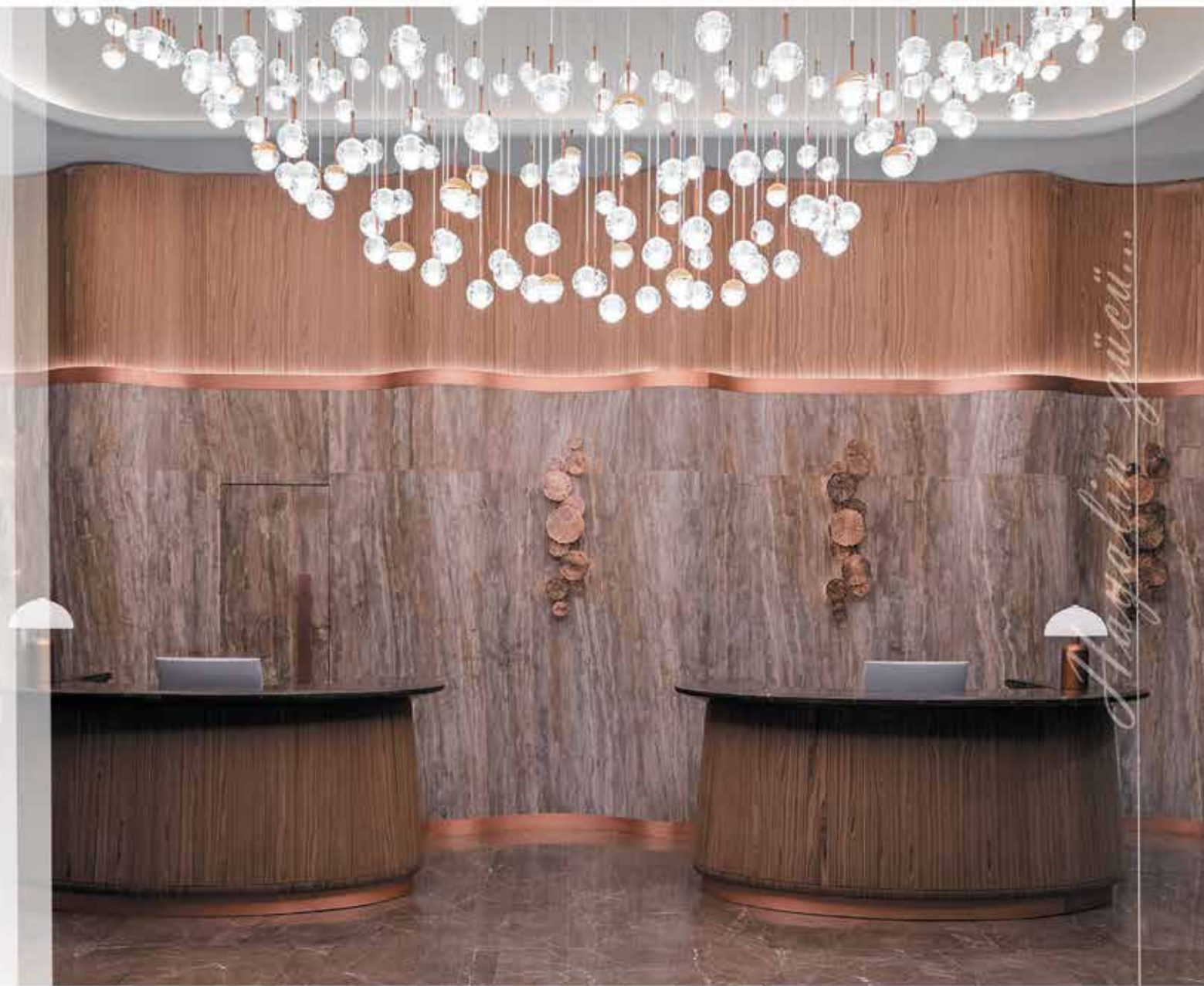
Taleplerde en çok öne çıkan unsurlar; ürünün standart kalitesi, hızlı hazırlanabilir olması ve maliyet kontrolüdür. Oteller, yoğun servis saatlerinde ürünün performansına ve sürekliliğine büyük önem vermektedir. Bizim önerimiz; ürün seçiminde sadece fiyat odaklı değil, performans odaklı bir yaklaşım benimsenmesidir. Doğru ürün hem israfı azaltır hem de müşteri memnuniyetini artırır.

**2026'da hedefimiz net: üretimi büyütmek, Türkiye genelinde daha güçlü bir bayi ağı kurmak ve ihracata daha ciddi şekilde girmek. Aynı zamanda ürün gamını genişletmek istiyoruz. Sadece patates değil, farklı donuk ürünlerle de piyasada olmak istiyoruz. Ama en önemlisi şu: Freshiva'yı herkesin bildiği, güvendiği bir marka haline getirmek**

Sektörümüzde en büyük sorun maliyet. Her şey sürekli değişiyor ve bu işletmeleri ciddi anlamda zorluyor. Bunun yanında personel bulmak ve yetiştirmek de ayrı bir problem. Burada çözüm biraz daha pratik ürünlere yönelmek ve doğru tedarikçi ile çalışmak. Çünkü mutfakçı ne kadar sadeleştirirsen o kadar kontrol edilebilir hale geliyor. 2026'da hedefimiz net: üretimi büyütmek, Türkiye genelinde daha güçlü bir bayi ağı kurmak ve ihracata daha ciddi şekilde girmek. Aynı zamanda ürün gamını genişletmek istiyoruz. Sadece patates değil, farklı donuk ürünlerle de piyasada olmak istiyoruz. Ama en önemlisi şu: Freshiva'yı herkesin bildiği, güvendiği bir marka haline getirmek.



# PROJE AYDINLATMA



- Otel Genel Mekan Aydınlatma •
- Otel Oda Aydınlatma •
- Cafe Aydınlatma •
- Balo Salonu Aydınlatma •
- Restoran Aydınlatma •
- Dış Mekan Aydınlatma •
- Özel Ürün Çalışmaları •
- Ofis Aydınlatma •
- Hastane V.B. •

[www.projeaydinlatma.com](http://www.projeaydinlatma.com)



MÖVENPICK

## Cargill, yeni premium çikolata markası VANOVA™ ile Türkiye pazarında büyüme iddiasını ortaya koyuyor

Cargill'in küresel uzmanlığını ve Türkiye'de uzun yıllara dayanan tecrübesini birleştirerek ürettiği birinci sınıf profesyonel çikolata markası VANOVA™, her uygulamada istikrarlı performans, üstün kalite ve çok yönlü kullanım sunuyor. Cargill, profesyonel şefler, pastacılar ve HoReCa sektörü için özel olarak geliştirdiği premium çikolata markası VANOVA™'yı Türkiye pazarına sundu. Cargill'in inovasyon, kalite ve şef odaklı ürün geliştirme anlayışının bir yansıması olan VANOVA™, şirketin küresel kakao ve çikolata uzmanlığını Türkiye'deki profesyonellerin ihtiyaçlarıyla buluşturuyor. Kökleri 1880'lerin Antwerp Belçika'sına dayanan bir markanın mirasını taşıyan VANOVA™, bugün Cargill'in global kakao tedarik zinciri güvencesi ve çikolata uzmanlığıyla Türkiye'de üretiliyor. Profesyonel mutfakların en büyük zorluklarından biri olan partiden partiye değişen kalite sorununa çözüm getiren VANOVA™, her kullanımda aynı tat profili, aynı akışkanlık ve aynı üstün performansı garanti ediyor. Markanın Black Diamond 55 (bitter), Coral 35 (sütlü) ve Pearl 29 (beyaz) kuvertür çeşitleri, ganajdan praline, kaplamadan dondurmaya kadar tüm pastacılık uygulamalarında kusursuz sonuçlar vermek üzere tasarlandı. VANOVA™'nın reçeteleri, Cargill'in profesyonel çikolata ve kakao uzmanlığını buluşturduğu Belçika'daki küresel konsept merkezi "House of Chocolate"ın usta şefleri ve Cargill'in Ar-Ge uzmanları tarafından geliştirildi. Yüzde 100 kakao yağı içeren temiz formülüyle öne çıkan VANOVA™ ideal akışkanlık seviyesi ve kusursuz temperlenme özellikleriyle, en ince ve hassas dekorlardan en yoğun ganajlara kadar her uygulamada şeflere yaratıcılık özgürlüğü sunuyor. VANOVA™, bağımsız araştırma şirketi Akademetre Research tarafından 200 şef ile gerçekleştirilen çalışmada şeflerin beğenisini kazanarak Türk damak tadına uygunluğunu kanıtladı. Ürünü mutfağında test eden şef İbrahim Yıldız VANOVA™ hakkında şunları söyledi: "Ürün genel olarak beklentimizin üzerinde bir performans sergiledi. Farklı tariflerde rahatlıkla kullanılabilir dengeli bir profile sahip. Temperleme süreci bizim için oldukça önemliydi ve bu noktada ürünün işlenebilirliği dikkat çekici derecede iyiydi. Kıvam alma, parlaklık ve kırılma (snap) açısından



stabil ve güvenilir sonuç verdi. Ayrıca erime ve akışkanlık yapısı, ganaj ve kaplama uygulamalarında homojen ve pürüzsüz bir sonuç elde etmemizi sağladı." VANOVA™'nın profesyonel mutfak kullanımı için uygun; stabil kalite sunan; fiyat/performans açısından başarılı bir ürün olduğunu belirten Yıldız, VANOVA™'yı mutfaklarında farklı reçetelerde değerlendirmeye devam edeceklerini ve iş birliklerini sürdüreceklerini söyledi. Cargill Gıda META (Orta Doğu, Türkiye ve Afrika) Fonksiyonel Sistemler ve Strateji Kıdemli Direktörü Cem Beysel, lansmanla ilgili olarak, "Türkiye'deki profesyonel şefler ve artizan çikolata üreticileri, yaratıcılıklarını sergilerken güvenebilecekleri, teknik olarak üstün ve her şeyden önce istikrarlı ürünler talep ediyor. VANOVA™, bu ihtiyacı doğrudan karşılamak üzere tasarlandı. Cargill'in küresel kakao uzmanlığını üretimdeki titizliğimizle birleştirerek, profesyonellerin elindeki en güvenilir yardımcılarından biri olmayı hedefliyoruz" dedi. "VANOVA™ bir çikolatadan daha fazlası; şefler için tasarlanmış yaratıcı bir çözüm ortağıdır." diyen Cem Beysel, sözlerine şöyle devam etti: "Güvenilir performansı, her uygulamaya uyum sağlayan çok yönlülüğü ile VANOVA™, Türk şeflerin ilham kaynağı olurken, onlara işlerini bir adım öteye taşıma gücü verecek."

## Metro Türkiye, farklı yeme içme kategorilerine özelleştirilmiş kataloglarını profesyonellerle buluşturuyor



Metro Türkiye, yeme içme sektöründeki uzmanlığını, iki aylık periyotlar ve her dönem üç ayrı kategoriye yönelik hazırlanan yeni katalog serisiyle profesyonel mutfaklara taşımaya devam ediyor. Farklı alanlarda hizmet sunan işletmelerin kendine has ihtiyaçlarını merkeze alan bu kataloglar, sadece bir ürün seçkisi sunmanın ötesinde; maliyet avantajı, verimlilik ve ilham veriyor.

Metro Türkiye'nin kendi markalarını da kapsayan ürün çeşitleriyle sunduğu gıda ve gıda dışı çözümlere tek noktadan ulaşım imkanı, mutfaklarda hazırlık sürecini hızlandırıp kaliteyi standart hale getirirken, şeflerin menülerinde fark yaratacak dokunuşlara alan açıyor. Nisan-Mayıs döneminde Fast Food, Şehir Otelleri ve Kafe&Pastane işletmelerine özel hazırlanan üç yeni katalog profesyonellerle buluşuyor. Hamburgerden sosisliye, pizzadan döner, sosisli sandviçten kumru ve çiğ köfteye farklı lezzetler sunan fast food işletmelerinde, hız ve standart lezzet en kritik unsurlardan biri. Bu işletmelere özel hazırlanan katalogta mutfakta operasyonel kolaylık sağlayan dondurulmuş ürünler, karakteristik soslar ve tamamlayıcı malzemeler ön plana çıkıyor. Bu çözümler, işletmelerin yoğun tempoda kaliteyi korurken zamanı da verimli kullanmalarına yardımcı oluyor. Kahvaltıdan akşam yemeğine, açık büfeden alakart servise günün her saati farklı lezzetlerle misafirlerini ağırlamak için yoğun bir tempoda çalışan otel mutfaklarında da hız ve kalite büyük önem taşıyor. Metro Türkiye; taze meyve sebzeden farklı et ve balık çeşitlerine, geniş şarküteri gruplarından bakliyata kadar tüm temel ihtiyaçları tek noktadan karşılama imkânı sunuyor. Şehir Otelleri katalogunda bulabileceğiniz ürün yelpazesi, mutfak ekiplerinin tedarik sürecini güvenle yönetmesini sağlarken, operasyonel süreçlerde kolaylık sağlıyor.

## Mutaş Group olarak, üretimini gerçekleştirdiğimiz Vital markamız ile özellikle otel, konaklama ve restoran projelerinde proje tasarımı, yerleşim planlaması, uygulama ve satış sonrası hizmetleri kapsayan uçtan uca çözümler sunuyoruz

Mutaş Group, 28 yıla dayanan üretim ve proje yönetimi tecrübesiyle, Vital markası altında, endüstriyel mutfak ekipmanları, endüstriyel çamaşırhane sistemleri, soğutma ekipmanları ve hastane ekipmanları gibi geniş bir ürün yelpazesıyla sadece ürün üreten bir firma olmanın ötesinde, müşterilerinin operasyonel ihtiyaçlarını doğru analiz ederek, onlara sürdürülebilir çözümler sunan bir çözüm ortağı oluyor. Stratejik hedeflerinin ihracat pazarlarını genişletmek, global marka bilinirliğini artırmak, Ar-Ge yatırımlarını büyütme, kendileri için stratejik önceliğe sahip ana pazarlardan olan turizmde ve büyük ölçekli projelerde daha fazla yer almak olduğunu ifade eden Yönetim Kurulu Başkan V. Murat Kuzucu ile Turizm Proje Dergisi olarak bir röportaj gerçekleştirdik.



### Mutaş Group olarak ne zamandan beri sektöre hizmet verdiğinizi, kuruluşunuzdan bugüne gelişim hikayenizi anlatır mısınız?

Mutaş Group olarak endüstriyel mutfak, çamaşırhane, soğutma ve hastane ekipmanları alanında 28 yıldır üretim ve proje yönetimi tecrübesine sahibiz. Kuruluşumuzdan bu yana temel yaklaşımımız; yalnızca ürün üreten bir firma olmak değil, müşterilerimizin operasyonel ihtiyaçlarını doğru analiz ederek onlara sürdürülebilir çözümler sunan bir çözüm ortağı olmaktır. Bugün geldiğimiz noktada, Vital markamız ile hem Türkiye’de hem de uluslararası pazarlarda, kalite, güven ve mühendislik gücü ile konumlanan bir marka haline geldik. Gelişim yolculuğumuz; üretim kapasitemizi artırmak, Ar-Ge yatırımlarımızı güçlendirmek ve global pazarlarda daha etkin bir oyuncu olmak üzerine şekillenmiştir.

### Firmanızın sahip olduğu tesis, üretim kapasitesi, ürün ve ürün gruplarını tanıtır mısınız?

Ankara’daki 25.000 metrekare kapalı, 50.000 metrekare açık alan modern üretim tesislerimizde, yüksek mühendislik altyapısı ve kalite standartları ile üretim yapıyoruz. Üretim süreçlerimiz; kalite kontrol, verimlilik ve sürdürülebilirlik odaklı olarak yapılandırılmıştır. Vital markası altında; Endüstriyel mutfak ekipmanları, Endüstriyel çamaşırhane sistemleri, Soğutma ekipmanları ve Hastane ekipmanları gibi

geniş bir ürün yelpazesini sunuyoruz. Bununla birlikte, sadece ürün üretimi değil; proje tasarımı, yerleşim planlaması, uygulama ve satış sonrası hizmetleri kapsayan uçtan uca çözümler sunuyoruz. Bu yaklaşım, özellikle otel, konaklama ve restoran projelerinde bizi farklılaştıran en önemli unsurlardan biridir.

### Endüstriyel mutfak sektöründe son trendler nelerdir? Özellikle sürdürülebilirlik ve çevre bilincinin ürünlerinize yansımaları nasıl oldu?

Endüstriyel mutfak sektöründe son yıllarda üç ana trend öne çıkıyor: Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik; Dijitalleşme ve akıllı kontrol sistemleri ve Operasyonel verimlilik ve standart kalite üretimi. Sürdürülebilirlik artık bir tercih değil, zorunluluk haline geldi. Bu doğrultuda ürünlerimizde; Enerji ve su tasarrufu sağlayan sistemler, daha düşük karbon ayak izi, uzun ömürlü ve geri dönüştürülebilir malzemeler önceliklendirilmektedir. Ayrıca dijital kontrol panelleri ve programlanabilir sistemlerle, işletmelerin hem maliyetlerini düşüren hem de standart kaliteyi koruyan çözümler geliştiriyoruz.

### Turizm sektörü, endüstriyel mutfak firmaları için stratejik bir konumda yer alıyor. Bu bağlamda turizm sektörü sizin için nasıl bir pazar? Toplam cironuz içinde ne kadarlık bir paya sahip?

Turizm sektörü, bizim için stratejik önceliğe sahip ana pazarlardan biridir. Özellikle otel, resort ve büyük ölçekli konaklama projeleri; yüksek kapasite, süreklilik ve kalite beklentisi nedeniyle bizim uzmanlık alanımızla doğrudan örtüşmektedir. Toplam cironuz içerisinde turizm ve konaklama sektörünün payı önemli bir yer tutmakta ve her geçen yıl artış göstermektedir. Bu artışın temel nedeni, Türkiye’nin turizmdeki büyümesi ve global standartlarda projelerin artmasıdır.

### Turizm sektörü ile çalışmanın avantajları ve dezavantajları için neler söylemek istersiniz?

Turizm sektörü ile çalışmanın en önemli avantajı; yüksek standart beklentisi

sayesinde firmaların kendini sürekli geliştirmeye zorlanmasıdır. Bu durum, kaliteyi ve mühendislik kabiliyetini yukarı taşır. Ancak sektörün bazı zorlukları da bulunmaktadır. Mesela; kısa teslim süreleri, sezon baskısı, yüksek rekabet, bütçe-kalite dengesi. Bu zorlukları aşmak için biz; proje planlamasını doğru yapmaya, süreçleri disiplinli yönetmeye, müşteri ile şeffaf iletişim kurmaya odaklanıyoruz.

### Otellerde, endüstriyel mutfak tercihlerinde baz almaları gereken kriterler için tavsiyeleriniz neler olur?

Otel ve restoran işletmelerine en önemli tavsiyemiz; ekipman seçiminde yalnızca fiyat odaklı değil, toplam işletme maliyeti ve sürdürülebilirlik perspektifiyle hareket etmeleridir. Dikkat edilmesi gereken temel kriterlere baktığımızda; enerji ve su verimliliği, ürünün dayanıklılığı ve servis ömrü, servis ve yedek parça erişimi, projeye özel mühendislik çözümleri, ergonomik ve verimli mutfak tasarımı, doğru ekipman seçimi, işletmenin kârlılığına ve müşteri memnuniyetine doğrudan etki eder.

### 2025 yılında yer aldığınız önemli projelerden birkaçını yazabilir misiniz? 2026 yılı için hedefleriniz nelerdir?

2025 yılı içerisinde özellikle turizm ve otel projelerinde yüzlerce önemli işlere imza attık. Bunlardan biri Green Nature Sarıgerme Otel projesi olup, bu projede tüm mutfak ekipmanlarını Vital markamız ile başarıyla tamamlayarak teslim ettik. Yine büyük ve bir o kadar da önemli projelerden İstanbul Rixos Tersane, The Land of Legends Nickelodeon Hotel & Resorts Antalya, Utopia Cave Cappadocia Hotel ve daha birçok kıymetli markaların projelerinde de yer aldık. 2026 yılında ihracat pazarlarımızı genişletmek, global marka bilinirliğimizi artırmak, Ar-Ge yatırımlarımızı büyütme, turizm ve büyük ölçekli projelerde daha fazla yer almak, üretim gücümüzü ve mühendislik kabiliyetimizi uluslararası arenada daha görünür hale getirmek en önemli stratejik hedeflerimiz arasında yer alıyor.

## Daikin Türkiye, yeni nesil fancoil modeli FWQ-A'yı pazara sundu

Daikin Türkiye, iklimlendirme teknolojilerindeki uzmanlığını yerli mühendislik gücüyle birleştirerek geliştirdiği yeni kanallı fancoil modeli FWQ-A'yı pazara sundu. Daikin Türkiye Ar-Ge ekibi tarafından geliştirilen ve Hendek tesislerinde yerli olarak üretilen FWQ-A fancoil serisi pazara sunuldu. Yüksek verimlilik ve sessiz çalışma özelliklerine sahip olan yeni seri, konutlardan ticari projelere kadar her mekana akıllı çözümler getiriyor. İklimlendirme sektörünün öncü markalarından Daikin Türkiye, yerli üretim ve yerli mühendislik gücünü bir araya getirdiği yeni ürünü FWQ-A kanallı fancoil modelini kullanıcılarla buluşturdu. Avrupa, Türkiye ve CIS pazarlarının ihtiyaçları göz önünde bulundurularak geliştirilen FWQ-A, Daikin Türkiye Ar-Ge ekibinin katkılarıyla tasarlandı ve Daikin Türkiye Hendek Üretim Tesisi'nde üretilmeye başlandı. Yeni model, yüksek performans, enerji verimliliği ve

montaj kolaylığını bir arada sunarak özellikle projelerde önemli avantajlar sağlamayı amaçlıyor. Türkiye'de fancoil pazarının büyük bölümünü kanallı modeller oluştururken, enerji verimliliği regülasyonlarının etkisiyle EC motor ve yüksek statik basınç segmentine olan talep giderek artıyor. Daikin Türkiye'nin bu ihtiyaçları dikkate alarak geliştirdiği FWQ-A modeli, EC motor teknolojisi sayesinde yüksek verimlilik sağlarken aynı zamanda daha sessiz bir çalışma performansı sunuyor. Bu sayede kullanıcılar hem daha düşük elektrik tüketimi hem de daha konforlu yaşam ve çalışma alanları elde ediyor. FWQ-A'nın öne çıkan özelliklerinden biri, sahada yön değiştirilebilir batarya bağlantısı sayesinde projelere ve mekanlara esnek şekilde uyum sağlayabilmesi. FWQ-A, yüksek statik basınca uyumlu yapısı ve dip switch teknolojisi sayesinde farklı kanal basınçlarına sahip projelerde performans kaybı yaşamadan



verimli şekilde çalışabiliyor. Kompakt tasarımı sayesinde hem mekanlarda daha verimli alan kullanımı sağlıyor hem de projelerde maliyet avantajı yaratıyor. Akıllı bina sistemleriyle uyumlu altyapısıyla da öne çıkan FWQ-A, opsiyonel G3 ve G4 filtre seçenekleri sayesinde havadaki partikülleri filtreleyerek hem cihazın korunmasına hem de iç ortamın daha temiz tutulmasına katkı sağlıyor. Ofis binalarından otellere, hastanelerden AVM'lere ve konut projelerine kadar geniş bir kullanım alanına sahip olan FWQ-A, yüksek verimlilik ve esnek tasarım avantajı sunuyor. Yeni nesil fancoil modeli, enerji verimliliği, konfor ve proje maliyeti optimizasyonunu aynı potada buluşturarak iklimlendirme çözümlerinde yeni bir standart oluşturmayı hedefliyor.

## Cloudbeds, Protel ile kurduğu iş birliğiyle Türkiye ve Kuzey Kıbrıs pazarına giriyor

Otelcilik sektörünün büyümesine güç veren platform Cloudbeds, Türkiye'nin lider konuk ağırlama teknolojileri şirketi Protel ile stratejik bir iş birliği anlaşması imzaladığını duyurdu. Bu iş birliği, Cloudbeds'in Avrupa ve Orta Doğu'daki büyüme stratejisinde önemli bir adımı temsil ederken dünyanın en dinamik konuk ağırlama pazarlarından olan Türkiye ve Kuzey Kıbrıs'taki otelcileri güçlendirme hedefini somutlaştırıyor. Protel ile bir araya gelen Cloudbeds, konuk ağırlama sektörüne ödüllü platformu ile operasyondan gelire ve misafir deneyimine kadar uzanan tüm süreci tek çatı altında yönetme imkanı sunuyor. 35 yılı aşkın sektör deneyimiyle Protel, güvenilirliği

ve pazar bilgisiyle bölgenin orta ve üst segment otellerinin uzun süredir güvendiği bir referans haline geldi. Bu yeni iş birliğiyle ise butik oteller, hosteller ve apart daireler dahil her tür konaklama işletmesine özelleştirilmiş bulut çözümler sunarak bu kapsamı ve güveni genişletiyor. Cloudbeds EMEA Bölge Başkan Yardımcısı Linda Vallner Protel iş birliği kapsamında şunları söyledi: "Protel ile kurduğumuz iş birliği, onların sahada yıllarca kanıtlanmış yerel uzmanlığını Cloudbeds'in teknolojiyle buluşturarak Türkiye ve Kuzey Kıbrıs'taki otelcilere çok daha iyi hizmet sunmamızı sağlıyor. Birlikte, kaliteye, hizmete ve köklü iş ilişkilerine değer veren bu pazara



otelciliğin geleceğini taşıyoruz." Türk teknoloji sektörünün saygın isimlerinden Protel Yönetim Kurulu Başkanı Metin Arghan ise şu değerlendirmede bulundu: "Cloudbeds, otelcilik teknolojisinde yeni bir dönemi temsil ediyor. Güçlü ve kapsamlı platformuyla pazarımızdaki bağımsız otellerin ve hostellerin ihtiyaçlarına birebir yanıt veriyor. Protel olarak Türkiye'nin dijital dönüşümüne öncülük etmeyi sürdürürken portföyümüze bu denli ileri bir teknolojiyi katmak bizim için büyük bir mutluluk."

## Legrand Türkiye Grubu'nda bayrak değişimi



Pascal Decons

Bina elektrik ve dijital altyapıları için ürün ve sistemler sunan Legrand Türkiye Grubu'nda önemli bir görev değişikliği yaşandı. Pascal Decons, Legrand Türkiye Grubu'nun yeni Ülke Müdürü ve CEO'su olarak 1 Nisan 2026 itibarıyla göreve başladı. Decons, Türkiye'deki faaliyetlerin geliştirilmesine ve inovatif çözümlerin pazara sunulmasına öncülük ederek, grubun sürdürülebilir büyüme hedeflerine de önemli katkılar sağlayacak. Pascal Decons, Legrand'daki 26 yılı aşkın kariyeri boyunca farklı bölgelerde stratejik liderlik rollerinde bulundu. İngiltere'de pazarlama alanında başladığı kariyerini, Fransa'da kanal yönetimi deneyimi ile

pekiştirdi. Ardından Orta Afrika'dan Lübnan'a, Fas'tan İspanya'ya ve Rusya-BDT ülkelerine kadar uzanan geniş bir coğrafyada ülke müdürlüğü ve genel müdürlük rollerini üstlendi. En son Polonya'da genel müdür olarak görev alan Decons, küresel ölçekte ekip yönetimi, büyüme stratejileri ve inovatif çözümlerin pazara sunulması konularındaki kapsamlı deneyimiyle tanınıyor. Legrand bünyesinde farklı pazarlarda önemli görevler üstlenen Decons, Türkiye'deki sorumluluğunun yanı sıra Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkelerinin ülke müdürlüğü görevini de sürdürmektedir. Legrand Türkiye Grubu'nda ülke müdürü ve CEO görevini 10 yıldır başarıyla sürdürmekte olan Levent İLGIN ise, 1 Nisan 2026 itibarıyla kariyerine Legrand Grup'un İngiltere ve İrlanda operasyonlarından sorumlu Ülke Müdürü olarak devam ediyor. Sayın İlgın, yeni görevinde Legrand, CP Electronics, Electrak ve Power Control şirketlerinden oluşan grup şirketlerinin yönetimini üstlenirken, üç fabrikayı kapsayan operasyonlardan sorumlu olacak.



# GREEN NATURE SARIGERME

## Büyük Projelerin, Güçlü Çözüm Ortağı



Green Nature Sarigerme Otel mutfaklarında Vital markası tercih edildi.

Bu projenin arkasındaki üretim gücü Mutaş Group ile projeden üretime, kurulumdan teslimata kadar yüksek kapasite, dayanıklılık ve operasyonel verimlilik odağında tüm süreçler eksiksiz tamamlandı.

Vital ile profesyonel mutfaklar, kusursuz bir sisteme dönüşür.



## Otellerde rekabetin yeni anahtarı: Sürdürülebilirlik ve yapay zeka iş birliği

Konaklama sektörü, artan sürdürülebilirlik baskısı ve maliyet optimizasyonu ihtiyacıyla yeni bir dönemin eşliğinde. Ancak bugüne kadar en büyük sorun, otellerin sahip olduğu devasa veri yığınına anlamlı ve aksiyona dönüşebilir içgörülere çevirememesiydi. Enerji tüketiminden su kullanımına, satın almadan atık yönetimine kadar milyonlarca veri noktası çoğu zaman parçalı sistemlerde kalıyor, Excel dosyalarında kayboluyor ve gerçek bir karar desteğine dönüşmüyordu. Elektraweb'in TÜBİTAK destekli "Otel Konaklama Ekosistemi İçin Yapay Zeka Tabanlı Karbon Ayak İzi Kaynak Takip, Anomali Tespit ve Önlem Öneri Platformu (TURCAMAP) Projesi, tam da bu noktada devreye girerek otelcilik sektörüne bütünsel bir bakış açısı kazandırıyor. Elektraweb tarafından geliştirilen TURCAMAP, yapay zekâ destekli altyapısıyla otel operasyonlarını uçtan uca analiz ederek kritik bir soruyu soruyor: "Bu normal mi?" Platform; normalin dışına çıkan enerji tüketimlerini, su kullanımındaki dengesizlikleri, satın alma maliyetlerindeki sapmaları ve operasyonel verimsizlikleri anlık olarak tespit ediyor. İnsan gözüyle fark edilmesi neredeyse imkânsız olan bu anomaliler, yapay zekâ sayesinde görünür hale geliyor. Elektraweb Kurucusu ve CEO'su Kemal Oral, TURCAMAP'in sektöre getirdiği dönüşümü, "Konaklama sektöründe yıllardır veri üretiliyor ancak bu verinin büyük bölümü gerçek bir değere dönüşmüyordu. TURCAMAP ile birlikte artık veriyi sadece raporlayan değil, anlayan, yorumlayan ve aksiyon öneren bir yapıya geçiyoruz.

Sürdürülebilirlik bizim için bir maliyet kalemi değil; doğru yönetildiğinde kârlılığı artıran en güçlü stratejik araçlardan biri. Bu proje ile otellerin hem çevresel sorumluluklarını yerine getirmesine hem de daha verimli ve rekabetçi bir yapıya kavuşmasına katkı sağlıyoruz." sözleriyle anlattı. TURCAMAP'in en dikkat çekici farkı, yalnızca sorunları işaret etmekle kalmaması. Sistem, tespit ettiği anomalilerin nedenlerini analiz ederek yöneticilere açık ve anlaşılır içgörüler sunuyor. Örneğin artan enerji tüketiminin; değişen klima ayarları, farklılaşan doluluk yapısı ya da uzayan operasyon saatlerinden kaynaklandığını detaylı biçimde açıklayabiliyor. Bununla da sınırlı kalmayan platform, aksiyon önerileri geliştirerek karar süreçlerini hızlandırıyor. Daha uygun tedarikçi önerilerinden vardiya optimizasyonuna, ekipman yatırımlarından stok yönetimine kadar birçok alanda somut çözüm alternatifleri sunuyor. 5.000'den fazla otelin verisiyle beslenen Elektraweb AI altyapısı, kolektif öğrenme modeliyle çalışıyor. Bir otelde edinilen bilgi, tüm sistemin öğrenmesine katkı sağlıyor. Böylece platform her geçen gün daha akıllı hale gelirken, sektör genelinde verimlilik ve sürdürülebilirlik standardını yukarı taşıyor. TURCAMAP, sürdürülebilirliği yalnızca çevresel bir sorumluluk olarak değil, aynı zamanda güçlü bir iş modeli olarak ele alıyor. Daha az enerji tüketimi maliyetleri düşürürken, israfın azalması kârlılığı artırıyor. Doğru satın alma kararları ise finansal yapıyı güçlendiriyor. Bu yaklaşım, otelcilik sektöründe



sürdürülebilirliğin "zorunluluk" olmaktan çıkıp stratejik bir avantaja dönüşmesini sağlıyor. Elektraweb'in en önemli farklarından biri de farklı veri kaynaklarını tek bir platformda birleştirmesi. PMS, satın alma, stok, enerji ve finans verileri entegre şekilde analiz edilerek parçalı değil bütünsel bir yönetim anlayışı sunuluyor. TURCAMAP; karbon ayak izi hesaplamalarından departman bazlı analizlere, mevsimsel tüketim trendlerinden karşılaştırmalı performans ölçümlerine kadar geniş bir perspektifte veri işliyor. Platform, uluslararası standartlara uygun karbon ve su ayak izi hesaplamaları yaparak sürdürülebilirlik sertifikasyon süreçlerini kolaylaştırıyor. Aynı zamanda misafirlerin konaklama sırasında oluşan karbon ayak izini dengeleyebileceği, izlenebilir ve şeffaf bir sistem sunuyor. QR kodlu sertifikalar aracılığıyla yapılan katkının nerede ve nasıl değerlendirildiği takip edilebiliyor; bu da hem oteller hem de misafirler için güvenilir bir sürdürülebilirlik deneyimi yaratıyor. TÜBİTAK destekli TURCAMAP, otelcilik sektöründe dijital dönüşümün ötesine geçerek "akıllı dönüşüm" çağını başlattı. Yapay zekâ ile desteklenen bu yeni yaklaşım, yalnızca bugünün operasyonlarını iyileştirmekle kalmıyor; geleceğin sürdürülebilir turizm anlayışını da şekillendiriyor.

## Bticino, Living Now KNX Termostat ile yaşam alanlarında konforu ve enerji verimliliğini yükseltiyor

Bina, elektrik ve dijital altyapı çözümlerinde uzman Legrand Türkiye Grubu markalarından Bticino, yaşam alanlarında konfor ve verimliliği bir arada sunan akıllı kontrol çözümleri geliştirmeye devam ediyor. Markanın öne çıkan ürünlerinden Living Now KNX Termostat, gelişmiş teknolojisi sayesinde farklı ısıtma ve soğutma sistemleriyle uyumlu çalışıyor ve kullanıcıların ortam sıcaklığını kolayca kontrol etmesine imkan tanıyor. Kullanıcılar, ortamlarının konforunu istedikleri seviyede tutarken enerji kullanımını daha etkin yönetebiliyor. Legrand Türkiye Grubu bünyesinde yer alan Bticino, Living Now KNX Termostat konfor ve modern tasarımı bir araya getiriyor. Living Now serisinin sade ve minimal çizgileri, termostatın estetik görünümünü güçlendiriyor. KNX protokolü

sayesinde sıcaklık ayarları tek bir platform üzerinden yönetilebiliyor. Ürünün dahili sıcaklık sensörü, farklı çalışma modları ve fan seçenekleri, kullanıcıya mekân iklimlendirmesinde yüksek hassasiyet sağlıyor. Montaj süreci de kullanım kadar kolay tasarlanmış durumda. Sıva altı buat uyumluluğu ve iki modüllü yapısı, kurulum sırasında zaman kazandırıyor. KNX tabanlı altyapısı, mevcut akıllı bina sistemleriyle uyum içinde çalışıyor ve yaşam alanlarında konfor ile enerji verimliliğini aynı anda deneyimlemeyi mümkün kılıyor. Living Now KNX Termostat, entegre sıcaklık sensörleriyle ortamı sürekli izleyerek istenen sıcaklık dengesini koruyor. Kullanıcılar, kendi tercihleri doğrultusunda sıcaklık seviyelerini kolayca ayarlayabiliyor. Farklı çalışma modları ve fan seçenekleri, mekan

atmosferini kişiselleştirmeye olanak tanıyor. Akıllı senaryolar, yaşam alanlarında konforu artırırken enerji tüketiminin daha etkin yönetilmesini sağlıyor. Living Now KNX Termostat, yerden ısıtma sistemlerinden elektrikli ısıtıcılara, fan coil ünitelerinden diğer HVAC cihazlarına kadar geniş bir uyumluluk sunuyor. Enerjiyi daha verimli kullanmaya odaklanan teknolojisi, ortam sıcaklığının kontrolünü kolaylaştırıyor ve enerji yönetimini optimize ediyor. Ürün, Living Now serisinin çerçeve ve kaideleriyle bir araya geldiğinde modern iç mekân tasarımına uyum sağlayan zarif bir görünüm oluşturuyor. İşlevsellik ve estetiği bir araya getiren bu çözüm, yaşam alanlarına konfor ve değer katıyor.



# Kurumsal etkinliklerinizi kusursuz deneyimlere dönüştürün



Teknik  
altyapı



Doğayla iç içe  
konaklama



Etkinlik  
yönetimi



Catering  
hizmeti

[www.pinebay.com](http://www.pinebay.com)



Bilgi ve Rezervasyon  
**0256 618 1919**



Lokasyon  
Aydın / **KUŞADASI**

## Bonna üst üste üçüncü kez ihracat şampiyonu oldu



2014 yılından bugüne HoReCa sektörüne özel çözümleriyle öne çıkan, gastronomi profesyonellerine kaliteli ve estetik sunum ekipmanları sunan Bonna, ihracattaki istikrarlı yükselişini sürdürerek bir kez daha sektörünün zirvesinde yer aldı. Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği (ÇCSİB) tarafından düzenlenen İhracatın Şampiyonları Ödülleri'nde, Porselen Sofra Mutfak Eşyası kategorisinde "En Fazla İhracat Gerçekleştiren Firma" olarak birincilik ödülüne layık görülen

Bonna, ihracat şampiyonluğunu pekiştirdi. Bonna, ihracattaki başarısını 2025 yılında da ileri taşıdı. Geçtiğimiz yıllara kıyasla ihracat oranını artırarak büyümesini sürdüren marka, global pazarlardaki etkinliğini güçlendirdi. 2025 yılı itibarıyla Bonna'nın ihracatta öne çıkan ilk 10 pazarı; İspanya, Rusya, İsveç, Almanya, İtalya, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Amerika Birleşik Devletleri, Yunanistan ve Meksika oldu. Bu geniş coğrafi dağılım, markanın farklı pazarlardaki güçlü konumunu ve sürdürülebilir büyüme stratejisini ortaya koyuyor. İhracattaki payını artırarak toplam satışlarının yüzde 28'ini ihracattan elde eden Bonna, aynı kategoride üst üste üçüncü kez bu ödüllü kazanmanın da gururunu yaşıyor. Bonna Genel Müdürü Erbil Aşkan, elde edilen başarıya ilişkin yaptığı açıklamada şunları söyledi: "İhracattaki istikrarlı büyümemizi

sürdürerek bir kez daha sektörümüzün lideri olmaktan büyük gurur duyuyoruz. Toplam satışlarımız içinde ihracatın payını yüzde 28'e çıkararak, global pazarlardaki gücümüzü daha da pekiştirdik. Bugün ürünlerimizin dünyanın dört bir yanında, yaratıcı şeflerin sunumlarında yer alması bizim için en büyük motivasyon kaynağı. Önümüzdeki dönemde de inovasyon odağımızı koruyarak, HoReCa sektörüne değer katmaya ve global ölçekte büyümeye devam edeceğiz." Bonna, önceki yıllarda da aynı kategoride elde ettiği derecelerle ihracattaki başarısını istikrarlı şekilde sürdürmüş; uluslararası pazarlarda kazandığı güçlü konumunu her yıl daha da ileri taşımayı başarmıştı. 2025 yılında elde ettiği bu yeni başarıyla birlikte marka, ihracat şampiyonluğunu pekiştirerek global büyüme yolculuğuna hız kesmeden devam ediyor.

## Safemark, yeni distribütörlük anlaşmasıyla Türkiye'deki varlığını güçlendiriyor



Otel odası kasaları ve konaklama güvenliği çözümlerinde dünya çapında lider markalardan biri olan Safemark, Türkiye pazarındaki varlığını Infomet ile gerçekleştirdiği yeni distribütörlük anlaşmasıyla güçlendiriyor. Yetkili distribütör olarak Infomet, Safemark'ın elektronik otel tipi çelik kasalarının tamamını Türkiye genelinde otel, resort ve konaklama tesislerinin kullanımına sunacak. Bu iş birliği, üst segment oda içi güvenlik çözümlerine erişimi önemli ölçüde artırması bekleniyor.

Infomet ürün portföyünde yer alacak Safemark kasaları, özellikle konaklama sektörü için tasarlanmış en güncel elektronik kasa modellerinden oluşuyor. 15" ve 17" dizüstü bilgisayarlarla uyumlu modeller; kaide üstü, raf içi, duvar, çekmece ve dolap içi montaj gibi esnek kurulum seçenekleri sunuyor. Yüksek sirkülasyonlu otel odalarının zorlu kullanım koşullarına dayanacak şekilde üretilen kasalar; çoklu olay kayıt sistemi (audit trail), güvenli acil açma (override) mekanizmaları, yeniden programlanabilir kilit teknolojisi ve kurcalamaya karşı dayanıklı çelik kilitleme sistemleri gibi gelişmiş güvenlik ve kullanım özelliklerini bir arada barındırıyor. Bu özellikler, günümüzün misafir güvenliği ve operasyonel standartlarını karşılamak isteyen otel işletmeleri için kritik önem

taşıyor. Safemark EMEA İş Geliştirme Müdürü Pamela Vargas, iş birliğiyle ilgili olarak şunları söyledi: "Türkiye, hızla büyüyen ve gelişen bir konaklama pazarı. Infomet gibi sektörü iyi tanıyan ve hizmet odaklı bir iş ortağıyla çalışmak, otellere güvenilir oda içi güvenlik çözümleri sunmamızı mümkün kılıyor. Otelciler; riski azaltan, sürekli performans sağlayan ve misafir güvenini artıran çözümler arıyor. Infomet ile gerçekleştirdiğimiz bu iş birliği, bunu her zamankinden daha kolay hale getiriyor." Bu ortaklık sayesinde Türkiye'deki otel işletmeleri; ürünlere daha hızlı ve kolay erişim, yerinde kurulum desteği ve satış sonrası hizmet avantajlarından faydalanarak, uluslararası güvenlik ve kalite standartlarına uygun sertifikalı oda içi güvenlik çözümlerine kesintisiz şekilde ulaşabileceği belirtiliyor.

## Dedeman Otelleri, dijital yönetimde Elektraweb'i tercih etti



Türkiye'nin önde gelen web tabanlı otel yönetim çözümü Elektraweb, köklü yerli zincir Dedeman Hospitality bünyesindeki otellerde kullanılmaya başlandı. Bu hamle, operasyonel süreçleri dijitalleştirerek hem misafir deneyimini hem de verimliliği artırmayı hedefliyor. Artık Dedeman, tüm tesislerini tek merkezden yönetebilme, anlık raporlar alma ve satış kanallarını optimize etme imkânına sahip olacak. Web tabanlı otel yönetim çözümleri alanında Türkiye'nin önde gelen yazılımlarından biri olan Elektraweb, 6 ülkede, 40 şehirde 51 aktif tesisi bulunan Dedeman Hospitality bünyesindeki otellerde

kullanılmaya başlandı. 1966'dan bu yana faaliyet gösteren Dedeman Otelleri, Türkiye'nin yanı sıra Kazakistan, Özbekistan, Kuzey Kıbrıs, Kuzey Irak, Azerbaycan'da da hizmet veriyor. Bu stratejik adım, Dedeman'ın operasyonel mükemmellik hedefi ile Elektraweb'in yenilikçi teknolojisini buluşturarak Türkiye'de otelcilik teknolojilerine öncülük ediyor. Elektraweb'in sunduğu web tabanlı otel yönetim çözümleri; rezervasyon, kanal yönetimi, gelir optimizasyonu ve müşteri ilişkileri süreçlerini tek bir platformda buluşturarak otellere önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Elektraweb Kurucusu ve CEO'su Kemal Oral, bu iş birliğini "Elektraweb ile teknoloji, Dedeman'ın yüksek standartlı hizmet anlayışını dijital dünyaya taşıyor. Amacımız, operasyonel verimliliği artırırken misafir memnuniyetini de en üst

seviyeye çıkarmak." sözleriyle ifade ederken, Dedeman Otelleri Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Özmetçi de; "Elektraweb, cloud yapısı sayesinde çok sayıda otelin tek bir merkezden yönetildiği, merkezin ise her otele istediği zaman, istediği şekilde erişebildiği ve bu sayede otellerin genel denetim süreçlerini kolaylaştıran bir sistem." şeklinde konuştu. Bu iş birliği sayesinde Dedeman, merkezden tüm tesislerini izleyebilecek, çevrimiçi satış kanallarını yönetebilecek ve operasyonel süreçleri optimize edebilecek. Aynı zamanda misafir deneyimi de daha kişiselleştirilmiş ve sorunsuz hale gelecek. Elektraweb ile dijitalleşme, yalnızca verimliliği artırmakla kalmıyor; Dedeman'ın misafir odaklı yaklaşımı ve sürdürülebilir hizmet anlayışıyla birleşerek sektörde örnek bir uygulama sunuyor.

## İzmir Atatürk Voleybol Spor Kompleksi'nin iklimlendirme altyapısında Form Endüstri Ürünleri tercih edildi

İzmir Alsancak'taki Türkiye Voleybol Federasyonu İzmir Atatürk Voleybol Spor Kompleksi'nde, Form Endüstri Ürünleri'nin Clivet hava soğutmalı inverter vidalı soğutma grupları tercih edildi. İnverter kompresör teknolojisi ile yüksek verimlilik sunan sistemler, geniş spor salonlarında değişken yük koşullarına hızlı uyum sağlayarak etkin iklimlendirme sağlıyor. Toplam 2 adet, her biri 1.100 kW kapasiteye sahip sistem, büyük organizasyonlarda salonun soğutma ihtiyacını kısa sürede karşılıyor ve etkinlik boyunca stabil iç ortam koşullarını koruyor. İzmir'in köklü spor tesislerinden Türkiye Voleybol Federasyonu İzmir Atatürk Voleybol Spor Kompleksi'nin soğutma altyapısında, Form Endüstri Ürünleri'nin yüksek kapasiteli Clivet çözümleri tercih edildi. Projede, her biri 1.100 kW kapasiteye sahip iki adet hava soğutmalı inverter vidalı soğutma grubu kullanılırken, toplam sistem kapasitesi 2.200 kW olarak tasarlandı. Geniş spor salonlarında ihtiyaç duyulan güçlü ve dengeli iklimlendirmeyi sağlayan bu sistemler, tesisin yoğun kullanım programına uyum göstererek güvenilir bir altyapı sunuyor. Yıl boyunca ulusal lig karşılaşmaları ve büyük spor organizasyonlarının düzenlendiği tesiste, Clivet inverter grupları değişken yük koşullarına hızlı şekilde uyum sağlayabiliyor. İnverter sürücülü kompresör teknolojisi sayesinde kapasitesini anlık ihtiyaçlara göre ayarlayan sistem, yüksek enerji verimliliği ile etkinlik süresince stabil ve konforlu iç ortam koşullarının korunmasını sağlıyor. Böylece spor salonu, hem kısa sürede soğutma ihtiyaçlarını karşılayabiliyor hem de etkinlik boyunca güvenilir bir performans sunuyor. Clivet hava soğutmalı inverter vidalı soğutma grupları, yüksek kapasiteli spor salonlarının iklimlendirme ihtiyaçlarına hızlı ve güçlü bir yanıt veriyor. Sistem, salonun kısa sürede istenen sıcaklığa ulaşmasını sağlayarak büyük organizasyonlarda hazırlık süreçlerinin verimli ilerlemesine katkı sunuyor. İki yüksek kapasiteli soğutma grubunun birlikte çalıştığı sistem, salonun geniş hacmini dengeli biçimde iklimlendiriyor. Böylece



sporcuların performansını destekleyen ve seyirciler için konforlu bir ortam sağlayan stabil iç koşullar etkinlik boyunca korunuyor. Güçlü kapasite ve hızlı devreye girme özelliğinin birleşimi, spor tesislerinde güvenilir ve sürdürülebilir bir iklimlendirme altyapısı oluşturuyor. İzmir Atatürk Voleybol Spor Kompleksi'nde tercih edilen Clivet inverter vidalı soğutma grupları, frekans kontrollü kompresör teknolojisi sayesinde yük değişimlerine hassas ve hızlı yanıt veriyor. İnverter kontrollü çalışma, sistemin kapasitesini anlık ihtiyaçlara göre ayarlayarak enerji tüketimini optimize ediyor ve gereksiz kullanımın önüne geçiyor. Bu sayede, etkinlik yoğunluğunun değişken olduğu spor salonlarında yüksek verimli bir işletme sağlanıyor ve iç ortam sıcaklığı stabil biçimde korunuyor. Form Endüstri Ürünleri'nin mühendislik uzmanlığı ve Clivet teknolojisiyle hayata geçirilen proje, spor tesislerinde yüksek kapasiteli ve enerji verimli iklimlendirme altyapısının nasıl kurgulanabileceğine dair güçlü bir referans niteliği taşıyor. Clivet çözümleri, yüksek kapasite, enerji verimliliği ve operasyonel güvenilirliği bir arada sunan mühendislik yaklaşımıyla öne çıkıyor.

## Restoranlarda garson-müşteri iletişimini yapay zeka analiz edecek



Yeme-içme sektöründe bugüne kadar sezgilerle yönetilen garson-müşteri etkileşimi, NarPOS'un geliştirdiği yeni yapay zeka modülüyle analiz edilebilir hale geliyor. Yakında devreye alınacak sistem, masa başındaki iletişimin satış ve hizmet performansına nasıl yansıdığına ışık tutacak, işletmecilere operasyonel içgörüler sunacak. Restoran işletmeciliğinde satış verileri, stok hareketleri ve masa doluluk oranları yıllardır dijital sistemler üzerinden takip edilebiliyor. Ancak müşteri ile garson arasında gerçekleşen iletişim bugüne kadar ölçülemeyen bir alan olarak kaldı. Oysa birçok işletme için satışın kaderi çoğu zaman bu birkaç dakikalık etkileşimde şekilleniyor. Restoran otomasyonu ve finans

teknolojileri alanında uçtan uca çözümler sunan NarPOS, sektörün kara kutularından bu süreci analiz eden yapay zeka modülünü duyurdu. Yakında seçili restoranlarda pilot olarak devreye alınacak sistem, servis sırasında gerçekleşen müşteri-garson iletişiminden elde edilen anonim verileri analiz ederek işletmecilere operasyonel içgörüler sunmayı hedefliyor. Sektörde birçok işletmeci için müşteri davranışını anlamanın yolu hâlâ personel gözlemleri veya günlük raporlara dayanıyor. "Müşteriler bu ürünü soruyor mu?" ya da "Hangi öneriler satışa dönüşüyor?" gibi sorular çoğu zaman kesin veriler yerine kişisel yorumlarla yanıtlanıyor. Bu durum özellikle yoğun servis saatlerinde işletmelerin önemli içgörülerini kaçırmalarına neden olabiliyor. NarPOS mühendisleri tarafından geliştirilen yapay zeka algoritmaları, servis sırasında gerçekleşen konuşmaları anlam düzeyinde analiz ederek belirli iletişim kalıplarını tespit edebiliyor. Böylece restoranlar masa başındaki iletişimin satış performansı üzerindeki etkisini de ölçülebilir hale geliyor. Sistem; hangi önerilerin satışa dönüştüğünü, hangi taleplerin karşılanmadığını ve müşterilerin

menü dışı hangi ürünleri sorduğunu anonim veriler üzerinden raporlayabiliyor. NarPOS tarafından geliştirilen sistem, konuşmaları anonim biçimde analiz ederek yalnızca anlam düzeyinde veriler üretiyor. Kişisel Verileri Koruma Kanunu uyarınca, toplanan ve işlenen ses verileri kalıcı olarak saklanmıyor ve analiz süreci işletmelere yalnızca operasyonel istatistik içgörülerini sunuyor. NarPOS Kurucu Ortağı ve CEO'su İlyas Akça yeni modülün restoran işletmeciliğinde önemli bir görünmez alanı veriye dönüştürmeyi hedeflediğini belirterek şunları söyledi: "Restoranlarda birçok karar hâlâ gözlem ve sezgilere dayanıyor. Oysa masa başındaki iletişim satış performansını ve müşteri deneyimini doğrudan etkileyebiliyor. Geliştirdiğimiz yapay zeka modülü, işletmecilerin bu süreci daha iyi anlamasını sağlayacak veri temelli içgörüler üretmek hizmet kalitesinin ve satışların artırılmasına yardımcı olacak." NarPOS, bu teknolojiyle restoran işletmeciliğinde bugüne kadar ölçülemeyen masa başı iletişimini yeni bir veri katmanına dönüştürmeyi hedefliyor.

Özgür Oğuz / S Sport Plus / Genel Müdür

## “Spor yayıncılığını oteller için yeni bir standart haline getiriyoruz”

Dünyanın en premium spor içeriklerini, en yüksek yayın kalitesi ve erişilebilirlikle kullanıcılarla buluşturmak hedefiyle 2018 yılında hayata geçirilmiş bir spor yayın platformu olan S Sport Plus, bugün geldiği noktada 60'a yakın TV kanalıyla; ulusal kanallardan belgesel içeriklere, tematik yayınlardan lifestyle içeriklere kadar geniş bir yelpazede içerikle hizmet veren, kapsamlı bir dijital deneyim ekosistemi olarak konumlanıyor. Turizm sektörü için geliştirdikleri kurumsal üyelik modelleriyle otellere özel, esnek ve ölçeklenebilir çözümler sunduklarını ve en önemli farklarının, sadece içerik sağlamak değil; otelin mevcut teknik altyapısına uyum sağlayan, ek operasyonel yük yaratmayan bir çözüm sunmaları olduğunu ifade eden S Sport Plus Genel Müdürü Özgür Oğuz ile Turizm Proje Dergisi olarak, hizmetleri ve 2026 hedefleri odağında bir röportaj gerçekleştirdik.



### Firmanızın kuruluş yılı ve faaliyet alanları hakkında genel bir bilgi verir misiniz?

S Sport Plus, Saran Holding'in global yayıncılık tecrübesini dijital dünyaya taşıyan, 2018 yılında hayata geçirilmiş bir spor yayın platformudur. Kurduğumuz günden bu yana odaklarımız; dünyanın en premium spor içeriklerini, en yüksek yayın kalitesi ve erişilebilirlikle kullanıcılarla buluşturmak oldu. Bugün platformumuzda EuroLeague, NBA, LaLiga, Bundesliga, Serie A, MotoGP ve ATP1000, UFC başta olmak üzere pek çok global spor organizasyonunu canlı ve tekrar izleme seçenekleriyle sunuyoruz. Çoklu ekran ve çoklu yayın gibi teknolojik özelliklerle, kullanıcıya sadece içerik değil, güçlü bir deneyim sunuyoruz. Bununla birlikte bugün geldiğimiz noktada S Sport Plus, yalnızca bir spor platformu olmanın ötesine de geçmiş durumda. Platformumuzda yer alan 60'a yakın TV kanalıyla; ulusal kanallardan belgesel içeriklere, tematik yayınlardan lifestyle içeriklere kadar geniş bir yelpazede içerik sunuyoruz. Bu sayede kullanıcılarımız, farklı ilgi alanlarına hitap eden zengin bir içerik dünyasına S Sport Plus üzerinden erişebiliyor. Geldiğimiz noktada S Sport Plus'ı sadece bir yayın platformu olarak değil, sporun merkezde olduğu ancak farklı içerik türleriyle de her geçen gün zenginleşen kapsamlı bir dijital deneyim ekosistemi olarak konumlandırıyoruz.

### Otellerle yönelik yönelik ürün, hizmetler ve üyelikleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Turizm sektörü için geliştirdiğimiz kurumsal üyelik modelleriyle otellere özel, esnek ve ölçeklenebilir çözümler sunuyoruz. Oteller, lobby, bar, restoran ve fitness alanlarından misafir odalarına kadar tüm alanlarda S Sport Plus içeriklerini kolaylıkla erişilebilir hale getirebiliyor. Altyapımız, yüksek

çözünürlükte ve kesintisiz yayın deneyimi sunacak şekilde optimize edilmiştir. Ayrıca tüm sistem, otellerin kolayca yönetebileceği merkezi bir yapı üzerinden kontrol edilebiliyor. Buradaki en önemli farkımız, sadece içerik sağlamak değil; otelin mevcut teknik altyapısına uyum sağlayan, ek operasyonel yük yaratmayan bir çözüm sunmamız.

### Yayın içeriklerinizin otellere müşteri memnuniyeti anlamında sağladığı katkılar için neler söylemek istersiniz?

Bugünün gezgin müşterileri için konaklama deneyimi sadece fiziksel konforla sınırlı değil. Misafirler, günlük hayatlarındaki alışkanlıklarını ve tutkularını seyahat sırasında da sürdürmek istiyor. Özellikle önemli spor karşılaşmalarının izlenebilmesi, misafir memnuniyeti üzerinde doğrudan etkili bir unsur haline geldi. Bir misafirin tuttuğu takımın kritik bir maçını otelinde izleyebilmesi, deneyimi anlamlı şekilde farklılaştırıyor. Ayrıca şunu da net şekilde gözlemliyoruz: Büyük spor organizasyonları sırasında otellerin sosyal alan kullanımında ve buna bağlı olarak yiyecek-içecek gelirlerinde belirgin bir artış yaşanıyor. Bu da spor içeriğinin sadece bir “memnuniyet unsuru” olmanın ötesinde; doğru müşteri profiline, doğru içerik ve tanıtımla gidildiğinde aynı zamanda önemli ticari katkı sağlayan bir değer olduğunu gösteriyor.

### Turizm sektörünün sizin için önemi nedir?

#### Toplam faaliyetleriniz içindeki payı hakkında bilgi verir misiniz?

Turizm sektörü bizim için stratejik büyüme alanlarından biri. Kurumsal segmentimiz son yıllarda en hızlı gelişen iş kollarımızdan biri haline geldi ve bu büyümenin önemli bir kısmını turizm sektörü oluşturuyor. Türkiye'nin uluslararası turist trafiği açısından güçlü bir destinasyon olması, sunduğumuz global içerik portföyüyle çok iyi örtüşüyor. Bu da bizi özellikle yabancı misafir ağırlayan oteller için, doğal bir çözüm ortağı haline getiriyor.

### Turizm sektörü ile çalışmanın artıları ve eksilerini değerlendirir misiniz?

Turizm sektörüyle çalışmanın en büyük avantajı, kalite beklentisinin yüksek olması. Bu da bizi sürekli daha iyi teknoloji, daha stabil yayın ve daha iyi kullanıcı deneyimi sunmaya teşvik ediyor. Diğer taraftan, sektörün mevsimselliği ve tesislerin teknik altyapılarındaki farklılıklar zaman zaman operasyonel süreçleri zorlaştırabiliyor. Özellikle farklı sistemlerle çalışan otellerde entegrasyon süreçleri daha kompleks olabiliyor. Ancak bu

noktada güçlü teknik ekibimiz ve yerinde destek yapımız sayesinde bu süreçleri hızlı ve sorunsuz şekilde yönetebiliyoruz.

### Sektörünüzün, genel anlamıyla yaşadığı sorunlar hakkında kısaca bilgi verir misiniz; çözüm önerileriniz olur mu?

Dijital yayıncılık sektörünün en önemli sorunlarından biri korsan yayıncılık. Bu durum sadece yayıncıları değil; vergi kaybı nedeniyle ekonomiyi ve aynı zamanda bu içerikleri kullanan işletmeleri de etkiliyor. Korsan yayın kullanımı, tesisler açısından hem yasal risk hem de kalite açısından ciddi bir problem yaratıyor. Düşük yayın kalitesi ve kesintiler, doğrudan misafir deneyimini olumsuz etkiliyor. Ancak, her geçen gün yeni teknolojiler ve takip imkanlarıyla bu illegal kullanımlarla hem kullanım anında hem de sonrasında hukuki olarak mücadele etmek daha kolaylaşıyor. Bizim yaklaşımımız, yasal ve kaliteli içeriğinin bir “standart” olarak konumlanması gerektiği yönünde. Otellerin bu durumu sadece bir zorunluluk değil, aynı zamanda bir kalite göstergesi olarak değerlendirmesi gerektiğini düşünüyoruz.

### Otellerle yönelik farklı çalışmalarınız olacak mı? 2026 yılına ait hedeflerinizi atabilir miyiz?

“2026 yılındaki temel vizyonumuzu ‘erişilebilirlik’ ve ‘teknik entegrasyon’ olarak özetleyebiliriz. Yeni dönemde odak noktamız, otellerin mevcut teknik altyapılarıyla en uyumlu şekilde çalışan, ek yatırım maliyetlerini minimize eden esnek çözümler geliştirmek olacak.

### 2026 yılı hedefleriniz ve planladığınız yenilikler şunlardır:

- Esnek Paket Sistemleri: Otellerin doluluk oranlarına veya mevsimsel ihtiyaçlarına göre optimize edilebilen, daha sürdürülebilir üyelik modellerini hayata geçirmeyi planlıyoruz.
- Teknik Destek Ağı: 2026 sonuna kadar, turizm bölgelerindeki kurumsal çözüm ortağımızı artırarak, tesislerde oluşabilecek teknik ihtiyaçlara anında yerinde destek verecek bir ağı kurmayı hedefliyoruz.
- Pazar Payı: Hedefimiz, sadece beş yıldızlı tesislerde değil, spor içeriğine önem veren butik otellerde ve resort işletmelerinde de ilk tercih edilen platform olmak.

Özetle 2026'da; teknolojiyi oteller için daha kolay yönetilebilir, misafirler için ise daha akıcı bir hale getirerek, spor yayıncılığını konaklama sektörünün standart ve vazgeçilmez bir parçası haline getirmeyi hedefliyoruz.”

# YILDIZLARI SEYREDEBİLECEĞİNİZ MANZARALAR

SPORUN EV SAHİBİ S SPORT PLUS'TA!



ssportplus.com

Download on the App Store | GET IT ON Google Play | Download on the AppGallery



MotoGP UFC



# oteller



## LEED Sertifikasyonu, otellere lüks birer destinasyon olarak marka imajı sağlarken, sürdürülebilirlik, maliyet optimizasyonu, misafir memnuniyeti ve yatırım artan değeri ile bütünsel bir fayda sağlıyor

Amerikan Yeşil Binalar Konseyi ( USGBC) tarafından geliştirilmiş, dünya genelinde yeşil ve sürdürülebilir binaların sertifikasyonu için kullanılan bir yeşil bina sistemi olan LEED Sertifikası, maliyet yönetiminden varlık değerine kadar otellere büyük avantajlar sağlarken; sunduğu yüksek iç mekân kalitesiyle hem misafir memnuniyetini artırıyor hem de kurumsal tüketicilerin öncelikli tercih sebebi haline geliyor

**T**urizm sektöründe LEED sertifikasyonu, çevresel sorumluluğun ötesine geçerek stratejik bir işletme felsefesine dönüştü. Bu sertifika ile konaklama tesisleri, enerji ve su tüketiminde sağlanan %25-30 oranındaki tasarrufla operasyonel maliyetlerini düşürürken, karbon ayak izini minimize ederek gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakma sorumluluğunu yerine getiriyorlar. Uluslararası düzeyde "altın standart" kabul edilen bu sertifika, küresel ölçekte artan çevre bilincine sahip misafir segmenti ve ESG kriterlerine önem veren kurumsal iş ortakları için güçlü bir güven mührü niteliğini taşıyor. Yalnızca binanın dış

yapısını değil, iç mekân kalitesini de optimize eden LEED kriterleri; doğal ışık kullanımı ve yüksek hava kalitesiyle hem misafir konforunu hem de çalışan verimliliğini artırıyor. Yatırım aşamasından itibaren tasarım ve malzeme seçimiyle sürece dahil olan tesisler, sürdürülebilirliği lüks deneyimin ayrılmaz bir parçası haline getirerek, küresel pazarda rekabet gücü yüksek, prestijli ve şeffaf bir marka kimliği oluşturuyorlar. Bu bütünsel yaklaşım, lüks konaklama deneyiminin bedelini gezegene ödetmeden, uzun vadeli varlık değeri ve operasyonel dayanıklılık sağlıyor. LEED süreci genellikle yatırım ve planlama aşamasında başlayarak, binanın enerji verimliliği yüksek





HVAC sistemleri, inverter kontrollü mekanik donanımlar ve akıllı otomasyon altyapılarıyla tasarlanmasını kapsıyor. İnşaat aşamasında sürdürülebilir ve geri dönüştürülebilir malzeme tercihiyle başlayan veya sonradan entegre edilen dönüşüm; gün ışığından maksimum düzeyde faydalanmayı sağlayan mimari dokunuşlar, LED aydınlatma sistemleri ve su tasarrufu sağlayan düşük debili armatürlerin entegrasyonu ile devam ediyor. Sertifika aşamasında bağımsız denetçiler tarafından gerçekleştirilen teknik testler, tüm sistemlerin tasarlanan verimlilikte çalıştığını doğrulayarak operasyonun optimize edilmesini sağlıyor. Oteller bu süreçte sadece teknik iyileştirmelerle yetinmeyip; atık yönetimi, karbon ayak izini azaltan bisiklet park alanları ve dijital enerji izleme sistemleri gibi operasyonel çözümleri de devreye alabiliyorlar. Yalın sertifika seviyesinden başlayarak Silver, Gold ve nihayetinde Platinum hedefiyle sürdürülen bu yolculuk, tek seferlik bir proje değil; su yönetiminden iç mekân hava kalitesine kadar her detayın anlık olarak takip edildiği ve sürekli geliştirildiği bütünsel bir işletme felsefesi olarak tanımlanıyor. Bu sayede sürdürülebilirlik, tesisin temel yapı taşlarından biri haline gelerek operasyonel mükemmelliği sağlıyor.

**İnşaat aşamasında LEED kriterlerine uyum, atıkların en az %75'inin geri dönüştürülmesini zorunlu kılarak şantiye maliyetlerini ve çevresel yükü minimize eder**

LEED sertifikasyonu, otel işletmeciliğinde maliyet yönetiminden varlık değerine kadar çok geniş bir yelpazede finansal ve operasyonel avantajlar sunuyor. En somut kazanım; inverter kontrollü soğutma grupları, akıllı otomasyon ve enerji tasarruflu aydınlatma sistemleri sayesinde enerji tüketiminde %20-40, su kullanımında ise %30-50'ye varan radikal tasarrufların elde edilmesidir. Bu verimlilik, işletme giderlerini doğrudan düşürerek tesisin kârlılığını arttırırken ve yüksek verimli mekanik sistemlerin kullanımıyla bakım maliyetlerini geleneksel binalara kıyasla %20 oranında azaltıyor. Stratejik bir yatırım aracı olarak LEED, mülkün gayrimenkul değerini yükseltirken yatırımın geri dönüş (ROI) süresini hızlandırmakta ve tesisi üst segmentte

konumlandırarak pazar dayanıklılığını da güçlendirmektedir. Yenilenebilir kaynaklara yönelim ve dijital izleme altyapısıyla desteklenen bu süreç, kaynak kullanımını ölçülebilir kılıp operasyonel sürdürülebilirliği güvence altına alıyor. Ayrıca, sağlıklı iç ortam kalitesinin çalışan verimliliği üzerindeki dolaylı ekonomik katkısı ve bilinçli misafir segmenti nezdinde artan marka prestiji, LEED'i sadece çevresel bir tercih olmaktan çıkarıp, uzun vadeli varlık değerini koruyan ve yatırımcı nezdinde güvenilirliği pekiştiren güçlü bir finansal strateji haline getiriyor.

**Cornell University Hospitality Research raporuna göre, sürdürülebilirlik sertifikasına sahip oteller, kurumsal seyahat segmentinde %15 daha fazla tercih edilmekte ve bu durum ADR rakamlarına pozitif yansımaktadır. İç mekân hava kalitesi standartları (ASHRAE 62.1), taze hava sirkülasyonu sayesinde solunum yolu şikayetlerini azaltırken, misafirlerin konaklama memnuniyet puanlarını (NPS) ortalama %12 oranında yukarı taşımaktadır**

LEED sertifikasyonu, özellikle üst segment pazarda doluluk oranları ve ADR üzerinde doğrudan bir çarpan etkisi yaratıyor. Başta küresel markalar, uluslararası acenteler ve MICE sektörü olmak üzere, ESG kriterlerini önceliklendiren kurumsal yapılar için bu sertifika bir "birinci tercih" sebebidir. Bu stratejik konumlanma, yoğun rekabet dönemlerinde doluluk oranlarını stabilize ederken, güçlenen "premium" marka algısı sayesinde tesise ADR tarafında belirgin bir fiyatlama gücü kazandırıyor. Günümüzde yükselen "bilinçli seyahat" trendiyle birlikte misafirlerin, yüksek konfor ile onaylanmış sürdürülebilirlik standartlarını bir arada sunan tesisler için ek bedel ödemeye daha yatkın olduğu gözlemleniyor. LEED; sadece operasyonel verimlilik değil, aynı zamanda talep kalitesini ve kârlılığı artıran stratejik bir ticari avantaj olarak konumlanıyor. LEED sertifikasyonu, misafir gözünde sürdürülebilirliği bir "etiket" olmaktan çıkarıp, doğrudan hissedilen bir "yaşam kalitesi" ve "iyilik hali" (well-being) deneyimine dönüştürüyor. Misafir geri bildirimlerinde en çok öne çıkan unsurlar; CO2 sensörleri ve gelişmiş filtreleme sistemleri sayesinde sağlanan yüksek iç mekân hava kalitesi ile doğal gün ışığından maksimum düzeyde yararlanan ferah mimari dokunuşlar olarak açıklanıyor. Özellikle şehir hayatının stresinden uzaklaşmak isteyen konuklar, odalardaki tazelik hissini, alerjenlerden arındırılmış temiz atmosferi ve ideal termal konforun sağladığı uyku kalitesini "dinlendirici ve yenileyici bir deneyim" olarak tanımlıyorlar. Teknolojik iklimlendirme sistemlerinin sunduğu

sessiz çalışma ortamı ve yüksek akustik yalıtım standartları, misafir memnuniyetini artıran gizli konfor bileşenleri olarak öne çıkarken; plastik kullanımının azaltılması ve etkin geri dönüşüm gibi görünür çevreci uygulamalar, misafirlerin kendi etik değerleriyle tesisin vizyonu arasında güçlü bir bağ kurmasını sağlıyor. Lüks konaklama deneyimini doğaya saygılı bir işletme felsefesiyle birleştiren bu yaklaşım, misafirler nezdinde sadece bir "konaklama" değil, bilimsel standartlarla onaylanmış bir "iyi hissetme" deneyimi olarak karşılık bularak marka sadakatini en üst seviyeye taşıyor.

**2026 itibarıyla devreye giren LEED v5, "Net Sıfır" karbon hedefiyle binaların operasyonel karbon emisyonlarını %50 oranında azaltacak teknolojik altyapıyı şart koşmaktadır**

Turizm sektörü için LEED v5 süreci, mevcut başarıları koruma evresinden "aktif karbonsuzlaşma" ve "pozitif katkı" evresine geçişi temsil etmektedir. 2026 yılı ve sonrasında kapsayan uzun vadeli stratejik planlar, renovasyonu artık sadece estetik bir yenileme değil, "performans odaklı bir dönüşüm" fırsatı olarak ele alıyor. Bu vizyon doğrultusunda, 2035 yılına kadar "Net Sıfır" operasyon hedefine ulaşmak adına fosil yakıt bağımlılığını azaltacak elektrifikasyon yatırımları, yenilenebilir enerji entegrasyonu ve dijital enerji izleme sistemlerinin devreye alınması önceliklendirilmektedir. Önümüzdeki on yıllık süreçte, tadilat malzemelerinden operasyonel ekipmanlara kadar her tercihin "gömülü karbon" değerine göre belirleneceği, atık yönetiminde döngüsellik standart hale geleceği ve binanın iklim değişikliğine karşı direncini artıracak yatırımların hız kazanacağı bir model hedeflenmektedir. 2026 yılı özelinde ise ISO 50001 Enerji ve ISO 46001 Su Verimliliği gibi akredite sistemlerle veriye dayalı analizlerin güçlendirilmesi, karbon ayak izinin şeffaf şekilde belgelenmesi ve mevcut sertifika seviyelerinin Platinum kategorisine taşınması planlanmaktadır. Bu stratejik yol haritası, otelleri sadece lüks birer destinasyon olmaktan çıkarıp, kaynak kullanımını her geçen yıl %5-7 oranında azaltan, çevreye pozitif değer katan ve misafir beklentilerine tam uyumlu, "geleceğe hazır" oteller konumlandırmayı amaçlıyor.





Amit Sharma / Kempinski Hotel  
The Dome Belek / Genel Müdür

Kempinski Hotel The Dome Belek, geçmişin ihtişamının modern lüksün rafine zarafetiyle buluştuğu, Selçuklu mimarisinden ilham alan bir başyapıttır. Akdeniz'in bozulmamış kıyı şeridinde yer alan tesisimiz, Belek'in kalbinde üst düzey misafirperverliğin simgesi olarak hizmet vermektedir. Özenle tasarlanmış 229 oda, süit ve villa seçeneğimizin yanı sıra; son teknoloji spa ve sağlıklı yaşam merkezi, çeşitli spor olanakları (tenis, padel, basketbol, plaj voleybolu, futbol) ve biri prestijli PGA sertifikalı olmak üzere iki adet şampiyona golf sahası gibi dünya standartlarında imkanlar sunuyoruz. 2005 yılından bu yana, otantik Türk misafirperverliğini kişiye özel deneyimlerle harmanlıyoruz. Mükemmelliğe olan bağlılığımız; LEED Gold, Sürdürülebilir Turizm (GSTC), ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001, ISO 50001, ISO 9001, ISO 10002, HACCP, ISIS Gıda Güvenliği Belgesi, Mavi Bayrak ve Sıfır Atık gibi kapsamlı sertifika portföyümüzle tescillenmiştir. Bu sayede operasyonlarımızın lüks olduğu kadar sorumlu bir şekilde yürütülmesini sağlıyoruz. LEED sertifikasına giden yolculuğumuz üç ana temel üzerine kurulmuştur: çevresel sorumluluk, operasyonel hassasiyet ve uzun vadeli varlık değeri. Gerçek lüksün bedelinin gezegenimize ödetilmemesi gerektiğine inanıyoruz. Sürdürülebilir bina uygulamalarını benimseyerek, kaynak kullanımımızı önemli ölçüde azaltırken hem misafirlerimiz hem de ekip üyelerimiz için daha sağlıklı ve

## LEED sertifikasına giden yolculuğumuz, çevresel sorumluluk, operasyonel hassasiyet ve uzun vadeli varlık değeri temelleri üzerine kurulmuştur; gerçek lüksün bedelinin gezegenimize ödetilmemesi gerektiğine inanıyoruz

uyumlu bir iç mekan ortamı oluşturuyoruz. Dahası, gezginlerin ve yatırımcıların etik değerlere öncelik verdiği bu dönemde LEED, küresel ölçekte kabul görmüş bir şeffaflık ve güven mührü sağlamaktadır. LEED Gold sertifikasına sahip olmanın gururunu yaşıyoruz; ancak yolculuğumuz burada sona ermiyor. Nihai hedefimiz olan LEED Platinum seviyesine ulaşmak için, gelişmiş HVAC (ısıtma, havalandırma ve iklimlendirme) optimizasyonlarından akıllı su yönetim sistemlerine kadar bir dizi stratejik değişikliği aktif olarak hayata geçiriyoruz. Bu bizim için "tek seferlik" bir proje değil; operasyonel felsefemizin sürekli bir gelişimi ve evrimidir.

**LEED Gold sertifikasını geleceğe yönelik stratejik bir yatırım olarak görüyoruz. Bizim için yatırımın geri dönüşü (ROI) oldukça nettir: Maliyet tasarrufu, pazarda üst segment konumlandırma ve varlık değerinde sağlanan önemli artışın güçlü birleşimidir**

LEED Gold sertifikasını geleceğe yönelik stratejik bir yatırım olarak görüyoruz. Operasyonel açıdan, uygulamaya koyduğumuz verimlilik önlemleri; genel giderlerde ve bakım maliyetlerinde her yıl düzenli bir azalma sağlamaktadır. Mülkiyet perspektifinden bakıldığında ise, sürdürülebilir varlıklar doğası gereği daha dirençlidir ve daha yüksek uzun vadeli değere sahiptir. Bizim için yatırımın geri dönüşü (ROI) oldukça nettir: Maliyet tasarrufu, pazarda üst segment konumlandırma ve varlık değerinde sağlanan önemli artışın güçlü birleşimi. Sürdürülebilirlik sertifikaları; özellikle kurumsal hesaplar, MICE (toplantı, incentive, kongre ve sergi) sektörü, uluslararası seyahat acenteleri ve çevre bilinci yüksek misafirler

arasındaki rezervasyon kararlarını her geçen gün daha fazla etkilemektedir. LEED Gold sertifikası, pazardaki konumumuzu güçlendirmektedir. Sertifikasyon, tek başına performansın yegâne itici gücü olmasa da marka güvenini pekiştirmekte ve tesisimizi rekabetçi bir pazarda farklı kılmaktadır. Pek çok durumda misafirler hem konforu hem de güvenilir sürdürülebilirlik standartlarını bir arada sunan oteller için ek bir bedel ödemeye gönüllüdür. Misafir geri bildirimleri son derece teşvik edici. Birçok misafirimiz, otel ortamındaki genel sürdürülebilirlik hissine dair olumlu yorumlarda bulunuyor. Bu faktörler; konaklamaları süresince uyku kalitesini, verimliliği ve genel memnuniyeti doğrudan artırıyor. Ayrıca; atıkların azaltılması, tek kullanımlık plastiklerin kullanımının düşürülmesi, sorumlu tedarik süreçleri ve enerji bilincine sahip operasyonlar gibi görünür sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik takdirin arttığını görüyoruz. Misafirler artık seyahat tercihlerinin kendi kişisel değerleriyle örtüşmesini istiyor. LEED v5'in karbon emisyonlarını azaltma (dekarbonizasyon) odaklı yaklaşımı, uzun vadeli sermaye planlamamızla son derece örtüşüyor. Önümüzdeki on yıl boyunca yenileme stratejilerimiz; karbon azaltımı, elektrifikasyon, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji entegrasyonu ve iklim değişikliğine karşı dirençlilik konularına giderek daha fazla öncelik verecek. Gelecekteki turizm ve otelcilik yatırımları, sadece misafir deneyimini değil, aynı zamanda binanın tüm yaşam döngüsü boyunca sergilediği çevresel performansı da dikkate almak zorundadır. 2026 ve sonrası için belirlediğimiz spesifik hedeflerimiz; LEED Platinum Hazırlığı: Hedefimizin bir parçası olarak LEED Platinum sertifikası için hazırlık sürecini yürütmek. Enerji yoğunluğu ve su tüketiminde iddialı önemli azaltım hedeflere ulaşmak. Yenilenebilir ve düşük karbonlu enerji kaynaklarına olan bağlılığımızı artırmak. Atık geri kazanımını genişletmek ve dögüsel satın alma programlarını benimsemek. Ölçülebilir karbon verileri sağlamak amacıyla ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) takibimizi güçlendirmek. Amacımız; otelimizi sadece lüks bir destinasyon olarak değil, aynı zamanda güçlü bir misafirperverlik performansı sergilerken değişen sürdürülebilirlik beklentilerini de karşılayan, geleceğe hazır bir değer olarak konumlandırmaktır.



**Buderus**

Geleceğin ısıtma sistemleri.

STOKLARDA

# Bu Buderus Logatherm WLW156 Monoblok Isı Pompası. Tek bir dış ünite ile yüksek verimli, kompakt çözüm.

Buderus Logatherm WLW156 MB AR havadan suya monoblok ısı pompası, dar alanlarda ekonomik ve yüksek verimli ısıtma, soğutma ve sıcak su ihtiyacı için üretilmiş kompakt bir çözümdür. 8-30 kW arasında değişen güç aralıkları sayesinde hem yeni binalar hem de renovasyon projeleri, hatta küçük apartman kompleksleri için uygundur. Sadece bir dış ünite ile kurulum için çok az alana ihtiyaç duyan bu monoblok sistem, tam elektrikli olarak veya bir kombi ile hibrit şekilde kurulabilir.

**Bu Buderus. Isıtma sistemlerinde 3 asırlık bu uzmanlıktan siz de yararlanın.**

Ayrıntılı bilgi için:





Behiye Kara / Regnum Hotels /  
Director of Quality

Regnum Hotels olarak, Antalya Belek'te konumlanan Regnum The Crown ve Regnum Carya ile aynı destinasyonda birbirini tamamlayan iki ayrı lüks resort deneyimi sunuyoruz. Her iki tesis birlikte değerlendirildiğinde, toplam 1.181.000 m<sup>2</sup> alanda, 915 oda, 21 farklı oda kategorisi ve yaklaşık 2.630 yatak kapasitesi ile hizmet veriyoruz. Tesislerimiz; wellness ve yaşam tarzı deneyimlerinden spor ve eğlenceye kadar uzanan çok yönlü bir yapıya sahiptir. Toplam 27 restoran ve yeme-içme ünitesi, 10 fine dining/a la carte restoran, 31 bar, 63 havuz, wellness ve fitness alanı, çocuk ve gençlik kulüpleri, aquapark alanları, toplantı ve etkinlik alanları, golf sahaları, futbol sahaları, tenis, padel ve diğer spor birimleri ile misafirlerimize kapsamlı bir tatil ve konaklama deneyimi sunuyoruz. Sertifikasyon tarafında ise, tesisimiz Amerikan Yeşil Binalar Konseyi (USGBC) tarafından verilen LEED Gold sertifikasına sahiptir. Bunun yanında Regnum Hotels'in sürdürülebilirlik yaklaşımı; ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi, ISO 14064 Karbon Ayak İzi doğrulaması ve ISO 14046 Su Ayak İzi doğrulaması gibi uluslararası standartlarla desteklenmektedir. Ayrıca sürdürülebilir turizm yaklaşımımız, Travelife kriterleri ve GSTC ilkeleriyle uyumlu şekilde geliştirilmektedir. Her yıl yayımladığımız Sürdürülebilirlik Raporumuzda da LEED, yeşil bina yaklaşımı ve sürdürülebilir mimari anlayışımızın stratejik önceliklerimiz arasında açık biçimde yer aldığı görülmektedir. Renovasyon ve yeniden inşaat süreçlerimizde de bu prensipleri sürdürmeye devam ediyoruz. Bizi LEED'e yönelten temel unsur, lüks konaklama deneyimini çevresel sorumlulukla birlikte ele alma vizyonumuz oldu. Enerji, su ve malzeme kullanımını daha verimli yönetmek; karbon etkisini azaltmak, iç mekân kalitesini yükseltmek ve uluslararası kabul gören bir yeşil bina standardıyla bunu somutlaştırmak istedik. Bunun yanında bilinçli misafirlerin artan beklentileri, tur operatörleri ve iş ortaklarının sürdürülebilir tesislere daha fazla önem vermesi de bu kararı güçlendirdi. LEED bizim için sadece bir sertifika değil; uzun vadeli marka değeri, operasyonel dayanıklılık

## LEED Gold, bizim için sadece bir sertifika değil; uzun vadeli marka değeri, operasyonel dayanıklılık ve küresel rekabet gücü sağlayan stratejik bir çerçevedir

ve küresel rekabet gücü sağlayan stratejik bir çerçevedir. Tesisimiz hâlihazırda USGBC tarafından verilen LEED Gold sertifikasına sahiptir. Bu seviyeye ulaşmak için tasarım ve işletme yaklaşımımızı bütüncül biçimde ele aldık. Enerji ve su verimliliği, atık yönetimi, uygun malzeme seçimi, geri dönüştürülebilir içerik kullanımı, iç mekân hava kalitesi, gün ışığından etkin yararlanma, sıcaklık-nem konforunun iyileştirilmesi ve çevresel etkilerin azaltılması öncelikli alanlarımız oldu. Bugün bu yapıyı, ISO 50001 enerji yönetimi, dijital izleme sistemleri, yenilenebilir enerji yatırımları ve sürdürülebilir operasyon uygulamalarıyla daha da güçlendiriyoruz.

**Misafir geri bildirimlerinde en çok öne çıkan konu, çevreye duyarlı bir tesiste konaklarken lüks ve konfordan ödün verilmemesidir. İç mekân hava kalitesi, gün ışığı, doğal çevreyle bütünleşen mimari yaklaşım, sıcaklık-konfor dengesi ve doğaya saygılı işletme anlayışı olumlu algıyı güçlendiriyor. Ayrıca odalarda ve dijital kanallarda paylaştığımız enerji-su tasarrufu, havlu-nevresim değişim tercihleri ve sorumlu tüketim uygulamaları, misafirlerin sürdürülebilirliğe aktif katılımını destekliyor**

LEED'in en önemli katkısı, kaynak verimliliğini sistematik hâle getirmesidir. Bu da enerji ve su tüketiminde düşüş, işletme giderlerinde iyileşme ve karbon yoğunluğunda azalma anlamına gelir. Regnum'da bu yaklaşım, güneş enerjisi yatırımları, trijenerasyon altyapısı ve enerji yönetim sistemleriyle desteklenmektedir. Enerji ihtiyacımızın yaklaşık %80'i yenilenebilir kaynaklardan karşılanmaktadır; ayrıca dijital izleme altyapısıyla enerji, su, atık ve karbon verilerini daha anlamlı ve etkin yönetmeyi hedefliyoruz. Bu yaklaşım yalnızca maliyet avantajı yaratmaz; aynı zamanda varlığın uzun vadeli değerini, yatırımcı ve iş ortağı nezdindeki güvenilirliğini ve pazar dayanıklılığını da artırır. LEED sertifikasının doluluk ve ADR üzerindeki etkisini tek başına, diğer tüm ticari değişkenlerden

bağımsız şekilde ölçmek her zaman kolay değil. Bu nedenle doğrudan ve izole bir etkiden söz etmek metodolojik olarak dikkat gerektirir. Ancak LEED'in premium marka algısını güçlendirdiğini, uluslararası görünürlüğü artırdığını, sürdürülebilirlik hassasiyeti yüksek misafirler ve B2B iş ortakları nezdinde tercih edilirliliği desteklediğini net biçimde söyleyebiliriz. Bugün sürdürülebilirlik, satın alma ve konaklama tercihlerinde giderek daha belirleyici bir kriter hâline geliyor. Bu nedenle LEED, fiyatlama gücünü ve talep kalitesini destekleyen önemli bir rekabet avantajıdır. Misafir geri bildirimlerinde en çok öne çıkan konu, çevreye duyarlı bir tesiste konaklarken lüks ve konfordan ödün verilmemesidir. İç mekân hava kalitesi, gün ışığı, doğal çevreyle bütünleşen mimari yaklaşım, sıcaklık-konfor dengesi ve doğaya saygılı işletme anlayışı olumlu algıyı güçlendiriyor. Ayrıca odalarda ve dijital kanallarda paylaştığımız enerji-su tasarrufu, havlu-nevresim değişim tercihleri ve sorumlu tüketim uygulamaları, misafirlerin sürdürülebilirliğe aktif katılımını destekliyor. Bu geri bildirimleri CRM, omnichannel kanallar, QR kodlar, NPS ve memnuniyet anketleri üzerinden düzenli olarak izliyor ve geliştiriyoruz. Regnum Hotels olarak mevcut yol haritamız, LEED v5'in karbonsuzlaşma yaklaşımıyla büyük ölçüde örtüşüyor. 2026 hedeflerimiz arasında dijital enerji izleme ve yönetim sisteminin devreye alınması, enerji-su-karbon verilerinin daha hassas yönetilmesi, otomasyon ve verimlilik projelerinin yaygınlaştırılması, yenilenebilir enerji kullanımının güçlendirilmesi ve düşük etkili teknolojilere yatırım bulunuyor. Orta ve uzun vadede ise enerji verimliliğinde iyileşme, fosil yakıt bağımlılığının azaltılması ve net sıfır yol haritamızın ilerletilmesi ana eksenimizi oluşturuyor. Biz renovasyonu artık sadece fiziksel yenileme olarak değil; karbonu, suyu, malzemeyi ve misafir sağlığını birlikte düşünen bir dönüşüm fırsatı olarak görüyoruz.



# Peyzaj Sulamada %100 Sürdürülebilir Üstün Teknoloji. Artık Tüm Mineraller Dostunuz!

Bakım ihtiyacında azalma

Yedek parça gereksiniminde azalma

Sıfır atık ve atık su üretiminde azalma

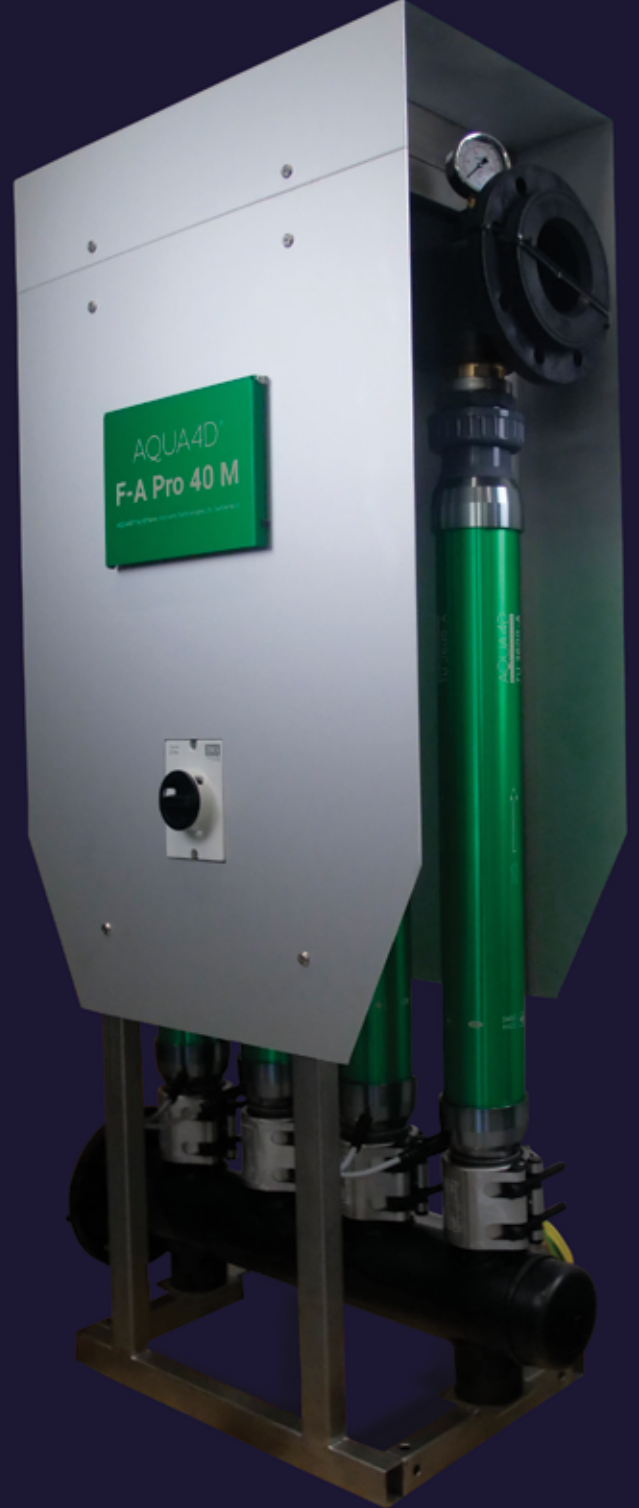
Kimyasal kullanımında azalma

- Sulama suyumuzun kalitesine bakmaksızın sağlıklı ve dengeli bir sulama sağlayabiliyoruz.
- %40'a varan su tasarrufu elde ediyoruz.
- Gübre kullanımını ciddi ölçüde azaltıyoruz.
- Bitkilerimiz daha sağlıklı ve dirençli hale geliyor.
- Toprak sağlığını koruyarak biyolojik çeşitliliğe katkı sağlıyoruz.
- Tüm bu süreci günlük sembolik bir enerji maliyetiyle sürdürebiliyoruz.



[www.aqua4d.com.tr](http://www.aqua4d.com.tr)  
SWISS TECHNOLOGY 

- ☎ +90 (266) 721 22 24
- ☎ +90 (541) 471 01 43
- 📍 600 Evler Mah. Kocatepe Sk. No: 13/B  
Bandırma / BALIKESİR / TÜRKİYE



AQUA4D®



**Derya Aluçtu / XO Cape Arna Otel /  
Kalite ve Sürdürülebilirlik Müdürü**

Muğla'nın Fethiye bölgesinde, denize sıfır konumda yer alan XO Cape Arna olarak, yaklaşık 100.000 m<sup>2</sup> alan üzerine kurulu, 5 yıldızlı ve "XO Ultra Her Şey Dahil" konseptiyle hizmet veren lüks bir yaşam ve deneyim destinasyonuyuz. Tesisimiz, farklı beklentilere hitap eden The Resort (aile konsepti) ve The Club (+18 yetişkin konsepti) olmak üzere iki ana bölümden oluşmakta olup, toplamda 527 oda kapasitesine sahiptir. Misafirlerimize farklı mutfak konseptleri sunan çok sayıda restoran ve bar, kapsamlı bir SPA ve wellness alanı, plaj ve havuz deneyimleri ile sadece konaklama değil, yüksek standartlarda, kişiselleştirilmiş bir lüks deneyim sunmayı hedefliyoruz. Gastronomi, wellness ve deneyim tasarımı, otelimizin ana odak noktalarını oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız doğrultusunda, uluslararası çevre dostu yapı sertifikalarından biri olan LEED Gold sertifikasına sahibiz. Bununla birlikte halihazırda ISO 22000, ISO 50001 ve 3. Aşama Sürdürülebilir Turizm Sertifikası ile operasyonlarımızı sürdürüyoruz. 2026 yılı itibarıyla ise kalite ve sürdürülebilirlik yönetimi yapımızı daha da güçlendirmek amacıyla ISO 9001, ISO 14001, ISO 10002, ISO 45001 ve ISO 46001 sertifikasyon süreçlerimizi tamamlamayı hedefliyoruz. XO Cape Arna olarak, LEED sertifikasyon sürecine girme kararımızı, üst yönetim ve yönetim kurulumuzun sürdürülebilirlik vizyonu doğrultusunda aldık. Özellikle yatırım aşamasında, projenin yalnızca lüks bir turizm yatırımı olmasının ötesine geçerek, çevresel etkileri minimize eden ve uzun vadede sürdürülebilir değer yaratan bir yapı olmasını hedefledik. Bu kapsamda LEED sürecini, işletme döneminden önce, inşaat ve proje geliştirme aşamasında başlattık. Bilindiği üzere LEED sertifikasyonu hem mevcut binalar hem de yeni inşaat projeleri için farklı kategorilerde değerlendirilmektedir. XO Cape Arna'da bu süreci; tasarım, malzeme seçimi, enerji verimliliği ve kaynak kullanımı gibi kritik kararları daha en baştan sürdürülebilirlik kriterlerine göre şekillendirerek yönettik. Bu yaklaşım sayesinde LEED'i sonradan entegre edilen bir uygulama olarak değil, tesisimizin temel yapı taşlarından biri haline getirdik. LEED sürecimizi, proje ve inşaat aşamasında tamamlayarak LEED Gold seviyesinde sertifikalandırıldık. Bu yaklaşım, sürdürülebilirliği daha tasarım

## LEED Gold sertifikasına sahip otelimizde, projemizin yalnızca lüks bir turizm yatırımı olmasının ötesinde çevresel etkileri minimize eden ve uzun vadede sürdürülebilir değer yaratan bir yapı olması hedefiyle, süreci, işletme döneminden önce, inşaat ve proje geliştirme aşamasında başlattık

aşamasında temel kriter olarak ele aldığımızı göstermektedir. Bu seviyeye ulaşmak için enerji verimliliği, su yönetimi, malzeme seçimi ve iç mekân çevre kalitesi gibi alanlarda kapsamlı çalışmalar yürüttük. Yüksek verimli sistemler, su tasarrufu sağlayan ekipmanlar, çevre dostu malzemeler ve doğal ışığı maksimize eden mimari çözümler temel uygulamalarımız oldu. İşletme aşamasında ise enerji ve su tüketimlerini izleyerek, bakım ve iyileştirme süreçlerini sistematik şekilde yöneterek bu yaklaşımı sürdürüyoruz. Bu sayede LEED kriterlerini yalnızca proje süreciyle sınırlı bırakmayıp, operasyonel sürdürülebilirliğimizin de temelini oluşturuyoruz.

**LEED v5 ile birlikte ön plana çıkan "karbonsuzlaşma" yaklaşımının, turizm sektöründe hem yeni yatırımlar hem de mevcut tesisler için önemli bir dönüşüm sürecini beraberinde getireceğini düşünüyoruz. XO Cape Arna olarak, bu dönüşümü yalnızca bir gereklilik değil, uzun vadeli sürdürülebilirlik stratejimizin doğal bir parçası olarak değerlendiriyoruz** LEED sertifikasyonu, enerji ve su verimliliği başta olmak üzere, işletme maliyetlerinin optimize edilmesine doğrudan katkı sağlayan bir sistemdir. Proje aşamasında tercih ettiğimiz yüksek verimli mekanik sistemler, enerji tasarrufu sağlayan ekipmanlar ve su verimliliği odaklı uygulamalar sayesinde, kaynak tüketimimizi daha kontrollü ve ölçülebilir şekilde yönetebiliyoruz. Bu durum yalnızca operasyonel maliyetlerde tasarruf sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda tesisin uzun vadeli işletme sürdürülebilirliğini de güçlendirmektedir. Enerji ve su tüketimlerinin düzenli olarak izlenmesi ve iyileştirme çalışmalarının sistematik şekilde yürütülmesi, verimlilik artışını sürekli hale getirmektedir. Bununla birlikte LEED sertifikası, tesisin marka değerine ve yatırım geri dönüşüne de olumlu katkı sağlamaktadır. Çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir yapı olarak konumlanmak, özellikle bilinçli misafir segmentinde tercih edilirliliği artırırken, uzun vadede varlık değerinin korunmasına ve güçlenmesine destek olmaktadır. LEED sertifikasının doluluk oranları ve ADR üzerindeki etkisini doğrudan tek bir parametreye bağlamak her zaman mümkün olmasa da sürdürülebilirlik kriterlerinin özellikle üst segment misafir tercihleri üzerindeki etkisinin giderek daha belirleyici hale geldiğini gözlemliyoruz. LEED Gold sertifikamızı yakın dönemde almış olmamız sebebiyle bu etkinin finansal performansımıza yansımaları

henüz ölçümleme aşamasındayız. Ancak sürdürülebilirlik odaklı konumlanmamızın, çevresel duyarlılığı yüksek pazarlarda ve premium segmentte tercih edilirliliğimizi artırdığı yönünde güçlü bir talep eğilimi görüyoruz. Aynı zamanda tur operatörleri ve kurumsal iş birliklerinde sürdürülebilirlik kriterlerinin artan önemi, tesisimizin rekabet gücünü desteklemektedir. Bu doğrultuda LEED'in önümüzdeki dönemde doluluk ve ADR performansımıza pozitif katkı sağlayacağını öngörüyoruz. LEED kriterlerinin özellikle iç mekân hava kalitesi, doğal ışık kullanımı ve genel konfor seviyesi üzerindeki etkisini misafir geri bildirimlerinde net şekilde gözlemliyoruz. Misafirlerimizden aldığımız geri bildirimlerde, odalarda ve ortak alanlarda ferah bir atmosfer, temiz hava hissi ve gün ışığının etkin kullanımı sayesinde daha konforlu bir konaklama deneyimi yaşadıklarına dair yorumlar öne çıkmaktadır. Bu unsurlar, doğrudan teknik detaylar olarak ifade edilmese de misafir deneyimine "rahatlık", "huzur" ve "iyi hissetme" şeklinde yansımaktadır. Ayrıca çevreye duyarlı bir tesiste konaklamak, sürdürülebilirlik hassasiyeti yüksek misafirlerimiz için önemli bir memnuniyet unsuru oluşturmaktadır. LEED v5 ile birlikte ön plana çıkan "karbonsuzlaşma" yaklaşımının, turizm sektöründe hem yeni yatırımlar hem de mevcut tesisler için önemli bir dönüşüm sürecini beraberinde getireceğini düşünüyoruz. XO Cape Arna olarak, bu dönüşümü yalnızca bir gereklilik değil, uzun vadeli sürdürülebilirlik stratejimizin doğal bir parçası olarak değerlendiriyoruz. Tesisimizin yeni olması sebebiyle kısa vadede kapsamlı bir renovasyon planımız bulunmamakla birlikte, mevcut sistemlerimizi LEED v5 kriterleri doğrultusunda sürekli iyileştirme yaklaşımıyla ele alıyoruz. Bu kapsamda enerji verimliliğinin artırılması, yenilenebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılması ve karbon ayak izinin izlenmesi ve azaltılmasına yönelik çalışmalar öncelikli odak alanlarımız arasında yer almaktadır. 2026 yılı hedeflerimiz doğrultusunda ise özellikle ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi ve ISO 46001 Su Verimliliği Yönetim Sistemi kapsamında yürüttüğümüz çalışmalarla, kaynak kullanımını daha verimli hale getirmeyi ve ölçülebilir sürdürülebilirlik performansı oluşturmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda 2026 yılı itibarıyla karbon ayak izi ölçümleme ve azaltım hedeflerimizi daha somut hale getirmeyi planlıyoruz. Bu doğrultuda, LEED v5'in getireceği kriterlerin, tesisimizin operasyonel ve teknik gelişim sürecine yön veren önemli bir referans noktası olacağını öngörüyoruz.

# exely

## Otel Gelirinizi Artırın

Exely Rezervasyon Motoru ile Otelinizin  
Web Sitesini Güçlü Bir Satış Kanalına Dönüştürün



Web  
Sitesi



İtibar  
Yönetimi

**3 Ay**  
Ücretsiz

Exely Rezervasyon Motoru ile hemen başlayın, Otel Web Sayfası  
ve İtibar Yönetimi'ni 3 ay boyunca ücretsiz kullanın.

*\*Kurulum maliyeti olmadan, üç güçlü ürünü tek pakette keşfedin.*



Ücretsiz  
Başlayın



### Hotel Tech Report Exely Yorum Özeti

Mükemmel  
4.9 ●●●●● 146 yorum

Kullanım Kolaylığı	4.9/5
Müşteri Desteği	5.0/5
Yatırım Getirisi	4.8/5
Kurulum	4.8/5





**Burhan Şeker / Arise Hotel Golden Horn / Genel Müdür**

Arise Hotel Golden Horn, İstanbul'un tarihi ve turistik açıdan en değerli bölgelerinden Haliç kıyısında konumlanmaktadır. Modern mimarisi ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımıyla öne çıkan otelimiz, 160 normal, 5 suit, 3 bedensel engelli odası olmak üzere toplam 168 oda kapasitesine sahiptir. Bünyemizde Haliç manzaralı restoran ve odalarımız, kafe alanlarımız, toplantı salonlarımız, fitness merkezi ve misafirlerimize konforlu bir konaklama deneyimi sunan çeşitli sosyal alanlar bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik vizyonumuz doğrultusunda otelimiz LEED SİLVER sertifikasına sahiptir. Bunun yanı sıra çevre dostu işletme anlayışımızı destekleyen Sürdürülebilir Turizm Sertifikasına da sahibiz. Çevresel sürdürülebilirlik, günümüzde turizm sektörünün en önemli gündem maddelerinden biri haline gelmiştir. Arise Hotel Golden Horn olarak biz de bu dönüşümün bir parçası olmayı hedefledik. Enerji ve doğal kaynakların verimli kullanımı, karbon ayak izinin azaltılması ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir çevre bırakma sorumluluğu, LEED sertifikasına

## Enerji ve doğal kaynakların verimli kullanımı, karbon ayak izinin azaltılması ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir çevre bırakma sorumluluğu, LEED sertifikasına yönelmemizdeki başlıca etkenlerdir

yönelmemizdeki başlıca etkenlerdir. Ayrıca uluslararası misafir beklentilerinin bu yönde gelişmesi de önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Otelimiz, LEED sertifikasyon sürecini başarıyla tamamlayarak Silver (Gümüş) seviyesinde sertifikaya sahip olup, sahip olduğu bu sürdürülebilirlik performansını sürekli geliştirmeye odaklanmaktadır. Bu süreçte hedeflediğimiz seviyeye ulaşmak adına birçok teknik ve operasyonel iyileştirme gerçekleştirdik. Enerji verimliliği yüksek sistemler, LED aydınlatmalar ve akıllı bina otomasyonları devreye alındı. Su tasarrufu sağlayan ekipmanlar kullanılarak tüketim optimize edildi. Ayrıca atık yönetimi, geri dönüşüm uygulamaları ve sürdürülebilir malzeme tercihleri ile çevresel etkilerimizi minimum seviyeye indirmeyi amaçladık.

**LEED sertifikası sayesinde çevreye duyarlı misafir segmentinde tercih edilirliliğimiz artmıştır. Bu durum doluluk oranlarımıza olumlu yansırken, aynı zamanda markamızın konumlandırılması doğrultusunda ADR tarafında da rekabetçi ve premium bir fiyatlandırma yapabilmemize olanak sağlamaktadır** LEED sertifikası, operasyonel maliyetlerimizde gözle görülür bir iyileşme sağladı. Enerji ve su tüketiminde sağlanan tasarruflar, işletme giderlerinin düşmesine katkı sundu. Bunun yanı sıra sürdürülebilirlik kriterlerine sahip bir

tesis olmak, yatırım değerimizi artırırken aynı zamanda markamıza da prestij kazandırdı. Uzun vadede bakım maliyetlerinin azalması da önemli bir finansal avantaj olarak öne çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik sertifikaları, özellikle kurumsal ve uluslararası pazarlarda önemli bir tercih sebebi haline gelmiştir. LEED sertifikası sayesinde çevreye duyarlı misafir segmentinde tercih edilirliliğimiz artmıştır. Bu durum doluluk oranlarımıza olumlu yansırken, aynı zamanda markamızın konumlandırılması doğrultusunda ADR tarafında da rekabetçi ve premium bir fiyatlandırma yapabilmemize olanak sağlamaktadır. Misafirlerimizden aldığımız geri bildirimlerde en çok öne çıkan unsurlar; iç mekân hava kalitesinin yüksekliği, doğal gün ışığından etkin şekilde yararlanılması ve genel konfor seviyesinin beklentilerin üzerinde olmasıdır. Ayrıca, dış ortamdan alınan taze havanın en son teknolojik klima santrallerimiz aracılığıyla şartlandırılarak iç mekânlara verilmesi, hava kalitesine yönelik memnuniyeti önemli ölçüde artırmaktadır. Bunun yanı sıra, çevre dostu uygulamalarımız, plastik kullanımını azaltmaya yönelik çalışmalarımız ve etkin geri dönüşüm sistemlerimiz de misafirlerimiz tarafından takdirle karşılanmaktadır. Tüm bu unsurlar, misafir memnuniyetini ve sadakatini artıran önemli faktörler arasında yer almaktadır.

**2026 yılı özelinde sürdürülebilirlik performansımızı ölçülebilir şekilde iyileştirmeyi ve LEED seviyemizi bir üst kategoriye taşımaya hedefliyoruz**

LEED v5 ile birlikte öne çıkan karbonsuzlaşma hedefleri, uzun vadeli stratejik planlarımızın önemli bir parçasını oluşturuyor. Arise Hotel Golden Horn olarak önümüzdeki dönemde yenilenebilir enerji kullanımını artırmayı, enerji verimliliğini daha ileri seviyeye taşımayı ve karbon emisyonlarımızı azaltmaya yönelik yatırımları hızlandırmayı planlıyoruz. 2026 yılı özelinde ise sürdürülebilirlik performansımızı ölçülebilir şekilde iyileştirmeyi ve LEED seviyemizi bir üst kategoriye taşımaya hedefliyoruz.

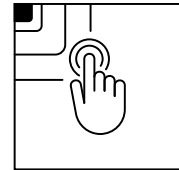


# UX ONE

## OTEL ODALARI İÇİN AKILLI ÇÖZÜM



UX One sıva altı montaj - Beyaz  
ve Living Now Giriş/Çıkış Senaryo Anahtarı



### TEK CİHAZ, ÇOK FONKSİYON



Sosyal medya hesaplarımıza QR kodu taratarak ulaşabilirsiniz

# bticino

Bir grup markasıdır | **legrand**



**Orkun Petekçi / Elite World Hotels & Resorts, Elite World Grand Sapanca / CEO**

Elite World Grand Sapanca, doğayla iç içe, dikey mimari yerine, çevresindeki orman boyunu geçmeyen tabiata doğaya saygılı, yatay mimarisi ile geniş ölçekli bir resort ve kongre oteli olarak; Sapanca Gölü ve yemyeşil orman manzarasına hâkim eşsiz lokasyonu ile hem şehirden uzaklaşmak isteyen misafirler hem de kurumsal organizasyonlar için güçlü bir destinasyon sunmaktadır. Toplam 499 oda kapasitesi ile farklı segmentlere hitap eden konaklama alternatifleri sunan otelimiz; modern tasarımı, ferah yaşam alanları ve yüksek konfor anlayışıyla öne çıkmaktadır. Gastronomi alanında farklı konseptlerde restoran ve bar seçenekleri ile zengin bir yeme-içme deneyimi sunulurken, geniş toplantı salonları ve balo alanları ile büyük ölçekli etkinliklere ev sahipliği yapabilecek altyapıya sahiptir. Wellness alanında ise yaklaşık 8.500 m<sup>2</sup> büyüklüğündeki spa & wellness alanımız; kapalı yüzme havuzları, yaz & kış özel mineral lagün havuz, açık biyolojik yüzme havuzu, fitness alanları, Türk hamamı, terapi havuzları, sauna, buhar ve tuz odaları ile birlikte özel bakım odaları ile misafirlerimize bütünsel bir yenilenme deneyimi sunmaktadır. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız doğrultusunda çevre dostu uygulamaları operasyonlarımızın merkezine alıyor; bu kapsamda uluslararası geçerliliğe sahip LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) sertifikasyon sürecimizi aktif olarak yürütüyoruz. Sürdürülebilir turizm artık bir tercih değil, zorunluluk haline geldi. Elite World Hotels & Resorts olarak çevresel etkilerimizi azaltmayı ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmayı öncelikli sorumluluğumuz olarak görüyoruz. LEED sertifikası; enerji verimliliği, su tasarrufu, atık yönetimi ve karbon ayak izinin azaltılması gibi alanlarda uluslararası standartları yakalamamıza rehberlik ettiği için bu sürece dahil olduk. Aynı zamanda global pazarda rekabet gücümüzü artıran önemli bir referans noktasıdır. Otelimiz LEED sertifikasyon sürecinde aktif olarak ilerlemektedir. Hedefimiz, uluslararası standartlarda yüksek bir sertifikasyon seviyesine ulaşmaktır. Bu doğrultuda; Enerji

## Sürdürülebilir turizmin artık bir tercih değil zorunluluk haline geldiği günümüzde, çevresel etkilerimizi azaltma ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma sorumluluğumuz, LEED sertifikası sürecine dahil olmamızı sağladı

verimliliği sağlayan sistemlerin optimize edilmesi, Su tüketimini azaltan teknolojilerin uygulanması, Atık ayrıştırma ve geri dönüşüm süreçlerinin güçlendirilmesi, Sürdürülebilir malzeme ve operasyon politikalarının geliştirilmesi gibi birçok alanda iyileştirme ve dönüşüm çalışmaları gerçekleştirdik ve süreci sürekli geliştiriyoruz.

**Misafirlerimizden, iç mekan hava kalitesinin yüksek olması, doğal ışığın etkin kullanımı, doğayla uyumlu mimari ve atmosfer, çevre dostu uygulamalar konularında olumlu geri dönüşler alıyoruz. Özellikle şehir hayatından uzaklaşmak isteyen misafirler için sunduğumuz “iyi hissetme” deneyimi, sürdürülebilirlik yaklaşımımızla birleştiğinde çok daha güçlü bir etki yaratıyor**

LEED sertifikasyon süreci ilk etapta yatırım gerektirse de orta ve uzun vadede ciddi maliyet avantajları sağlamaktadır. Özellikle; Enerji tüketiminde azalma, Su kullanımında verimlilik, Operasyonel giderlerde düşüş gibi kalemlerde somut tasarruf elde edilmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik sertifikalarına sahip tesislerin gayrimenkul değeri ve marka algısı da belirgin şekilde artmaktadır. LEED sertifikası, özellikle kurumsal ve uluslararası segmentte önemli bir tercih kriteri haline gelmiştir. Çevreye duyarlı markalar ve organizasyonlar, konaklama tercihlerinde

sürdürülebilirlik belgelerine sahip otelleri önceliklendirmektedir. Bu durum hem doluluk oranlarımızı desteklemekte hem de ADR seviyemizi yukarı yönlü etkilemektedir. Doğrudan ölçülebilir etkiler segment bazlı değişkenlik göstermekle birlikte, genel olarak pozitif katkı sağladığımızı net şekilde gözlemliyoruz. Misafirlerimizden özellikle şu konularda olumlu geri dönüşler alıyoruz: İç mekan hava kalitesinin yüksek olması, doğal ışığın etkin kullanımı, doğayla uyumlu mimari ve atmosfer, çevre dostu uygulamalar. Özellikle şehir hayatından uzaklaşmak isteyen misafirler için sunduğumuz “iyi hissetme” deneyimi, sürdürülebilirlik yaklaşımımızla birleştiğinde çok daha güçlü bir etki yaratıyor. 2026 itibarıyla devreye girecek LEED v5 ile birlikte, özellikle “karbonsuzlaşma” odağı daha da önem kazanacak. Biz de bu doğrultuda önümüzdeki 10 yıllık planlarımızı şekillendiriyoruz. 2026 hedeflerimiz kapsamında, enerji tüketimini daha da azaltacak sistem yatırımları, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artırılması, karbon ayak izinin ölçülmesi ve azaltılması, tedarik zincirinde sürdürülebilirlik kriterlerinin güçlendirilmesi öncelikli başlıklarımız arasında yer almaktadır. Elite World Grand Sapanca olarak, sadece bugünün değil geleceğin otelcilik anlayışını da şekillendiren sürdürülebilir bir model oluşturmayı hedefliyoruz.





Sevil Görgülü / Hilton Garden Inn İzmir Bayraklı / Genel Müdür

Hilton Garden Inn İzmir Bayraklı, şehrin yeni ticaret merkezinin kalbinde yer alan, modern tasarımı ve deniz manzarasıyla hem iş hem de tatil odaklı konaklamalar için kapsamlı olanaklar sunan 4 yıldızlı evcil hayvan dostu bir oteldir. Otel, misafirlerin konforu için modern detaylarla donatılmış toplam 197 odaya sahiptir. Tüm odalarda klima, mini buzdolabı, LCD televizyon ve ücretsiz kablolu/kablosuz internet bulunmaktadır. Otelde misafirlerin ücretsiz kullanımı için yıkama ve kurutma olmak üzere iki makineden oluşan ve 7/24 oda kartlarıyla girip kullanılabilecekleri bir çamaşırhane yer almaktadır. Otel bünyesinde bulunan The Garden Grille Restaurant, Türk ve dünya mutfağından çok özel lezzetler sunmaktadır. Otelde gün batımı manzarası eşliğinde içeceklerinizi yudumlayabileceğiniz çok şık, deniz manzaralı The Bar hizmet vermektedir. İş seyahati yapanlar için profesyonel çözümler sunmaktadır: Toplantı Salonları: Tamamı gün ışığı alan ve son teknolojiyle donatılmış 3 adet toplantı salonu hizmet vermektedir. İş Merkezi: Lobi katında bulunan iş merkezi, konukların 24 saat ücretsiz erişimine açıktır ve ihtiyaç duyacağınız tüm ofis malzemeleri kullanıma hazır durumdadır. Spor Merkezi: Konaklayan misafirlerin ücretsiz kullanımına açık, modern ekipmanlı bir spor salonu mevcuttur. Otopark ve Ulaşım: Misafirler için ücretsiz açık otopark ve vale hizmeti verilmektedir. Ayrıca tesiste elektrikli araçlar için şarj ünitesi (EA) bulunmaktadır. Otelimizde; LEED Gold, ISO 9001, ISO 14001 ISO 50001, Sıfır Atık ve 3. Seviye Sürdürülebilir Turizm Sertifikaları mevcuttur. LEED sertifikası almamızı teşvik eden etmenleri şu şekilde açıklayabiliriz: **İşletme Maliyetlerinde Düşüş:** Enerji ve su tüketiminde sağlanan tasarruflar, uzun vadede bina işletme giderlerini önemli ölçüde azaltır. **Çalışan Verimliliği ve Sağlığı:** Daha iyi hava kalitesi ve doğal aydınlatma sunan sağlıklı iç ortamlar, çalışan memnuniyetini ve verimliliğini artırır. **Kurumsal İtibar ve ESG Performansı:** Günümüzde şirketlerin çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) raporlamalarında LEED sertifikası güçlü bir referans noktası ve prestij

## LEED Gold sertifikalı çevreci bir otel olarak misafirlerimizden aldığımız geri bildirimler, sürdürülebilirliğin sadece bir “etiket” değil, doğrudan konaklama konforunu artıran bir değer olduğunu gösteriyor

kaynağıdır. Birçok Global firma konaklama tercihini LEED Sertifikası olan otellerden yana kullanmaktadır. **Sürdürülebilirlik Taahhüdü:** Karbon ayak izini azaltmak, atık yönetimini optimize etmek ve doğal kaynakları korumak isteyen işletmeler için bu sertifika, somut bir kanıt niteliğindedir. **Küresel Standartlara Uyum:** 160’tan fazla ülkede geçerli olan bu uluslararası standart, işletmenin küresel pazarda çevreci bir kimlikle tanınmasını sağlar. Tesisimizde LEED Sertifikamız Gold seviyesinde. Özellikle karbon ayak izini azaltmak adına tesise ücretsiz faydalanılabilen bisiklet park yeri kuruldu. Çevre sulama sistemimiz su tasarrufunu en üst seviyede tutacak şekilde revize edildi. Atık yönetimi sayesinde hem çevreye duyarlı hem de tasarruf odaklı bir operasyon yürütülmekte.

**LEED v5 ile birlikte renovasyon planlarımızı “estetik yenileme”den “performans odaklı yenileme”ye dönüştürüyoruz. LEED v5, binaların sadece az zarar vermesini değil, çevreye pozitif katkı sunmasını sağlayacak**

LEED sertifikalı binalar, kaynak kullanımını minimize ederek faturalarda doğrudan düşüş sağlar. İşletme ve bakım açısından değerlendirilerek, dayanıklı malzemeler ve verimli sistemler sayesinde bakım maliyetleri tipik ticari binalara göre yaklaşık %20 daha düşüktür. Çalışan verimliliği açısından ise daha iyi iç hava kalitesi ve doğal ışık, çalışanların sağlığını ve verimliliğini artırarak dolaylı finansal kazanç sağlar. LEED sertifikalı çevreci bir otel olarak misafirlerimizden aldığımız geri bildirimler, sürdürülebilirliğin sadece bir “etiket” değil, doğrudan konaklama konforunu artıran bir değer olduğunu gösteriyor. Gelen pozitif yorumlarla uygulamamızın ne kadar kıymetli olduğunu daha iyi anlıyoruz. **İç Mekan Hava Kalitesi ve Sağlık:** Misafirlerimiz, gelişmiş havalandırma ve düşük emisyonlu malzeme kullanımı sayesinde odalardaki hava tazelikliğini hemen fark ediyorlar. Ferahlık ve Hijyen: Odalarda “ağır” veya “kapalı” hava kokusu yerine temiz bir atmosfer olduğu, bunda özellikle alerjisi olan konuklar için büyük rahatlık sağladığı belirtiliyor. **Daha İyi Uyku Kalitesi:** İdeal termal konfor ve taze hava sirkülasyonu, misafirlerimizden sabahları daha dinç uyanıklarına dair olumlu yorumlarını beraberinde getiriyor. **Gün Işığı ve Görsel Konfor:** Gün ışığı optimizasyonu ve dış mekan manzarasına erişim, misafir memnuniyetini

en çok artıran unsurlar arasındadır. **Doğal Aydınlatma:** Misafirler, gün boyu yapay ışığa ihtiyaç duymadan odanın doğal ışıkla aydınlanmasının yarattığı huzurlu ortamdaki özgüvenle bahsediyorlar. **Psikolojik Rahatlama:** Geniş pencereler ve gün ışığı kullanımı, misafirlerin kendilerini daha az “kapalı bir kutuda” hissetmelerini sağlayarak mekansal algıyı iyileştiriyor. **Sessizlik ve Akustik Konfor:** LEED kriterleri kapsamında uygulanan yüksek yalıtım standartları, dışarıdan gelen gürültüyü minimize ediyor. **Gürültü Kontrolü:** Anket platformlardaki en büyük şikayet konularından biri olan “klima gürültüsü” veya “komşu oda sesleri”, sürdürülebilir binalardaki gelişmiş sistemler sayesinde minimuma inmektedir. **Çevreci Kimlik ve Değer Ortaklığı:** Misafirlerimiz, kendi sürdürülebilir yaşam tarzlarını konakladıkları otelde de sürdürebilmekten duydukları memnuniyeti dile getiriyorlar. **Bilinçli Tercih:** Seyahat edenlerin büyük bir kısmı, karbon ayak izini azaltan ve su verimliliği sağlayan bir tesiste kalarak çevreye katkıda bulduklarını bilmenin onlara kendilerini iyi hissettirdiğini belirtiyor. **Görünür Detaylar:** Odalardaki geri dönüşüm kutuları, su tasarruflu bataryalar ve doldurulabilir doğal kozmetik ürünleri gibi somut adımlar, misafirlerimizin markamıza olan bağlılığını ve sadakatini artırıyor. 2026 yılı hedeflerimiz: Dijital enerji yönetim sistemlerine geçişi tamamlamak; toplam enerji tüketimimizin en az %80’ini tesis içi veya sertifikalı dış kaynaklı yenilenebilir enerjiden karşılamak. LEED v5 ile birlikte renovasyon planlarımızı “estetik yenileme”den “performans odaklı yenileme”ye dönüştürüyoruz. **Gömülü Karbon (Embodied Carbon):** Tadilat sırasında kullanılacak malzemelerin (halı, mobilya, izolasyon) düşük karbon ayak izine sahip ve geri dönüştürülebilir olması artık bir tercih değil, standart haline gelecek. **Dönüşellik:** “Atık üretmeyen oda” konseptiyle, renovasyon atıklarının %75’inden fazlasını geri dönüşüme kazandırmayı hedefliyoruz. **İklim Direnci:** 10 yıllık planımızda, binamızın aşırı hava olaylarına karşı dayanıklılığını artıracak (su tasarruflu peyzaj, ısı adası etkisini azaltan çatı sistemleri vb.) yatırımlara öncelik veriyoruz. LEED v5, binaların sadece az zarar vermesini değil, çevreye pozitif katkı sunmasını sağlayacak. Biz de bu doğrultuda, karbon ayak izimizi her yıl %5-7 oranında azaltarak 2035 yılına kadar “Net Sıfır” operasyon hedefine ulaşmayı planlıyoruz.



Görkem Dönmez / Gloria Hotels & Resorts  
/ Gloria Sports Arena Genel Müdürü

Antalya'nın gözde turizm merkezi Belek'te yer alan otellerimiz, toplamda 2,4 milyon m<sup>2</sup>'lik geniş bir alanda konumlanır. Tüm otellerimizde yüksek kalite standartları ve lüks hizmet anlayışı ile Ultra Her Şey Dahil konseptte hizmet verilmektedir. Özaltın Holding'in ilk turizm yatırımı olan Gloria Golf Resort, 1997 yılında 190.000 m<sup>2</sup> alan üzerinde 176'sı süit, 46'sı villa olmak üzere toplam 515 oda ile hizmete açılmıştır. Gloria Verde Resort, 2001 yılında 68.000 m<sup>2</sup> alanda 293 odasıyla hizmete girmiştir. 2007 yılında faaliyete geçen Gloria Serenity Resort ise 205.000 m<sup>2</sup> alan üzerinde 16 süit ve 97 villadan oluşan toplam 367 odasıyla misafirlerini ağırlamaktadır. 2015 yılında kurulan Gloria Sports Arena ise spor turizmüne yönelik Türkiye ve Avrupa'da benzersiz bir yatırımdır. 105.000 m<sup>2</sup> alana yayılan spor merkezimiz, 50'den fazla spor branşına hizmet veren açık ve kapalı alanlar, su sporları tesisleri, Sporcu Sağlığı ve Performans Merkezi ve 100 odalı konaklama alanıyla hizmet sunmaktadır. Gloria Hotels & Resorts olarak 2005 yılından bu yana kurumsal yönetim anlayışıyla yönetim sistemlerini entegre şekilde uygulayan öncü markalardan biriyiz. ISO 9001 Kalite Yönetimi, ISO 14001 Çevre Yönetimi, ISO 45001 İş Sağlığı ve Güvenliği, ISO 27001 Bilgi Güvenliği, ISO 50001 Enerji Yönetimi ve ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri kapsamında akredite olarak süreçlerimizi sürdürüyoruz. Sürdürülebilirlik çalışmalarımız ise GSTC (Global Sustainable Tourism Council) Sürdürülebilir Turizm Belgesi ve Travelife Sürdürülebilir Turizm Sertifikaları ile belgelenmiştir. Ayrıca çocuk dostu bir otel olarak, Eurogap tarafından verilen EN 1176 ve EN 1069 Güvenli Aquapark ve Güvenli Kapalı Çocuk Oyun Alanları sertifikalarına da sahibiz. Kadın istihdamı ve eşitliği konusundaki duyarlılığımızı gösteren İş'te Eşit Kadın Sertifikamız da bizim için çok değerli bir belge niteliğindedir. LEED sertifikası alma isteğimiz çevre dostu bir imaj çizme isteğinden öte, stratejik, operasyonel ve finansal bir karar oldu. Küresel konaklama sektöründe bu sertifika, bir yapının sürdürülebilirlik alanındaki "altın standardı" olarak kabul edilmekte olup, uzun

## Sürdürülebilirliğe bakış açımızın, uluslararası düzeyde doğrulanmış olduğunu kanıtlayan LEED Gold Sertifikası alma isteğimiz, otelimizin inşaatının planlama aşamasında verdiğimiz, stratejik, operasyonel ve finansal bir karar oldu

vadede doğrudan kârlılığımızı da artıracaklarını hedefledik. LEED kriterlerine uygun bir binanın, standart binalara göre ortalama %25-30 daha az enerji tükettiği, su tasarrufu sağlayan armatürlerin de işletme giderlerini büyük oranda düşürdüğü bilinmektedir. LEED sertifikası, sürdürülebilirliğe bakış açımızın uluslararası düzeyde doğrulanmış olduğunu kanıtlar. Bu da misafirlerin bizi tercih etmesi için bir fırsat yaratmaktadır. LEED sadece binanın dış cephesiyle değil, iç mekân kalitesiyle de ilgilenmektedir. Daha iyi havalandırma, doğal ışık kullanımı ve düşük emisyonlu malzemelerin tercihi, misafirlerin konforunu doğrudan artırır.

### Otellerde en büyük giderlerden biri enerji ve sudur. LEED uygulamalarıyla enerji tüketimi ortalama %20-40, su tüketimi: %30-50 azalması öngörülür

Otelimizin inşaatının planlama aşamasında Leed Gold sertifikasını hedefleyerek çalışmalarımızı gerçekleştirdik ve bağımsız denetimlerin sonunda Leed Gold Sertifikamızı kazandık. Binayı baştan bu standartlara göre tasarlamak, sonradan yapılacak dönüşümlere kıyasla hem mühendislik hem de bütçe açısından büyük avantajlar sağladı. Enerji tasarruflu sistemler (İnverter kontrollü HVAC, aydınlatma ve bina otomasyonu, yalıtım) binanın ana yapısına entegre edildi ve sonradan ekleme yapmanın maliyeti ortadan kalktı. Bağımsız denetçiler tarafından otel açılmadan önce tüm mekanik ve elektrik sistemlerin tam da tasarlandığı verimlilikte çalışıp çalışmadığını test edildiği için tüm sistem açılışla birlikte optimize edilmiş oldu. Otellerde en büyük giderlerden biri enerji ve sudur. LEED uygulamalarıyla enerji tüketimi ortalama %20-40, su tüketimi: %30-50 azalması öngörülür. İnverter kontrollü soğutma grupları, dış hava kontrollü ısıtma sistemi, energysaver oda

sistemi, otomasyona bağlı led aydınlatma sistemi gibi gider kalemleri tasarruflu alt yapı kurulumu ile elektrik tasarrufu sağlarken; havuzlar, mutfak ve odalarda tüketilen su da en aza indirilmiş olur. Bir LEED Gold sertifikasına sahip olmak, misafirlerimize bilimsel standartlarla onaylanmış bir yaşam kalitesi sunduğumuzu kanıtlamaktadır. Misafir yorumlarından da aldığımız en belirgin geri bildirim, otelimizdeki atmosferin 'ferahlığı' üzerine oluyor. Teknik olarak CO2 sensörleri ve yüksek performanslı filtreleme sistemleri sayesinde sağladığımız taze hava kalitesi, misafirlerimiz tarafından 'dindendirici ortam' olarak tanımlanıyor. Özellikle gün ışığını maksimum düzeyde içeri alan mimarimiz, yapay ışığa duyulan ihtiyacı azaltarak sporcularımıza doğayla bağlarını koparmadan huzurlu bir konaklama ve antrenman deneyimi sunuyor. Akıllı su armatürlerinden enerji tasarruflu sistemlerimize kadar her detayda LEED Gold standartlarını hissettikleri bir konaklama imkânı yakalıyorlar. LEED v5 tesisler için "mevcut başarıyı koruma" evresinden "aktif karbonsuzlaşma" evresine geçiş anlamına geliyor. Biz de her iyileştirme adımımızı karbon ayak izimizi azaltacak aksiyonlar olarak planlıyoruz. 2025 yılında hayata geçirilen Özaltın GES santralleri ile tüm elektrik enerjimizi %100 yenilenebilir kaynaktan karşılayarak karbon ayak izimizi azaltıcı önemli bir adım attık. Otele yeni alınacak tüm ekipmanları enerji verimliliği yüksek olanlardan seçmekteyiz. Sayıca çoğaltacağımız elektrik analizörleri ile elektriği sadece ölçmekle kalmayacağız, nasıl ve ne kadar verimli kullanıldığımızı da daha detaylı analiz edeceğiz. Böylece aldığımız aksiyonların etkisini veriye aktarabileceğiz. Karbon ve su ayak izimizi hesaplamak ve akredite kuruluşlara onaylatmak adına çalışmalara başladık. Böylelikle daha çok veriye dayalı analizler yapmayı planlıyoruz.



# icibot

## OPERASYONEL MÜKEMMELİYETİ iciStaff İLE YAKALAYIN

Otel, Hastane, AVM ve Tesis görev yönetimi ile süreçlerinizi optimize edin, kalite standartlarına uyum sağlayın ve verimliliğinizi arttırın.

Dünya'da **50.000+** fazla bölüm **iciStaff** ile operasyonlarını yönetiyor.



Görev Yönetimi

Planlı Bakım

Kontrol Listeleri

Ölçümler

Yönetim Raporlama



iciStaff ile

daha fazla verim, daha fazla kazanç,  
daha fazla memnuniyet!

[www.icibot.com](http://www.icibot.com)



Onur Hakyemez / Sheraton Istanbul City Center / Genel Müdür

İstanbul'un kalbinde, dinamik bir şehir otelciliği anlayışıyla hizmet veren otelimiz misafirlerimizin tüm ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde tasarlandı. Toplam 254 oda kapasitemiz, farklı mutfaklara ve konseptlere sahip 7 yiyecek&içecek mekanımız, tam donanımlı toplantı salonlarımız ve spa & fitness alanlarımızla misafirlerimize kapsamlı bir deneyim sunuyoruz. Ancak bizi ayırtıran nokta, bu hizmetleri çevreye duyarlı bir sorumluluk bilinciyle sunmamızdır. Sürdürülebilirlik vizyonumuzun bir nişanesi olarak, uluslararası platformda en prestijli kabul edilen LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) Gold Sertifikası'nı almaya hak kazandık. Bunun yanı sıra GREEN KEY ve ISO 50001 belgelerimizle, çevresel performansımızı ve enerji yönetiminizi küresel standartlarda tescillemişiz. Bizim için LEED bir sertifikadan öte, bir işletme felsefesi. Temel motivasyonumuz, kaynakları tüketirken çevreye olan etkimizi minimize etmek ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmaktır. Stratejik olarak; enerji ve su kaynaklarını en verimli şekilde kullanmak, operasyonel maliyetlerimizi optimize etmek ve en önemlisi, çevreye duyarlı bir marka kimliği oluşturarak bilinçli misafir segmentiyle bağ kurmak bu yoldaki en büyük itici gücümüz oldu. Otelimiz açılışı itibarıyla LEED sertifikasının bütün aşamalarını tamamlamıştır. Bu süreç, otelimizin DNA'sına dokunan mühendislik ve tasarım dönüşümünü kapsıyor. İlgili departmanlarla beraber gerçekleştirdiğimiz temel değişimlerden bazılarını şöyle özetleyebilirim: Akıllı İklimlendirme: Yüksek verimli HVAC sistemleri ve gelişmiş otomasyon altyapısına geçtik. Su Tasarrufu: Tüm alanlarda düşük debili, çevre dostu armatürler kullanarak su tüketiminde ciddi bir optimizasyon sağladık. Mimari Çözümler: Gün ışığından maksimum düzeyde faydalanmayı sağlayan mimari dokunuşlarla aydınlatma yükünü azalttık. Dijital İzleme: Enerji izleme sistemlerimizle her tüketim noktasını anlık olarak takip edip verimlilik analizleri yapıyoruz. Atık Yönetimi: Sıfır atık

## Çevreye duyarlı bir sorumluluk bilincimizle, sürdürülebilirlik vizyonumuzun bir nişanesi olarak, uluslararası platformda en prestijli kabul edilen LEED Gold Sertifikası'nı almaya hak kazandık

prensibine uygun geri dönüşüm süreçlerini tüm operasyonumuza entegre ettik.

**Marka algımızın "çevre dostu" ekseninde güçlenmesi, rekabet gücümüzü artırırken ADR rakamlarımızı da destekleyen stratejik bir avantaj sağlıyor. Misafirlerimiz, değer yaratan bir tesisin parçası olduklarını bilerek konaklıyorlar. Misafirlerimizden aldığımız en sık geri bildirim, otelimizdeki "ferahlık ve tazelik" hissi üzerine. Sürdürülebilirliğin sadece "tasarruf" değil, aynı zamanda bir "yaşam kalitesi" sunduğunun fark edilmesi marka sadakatimizi güçlendiriyor**

LEED, aslında sadece çevresel değil, aynı zamanda çok güçlü bir finansal yatırımdır. Enerji verimliliğinde sağladığımız başarı, uzun vadede işletme giderlerimizde somut bir düşüş sağlıyor. Özellikle su ve elektrik tüketimindeki azalma, doğrudan kârlılığımıza pozitif yansıyor. Ayrıca, binamızın gayrimenkul ve marka değeri bu sertifikalarla birlikte ciddi bir artış gösterdi. Bakım süreçlerinin daha kontrollü hale gelmesi de tesis ömrünü uzatarak varlık değerimizi korumamıza yardımcı oluyor. Günümüzde "bilinçli seyahat" yükselen bir trend. Özellikle çevre dostu ve sürdürülebilirliği önceliklendiren kurumsal şirketler ve bireysel misafirler için tercih sebebiyiz. Bu tercih önceliği, doluluk oranlarımıza doğrudan ve pozitif bir ivme

kazandırıyor. Marka algımızın "çevre dostu" ekseninde güçlenmesi, rekabet gücümüzü artırırken ADR rakamlarımızı da destekleyen stratejik bir avantaj sağlıyor. Misafirlerimiz, değer yaratan bir tesisin parçası olduklarını bilerek konaklıyorlar. Misafirlerimizden aldığımız en sık geri bildirim, otelimizdeki "ferahlık ve tazelik" hissi üzerine. LEED kriterlerinin bir parçası olan yüksek iç mekan hava kalitesi ve doğal gün ışığı kullanımı, misafir konforunu doğrudan artırıyor. Kapalı bir alanda olmalarına rağmen kendilerini daha enerjik ve huzurlu hissettiklerini dile getiriyorlar. Sürdürülebilirliğin sadece "tasarruf" değil, aynı zamanda bir "yaşam kalitesi" sunduğunun fark edilmesi marka sadakatimizi de güçlendiriyor. 2027 yılına doğru ilerlerken hedefimiz, mevcut LEED Gold performansımızı korumanın çok daha ötesine geçmek. LEED v5 ile gelen "karbonsuzlaşma" hedeflerini, gelecek 10 yıllık renovasyon ve yatırım planlarımızın merkezine koyduk. Operasyonel karbon ayak izimizi sıfıra yaklaştırmak adına teknolojik yenilemelere ve yenilenebilir enerji entegrasyonlarına odaklanıyoruz. 2026 hedeflerimiz doğrultusunda, aynı zamanda İstanbul'un en "yeşil" ve düşük karbonlu işletme modellerinden biri olma kararlılığımızda.



# Navitas Spa & Sports standartların üstünde bir deneyim!

Edindiğimiz bilgi ve tecrübeyle,  
başarılı bir Spa Merkezi kurmanın  
sırlarını keşfetmenize yardımcı oluyoruz!

- Uzman tasarım ve inşaa proje yönetimi
- Yeni ve yenilikçi başarı stratejilerinin uygulanması
- Üst düzey ilişki yönetimi eğitimi
- Pozitif müşteri deneyimleri sunmak
- Uygulamalı deneyim yoluyla sorunsuz bir spa işi yaratmak
- Uzman terapist ve müşteriye elde tutma sonuçları



Sağlık Merkezinizin operasyon ihtiyaçlarına göre *özellendirilebilir!*

- SPA DANIŞMANLIĞI**  
İş hedeflerinize ulaşmanızı ve yatırım getirinizi elde etmenizi için sizinle birlikte çalışıyoruz.
- SPA TASARIMI**  
Uzman ekibimiz, buralarındaki spa tesislerini hayata geçirmek için sizinle birlikte çalışacaktır.
- SPA GELİŞTİRME**  
Spasınızı hayata geçirdikten sonra sorularınıza, stresinizi bir inşaa süreci sağlamak için süreci yöneteceğiz.
- SPA GÖZÜM ORTAKLIĞI**  
Yapılan ciro üzerinden kâr paylaşımı yapılmaktadır.
- SPA KİRALAMA İŞLETMECİLİĞİ**  
Mevcut Spaya kira bedeli biçilmektedir.

Zamanı güzelleştirmek için **Navitas Spa** hep iyi bir fikirdir.





**Erol Çelik / Royal Uzungöl Hotel & SPA  
Restaurant / Genel Müdür**

Otelimiz, Doğu Karadeniz Bölgesinin, güzide turizm beldesi olan Uzungöl'de bulunmaktadır. Trabzon'a yaklaşık 100 km uzaklıkta bulunan 4 yıldız işletme belgeli otelimizde; 57 oda, toplantı salonu, 1. Sınıf restaurant, kış bahçesi, yüzme havuzu, Türk hamamı, saunalar, VIP aile odaları, yeterince açık otopark bulunmaktadır. Tesisimiz OHSAS 18001: 2007, ISO 9001 :2008, ISO 22000 :2005, ISO 14001: 2004 ve LEED Gold belgelerine sahiptir. Otelimizin kuruluş planlama sürecinde, yöre mimarisi ile birlikte doğaya uyum öncelik olarak hedeflenmiştir. Büyüleyici yemyeşil doğa ve hoyratça akan dereler içerisinde inşa edilecek tesisin mutlaka doğa dostu olmasının düşünülmesi kaçınılmazdı. Fiziki alt yapı ve kullanılan ürünler tamamen bu amaca uygun olarak düşünüldü. Ciddi emekler sonrası, tüm misafirlerin takdirini toplayan, bölge mimarisini son derece doğru yansıtan, doğaya uyumlu imajlı bir eser ortaya çıktı. Sonuç olarak, böylesi doğa dostu bir oteli, dünyanın en prestijli yeşil bina sertifikası ile taçlandırmak bölgemize saygının bir gereği olarak düşünüldü. LEED sertifikasının önemi tarafımızca bilinmektedir. Aynı zamanda, enerji ve doğal kaynakların tasarrufuna yönelik yönlendirmeleri bilinmektedir. Bu tespit, destinasyonumuzu var eden doğamızın korunmasına yönelik çaba gösterilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda, bilinçli tüketicilerin her geçen gün çoğalacağını ön görmek şaşırtıcı olmadı. Var olan çevreci yapının, LEED sertifikası resmileşmesi doğru bir karar oldu. Dolayısı ile bölgenin ilk ve tek "Doğa Dostu Otel" tescilini yapma gurunu yaşamaktayız. Otelimizde LEED Gold sertifikası mevcut. Otelimizin kuruluşundaki amaçlarından biri olan, yaşadığımız doğa harikasını koruyarak turizm hareketinin içerisinde olabileme isteği, bu doğrultu da planlama ve işletme anlayışını beraberinde getirdi. Bu nedenle belgelendirme sürecinde çok zorlanmadık. Otel zaten istenilen fiziki alt yapıya sahipti. Yenilenebilir enerji kullanımı, yağmur sularının dönüşümü, atıkların uygun hale getirilmesi, elektrik ve su aparatlarının tasarrufa uyumluluğu vb.

## Büyüleyici yemyeşil doğa ve hoyratça akan dereler içerisinde konumlanan doğa dostu otelimizi, dünyanın en prestijli yeşil bina sertifikası LEED Gold ile taçlandırmak, bölgemize saygının bir gereği olarak düşünüldü

kuruluşta düşünülmüş ve uygulanmıştır. Kullanılan kimyasallar tamamen ecolabel olup doğaya sıfır atık salınımı hedeflenmiştir. Belgelendirme aşamasında; atıkların ayrıştırılması, görünürlük vb. çalışmalar yapılmıştır. Belgelendirme sürecimiz çok uzun sürmemiştir.

**LEED sertifikasına sahip otellerin enerji verimliliği oldukça artmakta, kullanılan enerji ekipmanlarının, tasarrufa uyumluluğu sonucu sarfiyat azalmakta, işletme maliyetleri oldukça düşmektedir. Aynı zamanda su tasarrufu, doğal kaynakların korunmasını, gelecek nesillere sürdürülebilir bir gelecek sunulmasını sağlamaktadır. Sertifika, binanın prestij değerini, dolayısı ile fiziki değerini de arttırmaktadır**

Sertifikaya sahip otellerin enerji verimliliği oldukça artmaktadır. Kullanılan enerji ekipmanlarının, tasarrufa uyumluluğu sonucu sarfiyatın azalması, işletme maliyetlerini oldukça düşürmektedir. Aynı zamanda su tasarrufu, doğal kaynakların korunmasını, gelecek nesillere sürdürülebilir bir gelecek sunulmasını sağlamaktadır. Sertifikanın, binanın prestij değerini, dolayısı ile fiziki değerini de arttırdığı söylenebilir. Gelişen dünyada her ne kadar doğa bilinci hızlı bir şekilde artmakta olsa da aynı oranda otele dönüşüm olarak yönelinmediği görülmektedir. Misafir konaklama tercihlerinde sertifika öncelendiği çok fazla gözlemlenmemektedir. Tabi burada çalışılan hedef kitle de önemlidir. Ancak ilerleyen dönemlerde misafir taleplerinde belgenin önceleneceği bellidir. Otelimizin mimari yapısı ve belge kriterlerine uygunluğundan dolayı oldukça olumlu tepkiler almaktayız. Her şeyden önce "Çevreci "ya da "Doğa Dostu Otel" söylemi dahi imajınıza aşırı değer katıyor. Bu anlamda

alınan övgüler haklı olarak gurur sebebimiz oluyor. Misafirlerin, arka planda, alt yapıya verilen emekleri göremeseler de sunulan ferah ortamın doğal mimari ile buluşmasını hoyratça yaşamaları, kuşkusuz ki onlar için mutluluk sebebidir. Tepkilerinin aşırı olumlu olması, misafir devamlılığını sağlamakta beraber, aynı zamanda da yeni misafirlerin yönelmesine de yardımcı olmaktadır. Dolayısı ile otelin pazarlanabilmesinde zorluk çekilmemektedir. Otelimizde konaklamıyor olsalar da sadece bu ambiyansı görebilmek ve resimlemek için sayısız misafirlerimiz olmaktadır. Bu durum otelin imajını oldukça yükseltmektedir. Misafir memnuniyetinin artması beraberinde talebi de arttırmaktadır. Talebin artması haklı olarak otel ADR artışı olarak döneceği bilinmelidir. Otelimizde de böyle olmuştur. Yukarıda saydıklarımızdan dolayı ADR istenilen seviyededir. Otelimiz 2026 kış döneminde renovasyona girecektir. Kapsamlı bir yenilenme söz konusu olacaktır. Tabii ki bu süreçte Yeşil bina ile ilgili yapılması gerekenlerin hepsi yerine getirilecektir. Bu süreçte profesyonel destek alınacak olup, gerekenler yerine getirilecektir. Bölgemiz muhteşem doğası ve doğal kaynakları ile sanki cennetten bir parça gibidir. Bu güzelim doğanın, gelecek nesillere korunarak bırakılması her kesimin önceliği olmalıdır. Bölgemiz turizminin artarak gelişmesi, ancak doğanın korunması ile mümkündür. Sürdürülebilir turizmin, sürdürülebilir doğa ile mümkün olduğuna inanmaktayız. Bu bilinçle, bölgemizde ilk olmanın gururunu yaşamaya devam etmekten oldukça mutluyuz.





**KÜVET | DUŞ KABİN | DUŞ TEKNESİ | AKRİLİK YÜZEYLER | KOMPOZİT HAVUZ | LOJİSTİK**



Can Özmeriç / Canopy by Hilton Istanbul Taksim / Genel Müdür

Canopy by Hilton Istanbul Taksim, İstanbul'un en merkezi noktalarından Taksim'de konumlanan, modern tasarımıyla yerel dokuyu yansıtan bir lifestyle otelidir. Misafirlerimize konforlu bir konaklama deneyimi sunarken, sürdürülebilirlik odağını operasyonlarımızın merkezine alıyoruz. Otelimiz; modern odaları, yeme-içme alanları ve merkezi konumuyla hem iş hem de turizm amaçlı seyahat eden misafirlere hitap etmektedir. Sürdürülebilirlik yaklaşımımızın bir göstergesi olarak otelimiz, LEED v4 BD+C: New Construction (NC) Gold ve Sürdürülebilir Turizm sertifikasına sahiptir. LEED sertifikası alma motivasyonumuzun temelinde çevresel etkilerimizi azaltma ve sürdürülebilir turizme katkı sağlama hedefimiz yer almaktadır. Küresel ölçekte artan çevre bilinci, misafir beklentilerindeki değişim ve enerji-verimlilik odaklı işletme anlayışı bu süreci destekleyen önemli unsurlar olmuştur. Aynı zamanda Hilton'un global sürdürülebilirlik vizyonu ve Travel with Purpose hareketi de bu kararı güçlendirmiştir. Otelimiz, LEED v4 Gold sertifikasyon sürecini başarıyla tamamlamıştır. Bu süreçte; Enerji verimliliği yüksek mekanik ve elektrik

## Küresel ölçekte artan çevre bilinci, misafir beklentilerindeki değişim ve enerji-verimlilik odaklı işletme anlayışı, LEED v4 Gold sertifikasyon sürecimizi destekleyen önemli unsurlar olmuştur

sistemleri kullanıldı; Su tasarrufu sağlayan armatürler ve sistemler entegre edildi; İnşaat ve operasyon aşamalarında sürdürülebilir malzemeler tercih edildi; İç mekân hava kalitesini artıran çözümler uygulandı; Gün ışığından maksimum fayda sağlayacak mimari tasarım benimsendi. Tüm bu adımlar, hedeflediğimiz Gold seviyesine ulaşmamızı sağladı.

**LEED sertifikası, uzun vadede önemli operasyonel tasarruflar sağlamakta; ilk yatırım maliyetleri zaman içinde verimlilik artışıyla dengelenmekte ve finansal açıdan olumlu bir geri dönüş sağlanmaktadır. Ayrıca özellikle çevre bilinci yüksek misafir segmenti ve kurumsal müşteriler için önemli bir tercih sebebi olduğunu da gözlemliyoruz**

LEED sertifikası, uzun vadede önemli operasyonel tasarruflar sağlamaktadır. Özellikle enerji ve su tüketimindeki azalma, işletme maliyetlerini doğrudan düşürmektedir. Bunun yanı sıra, sürdürülebilir binaların piyasa değeri ve yatırım cazibesi daha yüksek olmaktadır. İlk yatırım maliyetleri zaman içinde verimlilik artışıyla dengelenmekte ve finansal açıdan olumlu bir geri dönüş sağlanmaktadır. LEED sertifikasının doluluk oranı ve ADR üzerinde doğrudan ölçümlenebilir bir etkisini izole etmek zor olsa da, özellikle çevre bilinci yüksek misafir segmenti ve kurumsal müşteriler için önemli bir tercih sebebi olduğunu gözlemliyoruz. Sürdürülebilirlik kriterlerine önem veren şirketler ve organizasyonlar, bu tür sertifikalara

sahip otelleri önceliklendirmektedir. Bu da dolaylı olarak hem doluluk oranına hem de fiyatlandırma gücüne katkı sağlamaktadır. Misafirlerimizden özellikle iç mekân hava kalitesi, doğal ışık kullanımı ve genel konfor seviyesi ile ilgili oldukça olumlu geri bildirimler alıyoruz. Daha ferah, sağlıklı ve dengeli bir iç ortam sunulması, konaklama deneyimini doğrudan iyileştirmektedir. Ayrıca çevreye duyarlı bir otelde konaklama fikri, misafir memnuniyetini artıran önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. 2026 itibarıyla devreye girecek LEED v5 ile birlikte öne çıkan karbonsuzlaşma hedefleri, uzun vadeli stratejilerimizi doğrudan etkilemektedir. Önümüzdeki 10 yıllık planlarımızda enerji verimliliğini daha da artıracak sistemler, karbon emisyonunu azaltacak uygulamalar ve yenilenebilir enerji entegrasyonu öncelikli konular arasında yer almaktadır. 2026 hedeflerimiz arasında; enerji tüketimini daha da optimize etmek, su verimliliğini artırmak ve sürdürülebilir operasyonlarımızı bir üst seviyeye taşımak bulunmaktadır.



## DoubleTree by Hilton Şanlıurfa'ya yeni Genel Müdür atandı



Sedat Meşe

Şanlıurfa'nın ilk uluslararası beş yıldızlı oteli olan DoubleTree by Hilton Şanlıurfa, turizm ve otelcilik alanında 25 yılı aşkın tecrübeye sahip başarılı yönetici Sedat Meşe'yi Genel Müdür olarak ekibine dahil etti. Konaklama alanında uzun yıllardır edindiği deneyimle öne çıkan Sedat Meşe, en son görevini Conrad İstanbul Bosphorus'ta Operasyon Direktörü olarak sürdürdü. Bu süreçte, otelin tüm operasyonel sürecine yön veren Meşe, misafir memnuniyetinde kayda değer artışlar sağlarken, hizmet kalitesi ve operasyonel verimlilik konularında da

önemli başarılar elde etti. Kariyeri süresince Hilton İstanbul Bosphorus, Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center gibi pek çok Hilton otellerinde önemli görevler almış olan Meşe; satış, etkinlik yönetimi ve çok yönlü otel operasyonlarındaki uzmanlığıyla öne çıkmaktadır. DoubleTree by Hilton Şanlıurfa'nın hizmet kalitesini bir adım daha ileriye taşımayı hedefleyen Sedat Meşe, misafir memnuniyetini artırmayı ve otelin bölgedeki etkili konumunu güçlendirmeyi planlıyor.

## Sirene Belek Hotel’den turizmde yeşil dönüşüm adımı

Akkanat Holding bünyesinde faaliyet gösteren Sirene Belek Hotel, sürdürülebilir turizm vizyonu doğrultusunda çevresel sorumluluk odaklı yeni bir uygulamayı hayata geçirdi. Otel, Committed partnerliğiyle devreye aldığı yeni sürdürülebilirlik altyapısı kapsamında misafirlerine ve kurumsal iş ortaklarına karbon ayak izini sıfırlama imkanı sunuyor. Yeni uygulama kapsamında bireysel misafirler, kurumsal toplantı ve etkinlik grupları ile spor kulüpleri; konaklama ve seyahat süreçlerinden kaynaklanan karbon emisyonlarını hesaplayarak uluslararası standartlara uygun karbon azaltım sertifikaları ile emisyonlarını dengeleme imkânına sahip olacak. Böylece misafirler, tatil ve iş seyahatlerini çevresel etkilerini azaltarak daha sorumlu bir şekilde gerçekleştirebilecek. Kullanıcı dostu altyapısı sayesinde misafirler, rezervasyon veya konaklama süreçlerinde otelin web sitesi üzerinden karbon ayak izi dengeleme sistemine kolayca erişip hesaplamalarını yapıyor ve Gold standart sertifikalı projeler aracılığı ile dengeliyor. Misafirler birkaç adımda işlemlerini tamamlayarak çevresel katkılarına belgeleyen dijital sertifikalarını anında alabiliyor. Bu sistem

sayesinde Sirene Belek Hotel, sürdürülebilirlik yaklaşımını yalnızca operasyonel süreçlerinde değil, misafir deneyiminin doğrudan bir parçası haline getirerek sektördeki öncü konumunu daha da güçlendiriyor.

### “Sürdürülebilirlik artık misafir deneyiminin ayrılmaz bir parçası”

Sirene Belek Hotel Genel Müdürü Ercan Çek, projeye ilişkin değerlendirmesinde şu ifadeleri kullandı: “Turizm sektörü artık sadece kaliteli hizmet sunmakla değil, aynı zamanda çevresel sorumluluklarını yerine getirmekle de değerlendiriliyor. Sirene Belek olarak sürdürülebilir turizm yaklaşımımızı somut bir uygulamaya dönüştürmek istedik. Committed iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz karbon nötr konaklama ve karbon nötr toplantı seçeneği sayesinde misafirlerimiz hem tatillerini hem de iş seyahatlerini daha sorumlu bir şekilde yapabilecek. Bu uygulama ile destinasyon üzerindeki çevresel baskının azaltılmasına da katkı sağlamayı hedefliyoruz.” Yeni uygulama; toplantı, kongre, spor kampı ve kurumsal etkinlik organizasyonlarında karbon etkisinin



ölçülmesi ve dengelenmesine olanak sağlayarak, çevresel sorumluluk kriterlerini önceliklendiren kurumlar için de güçlü bir alternatif sunuyor. Karbon ayak izi hesaplama ve sertifikalandırma altyapısı sürdürülebilirlik teknolojileri alanında faaliyet gösteren Committed iş birliğiyle sağlanıyor. Akkanat Holding’in tüm yatırımlarında benimsediği uzun vadeli sürdürülebilirlik yaklaşımının bir uzantısı olan bu uygulama ile Sirene Belek Hotel, çevresel etkisini azaltmaya yönelik çalışmalarını kararlılıkla sürdürüyor. Doğa ile uyumlu mimarisi, yüksek hizmet standartları ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımıyla öne çıkan Sirene Belek Hotel, geleceğin turizm anlayışını bugünden şekillendiren markalar arasında yer almaya devam ediyor.

## All Accor, Let’s Make It kampanyası ile profesyonellere iki kat ödül ve yeni avantajlar sunuyor



Dünya lideri konaklama grubu Accor, ödüllü sadakat programı ALL Accor aracılığıyla toplantı ve etkinlik sektörüne bağlılığını güçlendirmeye devam ediyor. Etkinlik profesyonellerini ödüllendirmek amacıyla tasarlanan kampanya, Türkiye, Orta Doğu, Afrika ve Asya-Pasifik bölgelerindeki katılımcı Accor otellerinde gerçekleştirilen toplantı ve etkinlikler için iki kat ödül puanı sunuyor. 31 Mayıs 2026 tarihine kadar rezerve edilen ve ödemesi tamamlanan etkinlikler için geçerli olan kampanya ile organizatörler Accor’un küresel ağı,

güçlü marka portföyü ve sorunsuz etkinlik deneyiminden faydalanırken her etkinlikten daha fazla değer elde etme fırsatı elde ediyor. Kampanyanın merkezinde, Accor’un seyahat profesyonellerine yönelik özel sadakat programı ALL Meeting & Events yer alıyor. Program, toplantılar, konferanslar ve kurumsal etkinlikler düzenleyen organizatörlere puan kazandırarak, bu puanların otel konaklamaları, benzersiz deneyimler veya gelecekteki etkinlikler için kullanılmasına olanak tanıyor. Accor, kampanyaya erişimi pratikleştirmek ve hızlandırmak amacıyla ALL Accor Meeting & Events üyesi olma gerekliliğini de kaldırarak daha fazla etkinlik organizatörünün kampanyadan faydalanmasını sağlıyor. Kampanyaya katılım için organizatörler artık sadece ALL Accor hesaplarına giriş yaparak

kampanyayı aktive edebilir ve ödülleri her zamankinden daha kolay kazanabilir. Dünya genelinde 100 milyondan fazla üyesi bulunan program, hızla büyümeye devam ederken Accor ekosistemi genelinde misafir etkileşimini artırmada merkezi bir rol oynuyor. Türkiye’de ALL Accor, 700.000’i aşkın üyeye ulaşmış olup, üyelere özel ayrıcalıklı fiyatları, oda yükseltmeleri, öncelikli karşılama ve geç check out gibi ayrıcalıklı avantajlar sunarak seyahat deneyimini zenginleştiriyor. Accor; Orta Doğu, Afrika ve Türkiye genelinde İstanbul, Dubai, Riyad, Kahire, Nairobi ve Abidjan gibi destinasyonlarda, Fairmont, Sofitel, Pullman, Swissôtel, Mövenpick, Grand Mercure ve Novotel gibi uluslararası ölçekte tanınan 28 marka altında toplam 380 otele sahip bulunuyor.

## IC Hotels’in Genel Müdürü Ceyhan Keskün oldu

Turizm sektörünün güçlü markalarından IC Hotels, üst düzey yönetim kadrosunu yeni bir atamayla güçlendirdi. Sektörün deneyimli isimlerinden Ceyhan Keskün, IC Hotels Genel Müdürü olarak göreve başladı. IC Holding’in turizmde 20 yıla yaklaşan deneyimiyle Antalya bölgesinde 3 oteliyle faaliyet gösteren IC Hotels, yeni dönem hedefleri doğrultusunda deneyimli yönetim kadrosunu yeni bir atamayla güçlendirdi. Turizm sektöründe uzun yıllara dayanan deneyime sahip olan Ceyhan Keskün, IC Hotels Green Palace, IC Hotels Santai Family Resort ve IC Hotels Airport otellerini bünyesinde bulunduran IC Hotels’in Genel Müdürü oldu. Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümünden mezun olan Ceyhan Keskün, kariyeri boyunca turizm sektörünün farklı kademelerinde görev aldı. 2010–2024 yılları arasında Voyage Belek Golf & Spa Hotel’de Genel Müdür olarak görev yapan Keskün, son olarak Megasaray Hotels bünyesinde Turizm Koordinatörü olarak çalıştı.



## Günsu Enerji'den otellerde %20'ye varan su tasarrufu sağlayan akıllı otomasyon

Antalya'da faaliyet gösteren Günsu Enerji Sistemleri ve Konfor Tesisleri San. Tic. A.Ş., turizm sektöründe su ve enerji verimliliğini artırmaya yönelik geliştirdiği yeni otomasyon sistemini Delphin Be Grand Resort Hotel'de devreye aldı. Antalya turizminin sürdürülebilirlik vizyonuna teknik bir devrim eklendi. Delphin Be Grand Resort Hotel bünyesinde, Asst. Teknik Servis Koordinatörü Mehmet TÜFEKÇİ'nin liderliğinde kurulan IoT tabanlı akıllı su otomasyon sistemi başarıyla devreye alındı. Günsu Enerji ile iş birliği içinde yürütülen bu proje, Antalya otelleri arasında bir "ilk" olma özelliği taşıyor. Proje kapsamında kurulan sistem, su depolarındaki sertlik değerlerini anlık olarak ölçebilen, otomatik ters yıkama yapabilen ve su kalitesini sürekli izleyerek optimize eden ileri teknoloji bir çözüm sunuyor. Günsu Endüstriyel Su Arıtma Sistemleri Antalya Merkez Satış Müdürü Tufan Pehlivan, sistemin özellikle yüksek tüketimli tesisler için önemli avantajlar sağladığını belirterek, "Otel işletmelerinde suyun doğru yönetimi hem maliyet hem de sürdürülebilirlik açısından kritik. Geliştirdiğimiz bu otomasyon sistemi sayesinde günlük ortalama %15 ile %20 arasında su tasarrufu sağlanabiliyor" dedi. Tufan Pehlivan ayrıca, geliştirilen sistemin yalnızca sahada değil, dijital platformlar üzerinden de aktif şekilde yönetilebildiğini vurgulayarak, "Mobil ve web tabanlı otomasyon altyapımız



sayesinde sistem anlık olarak izlenebiliyor, su tüketimi ve sağlanan tasarruf verileri eş zamanlı olarak görüntülenebiliyor" ifadelerini kullandı. Yaklaşık 1.500 ton maksimum su tüketimine sahip Delphin Be Grand Resort Hotel'de kurulan sistemin günlük 200 ila 250 ton arasında su tasarrufu sağlaması hedefleniyor. Bu tasarrufun yalnızca su tüketimiyle sınırlı kalmadığını ifade eden Tufan Pehlivan, aynı zamanda enerji ve işletme maliyetlerinde de önemli düşüşler elde edildiğini vurguladı. Delphin Be Grand Resort Hotel Genel Müdürü Mehmet Yaylı ve Otelin Asst. Teknik Servis Koordinatörü Mehmet TÜFEKÇİ, projeye ilişkin değerlendirmelerinde,

"Sürdürülebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda yenilikçi teknolojileri yakından takip ediyoruz. Otelimizde devreye alınan bu sistem, operasyonel verimliliğimizi önemli ölçüde artırırken aynı zamanda ciddi oranda su tasarrufu sağladı. Kullanım kolaylığı sayesinde tesis genelinde su yönetimini daha kontrollü, ölçülebilir ve verimli bir yapıya kavuşturduk" ifadelerini kullandı. Günsu Enerji Sistemleri ve Konfor Tesisleri San. Tic. A.Ş. tarafından geliştirilen bu çözüm, turizm sektöründe sürdürülebilir kaynak yönetimi açısından önemli bir örnek oluştururken, otel işletmelerine ekonomik ve çevresel faydalar sunmaya devam ediyor.

## ISG Airport Hotel 17. yılını "Geleceğin Konaklama Deneyimi" ile taçlandırıyor



İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı (ISG) yerleşkesinin kalbinde yer alan ISG Airport Hotel, 17. yılında büyük bir dönüşüm başlattı. Avrupa'nın en hızlı büyüyen havalimanı Sabiha Gökçen'in kalbinde, bir havalimanı otelinden çok daha fazlasını sunan ISG Airport Hotel, yeni yatırımlarıyla Türkiye'nin turizm altyapısında kritik bir rol oynamaya devam ediyor. Fiziksel yenilenme ve dijitalleşme hamlesiyle otel, seyahatseverlere "kusursuz konfor" vaadini 17. yılında bir kez daha pekiştiriyor. Uçuş öncesi ve sonrası konforlu bir konaklama imkanı sunan otelde süit odalardan ortak kullanım alanlarına, dış

cepheden bahçe peyzajına kadar tüm detaylar yenilendi. Gerçekleştirilen tadilat, tamirat ve yenilemeler kapsamında iç bahçe en ince detaylarına kadar elden geçirildi. Böylece iç bahçeye açılan Blue Sky Restoran'da gerçekleşen iş yemekleri, davet ve özel toplantılar daha modern ve ferah bir deneyime kavuştu. Renovasyon çalışmalarının yanı sıra dijital altyapıdan web sitesine, menü içeriklerinden hizmet süreçlerine kadar birçok alandaki yenilik ve iyileştirmelerle misafir deneyimi bir üst noktaya taşındı. Dijital dönüşümle hız ve verimliliği artıran ISG Airport Hotel, otel yönetim sistemini son teknoloji altyapıya sahip Opera Cloud platformuna taşıdı. Bu stratejik dönüşüm; operasyonel süreçlerde hızı artırırken, misafirlere kesintisiz bir deneyim sunuyor. Yakında devreye alınacak self check-in/out kioskları ve yenilenen web yüzü ile resepsiyon bekleme sürelerinin minimize edilmesi hedefleniyor. Seyahat konforunu terminal içine taşıyan otel, havalimanı içerisindeki özel tanıtım ve rezervasyon masası (desk) ile aktarmalı yolculara anlık çözüm sunuyor. Yolcular,

pasaport kontrolü sonrası tek bir noktadan bilgi alarak saniyeler içinde rezervasyon yapabiliyor. Bu uygulama, özellikle aktarmalı yolcular ve kısa süreli konaklama ihtiyacı olan misafirlere için önemli bir kolaylık sağlıyor. Turizm Haftası kapsamında vizyonlarını paylaşan ISG Airport Hotel Genel Müdürü Mehmet Zeren, otelin bir konaklama noktasından öte "turizm elçisi" olduğunu vurguladı: "ISG Airport Hotel olarak ülkemize seyahatlerin ilk ve son temas noktalarından biri olarak önemli bir turizm elçisi olmanın sorumluluğuyla hareket ediyoruz. Bu kapsamda 17. yılımızda hayata geçirdiğimiz renovasyon ve dijital dönüşüm projeleriyle hizmet kalitemizi daha da ileri taşımaya hedefliyoruz. Terminalin yanı başında bulunan stratejik konumumuz sayesinde İstanbul'a gelen ziyaretçiler için zaman kazandıran ve seyahati kolaylaştıran bir noktadayız. Opera Cloud entegrasyonu, self check-in çözümleri ve dijitalleşme ile yenilenen alanlarımız sayesinde misafirlerimize daha hızlı, konforlu ve kesintisiz bir deneyim sunuyoruz."



## SUYU AKILLI YÖNETİN, MALİYETİ DÜŞÜRÜN!

Günsu Enerji imzasıyla otellerde  
su ve enerji verimliliğinde  
yeni dönem.

**%15 - %20**  
**SU TASARRUFU**  
SAÇLAYAN AKILLI OTOMASYON SİSTEMLERİ

GÜNLÜK  
200-250  
TON  
SU TASARRUFU  
HEDEFİ



DELPHIN BE GRAND  
RESORT



### ANLIK ÖLÇÜM

Su sertliğini sürekli kontrol eder, sistem performansının istikrarlı kalmasını sağlar.



### OTOMATİK TERS YIKAMA

Sistemi korur, verimliliği artırır ve ekipman ömrünü uzatarak maliyetleri düşürür.



### MOBİL & WEB İLE ANLIK İZLEME

Tüketim ve tasarruf verilerini anlık görüntüleyin, tüm süreci her yerden kolayca takip edin.



### KISA SÜREDE KENDİNİ AMORTİ EDEN YATIRIM!

Tasarruf başlar, yatırım kendini geri öder.  
İlk günden kazandıran teknoloji.

Yüksek tüketimli oteller için özel olarak tasarlanan akıllı otomasyon sistemlerimiz, su yönetimini kolaylaştırırken, işletmenize ekonomik ve çevresel avantaj sağlar.

### GÖRÜNMEYEN TASARRUF, HİSSEDİLEN KAZANÇ!



"Kurulan sistem, hem operasyonel verimliliğimizi artırdı hem de ciddi anlamda su tasarrufu sağladı."

**Mehmet YAYLI**  
Delphin Be Grand Resort Hotel  
Genel Müdürü

"Kurulan otomasyon sistemi sayesinde tesis genelinde su yönetimini daha kontrollü ve verimli hale getirdik."

**Mehmet TÜFEKÇİ**  
Delphin Be Grand Resort Hotel  
Asst. Teknik Servis Koordinatörü



## The Grand Tarabya'dan takdir toplayan sürdürülebilirlik yaklaşımı

İstanbul'un ikonik otellerinden The Grand Tarabya Managed by Accor, farklı konularda sürdürülebilirlik ile ilgili yaptığı çalışmalar ve sürdürülebilirlik yaklaşımıyla büyük takdir topluyor. Sürdürülebilirlik, işletmeler için yalnızca çevreyi korumaya yönelik bir yaklaşım değil; aynı zamanda kaynakların daha verimli kullanılması, operasyonel maliyetlerin azaltılması ve uzun vadeli ekonomik dengenin sağlanması açısından da önemli bir gereklilik olarak öne çıkıyor. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için bu anlayış, hem doğal kaynaklara saygılı bir işletme modeli oluşturmanın hem de geleceğe daha güçlü bir şekilde hazırlanmanın temelini oluşturuyor. The Grand Tarabya Managed by Accor da bu bilinçle, sürdürülebilirlik yaklaşımını operasyonel süreçlerinin merkezine yerleştirerek çevresel ve ekonomik fayda yaratan uygulamalarını kararlılıkla sürdürüyor. Otelin su verimliliği alanındaki çalışmaları ise bu yaklaşımın en dikkat çekici örneklerinden birini oluşturuyor. The Grand Tarabya Managed by Accor, açık hava yetişkin ve çocuk yüzme

havuzlarında deniz suyu kullanarak şehir şebeke suyunun bağımlılığı azaltıyor. Toplam 360 m<sup>3</sup> kapasiteli açık havuzların su ihtiyacının doğal yollarla temin edilen deniz suyu ile karşılanması sayesinde tatlı su kaynaklarının korunmasına katkı sağlanırken, aynı zamanda su temininde enerji ve maliyet tasarrufu da elde ediliyor. Otel bünyesinde gerçekleştirilen Su Haftası kapsamında ise su yönetimi ve su verimliliği konularında eğitimler düzenlenirken, Boğaz'da deniz temizliği etkinliği de gerçekleştirilip; farklı departmanlar tarafından su tasarrufuna yönelik farkındalık çalışmaları da hayata geçiriliyor. The Grand Tarabya Managed by Accor, sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında tek kullanımlık plastiklerin kaldırılmasından atıkların ayrıştırılarak kayıt altına alınmasına, organik atıkların biyometanizasyon tesisine gönderilmesinden karbon ayak izini azaltmaya yönelik mutfak uygulamalarına kadar birçok farklı alanda çalışmalar yürütüyor. Tüm bu uygulamalar ve sürdürülebilirlik odaklı bakış açısıyla otel, mutfağında sürdürülebilirliği

temel önceliklerinden biri olarak

konumlandırıyor. The Grand Tarabya Managed by Accor Sıfır Atık Belgesi, Enerji Yönetim Sistemi sertifikası ve sürdürülebilir turizm sertifikasyonu süreciyle bu yaklaşımını belgelendirirken; sosyal sorumluluk tarafında hayvan barınaklarına destek, mavi kapak başlığı, toplum yararına çalışan Bir Dilek Tut, ÇABA ve Tohum Otizm Vakfı gibi derneklere mekan ve konaklama sponsorluğu, eğitim ve çevre odaklı iş birlikleriyle de toplumsal fayda üretmeyi sürdürüyor. Her yıl mart ayının son cumartesi günü gerçekleştirilen dünya saati uygulamalarıyla çevre dostu enerji tüketimine dikkat çekilirken otelde ışıkların kısık şekilde kullanılarak enerji tasarrufu ve elektrik tüketimi konularında farkındalık yaratılıyor. The Grand Tarabya Managed by Accor, sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarıyla sürdürülebilirlik yaklaşımının yalnızca belirli uygulamalarla değil, günlük işletme kültürüyle de desteklediği de ortaya koyuyor.



## Gürok Turizm Grubu'nda üst düzey atama



Duygu Tatar

süreçlerinde üst düzey bir atama gerçekleşti. Ultra lüks segmentte hizmet veren JOALI'de Pazarlama İletişimi Direktörü olarak görev yapan Duygu Tatar,

Türkiye'nin en büyük özel sektör gruplarından Gürok Grup bünyesinde turizm sektöründe faaliyet gösteren markaların pazarlama ve iletişim

Gürok Turizm Grubu Marka ve Pazarlama İletişimi Direktörlüğü görevine vekâleten atandı. Mevcut görevine ek olarak yeni görevinde Tatar; JOALI markasının yanı sıra, turizm sektöründe yaklaşık 35 yıllık köklü geçmişe sahip Ali Bey Hotels & Resorts ile Akdeniz'in ilk villa oteli olarak konumlanan BIJAL markalarının marka ve pazarlama iletişimi süreçlerinden sorumlu olacak. Pazarlama ve iletişim alanında 15 yılı aşkın deneyime sahip olan Duygu Tatar, kariyerine Gürok Grup bünyesindeki LAV markasında başladı. Uzun yıllar boyunca JOALI Maldives ve JOALI BEING markalarının

pazarlama ve iletişim süreçlerinde aktif rol alan Tatar, JOALI markasının global ölçekte güçlü bir konuma ulaşmasına katkı sağladı. Görev süresi boyunca JOALI'nin uluslararası arenada önemli başarılarına imza atmasında rol oynayan Tatar; markanın Asya'nın en iyi tatil köyleri arasında gösterilmesi ve dünyanın en lüks otelleri listelerinde yer alması süreçlerinde aktif sorumluluk üstlendi. Ayrıca otel bünyesinde yer alan ve uluslararası prestijli ödüllere öne çıkan restoran markalarının konsept geliştirme ve marka tasarımı çalışmalarına da katkıda bulundu.

## Hilton İstanbul Bomonti'nin Yeni Executive Chef'i Selim Ay oldu

Hilton İstanbul Bomonti'nin yeni Executive Chef'i, profesyonel mutfak yönetimi konusundaki deneyimiyle öne çıkan Selim Ay oldu. Uzun yıllar Hilton çatısı altında ve birçok ünlü restoranda özgün tatlara imza atan başarılı şef, farklı lezzetler ve yenilikçi konseptlerle otel misafirlerine benzersiz bir gastronomi deneyimi sunmayı hedefliyor. İstanbul'un en merkezi konumlarından biri olan Bomonti'nin kalbinde yer alan Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center, mutfak operasyonlarının liderliğini deneyimli şef Selim Ay'a emanet etti. Uluslararası mutfak deneyimi ve yenilikçi yaklaşımıyla öne çıkan Ay, yeni dönemde kendi imzasını taşıyan lezzetlerle otelin gastronomi deneyimini bir üst seviyeye taşımayı hedefliyor. 1999 yılında aile restoranında çalışmaya başlayarak yemek yapma tutkusunu keşfeden Selim Ay, aldığı eğitimle birlikte Hilton Grubu'nda otelcilik kariyerine adım attı. Mesleki gelişim sürecinde fine dining restoranlarda çeşitli görevler üstlenen Ay, 2007 yılında Hilton İzmir'de Mutfak Bölüm Şefi olarak üç yıl görev yaptı. Hilton İstanbul Bomonti'nin ön açılış ekibinde yardımcı şef olarak görev alan Selim Ay, ardından Conrad

Dubai'ye Executive Sous Chef olarak transfer oldu ve burada üç yıl boyunca çalıştı. 2022 yılında Hilton Grubu'nun markalarından Waldorf Astoria Dubai International Financial Centre'da Head Chef olarak göreve başlayan Ay, bu dönemde sektörde adından söz ettiren çalışmalara imza attı. Üretkenlik ve sürdürülebilirliği destekleyen bir atık kontrol sistemini başarıyla hayata geçirdi. Bu başarılarıyla Hotelier Middle East Chef Power List'te yer alan Selim Ay'ın yönetimindeki Bull & Bear restoranı, iki yıl üst üste Gault & Millau tarafından tavsiye edilen restoranlar arasında gösterildi. 2025 yılında Conrad İstanbul Bosphorus'ta görev alan Selim Ay, 2026 yılı itibarıyla Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center'da Executive Chef olarak görev yapmaya başladı.



## Golf Dünyasının yeni yıldızı PGA National Golf Academy Türkiye, Antalya Golf Club'da kapılarını açtı

Akdeniz Rivierası'nın en seçkin golf destinasyonlarından biri olan Antalya Golf Club, dünya standartlarındaki tasarımı ve sunduğu ayrıcalıklı atmosfer ile üst segment spor deneyiminin referans adresi olmayı sürdürüyor. Belek'in doğal dokusu içinde profesyonel oyun disiplini rafine bir yaşam stiliyle buluşturan kulüp, vizyoner büyüme anlayışını PGA National ile olan mevcut partnerliğini bir adım daha ileriye taşıyarak taçlandırıyor. Kulüp bünyesinde faaliyete başlayan PGA National Golf Academy Türkiye, bölgenin spor ekosistemine yepyeni bir soluk getiriyor. Antalya Golf Club, bölgenin golf ekosistemindeki en köklü ve stratejik öneme sahip kulüplerinden biri olarak, Akdeniz'in eşsiz doğasıyla bütünleşen bir deneyim alanı sunuyor. Kulübün bu ilham verici ve prestijli atmosferinde kapılarını açan PGA National Golf Academy Türkiye, başlangıç seviyesinden ileri seviyedeki oyunculara kadar geniş bir kitleye hitap eden kapsamlı eğitim programlarıyla

Antalya'nın global golf haritasındaki öncü kimliğini pekiştiriyor. Uluslararası PGA standartlarında ve PGA profesyonelleri eşliğinde sunulan bu eğitimler; swing mekaniği, oyun stratejisi ve performans analizi gibi alanlarda modern metodolojileri kullanarak misafirlerin oyununu en üst seviyeye taşıyor. Bu süreç, oyuncuların sadece teknik becerilerini geliştirmekle kalmayıp aynı zamanda zihinsel bir dinginlik buldukları ve kendi potansiyellerine yatırım yaptıkları bir yolculuğa dönüşüyor. Akademi bünyesinde oyuncuların performansını bilimsel verilerle analiz eden yüksek teknolojik altyapı, gelişim süreçlerini tamamen kişiselleştirilmiş ve verimli bir deneyim haline getiriyor. TrackMan analiz sistemleri ile swing ve top uçuş verilerinin detaylı ölçümü yapılırken, Zen Golf Swing & Putting Stage sayesinde farklı saha eğimlerini simüle edebilen platformlarda gerçekçi antrenman imkanları sunuluyor. Bu teknik derinlik, Technogym ekipmanlarıyla desteklenen golf odaklı fiziksel hazırlık ve



kondisyon süreçleriyle birleşerek modern "iyi yaşam" kültürünü sporla buluşturuyor. Deneyimin teknik mükemmelliği, golf dünyasının efsanevi markaları Titleist, Scotty Cameron, Golf Mechanix ve Vokey Design Wedges ile sunulan profesyonel club fitting hizmetiyle zirveye ulaşıyor. Uzman ekip tarafından oyuncuların fiziksel özelliklerine ve swing karakteristiğine göre kişiselleştirilen ekipmanlar, merkez bünyesindeki özel atölyede gerçekleştirilen profesyonel shaft ve grip montajı gibi işlemlerle kusursuz birer performans eşliğine dönüşüyor. Antalya Golf Club'un bu vizyoner adımı, Belek'i sadece dünya klasmanında sahaları olan bir rota değil, aynı zamanda kişisel gelişimin ve ileri teknoloji spor deneyiminin birleştiği küresel bir merkez olarak konumlandırıyor. Sporcuların kendilerine vakit ayırdıkları bu bütünsel deneyim, Türkiye'nin uluslararası turizm arenasındaki prestijli konumunu daha da güçlendiriyor.

## BN Hotel Thermal & Wellness'in Satış ve Pazarlama Direktörü Ahmet Külçür oldu

Termalin iyileştirici gücünü modern konaklama anlayışıyla Mersin turizmüne kazandıran BN Hotel Thermal & Wellness'in yeni Satış ve Pazarlama Direktörü Ahmet Külçür oldu. Otelcilik sektöründe 23 yılı aşkın deneyime sahip olan Külçür, bugün itibarıyla başladığı görevi kapsamında otelde pazar konumlandırmasından fiyat stratejisine kadar alınacak pek çok önemli karara liderlik edecek. Saha deneyimi, satış bilgisi ve operasyon hakimiyetiyle tanınan Külçür, en son Anemon Kent İskenderun Otel'de üstlendiği genel müdür yardımcılığı görevi kapsamında otelin operasyon ve ticari süreçlerini yönetti. Ön bürodan satış ve pazarlamaya, otel müdürlüğünden üst yönetime uzanan kariyeriyle dikkat çeken Külçür, Turizm ve seyahat hizmetleri yönetimi eğitimini Almanya'da tamamlamasının

ardından meslek hayatına 2003 yılında Tarsus'ta ön büro departmanında başladı ve ardından Radisson Blu Mersin'de ön büro müdürü olarak görev yaptı. Antalya'da resort otelde de görev alan ve ön büro yönetimi ile ekip koordinasyonu konularında uzmanlaşan Külçür, 2013 yılında Hilton'da grup ve etkinlik satış sorumlusu olarak satış tarafına geçti ve organizasyon, grup rezervasyonları ve etkinlik yönetimi süreçlerinde aktif rol üstlendi. 2016-2024 yılları arasında Divan Mersin'de satış ve pazarlama müdürü olarak görev yapan Külçür, 2025 yılında ise Wyndham Tarsus açılışında otel müdürü olarak görev yaptı. Yeni görevine layık görülmeğe duyduğu memnuniyeti dile getiren BN Hotel Thermal & Wellness'in Satış ve Pazarlama Direktörü Ahmet Külçür, şu değerlendirmede



bulundu: "BN Hotel Thermal & Wellness, sadece bölgenin değil, Türkiye'nin de önemli sağlık turizmi ve wellness destinasyonlarından biri. Yeni dönemde öncelikli hedefimiz; otelimizi hem yurt içinde hem de uluslararası pazarda daha çok tanınan ve çok daha güçlü bir marka haline getirmek. Otelimizin bölgesinde fark yaratan özelliklerini daha çok kişiye tanıtacağız. Mersin ve Tarsus'a olan bölgesel hakimiyetim ve saha deneyimim ile güçlü ekibimizin yaratacağı sinerji sayesinde kalite standartlarımızı birlikte daha yukarı taşıyacağız."

## MP Hotels'in yeni CEO'su olarak Serdar M. Baş atandı

Meeting Point Hotels, üst yönetim kadrosunda yapılan atamaya göre yeni CEO, Serdar M. Baş oldu. MP Hotels'ten yapılan açıklama göre: "Serdar M. Baş, akademik çalışmalarını İstanbul Üniversitesi'nde tamamlamış olup, İşletme ve Organizasyon alanında yüksek lisans ve doktora derecelerine sahiptir. Turizm ve otelcilik sektöründe 30 yılı aşkın uluslararası deneyime sahip olan Sn. Baş; Türkiye, Avrupa, Amerika Birleşik Devletleri, Avusturya ve Orta Doğu'da, küresel ölçekte faaliyet

gösteren prestijli otel ve turizm gruplarında üst düzey yöneticilik görevlerinde bulunmuş, çok uluslu projelerde stratejik liderlik üstlenmiştir. İngilizce ve Almanca dillerine ileri seviyede hakimdir. Kariyeri boyunca Divan, Marriott ve Rixos Hotels bünyesinde önemli görevler üstlenen Sn. Baş; resort, marina ve konaklama segmentlerinde geniş bir operasyonel ve yönetsel uzmanlık geliştirmiştir. Katar, Mısır, İtalya ve Birleşik Arap Emirlikleri başta olmak üzere farklı coğrafyalarda önemli



projelere liderlik etmiştir. Son olarak Abu Dabi'de Pantheon Construction bünyesinde konaklama projelerinde stratejik liderlik görevini yürüten Sn. Serdar M. Baş, Nisan 2026 itibarıyla Meeting Point Hotels CEO'su olarak görevine başlamıştır."

# projeler



## Karadeniz bölgesinde 26 yeni otel projesi 5 binin üzerinde yatak sayısı ile sektördeki yerini almaya hazırlanıyor

Turizm Proje Dergisi olarak Mayıs sayımızda “Yeni Otel Projeleri” araştırma dosya konumuz olarak Karadeniz Bölgesini işledik. Nisan ayı itibarıyla son güncellemelerini yaptığımız araştırmaya göre, Karadeniz Bölgesi’nde, 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında toplam 26 yeni otel projesi sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Bu otellerin 12 adeti 5 yıldız, 9 adeti 4 yıldız, 2 adeti 3 yıldız ve 3 adeti butik otel olmak üzere bölge turizmüne toplamda 5 bin 543 ilave yatak katkısı sunacak.

**T**ürkiye’nin coğrafi anlamda üçüncü büyük bölgesi olan Karadeniz; Artvin’den Bolu’ya uzanan geniş hattıyla, sürdürülebilir turizmde kültürel mirasa kadar çok katmanlı bir destinasyon profili sunuyor. Bölge hem yerli turist hem de başta Orta Doğu ülkeleri olmak üzere Rusya, Gürcistan ve Türkiye Cumhuriyetlerinden gelen yabancı ziyaretçileri ağırlıyor. Karadeniz turizminin çeşitliliği, bölgeyi dört mevsim canlı tutan bir yapıya sahiptir. Bolu Kartalkaya ve Ilgaz Dağları kış turizmini simgelerken; Abant ve Yedigöller çevresi sayfiye alanları, doğa tutkunlarının vazgeçilmez konumunda. (Elbette ki Bolu Kartalkaya yangını içimizde

hala kapanmamış bir yara olarak durmakta.) Bölgenin dünyaca ünlü Ayder, Pokut, Karagöl, Anzer, Gito ve İkizdere gibi yaylaları, yayla turizminde markalaşmış değerler olarak öne çıkıyor. Kültürel ve inanç turizmi tarafında ise Trabzon Sümela Manastırı, Amasya Kral Kaya Mezarları, Safranbolu Tarihi Çarşı, Boyabat Kalesi ve Samsun Bandırma Vapuru ve Müzesi gibi noktalar, bölgenin tarihi derinliğini yansıtıyor. Ayrıca Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti ve Fırtına Vadisi gibi doğa harikaları, eko-turizm segmentinde büyük ilgi görüyor. Bölge turizminin manevi merkezini, Kurtuluş Savaşı’nın başlangıç noktası olan Samsun oluşturuyor. Samsun’un simgesi olarak kabul edilen ve İlkadım ilçesindeki

Atatürk Parkı’nda yer alan Onur Anıtı, Mustafa Kemal Atatürk’ün şehre çıktığı noktayı temsil eden ikonik bir yapı olarak turistlerin yoğun ziyaret noktası oluyor. Turizm potansiyelindeki bu güce rağmen,

2026’DA AÇILAN / AÇILACAK YENİ OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	3	878
4	5	887
3	1	48
Butik	2	86
<b>Toplam</b>	<b>11</b>	<b>1.899</b>

### 2026'DA AÇILAN / AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Bolu	1	1			2	630
Düzce	2	1			3	652
Kastamonu				1	1	42
Ordu		2	1		3	441
Rize		1			1	90
Trabzon				1	1	44



### 2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Bolu	2	1			3	952
Düzce	1			1	2	336
Giresun	1	1	1		3	590
Kastamonu	1	1			2	350
Samsun	2	1			3	600
Sinop	1				1	416
Trabzon	1				1	400



bölgedeki konaklama yatırımları geçen sene ile aynı düzeyde durağan bir duruş sergiliyor.

### İPTAL EDİLEN YADA BEKLEMeye ALINAN PROJELER

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	3	948
4	3	596
3	1	48
Toplam	7	1.592

### Karadeniz bölgesinde hizmet vermeye başlayacak olan 26 yeni otel ile sektöre 5 bin 543 yatak daha kazandırılmış olacak

Turizm Proje Dergisi olarak yaptığımız son araştırmaya göre Karadeniz Bölgesi'nde 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında toplam 26 yeni otel projesi daha bölge turizmine hizmet vermeye başlayacak. Bu otellerin 11 adeti 2026 yılında, 15 adeti ise 2027 ve sonrasında sektördeki yerini alacak. Bu tesislerin 12'si 5 yıldız, 9'u 4 yıldız, 2'si 3 yıldız ve 3'ü butik otel kategorisinde bulunuyor. Bölgede hizmet vermeye başlayacak

### 2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	9	2724
4	4	704
3	1	120
Butik	1	96
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>3.644</b>

olan 26 yeni otel ile sektöre 5 bin 543 yatak daha kazandırılmış olacak.

### Otel sayılarına göre Bolu ve Düzce illerimiz 5'er tesis ile ilk sırayı paylaşıyorlar

Nisan ayında son güncellemesi yapılan araştırmaların sonucunda otel sayılarına göre Bolu ve Düzce illerimiz 5'er tesis ile ilk sırayı paylaşıyorlar. Bu iki ilimizi 3'er tesis ile Giresun, Kastamonu, Ordu ve Samsun şehirlerimiz takip ediyor. Trabzon ilimiz 2 otel, Rize ve Sinop illerimiz ise 1'er yeni otel projesi ile hizmet vermeye hazırlanıyor. Bolu'da hizmet vermeye hazırlanan otellerden 3'ü 5 yıldızlı, 2'si 4 yıldızlı, Düzce ilimizde ise 3'ü 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı, 1'i ise butik otel sınıfındadır. Diğer illerimizde sırasıyla; Giresun'da 1'i 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı, 1'i 3 yıldızlı; Kastamonu'da 1'i 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı, 1'i butik; Ordu'da 2'si 4 yıldızlı, 1'i 3 yıldızlı; Samsun'da 2'si 5 yıldızlı, 1'i 4 yıldızlı; Trabzon'da 1'i 5 yıldızlı, 1'i butik; Rize'de 1 adet 4 yıldızlı ve Sinop ilimizde 1 adet 5 yıldızlı otel kategorisinde bulunuyor.

### Karadeniz Bölgesi'nde yatak sayıları bakımından yapılan yeni otel projeleri sıralamasında Bolu 1.582 yatak ile ilk sırada bulunuyor

Karadeniz Bölgesi'nde yatak sayıları bakımından yapılan yeni otel projeleri sıralamasında Bolu 1.582 yatak ile ilk sırada bulunuyor. Bolu ilimizi, 988 yatak ile Düzce izliyor. Bu şehirlerimizi, Samsun 600 yatak, Giresun 590 yatak, Trabzon 444 yatak, Ordu 441 yatak, Sinop 416 yatak, Kastamonu 392 yatak ve Rize 90 yatak ile takip ediyor.

### Bölgede, 7 yeni otel projesi ya iptal edildi ya da beklemeye alındı

Bu süreçte Karadeniz Bölgesi'nde, 7 yeni otel projesi ya iptal edildi ya da beklemeye alındı. Bu otellerin 3 adeti 5 yıldızlı, 3 adeti 4 yıldızlı, 1 adeti ise 3 yıldızlı olup toplam 1.592 yatak kapasitesine sahip bulunuyor.

## DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka kapılarını açtı

Şehrin hafızasında yer etmiş bir lokasyonda yeniden doğan DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, merkezi konumu ve Türkiye’de ilk kez sunulan Regale Bar & Terrace deneyimiyle hem iş hem de tatil amaçlı seyahat edenler için yeni bir konaklama alternatifi sunuyor. DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, misafirlerini ağırlamaya başladı. İstanbul’un hafızasında yer etmiş bu özel lokasyon, Sabancı Topluluğu ile Hilton arasındaki güçlü iş birliğiyle ve DoubleTree by Hilton markasının konfor odaklı ve modern yaklaşımıyla yeniden hayat buluyor. Maçka’da konumlanan 109 odalı otel, şehrin kalbinde ayrıcalıklı bir konumda konfor ve tasarım anlayışını bir araya getirerek misafirlerine dengeli ve rafine bir konaklama deneyimi sunuyor. Boğaz ve şehir manzaralı modern tasarımlı oda ve süit seçenekleri ile dikkat çeken DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, Hilton markasının global standartlarını yansıtan konfor odaklı konaklama anlayışını İstanbul’un merkezine taşıyor. DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, farklı ihtiyaçlara cevap veren donanımıyla; fitness merkezi ve teknoloji ile donatılmış toplantı salonlarıyla hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirler için ideal bir konaklama deneyimi vadediyor. DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka’nın açılışına katılan Hilton Continental Europe Kıdemli Başkan Yardımcısı David Kelly şu açıklamalarda bulundu: “İstanbul, Avrupa’nın en önemli geçiş ve bağlantı noktalarından biri olmayı sürdürürken, DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka’nın açılış şehirdeki büyümemiz açısından yeni bir dönüm noktasını temsil ediyor. Markamızın imzası niteliğindeki sıcak karşılamayı şehrin seçkin bir konumuna taşıyan yeni otelimiz, misafirlerine İstanbul’u keşfetmeleri için konforlu ve davetkar bir deneyim noktası sunarken, aynı zamanda Türkiye genelinde giderek genişleyen portföyümüzü daha da pekiştiriyor.” DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka Genel Müdürü Ayşe Merze Cengiz de otelin açılışına ilişkin şunları söyledi: “DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka’da, misafirlerimize sadece konaklama değil, şehrin ritmini hissettiren bütünsel



bir deneyim sunmayı hedefliyoruz. Merkezi konumumuz, modern tasarım anlayışımız ve Türkiye’de ilk kez hayata geçirdiğimiz Regale Bar & Terrace konseptiyle İstanbul’da hem yerli hem de yabancı misafirler için yeni bir çekim noktası olacağımıza inanıyoruz.” Sabancı Holding’in turizm ve gayrimenkul alanlarında faaliyet gösteren iştiraki Tursa’nın Genel Müdürü Sarven Peştemalcıgil ise konuya ilişkin şu değerlendirmelerde bulundu: “Sabancı Topluluğu ile Hilton arasındaki 40 yıla yaklaşan köklü iş birliği, tepeden tırnağa yenileyerek yeniden hizmete açtığımız bu prestijli otel ile taçlanmış oldu. İstanbul’un en değerli noktalarından birinde konumlanan DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, uluslararası standartlardaki hizmet anlayışı ve yenilikçi konseptiyle hem yerli hem de uluslararası misafirler için şehre yeni bir soluk getirecek. Bu yatırımımızın, İstanbul’un turizm ve iş dünyasındaki konumuna değerli katkılar sağlayacağına inanıyoruz.” Otel bünyesinde yer alan Regale Bar & Terrace, günün her saatine yayılan rafine ama samimi gastronomi deneyimiyle misafirlere keyifli vakit geçirme imkânı sunarken, Nişantaşı’nın yeni buluşma noktası olmaya hazırlanıyor. Sofya ve Varşova’nın ardından Türkiye’de ilk kez DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka’da hayata geçirilen Regale Bar & Terrace,

Maçka Parkı’na hakim geniş terasıyla şehrin temposuna eşlik eden rahat ama şık bir atmosfer sunuyor. Nişantaşı, Taksim ve Beşiktaş üçgeninde konumlanan DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka, alışveriş caddeleri, Beşiktaş Tüpraş Stadyumu, Küçükçiftlik Park ve Harbiye Cemil Topuzlu Açık Hava Tiyatrosu gibi kültürel ve spor mekanlarına yürüme mesafesinde yer alıyor. İstanbul’un simgesi Boğaz manzarasıyla öne çıkan otel, Boğaz hattına ve sahil şeridine olan yakınlığıyla da dikkat çekiyor. Aynı zamanda kongre merkezlerine kolay ulaşım imkânı sunan DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka hem iş hem de tatil amaçlı seyahatler için avantajlı bir konum sağlıyor. Otelde konaklayan misafirler, Hilton’un ödüllü sadakat programı Hilton Honors’ın sunduğu ayrıcalıklardan da faydalanabiliyor. Doğrudan rezervasyon yapan üyeler; konaklamalarını puan ve nakit kombinasyonu ile esnek şekilde ödeme imkânının yanı sıra üyelere özel indirimler, ücretsiz standart Wi-Fi ve Hilton Honors mobil uygulaması gibi ayrıcalıklardan faydalanabiliyor. Hilton.com, Hilton Honors uygulaması veya diğer resmi Hilton kanalları üzerinden yapılan rezervasyonlarda ek avantajlar ve en iyi fiyat garantisi sunulurken, üyeler Points Explorer aracı ile puanlarını kullanarak konaklama planlarını kolayca oluşturabiliyor.

## Grand Emlak Seyahat Turizm’den, Samsun’a 250 milyon proje bedeli ile “Grand Imperial Hotel Turizm Konaklama Tesisi” projesi



Samsun ili, İlkadım ilçesi, Derecik Mahallesi, tapunun 6510 ada, 28 nolu parseli mevkiindeki Grand Emlak Seyahat Turizm İnşaat Kuyumculuk Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Grand Imperial Hotel Turizm Konaklama

Tesisi (50 Oda) projesi ile ilgili olarak ‘ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)’ kararı verildi. Grand Emlak Seyahat Turizm tarafından, Samsun’a 1.283 m<sup>2</sup>’lik taşınmaz üzerinde “Grand Imperial Hotel Turizm Konaklama Tesisi (50 Oda)” projesinin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Toplam 3.815 m<sup>2</sup> brüt kullanım alanına sahip olacak olan tesisin; 2 bodrum kat, zemin kat, 4 normal kat şeklinde inşa edilmesi planlanıyor. Otel bünyesinde toplam 50 oda bulunacak olup odaların

44’ü standart oda, 6’sı jakuzili süit oda şeklinde belirtiliyor. Birinci bodrum katta, otelin sağlık ve spa hizmetlerine ayrılmış bölümler yer alıyor. Bu katta; 3 adet 8,85 m<sup>2</sup> büyüklüğünde masaj odası, 5,90 m<sup>2</sup>’lik sauna odası, 8,85 m<sup>2</sup>’lik Türk hamamı ve 65 m<sup>2</sup> büyüklüğünde kapalı havuz alanı, 40,80 m<sup>2</sup>’lik fitness salonu bulunuyor. İkinci bodrum katta ise otopark, mutfak bölümü, personel odaları vb. bulunuyor. Proje Bedeli: 250.000.000 TL olarak belirlendi.

## Eva Managed by Dedeman Bitlis için imzalar atıldı



Türkiye'nin ilk yerli otel zinciri olarak altmış yılı aşkın süredir konaklama sektörünün gelişiminde belirleyici bir rol üstlenen Dedeman Hospitality, köklü geçmişinden aldığı deneyimini ve marka gücünü yeni destinasyonlara taşıma vizyonu doğrultusunda, Doğu Anadolu'nun yükselen şehirlerinden Bitlis'te yeni bir yatırıma imza attı. Eva Managed by Dedeman Bitlis, markanın yalnızca coğrafi olarak değil, ihtiyaçlara göre çeşitlenen konaklama modelleriyle büyüme yaklaşımının bir parçası olarak hayata geçiriliyor. Proje, Bitlis'in son yıllarda artan turizm hareketliliği ve markalı konaklama ihtiyacı göz önünde bulundurularak kurgulandı. Dedeman markasının Bitlis'te yer alacak olması, şehirdeki turizm ekosistemi ve yerel paydaşlar nezdinde güçlü bir beklenti ve ilgiyle karşılandı. Evaluatorin Otelcilik Limited Şirketi yatırımıyla, Coşar Görücü'nün yatırımcısı olduğu Eva Managed by Dedeman Bitlis, bu yönüyle Bitlis'in gelişen turizm potansiyeline kalıcı bir katkı sunmayı vadeden nitelikli bir girişim olarak öne çıkıyor. Doğu Anadolu'nun en köklü yerleşimlerinden

biri olan Bitlis, taş mimarisiyle şekillenmiş şehir dokusu, medreseleri, hanları ve yüzyıllar boyunca biriken kültürel hafızasıyla geçmişin izlerini bugüne taşıyan güçlü bir karakter sunuyor. Van Gölü havzasına yakın konumu, Ahlat'ın Selçuklu mirası ve özgün taş evleriyle Bitlis, son yıllarda artan ziyaretçi ilgisiyle birlikte turizm açısından yeni bir ivme kazanırken, bu gelişim nitelikli ve markalı konaklama ihtiyacını da beraberinde getiriyor. Bitlis merkezde, tarihî dokunun içerisinde konumlanan Eva Managed by Dedeman Bitlis, özgün bir yapının dönüşümüyle hayata geçerek şehrin mevcut potansiyeline doğrudan temas eden bir konaklama modeli sunuyor. Dedeman Hospitality, bu projede tarihî yapıyı korumayı bir tasarım tercihi olarak değil, deneyimin temel bileşenlerinden biri olarak ele alıyor. Butik ölçekte kurgulanan proje, markanın hizmet standartlarını yerel doku ile buluşturarak Bitlis'te karakterli ve güçlü bir konaklama alternatifi oluşturmayı hedefliyor. Şehrin ilk markalı oteli olma özelliği taşıyan Eva Managed by Dedeman Bitlis, bölgenin turizm potansiyelini görünür kılan ve yerel ekonomiye uzun vadeli katkı sunmayı amaçlayan önemli bir yatırım olarak öne çıkıyor. Toplam 33 oda ve 6 suit kapasitesiyle planlanan Eva Managed by Dedeman, güçlü bir operasyonel denge gözetilerek tasarlandı. Yapının zemin katında konumlanan giriş, resepsiyon ve çok sayıda ticari alan ile üst katlara yayılan konaklama birimleri; hem misafir deneyimini hem de

operasyonel akışı destekleyecek şekilde kurgulanıyor. Restoran ve kafe alanlarının yanı sıra, servis ve teknik alanların planlaması da bütüncül bir işletme yaklaşımıyla ele alınıyor. 2026 yılı sonunda hizmete açılması planlanan proje, yalnızca fiziksel bir dönüşüm değil; aynı zamanda işlevsel olarak sürdürülebilir bir konaklama modeli sunmayı hedefliyor. İmza sürecine ilişkin değerlendirmede bulunan Dedeman Hospitality Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray, şu ifadeleri kullandı: "Bitlis, sahip olduğu tarihî ve doğal birikimle önemli bir potansiyel barındıran; ancak markalı konaklama tarafında gelişim alanı bulunan bir şehir. Eva Managed by Dedeman ile bu potansiyelle, şehrin dinamikleriyle uyumlu ve sürdürülebilir bir modelle yanıt veriyoruz. Bu proje, yalnızca yeni bir konaklama alternatifi sunmanın ötesinde; şehrin turizm yolculuğuna duyduğumuz güvenin ve uzun vadeli bakış açımızın somut bir ifadesidir."

### Dedeman Hospitality Yönetim Kurulu Üyesi Banu Dedeman ise şunları ifade etti:

"Dedeman olarak köklü mirasımızdan aldığımız güçle, her şehirde kendi dinamiklerine saygı duyan ve uzun vadeli değer yaratmayı hedefleyen yapılar kurmayı önemsiyoruz. Bitlis'in sahip olduğu tarihsel ve kültürel birikimi, çağdaş konaklama standartlarıyla buluşturarak hem misafirlerimiz hem de şehir için kalıcı bir değer üretmeyi amaçlıyoruz"

## Bolkar Gayrimenkul, Bolu'ya 2,5 milyar proje bedeli ile 3 bloktan oluşan tesis planlıyor

Bolu ili, Merkez ilçesi, Karacasu Mahallesi, 180 ada, 8 No'lu parsel mevkiindeki Bolkar Gayrimenkul Yatırım A.Ş. tarafından yapılması planlanan 229 Odalı Otel Projesi projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Proje, Türkiye'nin en işlek yollarından biri olan Ankara-İstanbul otoyolu ve D100 devlet karayolu üzerinde yer alıyor. Tesis ulaşım koşulları açısından oldukça elverişli bir konumda bulunmakta olup, termal sağlık ve turizm tesislerinin yoğunlukta olduğu bir lokasyonda konumlanıyor. Proje konusu otel 3 adet bloktan

meydana gelecek şekilde planlandı. Kat sayısı olarak değerlendirildiğinde tesis; 2 adet bodrum kat, zemin kat, 5 adet normal kat ve 1 adet çatı katı olmak üzere toplam 9 kattan oluşuyor. Toplam 229 adet oda kapasiteli olarak planlanan otel projesi kapsamında 1 adet restoran, 1 adet konferans salonu, kadın ve erkek açık ve kapalı havuzları yer alıyor. Tesiste yer alacak konferans salonu özellikle büyük toplantılar, seminerler sunum ve organizasyonlar için kullanılacak olup kapasitesi 1000 kişi olarak planlandı. Zemin katta yer alacak olan ana restoran 400



kişi kapasiteli olarak planlandı. Bunun haricinde çatı katta 1 adet 70 kişilik teras cafe bulunuyor. Otelde termal suyun; kadın ve erkek kapalı havuzlarında ve SPA alanlarında kullanılmak üzere tahsis edilmesi, termal havuzlar ve termal olmayan erkek ve kadın havuzlarının yer alması planlandı. Proje bedeli 2.557.909.200 TL olarak belirlendi.

## Titaş Turizm'in 3 milyar proje bedelli Aqausis Diamond Otel için ÇED süreci başlatıldı

Aydın il, Didim (Yenihisar) ilçe, Efeler Mahallesi, Kocaharip Mevkii, 1943 ada 1 ve 2 parsel numaralarında kayıtlı 40099 m<sup>2</sup>'lik alan üzerinde mevkiinde Titaş Turizm İnş. ve Ticaret A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (Aqausis Diamond) projesi ile ilgili olarak ÇED Süreci başlatıldı. Titaş Turizm İnş. ve Ticaret A.Ş. tarafından, Aydın İli, Didim

ilçesine, 450 oda 900 yatak kapasiteli Turizm konaklama tesisi (Aqausis Diamond) kurulup işletilmesi planlanıyor. Faaliyet alanında ayrıca yüzme havuzları, çocuk yüzme havuzları, kafe, lobi bar, alakart restaurant, anfi tiyatro, aqua park ve açık araç otoparkı olması planlanıyor. Proje alanı mülkiyet durumu tamamlanmış olup mülkiyet hakkı Titaş Turizm İnş. ve



Ticaret A.Ş.'ye ait bulunuyor. Proje Bedeli: 3.137.946.000 TL olarak belirlendi.

Ali Can Aksu / Turizoom International Hotel

## “Turizm yatırımı betonla değil, kültürle yükselir”



Turizm, sadece oda satmak, yatak doldurmak ya da rakam büyütme değil, insanı anlamak, kültürü taşımak ve deneyim yaratmaktır. Bu nedenle turizm, yüksek kültür ve derin bir birikim gerektiren nadir sektörlerden biridir.

Bugün birçok yatırımcı, turizmi fiziksel bir yatırım olarak görüp bina yapmanın yeterli olacağını düşünmektedir. Oysa gerçek başarı, duvarlarda değil, o duvarların içine yerleştirilen kültürde saklıdır. Çünkü misafir, sadece konaklamaz, hisseder, deneyimler ve hatırlar. Bu deneyimi şekillendiren ise yatırımcının vizyonu, kültürel donanımı ve sektöre bakış açısıdır.

Turizm yatırımcısı, sanattan gastronomiye,

hizmet kalitesinden insan yönetimine kadar geniş bir perspektife sahip olmalıdır. Kültürsüz bir yatırım, kısa vadede doluluk sağlayabilir, ancak sürdürülebilir başarı asla getirmez. Çünkü turizmde rekabet fiyatla değil, hikâye ve kalite ile kazanılır.

Gerçek turizm yatırımı, bir destinasyona değer katan, bulunduğu bölgenin ruhunu yansıtan ve misafire unutulmaz bir hikâye sunan yatırımdır. Bu da ancak kültürle beslenen bir bakış açısı ile mümkündür.

### Sonuç olarak,

Turizmde başarı, sermayenin büyüklüğü ile değil, kültürün derinliği ile ölçülür. Ve bu sektörde kalıcı olanlar, sadece yatırım yapanlar değil, değer yaratımlardır.

## ERC Yapım ve İşletim A.Ş. 'den, Bingöl'e, 5 yıldızlı termal otelin de olduğu Bingöl Kentpark Projesi

Bingöl ili, Merkez ilçesi, Simani Mahallesi 758 Ada, 178, 179,180....193 dâhil parseller mevkiindeki ERC Yapım ve İşletim Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan 5 Yıldızlı Termal Otel, Kongre Merkezi, Spa Merkezi, Termal Sağlık Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezi, Sosyal Kültürel Aktivite Merkezi İle Yeme-içme (Foodcourt) Alanlarını İçeren Alışveriş Merkezi, Spor Merkezi, Aquapark, Suni Göl İçeren Rekreasyon Alanları (Bingöl Kentpark) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Söz konusu proje, Yap-İşlet-Devret modeli kapsamında gerçekleştirilecek olup Bingöl Valiliği İl Özel İdaresi ile ERC Yapım ve İşletim Anonim Şirketi arasında uygulama sözleşmesi imzalandı.

Yapılması planlanan proje kapsamında ÇED alanı 110.593,691 m<sup>2</sup> 'lik alanı kapsıyor. ÇED alanı içerisinde toplam 17.500 m<sup>2</sup> 'lik kapalı alana sahip alışveriş merkezi ve toplam 32.000 m<sup>2</sup> 'lik kapalı alana sahip otel binası inşaatı gerçekleştirilecek olup ayrıca ÇED alanı içerisinde suni göl, günübirlik yüzme havuzu ve eklentileri, spor alanları, yeşil alan ve sosyal kültürel aktive merkezi alanları bulunuyor. Alışveriş Merkezi (AVM); 10.000 m<sup>2</sup> oturma alanı ve toplam 17.500 m<sup>2</sup> 'lik kapalı alana sahip olup Bodrum+Zemin+1 kattan oluşuyor. AVM bünyesinde yaklaşık 100 adet farklı büyüklükte ticaret alanı bulunuyor. 5 Yıldızlı Termal Otel; 10.000 m<sup>2</sup> oturma alanı ve toplam 32.000 m<sup>2</sup> 'lik kapalı alana



sahip olup zemin altı 2 kat (-2 Kat), zemin kat, zemin üstü 4 kat (1. Kat, 2. Kat, 3. Kat, 4. Kat) ve çatı katından oluşuyor. 5 Yıldızlı Termal Otel 200 oda ve 500 yatak kapasiteli olarak planlanmış olup otel binası içerisinde; 1 adet alakart restoran, 1 adet açık büfe restoran, 1 adet çok amaçlı salon (kongre merkezi), 1 adet canlı müzik salonu, 1 adet hobi salonu, 3 adet mağaza, 1 adet XL VIP spa odası, 3 adet büyük VIP spa salonu ve 5 adet küçük VIP spa odası bulunuyor. Proje bedeli 88.572.000 TL olarak belirlendi.

## Midyat Ramada Encore Otel kapasite artışına gidiyor



Mardin ili, Midyat (Estel) ilçesi, Acırlı Mahallesi,113 Ada, 4 Nolu Parsel mevkiindeki Midyat Otelcilik Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Midyat Ramada Encore Otel Kapasite Artışı (101 Oda) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Midyat Otelcilik Limited Şirketi tarafından; "Midyat Ramada Encore

Otel Kapasite Artışı (101 Oda)" projesinin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Proje kapsamında, mevcut durumda 25 oda kapasitesi ile hizmet veren otelin oda sayısının, yapılacak ilavelerle birlikte toplam 101 odaya çıkarılması planlanıyor. Mevcut durumda 113 Ada, 4 Parsel üzerinde yer alan otel binası; 2 bodrum kat (-1 ve -2), zemin kat ve 3 normal kattan oluşuyor. Binanın -1. Kat, -2. Kat ve Zemin Katları ortak kullanım ve teknik alanlar olarak planlanmış olup bu katlarda misafir konaklaması yapılmıyor. Binanın üst katları ise tamamen süit odalardan teşkil edilmiş olup, bu bölümlerde toplam 25 oda ile hizmet veriliyor. Planlanan kapasite artışı projesinin, taşınmaz üzerinde hâlihazırda kurulu bulunan mevcut

otel binası bünyesinde gerçekleştirilmesi planlanıyor. Proje kapsamında mevcut parsel sınırları içerisinde herhangi bir bağımsız yapı inşa edilmeyecek ve mevcut yapının taban alanında (oturumunda) bir artışa gidilmeyecek. Kapasite artışının; mevcut binaya yapılacak +1 normal kat ve çatı katı ilavesi ile dikey düzlemde gerçekleştirilmesi, diğer katlarda yapılacak restorasyon ve dekorasyon çalışmalarıyla oda sayısının 101'e tamamlanması planlanıyor. Planlanan kapasite artışı projesi neticesinde tesisin; 2 bodrum kat, zemin kat ve 5 normal kat olmak üzere toplam 8 kat üzerinden hizmet vereceği belirtiliyor. Proje Bedeli: 92.668.760 TL olarak belirlendi.

Vekaleten kurban kesiyoruz çünkü...

# Her Kurban Lösemili Çocuklara CAN



0312 447 06 60  
losev.org.tr

## Elite World INN İstanbul Mahmutbey kapılarını açtı



Elite World Hotels & Resorts, büyüme stratejisi kapsamında portföyünü genişletmeye devam ediyor. Elite World, King City Otelcilik ve Turizm Ticaret A.Ş. iş birliğiyle hayata geçirilen Elite World INN İstanbul Mahmutbey'i hizmete açarak şehir otelciliğindeki güçlü konumunu pekiştirdi. Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels & Resorts, iş dünyasının yoğun olduğu bölgelerde konumlanan şehir otelleriyle misafir ihtiyaçlarına yönelik erişilebilir ve konforlu çözümler sunmayı sürdürüyor. İstanbul'un sanayi ve ticari merkezlerinden Mahmutbey'de kapılarını açan Elite World INN İstanbul Mahmutbey, modern ve fonksiyonel yapıyla özellikle iş seyahati gerçekleştiren misafirlere hitap

ediyor. Stratejik konumuyla dikkat çeken Elite World INN İstanbul Mahmutbey; İstanbul Havalimanı ve şehrin önemli iş ve ticaret merkezlerine kolay ulaşım imkânı sunarak şehir içi konaklamalarda pratik bir alternatif oluşturuyor. Otel, fonksiyonel konaklama anlayışıyla iş seyahatlerini daha konforlu ve verimli hale getirmeyi hedefliyor. Toplam 63 odası, 300 metrekare büyüklüğündeki spa & fitness alanı, 400 metrekare restoranı ve toplantı salonu ile hizmet vermeye başlayan otel; modern tasarımı ve erişilebilir konfor anlayışıyla yeni nesil şehir otelciliğinin dinamik ihtiyaçlarına cevap veriyor. Elite World Hotels & Resorts Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, otelin açılışına ilişkin değerlendirmesinde şu ifadeleri kullandı: "Elite World INN markamız, şehir otelciliğinde modern, pratik ve erişilebilir konfor sunan yapıyla öne çıkıyor. İstanbul gibi dinamik bir metropolde, iş dünyasının önemli merkezlerinden biri olan Mahmutbey'de yeni otelimizi hizmete açmaktan mutluluk duyuyoruz. Doğru lokasyonlarda, güçlü iş ortaklarıyla büyüyerek markamızın şehir otelciliğindeki konumunu daha da güçlendirmeyi

sürdürüyoruz." Grubun CEO'su Orkun Petekçi ise şunları kaydetti: "Elite World INN İstanbul Mahmutbey'in açılışı, sürdürülebilir ve dengeli büyüme vizyonumuzun önemli bir yansıması. Güçlü operasyonel altyapımız, marka standartlarımız ve yatırımcı dostu iş modelimiz sayesinde farklı lokasyonlarda Elite World hizmet kalitesini daha geniş kitlelerle buluşturmaya devam ediyoruz." King City Otelcilik ve Turizm Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz ise "Elite World ile hayata geçirdiğimiz bu iş birliği, şehir merkezinde konforlu, kaliteli ve güvenilir bir konaklama deneyimi sunma hedefimizin önemli bir adımı oldu. Elite World markasının operasyonel gücü ve marka bilinirliği, en önemli tercih sebeplerimizden biri oldu." dedi. Elite World INN markası; iş seyahatleri ve kısa süreli konaklamalar için tasarlanmış, fonksiyonelliği ve modern konforu bir arada sunan yeni nesil şehir otelciliği anlayışını temsil ediyor. Elite World INN İstanbul Mahmutbey'in hizmete açılmasıyla birlikte Elite World Hotels & Resorts, İstanbul'daki şehir otelciliği portföyünü güçlendirirken, erişilebilir kalite anlayışını farklı lokasyonlarda yaygınlaştırmayı sürdürüyor.

## CABA İnşaat Enerji Turizm'in, İstanbul, Fatih'e planladığı otel için ÇED olumlu raporu verildi

İstanbul ili, Fatih ilçesi, Hobyar Mh. Şeyhülislam Hayri Efendi Cd. No:2 (417 Ada, 4 Parsel)) mevkiindeki CABA İnşaat Enerji Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından yapılması planlanan Caba Sirkeci Otel (88 oda) projesi ile ilgili olarak ÇED olumlu raporu verildi. CABA İnşaat Enerji Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından İstanbul İli, Fatih İlçesine, 88 odalı Caba Sirkeci Otel faaliyetinin yapılması planlanıyor. Proje, 1.512 m2 yüzölçümlü tapu alanında, 9.240 m2 toplam kapalı alana sahip 88 adet oda,

restoran, toplantı salonları, fitness salonu, spa, kapalı havuz gibi bölümlerden oluşuyor. Proje kapsamında 58 adet standart oda, 14 adet standart dubleks oda, 9 adet ikiz yataklı oda, 1 adet engelli oda, 4 adet süit oda, 1 adet süit dubleks oda ve 1 adet king süit oda olmak üzere toplamda 88 oda kapasitesinde olması planlanıyor. Proje alanı, tapuda 1.512 m<sup>2</sup> yüzölçümlü alanda kayıtlı olup, mülkiyeti İstanbul Vakıflar 1. Bölge Müdürlüğü'ne ait olup, Caba İnşaat Enerji Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından



kiralandı. Proje kapsamında restorasyon ve tadilat çalışmalarının 2 yılda tamamlanması planlanıyor. Proje alanı Galata Köprüsüne kuş uçuşu yaklaşık 290 m, Kapalı Çarşıya 560 m, Gülhane Parkına 550 m ve Topkapı Sarayına 815 m mesafede yer alıyor. Proje Bedeli: 489.840.000 TL olarak belirlendi.

## Samsun, Havza'ya 480 milyon proje bedelli 5 yıldızlı jeotermal otel geliyor

Samsun İli, Havza İlçesi, İnönü Mah. 85 ada 12 parselde, Kayan Petrol Ürünleri, Yakıt, İnşaat, Gıda, Turizm, Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti tarafından yapılması planlanan Jeotermal Otel (90 Oda Kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Söz konusu proje 85 ada 12 parselde planlanıyor, parsel alanı 3.443,73 m2 olarak belirtiliyor. Proje alanı Samsun ilinin 64 km güneybatısında, Havza ilçesinin 1,2 km kuzeydoğusunda yer alıyor. Proje

kapsamında yapılması planlanan otel 5 yıldız olarak öngörüldü. Proje kapsamında yapılması planlanan otelde; -2.bodrum kat otopark ve müştemilatlar, -1.bodrum kat 1 adet erkekler havuzu, 1 adet kadınlar havuzu, 4 adet özel havuz, masaj odaları, sauna, buhar odası, tuz odası, soyunma odaları, fitness, kafeterya vb. yer alıyor. Zemin kat resepsiyon, restoran vb., asma kat restoran cafe vb., 1,2,3,4. kat (813,3 m2) 4 kat x 15 adet, (24,06 m2'lik) çift kişilik oda = 60 oda,



5,6. Kat; (733,95 m2) 2 kat x 4 adet süit oda (56,84 m2) = 8 oda 2 kat x 11 adet çift kişilik oda (24,06 m2'lik) = 22 oda, Teras çatı katı (43,65 m2) olarak belirlendi. Proje Bedeli: 480.000.000 TL olarak belirlendi.

## Akdeniz’de yatırımın nabızı Manavgat ve Side’de atıyor

Türkiye’de gayrimenkul piyasasında dengeler yeniden şekillenirken, yatırımcıların rotası turizmle entegre, değer üretme potansiyeli yüksek bölgelere yöneliyor. Bu dönüşümde öne çıkan lokasyonların başında ise Antalya’nın Manavgat ve Side hattı geliyor. Yalnızca dönemsel bir ilgi değil, sürdürülebilir talep yapısı ve güçlü yatırım dinamikleriyle dikkat çeken bölge, her dönemde değerini koruyan ve geliştiren nadir yatırım alanlarından biri olarak öne çıkıyor. Gayrimenkul, turizm ve yatırım alanlarında uzun yıllara dayanan tecrübeye sahip girişimci Ahmet Tanır, Akdeniz hattında yatırım dengelerinin değişmediğini, aksine daha da güçlendiğini vurguluyor. Bölgenin yalnızca yazlık ya da ikinci konut talebiyle değil, yatırım odaklı bir açıdan değerlendirildiğini belirten Ahmet Tanır, “Manavgat ve Side, turizm potansiyeli, doğal ve tarihi zenginlikleri ve gelişen şehir yapısıyla Türkiye’de yatırım açısından her zaman güçlü bir konumda oldu. Bugün de bu değişmiş değil. Aksine, artan talep ve gelişen projelerle birlikte bölge yatırımcılar için daha stratejik hale geliyor” dedi. Özellikle Side’nin uluslararası bilinirliği ve Manavgat’ın geniş gelişim alanı, bölgeyi

farklı yatırım segmentleri için cazip hale getiriyor. Yüksek sezonluk kira potansiyeli, kısa dönem kiralama modeli ve döviz bazlı gelir imkânı, yatırımcıların ilgisini artıran başlıca unsurlar arasında yer alıyor. Turizmle entegre bir gayrimenkul yapısına sahip olan bölgede yatırım, klasik konut anlayışının ötesine geçtiğini belirten Tanır, “Burada yatırım sadece bir konut almak değil; doğru lokasyonda, doğru projeye dahil olarak uzun vadeli bir değer yaratmak anlamına geliyor” ifadelerini kullandı.

### Yeni projeler ve arsa geliştirme hareketliliği dikkat çekiyor

Manavgat’ta son dönemde artan proje üretimi ve arsa geliştirme faaliyetleri, bölgenin büyüme potansiyelini ortaya koyuyor. Özellikle villa, site ve rezidans projelerine olan talep artarken, yatırımcıların arsa tarafında da daha bilinçli hareket ettiği gözlemleniyor. Bölgedeki bu hareketliliğin kalıcı olduğuna dikkat çeken Tanır, “Manavgat, gelişmeye açık yapısıyla yalnızca bugünün değil, geleceğin yatırım bölgeleri arasında yer alıyor” ifadelerini kullanıyor. Artan talep ile birlikte yatırım kararlarını daha stratejik



hale geldiğini belirten Tanır, yatırımcıların profesyonel destek almadan hareket etmemesi gerektiğini vurgulayarak, “Bugün en kritik konu doğru yer, doğru proje ve doğru zaman üçlüsünü bir araya getirebilmek. Bu da ancak bölgeyi iyi tanıyan, sahaya hakim bir bakış açısıyla mümkün” dedi. Manavgat ve Side, turizm gücü, altyapı gelişimi ve artan yatırım ilgisiyle Türkiye’de gayrimenkul yatırımının en güçlü bölgeleri arasında yer almaya devam ediyor. Uzmanlara göre, bu bölgede doğru yapılan yatırımlar hem kısa vadeli getiri hem de uzun vadeli değer artışı açısından önemli fırsatlar sunuyor.

## Alltours, stratejik bir genişleme hamlesiyle Türkiye’deki otel portföyüne dört yeni tesis ekledi

Almanya turizm pazarının majör oyuncularından Alltours, 2026 yaz sezonuna yönelik stratejik bir genişleme hamlesi yaparak Türkiye’deki otel portföyüne dört yeni tesis ekledi. Şirketin özgün kulüp konseptini temsil eden “alltours Club Hotels” zinciri, bu yeni yatırımlarla birlikte Türkiye genelinde toplam beş tesisli bir kapasiteye ulaştı. Yatırımların bölgesel dağılımı, Alman turistlerin Türkiye’deki ana tercihlerini yansıtabilecek şekilde iki odak noktasına ayrıldı: Antalya/Side Grubu: Bölgenin köklü tesislerinden Side Prenses Resort & Spa ile Sidekum, zincirin yeni üyeleri oldu. Side Prenses, modern sosyal alanları ve panoramik deniz

manzarasıyla “dinamik tatil” segmentine hitap ederken; Sidekum, daha izole ve sakin bir atmosfer arayan aileler için revize edildi. Ege Grubu: Doğal dokusuyla öne çıkan Ege kıyılarında ise Didim’deki Lucas Didim Resort ve Kuşadası’ndaki Palm Wings Beach Resort portföye dahil edildi. Lucas Didim, geniş yeşil sahaları ve kıyı erişimiyle “aktif yaşam” konseptini benimserken; Palm Wings, kapsamlı su parkları ve çocuk odaklı eğlence programlarıyla bölgenin aile dostu tesisleri arasındaki yerini güçlendirdi. Alltours’un yeni nesil “Club” konsepti; aileler, çiftler ve bireysel seyahat edenler için özelleştirilmiş deneyim alanları sunuyor. Her

# alltours

şey dahil sisteminin merkezde olduğu bu modelde, profesyonel spor aktiviteleri, mini kulüp hizmetleri ve geniş sosyal alanlar ön plana çıkıyor. Bu hamle, Alltours’un Türkiye pazarındaki büyüme iştahının sürdüğünü ve farklı turist segmentlerine (aktif tatilci, huzur arayan aile, macera tutkunu) yönelik nokta atışı yatırımlar yaptığını gösteriyor. Şirketin kendi markasıyla işletmeye girmesi, Türkiye turizmine olan güvenin ve uzun vadeli iş birliği niyetinin güçlü bir sinyali olarak okunuyor.

## Giresun, Merkez’e 76 milyon proje bedeli ile kompleks proje geliyor

Giresun İli, Merkez İlçesi Hacısiyam Mahallesi Atatürk Bulvarı mevkiinde Atapetrol Ürünleri İnş. Taah. Hafır. Nak. Maden. Müh. ve Müş. Hiz. Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılacak olan otel ve işyeri projesi ile ilgili olarak ‘ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)’ kararı verildi. Atapetrol Ürünleri İnş. Taah. Hafır. Nak. Maden. Müh. ve Müş. Hiz. Tic. Ltd. Şti. tarafından Giresun İli, Merkez İlçesinde toplam 3.955,395 m2

yüzölçümlü alan üzerinde “100 Odalı Otel, 92 Adet Ofis ve 18 Adet İşyeri” yapılması planlanıyor. Proje alanına yapılacak olan “Otel ve İşyeri” projesi çok yönlü bir proje olup 1 Bodrum + 1 Zemin Kat ve 8 Normal Kattan oluşuyor. Bu katlarda 1 Adet 100 odalı otel, 92 Adet Ofis ve 18 Adet İşyeri bulunuyor. Yapı içerisinde; resepsiyon, lobi, kahvaltı salonu, toplantı salonu, restoran, yönetim birimleri,



teknik alanlar ve etkinlik alanları bulunuyor. Proje Bedeli: 76.000.000 TL olarak belirlendi.

## Gürok Grup'tan Kütahya'ya yeni şehir oteli: Gül Palas Vista



Turizm sektöründe Kütahya, Antalya ve Maldivler'deki tesisleriyle önemli markaları bünyesinde barındıran Gürok Grup, Gül Palas Vista oteli ile köklerinin bulunduğu Kütahya'ya yaptığı yatırımlara bir yenisini daha ekledi. Şehir merkezinde konumlanan ve modern şehir oteli anlayışıyla tasarlanan 40 oda, 72 yatak kapasiteli Gül Palas Vista, gastronomi odaklı yeni buluşma noktaları ve yerel ekosisteme katkı sunan işletme modeliyle Kütahya'nın artan turizm potansiyeline yanıt vermeyi amaçlıyor. Gürok Grup'un Kütahya'daki turizm serüveni, 1966 yılında Gül Palas'ın açılışıyla başladı. Grubun kente ikinci otel yatırımı olan Gül Palas Vista, Kütahya'nın şehir turizminde önemli bir ihtiyacı karşılamak üzere faaliyete geçiyor. Gürok Grup Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Arğat, açılış vesilesiyle şunları

söyledi: "Bugün 60 yıllık geçmişe sahip Gül Palas markamızı, Gül Palas Vista ile bir adım ileri taşıyoruz. Bu yeni tesisimizin, Kütahya'nın ekonomik ve sosyal canlılığına yeni bir dinamizm kazandıracığına ve kentin turizm hareketliliğini destekleyeceğine inanıyorum." Kütahya'nın termal zenginlikleri, tarihi kültürel mirası ve coğrafi konumuyla turizm alanında önemli bir potansiyel taşıdığını vurgulayan Esin Güral Arğat şöyle devam etti: "Turizm, Kütahya'nın önündeki en büyük fırsatlardan biri. Kütahya'yı bir marka şehir yaparsak en başta turizm yatırımlarımızı güçlendirmemiz kritik önem taşıyor. Gül Palas Vista'nın, kent merkezindeki konumuyla hem iş hem kültür turizmi alanında gerçek bir ihtiyacı karşılayacağına inanıyoruz. Antalya'dan Maldivler'e uzanan küresel turizm deneyimimizi ve hizmet anlayışımızı Kütahya'ya yaptığımız yeni yatırıma aktarmaktan mutluluk duyuyoruz." Şehir ve iş oteli segmentinde konumlanan Gül Palas Vista, fonksiyonel lüks ile ev konforunu bir arada sunan anlayışıyla öne çıkıyor. Giriş katındaki pastane ve kafe konsepti Kütahya'nın yeni buluşma noktalarından biri olurken, panoramik restoran katı Kütahya'nın yerel lezzetleriyle birlikte gastronomi ve estetiğin buluştuğu

öncü bir deneyim sunuyor. Gürok Grup'un sürdürülebilirlik vizyonu doğrultusunda yerel üreticilerle kurulan iş birlikleri de Kütahya ekonomisine doğrudan katkı sunuyor. Tesisin, "yerel ruh, modern dokunuş" felsefesiyle şekillenen iç mimarisi, Kütahya'ya özgü zanaatkarlık kültürünü ve dokuları modern çizgilerle birleştirerek, minimalist ve "zamansız" bir atmosfer sunuyor. Gürok Grup'un yaklaşık 35 yıl önce Antalya'da hayata geçirdiği Ali Bey Hotels & Resorts, dünyada spor odaklı turizmin öncü markaları arasında yer alıyor. 100'ü aşkın tenis kortuyla dünyanın en büyük tenis oteli unvanını taşıyan Ali Bey Hotels & Resorts, her yıl binlerce misafiri ağırlamaya devam ediyor. 2018'de ultra lüks sürdürülebilir turizm vizyonunu JOALI Maldives ve JOALI BEING markalarıyla Maldivler'e taşıyarak dünya sahnesinde konumlandıran Gürok, Akdeniz'in ilk villa oteli BIJAL ile ultra lüks segmentteki yatırımlarını Antalya'da genişletti. Gürok Grup, sanayi ve turizm sektörlerinde sürdürdüğü yatırımlarla hem küresel ölçekte büyümeyi hem de köklerinin bulunduğu Kütahya'da ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sunmayı sürdürüyor. Gül Palas Vista'nın da bu vizyonun bir parçası olması hedefleniyor.

## DAS Otelciliğin yeni oteli 'DAS 1350' misafirlerini ağırlamaya başladı

DAS Otelcilik, Erciyes'te bulunan DAS 3917 ve DAS 3917 Chalet'den sonra üçüncü oteli DAS 1350'nin açılışını gerçekleştirdi. Nevşehir Kapadokya'da, Uçhisar Kalesi manzarasına sahip tesis misafirlerini ağırlamaya başladı. Bölgenin en prestijli otellerinin konumlandığı bu özel noktada yer alan DAS 1350, premium segmentle aynı seviyede konumlanan hizmet anlayışıyla misafirlerine yüksek standartlarda bir konaklama sunuyor. Toplam 38 odaya

sahip bulunan otelde 15 oda misafirlerine hizmet vermeye başladı. Diğer 23 oda ise yakın zamanda konuklarını ağırlamaya başlayacak. DAS 1350'nin mimari yaklaşımı, Kapadokya'nın güçlü ve otantik dokusunu korurken onu çağdaş bir bakış açısıyla yeniden yorumlayan rafine bir anlayışla şekilleniyor. Bölgenin doğal taş yapısı ve mağara estetiği, DAS'ın enerjik ve özgür karakteriyle incelikli bir tasarım dili içinde yeniden hayat buluyor;



ikonik detaylar, sanatsal dokunuşlar ve markayla özdeşleşen turuncu vurgular mekânın karakterini katmanlandırıyor.

## Atnas Grup İnşaat, Kahramanmaraş'a 100 odalı turizm konaklama tesisi planlıyor

Kahramanmaraş ili, Onikişubat ilçesi, Şehit Abdullah Çavuş Mahallesi (Karamanlı / 4941 Ada-8 parsel) mevkiindeki Atnas Grup İnşaat Mühendislik Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi (100 oda kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Gerçekleştirilmesi planlanan faaliyet kapsamında halihazırda kurulu bina bulunmamakta olup 1.549,1 m2 'lik

tapu alanında 100 odalı turizm konaklama tesisi yapılması planlanıyor. Ayrıca tesiste açık-kapalı otopark alanları, masaj odaları, kapalı yüzme havuzu, konferans-toplantı salonları, lokanta ve sosyal tesis vb. alanlar bulunması planlanıyor. Proje konusu faaliyetin inşaat çalışmalarının 300 günde tamamlanmasının planlandığı belirtiliyor. Proje Bedeli: 98.500.000 TL olarak belirlendi.





## 4. OTEL TEKNİK EKİPMAN VE MALZEMELERİ İHTİSAS FUARI İKLİM 2026 - ULUSAL İKLİMLENDİRME KONGRESİ

**10 - 12 ARALIK 2026**

NEST CONVENTION CENTER  
BELEK / ANTALYA

### OTEL ALTYAPISINDA OYUNU DEĞİŞTİREN BULUŞMA!

- TEKNOLOJİ,
- MÜHENDİSLİK,
- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

[www.hoteltechantalya.com](http://www.hoteltechantalya.com)

[f](https://www.facebook.com/hoteltechantalya) [@](https://www.instagram.com/hoteltechantalya) /hoteltechantalya

+90 242 999 11 19

**PLANT EXPO**



TMMOB  
Makina  
Mühendisleri  
Odası

## Özden Turizm, Manavgat'ta bulunan otelinde kapasite artışına gidiyor



Antalya ili, Manavgat ilçesi, Çolaklı Mahallesi, Barbaros Hayrettin Paşa (Üçtepeler) Caddesi No:8 (163 Ada 2 Parsel) mevkiindeki Özden Turizm Yat. İnş. Tic. A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi Kapasite Artışı projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Tesis, zaman içindeki kapasite artışlarıyla nihai 206 oda kapasitesinde faaliyet gösteriyor. Söz

konusu tesiste -3.Bodrum katta bulunan depoların odaya dönüştürülmesiyle 20 oda daha kapasite artışı yapılması planlanmakta ve nihai 226 oda kapasitesi ile işletilmek isteniyor. Kapasite artışına konu olan Turizm Konaklama Tesisi, Antalya İline yaklaşık 60 km, Manavgat İlçesine yaklaşık 12 km, Çolaklı Mahallesine Yaklaşık 1,5 km mesafede bulunuyor. Proje Bedeli 89.620.398 TL olarak belirlendi.

## Terma Garden 15 Mayıs'ta kapılarını açıyor

Karaderili Şirketler Grubu, Yalova'daki yeni projesi Terma Garden ile bölge turizmine önemli bir katkı sunmaya hazırlanıyor. Karaderili Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Karaderili, Türkiye ekonomisine duydukları güvenle yatırımlarını sürdürdüklerini belirterek, Yalova'da bugüne kadar toplam 230 milyon dolarlık yatırım gerçekleştirdiklerini ifade etti. Karaderili, yeni otel projesinin sadece bir konaklama tesisi olmadığını, aynı zamanda bölgenin turizm çeşitliliğini artıracak kapsamlı bir yatırım olduğunu vurgulayarak şunları söyledi: "Yalova'da spor, sağlık, kongre ve kültür turizmi gibi farklı alanlara hizmet edecek tesisler geliştirmeye devam ediyoruz. Terma Garden ile birlikte Yalova'nın turizm potansiyelini daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz." Doğanın iyileştirici özelliklerini

modern konforla birleştiren Terma Garden, 378 oda ve 1.000 yatak kapasitesi ile hizmet verecek. Tesis, yalnızca konaklama değil, aynı zamanda bir yaşam ve deneyim merkezi olarak tasarlandı. Tesisin bünyesinde: 2.500 metrekarelik spa ve wellness alanı, 4 farklı konseptte havuz, Modern mimariyle tasarlanmış termal alanlar, Sağlık ve dinlenme odaklı yaşam alanları bulunuyor. Karaderili Şirketler Grubu'nun geniş pazarlama ağı sayesinde bugüne kadar her yıl ortalama 300 bin yabancı turistin Yalova'daki tesislerde ağırlandığı belirtilirken, yeni yatırım ile bu sayının üç katına çıkarılması hedefleniyor. Bu hedef doğrultusunda Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Asya ülkeleri başta olmak üzere uluslararası pazarlarda tanıtım faaliyetlerinin artırılacağı ifade edildi. Yeni yatırımın, Yalova'nın termal turizmdeki



konumunu güçlendirmesinin yanı sıra yerel ekonomiye katkı sağlaması ve yeni istihdam alanları oluşturması bekleniyor. Uzmanlara göre bu tür yatırımlar, şehrin turizm sezonunu uzatarak yıl boyu ekonomik hareketlilik sağlayan önemli projeler arasında yer alıyor. Terma Garden'in hizmete girmesinin ardından iş, sanat ve cemiyet dünyasından önemli isimlerin katılımıyla gerçekleştirilecek resmi açılış töreninin detaylarının önümüzdeki günlerde açıklanması bekleniyor.

## YDÖ İnşaat'tan Tekirdağ, Çerkezköy'e 3 yıldızlı otel yatırımı



Tekirdağ ili, Çerkezköy ilçesi, İstasyon mah. 29 L III D Pafta, 843 Ada, 1 Parsel

Yüzölçümü:5248 m2 mevkiindeki YDÖ İnşaat Yapı Ortaklığı Ticari İşletmesi tarafından yapılması planlanan 105 Odalı Otel ve İşyeri Projesi'ne 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. YDÖ İnşaat Yapı Ortaklığı Ticari İşletmesi, Tekirdağ İli, Çerkezköy İlçesinde, 843 ada, 5.248 m2 olan1 nolu parsel alanına 3 yıldızlı otel yapmayı planlıyor. Projeye konu olan D Blok alanında, otel ve işyeri inşa edilmesi planlanıyor. D Blok: 2 bodrum kat, 1 zemin

kat, 7 normal kattan oluşuyor. D Bloka yer alacak otel binasında; 105 Oda (99 adet Standart Oda, 4 adet Erişilebilir Oda,1 adet Süit Oda, 1 adet King Oda), yönetim ofisi, lobi ve resepsiyon, restaurant, toplantı salonu, Fitness salonu, kapalı havuz, sauna, masaj odası, çamaşır yıkama ve ütüleme, kuru temizleme ve otopark gibi alanlar bulunuyor. Ayrıca bağımsız bölüm olarak 2 adet işyeri inşa edilmesi planlanıyor. Proje Bedeli: 462.061.200 TL olarak belirlendi.

## Wildberries, Türkiye'de iki yeni otel açıyor

Birleşik Şirket Wildberries & Russ'in (RWB) WB Travel hizmeti, tur operatörü Fun&Sun ile birlikte Türkiye'nin tatil beldelerinde iki oteli daha hizmete açıyor. RWB Şirketi'nin (Birleşik Şirket Wildberries & Russ) WB Travel hizmeti, stratejik ortak tur operatörü Fun&Sun ile birlikte yeni plaj sezonu öncesinde Türkiye'nin tatil beldelerindeki varlığını güçlendiriyor ve WB Travel markası altında iki oteli daha hizmete açıyor. RWB basın servisi, tarafından yapılan açıklamada, odaların

Wildberries uygulamasında ve Fun&Sun internet sitesinde şimdiden rezervasyona açıldığı belirtildi. RWB temsilcileri, her iki otelin de dört yıldızlı olduğunu ve aile tatiline yönelik hizmet vereceğini aktardı. İlk otelin Kemer'in en yeşil bölgesi Tekirova'da bulunduğunu belirten temsilciler, misafirlerin oteli ilk kez 1 Mayıs 2026'dan itibaren ziyaret edebileceğini ifade etti. İkinci otelin ise Side yakınlarındaki Sakin Titreyengöl bölgesinde yer aldığını ve ilk misafirlerini 15 Mayıs



2026'da kabul edeceğini kaydetti. Bugün itibarıyla WB Travel ve Fun&Sun'in ortak marka konseptiyle faaliyet gösteren otel ağı Türkiye'de beş, Mısır'da ise bir tesisi kapsıyor

## Turizm sektörünün liderleri St. Petersburg'da buluştu

Türkiye'nin önde gelen 30 tur operatörü, St. Petersburg'un turizm potansiyelini yerinde analiz etmek ve stratejik iş birliklerine imza atmak üzere St. Petersburg'a çıkarma yaptı. 16-19 Nisan 2026 tarihleri arasında gerçekleşen bu özel organizasyonda Türk seyahat acenteleri ile Rus turizm paydaşlarını bir araya geldi. Türkiye'nin 11 farklı şehirden gelen tur operatörü sahibi ve genel müdürlerinin katılımıyla hayata geçirilen "The Meet" etkinliği, Pulkovo Havalimanı ev sahipliğinde düzenlendi. Programın açılış panelinde konuşan Pulkovo Havalimanı Genel Müdür Yardımcısı Asiyat Khalvashi, Türkiye ile St. Petersburg arasındaki hava köprüsünü güçlendirme konusundaki kararlılıklarını vurgulayarak, "Türkiye, St. Petersburg turizmi açısından stratejik bir öneme sahip en güçlü pazarlardan biri. Türkiye ile St. Petersburg arasındaki hava köprüsünü yalnızca mevcut kapasiteyle sürdürmek değil, çok daha ileriye taşımak öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Pulkovo Havalimanı olarak, İstanbul başta olmak üzere Türkiye'nin farklı şehirlerinden gelecek yolcu trafiğini artırmaya yönelik hem havayolu şirketleriyle hem de tur operatörleriyle çok yönlü iş birlikleri geliştiriyoruz" dedi. St. Petersburg'un sahip kültürel zenginlik, sanat altyapısı ve dört mevsime yayılan turizm

potansiyelinin Türk ziyaretçiler için son derece güçlü bir deneyim sunduğuna işaret eden Khalvashi, "Bu doğrultuda, tur operatörleriyle birlikte geliştirilecek yeni nesil tur paketlerinin, iki ülke arasındaki turizm hareketliliğini ciddi ölçüde artıracağına inanıyoruz. Ayrıca e-vize uygulamasının sağladığı kolaylık ve kısa uçuş süresi sayesinde St. Petersburg'u Türk turistler için 'yakın ve ulaşılabilir bir Avrupa deneyimi' olarak konumlandırıyoruz. Amacımız, sadece yolcu sayısını artırmak değil; aynı zamanda sürdürülebilir, kaliteli ve uzun vadeli bir turizm köprüsü kurmak" diye konuştu. St. Petersburg Türkiye Başkonsolosu Başar Başol da bu girişimin iki ülke arasındaki kültürel ve ticari bağları pekiştirecek kritik bir adım olduğunun altını çizerek, "Bu tür organizasyonlar, sadece turizm hareketliliğini artırmakla kalmıyor; aynı zamanda iki ülke insanı arasında karşılıklı anlayışı ve etkileşimi güçlendiren çok değerli platformlar sunuyor" dedi. Panelde, St. Petersburg Dış İlişkiler Komitesi Başkan Yardımcısı, Dış Ekonomik İşbirliği Dairesi Başkanı Nizami Mamishev, The Meet kurucusu Gökhan Erdoğan ile Astoria ve Angleterre otellerinin ticari direktörü Ekaterina Andreyeva da birer konuşma yaparak iki ülke arasındaki turizm gelişmesinin önemine dikkat çekti. Katılımcılar



program kapsamında şehrin lüks konaklama portföyünden lojistik imkânlarına ve modern turizm altyapısına kadar tüm detayları yakından inceleme fırsatı buldu. Etkinliğin en prestijli durağı olan Hermitage Müzesi, normal ziyaret saatleri dışında yalnızca Türk profesyonellere özel olarak kapılarını açtığı protokollü gece turuyla St. Petersburg'un Türk pazarına verdiği önemi somut biçimde ortaya koydu.

### Geleceğin tur paketleri masaya yatırıldı

Organizasyonun ikinci gününde düzenlenen panellerde, Pulkovo Havalimanı yöneticileri ve şehrin önde gelen otel temsilcileriyle birebir görüşmeler gerçekleştirildi. Havayolu şirketlerinin sunduğu avantajlı uçuş seçeneklerinin de ele alındığı bu görüşmelerde, önümüzdeki dönemde hayata geçirilecek tur paketleri için stratejik iş birliği modelleri geliştirildi.

## Tatilsepeti İnsan Kaynakları Direktörü Aysel Mert oldu

Tera Yatırım Teknoloji Holding (TEHOL) iştiraki olan Tatilsepeti'nde görev değişikliği. Aysel Mert mart ayı itibarı ile Tatilsepeti İnsan Kaynakları Direktörü olarak görevine başladı. İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü mezunu olan Mert, İstanbul Üniversitesi'nde İnsan Kaynakları Yönetimi alanında yüksek lisans eğitimi aldı. Mert, ayrıca profesyonel kariyeri esnasında, Koç Üniversitesi Executive Yönetici Geliştirme Programı'nı (YGP) tamamladı. İşe Alım, Yetenek ve Performans Yönetimi konusunda uzman olan Mert, kariyeri boyunca birçok markada İnsan Kaynakları fonksiyonunda yönetici pozisyonlarında yer aldı. Son olarak Beymen'de "Kıdemli Yetenek Kazanımı ve Kariyer Yönetimi Müdürü" olarak görev yaptı. Sürdürülebilirlik projeleri, uyum yönetimi, değerlendirme merkezi uygulamaları ve etik hat süreçlerini yönetme konularında da tecrübeli olan Aysel Mert, Tatilsepeti'nde, seyahat teknolojileri sektöründe insan kaynakları stratejilerini iş hedefleriyle uyumlu hale getirerek tüm İK fonksiyonlarından sorumlu olacak.



## Corendon Airlines ücret sınıfı yapısını yeniden yapılandırdı

İlkerin havayolu şirketi Corendon Airlines, değişen yolcu segmentasyonu ve seyahat tercihleri doğrultusunda ücret sınıfı yapısını yeniden yapılandırıyor. Yalın bir ürün kurgusu ve hat bazlı farklılaşan hizmet içerikleriyle dikkat çeken bu yeni model ile tüm hatlarda geçerli olacak şekilde Eco, Comfort ve Premium ücret sınıfları korunurken; yalnızca turistik hatlarda geçerli olan Lite ürünü portföye ekleniyor. Böylece şirket, farklı seyahat motivasyonlarına sahip yolcu gruplarına yönelik daha net ayırışan bir ürün yapısı oluşturmayı hedefliyor. Yeni ücret sınıfı modeli, ürünlerin kapsam ve içeriklerinin daha net tanımlandığı bir yapı sunuyor. Bu kapsamda, daha önce Flex adıyla sunulan ürün, Comfort adıyla yeniden

konumlandırılıyor. Comfort sınıfında yapılan en dikkat çekici değişiklik ise kabin bagaj hakkının kaldırılması oldu. Bu düzenlemeyle birlikte, bagajını check-in aşamasında teslim eden yolcular için kabin içi operasyonel yoğunluğun azaltılması ve daha konforlu bir uçuş deneyimi sağlanması amaçlanıyor. Corendon Airlines, yeni modelde bagaj haklarını hat tipine göre farklılaştırarak gelir yönetimi ve operasyonel verimlilik odaklı bir yapı benimsiyor. Turistik hatlarda standart bagaj hakkı ve esnek ürün seçenekleri ön plana çıkarken; Anadolu hatlarında daha yüksek bagaj hakları sunularak yolcu ihtiyaçlarına göre farklılaşan bir hizmet modeli geliştiriliyor. Bu yaklaşım, hat bazlı talep dinamiklerine uyum sağlanmasını



hedefliyor. Corendon Airlines'ın hayata geçirdiği bu yenilikle ücret sınıfı yapısındaki güncellemeye rağmen satış, rezervasyon ve operasyonel süreçlerde herhangi bir değişiklik bulunmuyor. Mevcut iptal ve değişiklik koşulları ile iş ortaklarının süreçleri aynı şekilde devam edecek. Yeni ücret sınıfı yapısıyla ürün gamını sadeleştirirken, segment bazlı hizmet farklılaşmasıyla rekabet gücünü artırmayı hedefliyor.

## İlk çeyrek verileri açıklandı: Kruvaziyerde güvenli merkez Türkiye



Kruvaziyer turizmde 2026 sezonuna güçlü bir başlangıç yapan Türkiye, ilk çeyrek verileriyle yeniden yükseliş trendine girdi. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu tarafından açıklanan verilere göre, yılın ilk üç ayında limanlara 56 kruvaziyer gemi yanaşırken, toplam yolcu sayısı 93 bin 787 oldu. Mart ayında ise 26 gemi ve 41 bin 39 yolcu ile son 16 yılın en yüksek mart ayı verisine ulaşıldı. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 4,9'luk artış, sezon öncesi güçlü bir hareketliliğe işaret etti. İlk çeyrek verilerini değerlendiren Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, "Sezon henüz başlarken yakalanan bu ivme, yıl geneline yayılacak güçlü bir hareketliliğin habercisi." dedi. 15–22 Nisan Turizm Haftası yaklaşırken, turizm sezonunun başlamasıyla birlikte kruvaziyer turizmi hem ekonomik etkisi hem de değişen küresel dinamikler açısından yeniden gündemin üst sıralarına yerleşti. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu tarafından açıklanan rakamlar, limanlardaki hareketliliğin artışa geçtiğini ve sezon öncesinde güçlü bir

tablo oluştuğunu gösterdi. Denizcilik Genel Müdürlüğü verilerine göre yılın ilk üç ayında Türk limanlarına yanaşan kruvaziyer gemi sayısı 56'ya, yolcu sayısı ise 93 bin 787'ye ulaştı. Mart ayı verileri ise dikkat çekici bir tablo ortaya koydu. Limanlara 26 kruvaziyer gemi uğrak yaparken, toplam 41 bin 39 yolcu ile son 16 yılın en yüksek mart ayı yolcu sayısına ulaşıldı. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 4,9'luk artış, sezon öncesi hareketliliğin güçlü sinyallerini verdi. Açıklanan verilere göre İstanbul limanları, hem gemi hem yolcu sayısında ilk sırada yer aldı. Mart ayında İstanbul'a 8 kruvaziyer gemi ile 13 bin 307 yolcu gelirken; Kuşadası 7 gemi ve 12 bin 191 yolcu, İzmir Alsancak Limanı ise 5 gemi ve 9 bin 723 yolcu ile öne çıkan diğer destinasyonlar oldu. İlk çeyrek toplamında ise İstanbul 18 gemi ve 35 bin 800 yolcu ile liderliğini korurken, Kuşadası ve İzmir Alsancak limanları onu takip etti. Bu dağılım, Türkiye'nin sadece tek bir destinasyona bağlı kalmadan çok merkezli bir kruvaziyer ağı oluşturduğunu gösteriyor. 15–22 Nisan Turizm Haftası yaklaşırken, sektör temsilcileri de açıklanan verileri değerlendirmeye başladı. Türkiye'nin kruvaziyer turizmde yeniden güçlü bir oyuncu haline geldiğini vurgulayan Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, "Türkiye'nin turizmde yakaladığı ivme kruvaziyer tarafından da çok net hissediliyor. Artık sektörde sadece destinasyon olmak yeterli değil; güvenlik, operasyonel istikrar ve sürdürülebilirlik

belirleyici kriterler haline geldi. Türkiye bu üç alanda da öne çıkan nadir ülkelerden biri." değerlendirmesinde bulundu. Çavuşoğlu, 2025 yılında 2,1 milyonu aşan kruvaziyer yolcu sayısının ardından 2026 hedefinin 3 milyon yolcu olduğunu belirterek, mevcut artış trendinin bu hedefi desteklediğini ifade etti. Küresel gelişmelerin kruvaziyer rotalarını yeniden şekillendirdiğine dikkat çeken Çavuşoğlu, şirketlerin artık daha güvenli ve öngörülebilir destinasyonlara yöneldiğini belirtti. Türkiye'nin bu noktada hem coğrafi avantajı hem de güçlü liman altyapısı ile öne çıktığını vurgulayan Çavuşoğlu, "Türkiye artık sadece bir uğrak noktası değil, aynı zamanda stratejik bir kruvaziyer merkezi konumuna geliyor" dedi. Kruvaziyer turizminin etkisi yalnızca yolcu sayılarıyla sınırlı kalmıyor. Kısa süreli ziyaretlerine rağmen yüksek harcama eğilimi gösteren kruvaziyer turistleri; yeme-içme, alışveriş, ulaşım ve tur hizmetleri başta olmak üzere birçok sektöre doğrudan katkı sağlıyor. Bu durumun liman şehirlerinde ciddi bir ekonomik hareketlilik yarattığını belirten Çavuşoğlu, kruvaziyer turizminin Türkiye için güçlü bir döviz girdisi oluşturduğunu ve turizm gelirlerinin çeşitlenmesinde stratejik rol üstlendiğini ifade etti. Kruvaziyer turizminin bir diğer önemli katkısı ise sezonun genişletmesi. Artık seferlerin yılın farklı dönemlerine yayılması, turizmi sadece yaz aylarına sıkışan bir yapıdan çıkararak daha dengeli bir modele dönüştürüyor.

## Lufthansa, Münih-İstanbul seferlerine yeniden başladı

Almanya'nın milli bayrak taşıyıcı hava yolu şirketi Lufthansa, operasyonel nedenlerle yaklaşık 10 yıl önce ara verdiği Münih-İstanbul uçuşlarını yeniden başlattı. Havacılık dünyasında "connectivity" (bağlanabilirlik) açısından kritik öneme sahip olan bu rota, haftanın 7 günü karşılıklı olarak operasyon merkezleri arasında köprü kuracak. Yeni

seferlerin, Türkiye ile Avrupa arasındaki hava trafiğini güçlendirmenin yanı sıra, Münih üzerinden gerçekleştirilecek aktarmalı uçuşlar için de yolculara geniş bir yelpaze sunması bekleniyor. Lufthansa, yaklaşık 10 yıl önce İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan günde iki kez gerçekleştirdiği Münih seferlerini durdurma kararı almıştı



## SunExpress ile Antalya'dan Memmingen'e direkt uçuşlar başladı



Türk Hava Yolları ve Lufthansa'nın ortak kuruluşu SunExpress, Antalya'dan Almanya'nın Memmingen şehrine direkt uçuşlarını başlattı. Haftada beş sefer ile

başlayan yeni hat, yolculara Almanya'nın güneyine hızlı, konforlu ve kolay erişim imkânı sunuyor. Antalya – Memmingen uçuşları haftada beş gün; Pazartesi, Salı, Çarşamba, Cuma ve Pazar günleri gerçekleştiriliyor. Seferler, 11 Mayıs – 24 Haziran ile 3 Ağustos – 20 Eylül 2026 tarihleri arasında haftanın her günü gerçekleştirilecek. Almanya'nın Bavyera eyaletinde yer alan Memmingen, tarihi dokusu, iyi korunmuş eski şehir merkezi ve Alpler'e yakın konumuyla öne çıkıyor. Gotik ve Barok mimarinin izlerini

taşıyan yapıları ve renkli meydanlarıyla dikkat çeken şehir, özellikle kısa süreli seyahatler için ideal bir alternatif sunuyor. Memmingen, Münih başta olmak üzere güney Almanya'daki önemli şehirlere yakın konumuyla kolay ulaşım imkânı sağlarken, Alpler'e olan yakınlığı sayesinde doğa tutkunları için yürüyüş, kayak ve açık hava aktiviteleri açısından da cazip bir başlangıç noktası sunuyor.

## Global Ports Holding Meksika'ya adım attı

Global Yatırım Holding bağlı kuruluşu ve portföyündeki 4 kıtada 20 ülkeden 35 kruvaziyer limanı ile her yıl 22 milyondan fazla yolcuya hizmet veren dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH), Meksika'ya da adım atıyor. Acapulco Kruvaziyer Limanı'nı portföyüne ekleyen Global Ports Holding, limanda kruvaziyer operasyonlarını geliştirmek, yolcu akışını iyileştirmek ve ziyaretçi deneyimini üst seviyeye çıkarmak amacıyla aşamalı yatırımlar gerçekleştirilmeye başlandı. Acapulco Kruvaziyer Limanı ile birlikte Meksika'ya adım atmanın kendileri için önemli bir kilometre taşı olduğunu vurgulayan Global Ports Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mehmet Kutman, "Acapulco, zengin bir geçmişe ve bölgesel kruvaziyer pazarında güçlü bir potansiyele sahip bir destinasyon. ASIPONA ve yerel paydaşlarla yakın iş birliği içinde çalışarak bu potansiyeli ortaya çıkarabileceğimize ve bölgede kruvaziyer turizminin gelişimine katkı sağlayabileceğimize inanıyoruz" dedi. Global Yatırım Holding bağlı kuruluşu ve portföyündeki 4 kıtada 20 ülkeden 35 kruvaziyer limanı ile her yıl 22 milyondan fazla yolcuya hizmet veren dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH), Meksika'ya da adım attı. Ülkenin ilk limanı olma özelliği ile öne çıkan Acapulco Kruvaziyer Limanı açılan 24 yıllık işletme imtiyazı ihalesinde Global Ports Holding tercih edilen teklif sahibi olarak seçildi. İhale, Administration of the National Port System Acapulco (ASIPONA) tarafından

gerçekleştirildi. Global Ports Holding, toplam 17.199 metrekaarelik imtiyaz alanı içerisinde yer alan kruvaziyer terminalini işletmeyi ve geliştirmeyi planlıyor. Proje kapsamında, kruvaziyer operasyonlarını geliştirmek, yolcu akışını iyileştirmek ve ziyaretçi deneyimini üst seviyeye çıkarmak amacıyla aşamalı yatırımlar gerçekleştirilecek. Global Ports Holding, küresel liman ağı, ticari uzmanlığı ve önde gelen kruvaziyer hatlarıyla kurduğu güçlü ilişkilerden yararlanarak Acapulco'daki kruvaziyer turizminin büyümesine destek olmayı ve destinasyonun uzun vadeli gelişimine katkı sağlamayı hedefliyor. İmtiyaz sözleşmesinin imzalanmasının ardından Global Ports Holding'in operasyonlara yılın ikinci çeyreğinde başlaması öngörülmüyor. İmtiyaz sözleşmesi kapsamında planlanan geliştirmelerle birlikte limandaki tesislerin modernize edilmesi ve kruvaziyer yolcularına yönelik yeni ticari ve sosyal alanların oluşturulması öngörülmüyor. Ayrıca Global Ports Holding, kruvaziyer hatları ve yerel paydaşlarla yakın iş birliği içinde çalışarak yeni destinasyon deneyimleri ve kıyı aktiviteleri geliştirmeyi, böylece Acapulco'nun Pasifik / Meksika Rivierası kruvaziyer rotaları üzerindeki cazibesini artırmayı planlıyor. Global Ports Holding'in planladığı yatırımlara paralel olarak ASIPONA'nın da kamu kaynaklarıyla 350 metre uzunluğunda yeni bir rıhtım inşa etmesi bekleniyor. İnşaat tamamlandığında bu rıhtım imtiyaz alanının bir parçası olacak. Yeni rıhtımın 2027 yılının ilk çeyreğinde tamamlanması planlanıyor. Global Ports



Holding ve ASIPONA'nın gerçekleştireceği bu yatırımlar sayesinde Acapulco'nun, Amerika kıtasının batı kıyısı boyunca uzanan kruvaziyer rotalarında önemli bir transit destinasyon olarak konumunu güçlendirmesi bekleniyor. Acapulco, Meksika'nın en ikonik kruvaziyer destinasyonlarından biri olmasının yanında ülkenin ilk limanı olarak denizcilik tarihinde önemli bir yere sahip. Acapulco Kruvaziyer Limanı ile birlikte Meksika'ya adım atmanın kendileri için önemli bir kilometre taşı olduğunu vurgulayan Global Ports Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mehmet Kutman, "Bu liman Meksika'daki ilk limanımız olması açısından büyük önem taşıyor. Acapulco, zengin bir geçmişe ve bölgesel kruvaziyer pazarında güçlü bir potansiyele sahip bir destinasyon. ASIPONA ve yerel paydaşlarla yakın iş birliği içinde çalışarak bu potansiyeli ortaya çıkarabileceğimize ve bölgede kruvaziyer turizminin gelişimine katkı sağlayabileceğimize inanıyoruz. Acapulco'yu ziyaret eden kruvaziyer yolcularına yüksek kaliteli bir deneyim sunmak için liman altyapısını geliştirmek üzere iş ortaklarımız ve yerel toplulukla birlikte çalışmayı sabırsızlıkla bekliyoruz" dedi.

## Bentour'dan kadın turizmcilere güçlü buluşma



Bentour Reisen, MACHERINNEN #Touristik organizasyonunun ana sponsoru ve düzenleyicisi olarak Almanya ve Türkiye'den turizm profesyoneli kadınları Antalya'da bir araya getirdi. "We rise by lifting others" (Başkalarını yükselterek yükseliriz) mottosuyla 9-13 Nisan 2026 tarihleri arasında düzenlenen etkinlik, turizm sektöründe kadınlar arasında diyalog, karşılıklı destek ve uluslararası ağ kurmanın önemine güçlü bir vurgu yaptı.

Reiseland'dan Anna Schwingenschlög tarafından başlatılan Macherinnen inisiyatifi, kısa sürede sektör içinde etkili bir ağ platformuna dönüşmüştür. Bu seyahat de söz konusu yapının uluslararası ölçekte güçlenmesine katkı sağladı. Almanya'dan 17 katılımcının yer aldığı organizasyon, klasik bir info gezisinin çok ötesine geçerek kişisel diyalog ve kalıcı iş bağlantılarını merkeze alan bir yapıya dönüştü. Katılımcılar, otel ve destinasyon deneyiminin yanı sıra ürün kalitesi, misafirperverlik ve iş birliklerinin turizmdeki belirleyici rolünü sahada gözlemlene fırsatı buldu. Etkinlik kapsamında Barut Hotels ve NG Phaselis Bay ev sahipliği yaparak profesyonel bilgi paylaşımı ve samimi bir iletişim ortamı sağladı. Saha organizasyonunda Barut Hotels'ten Samuray Önen ile NG Phaselis Bay'den Jülide Utku'nun katkıları öne çıktı. Bentour Reisen Almanya CEO'su Songül Göktas-Rosati, organizasyonun temel

yaklaşımını şöyle özetledi: "Kadınların yalnızca destinasyonları tanımak için değil, gerçek bağlar kurmak ve yeni fırsatlar yaratmak için bir araya gelmesi bizim için büyük önem taşıyor." Bentour Reisen'in kadın liderliğine verdiği önem, şirket yapısında da somut şekilde görülmektedir. Antalya'daki Bentour Reisen A.Ş., iki kadın genel müdür — Deniz Erdem ve Zühal Ergun — tarafından yönetilmektedir. Bu yapı, şirketin çeşitlilik ve kapsayıcılığı yalnızca bir söylem olarak değil, kurumsal kültürünün temel yapı taşlarından biri olarak benimsediğinin en güçlü göstergesidir. Şirketin kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Kadir Uğur için de kadın liderlerinin desteklenmesi büyük bir anlam taşımaktadır. MACHERINNEN #Touristik organizasyonu, Bentour Reisen'in kendisini yalnızca bir tur operatörü olarak değil; pazarlar, iş ortakları ve insanlar arasında köprü kuran insan odaklı bir yapı olarak konumlandığığının somut bir yansımasıdır.

## Çelebi Havacılık, THY iş birliğiyle Asya-Pasifik'teki operasyonlarını güçlendiriyor

Yer ve kargo hizmetleri alanında küresel ölçekte faaliyet gösteren Çelebi Havacılık, Türk Hava Yolları ile gerçekleştirdiği yeni iş birliği kapsamında, Endonezya'nın iki ana havacılık merkezi olan Bali I Gusti Ngurah Rai Uluslararası Havalimanı (DPS) ve Jakarta Soekarno-Hatta Uluslararası Havalimanı (CGK)'ndaki faaliyetlerini genişletmeye hazırlanıyor. 1 Nisan 2026 itibarıyla başlayan operasyonlar, Çelebi Havacılık'ın bölgedeki büyüme ivmesini güçlendirirken, küresel havacılık ekosistemindeki konumunu daha görünür ve etkili hale getiriyor. Havacılık sektöründe 65 yılı aşkın deneyimiyle üç kıtada faaliyet gösteren Çelebi Havacılık, söz konusu iş birliği kapsamında her iki istasyonda da yolcu hizmetleri, rampa hizmetleri, uçuş operasyonları ve güvenlik hizmetleri sunacak. Türk Hava Yolları'nın halihazırda Jakarta'da haftalık 7, Bali'de ise 12 frekans olarak planlanan uçuşları, önümüzdeki dönemde sırasıyla 10 ve 14 sefere çıkarılacak. İstanbul-Jakarta-İstanbul ve İstanbul-Bali-İstanbul hatlarında gerçekleştirilecek bu uçuşlar kapsamında, Çelebi Havacılık'ın yıllık yaklaşık 1.000 uçuş operasyonunu yönetmesi ve yıllık 650 bin yolcuya hizmet vermesi öngörülmüyor. Türk Hava Yolları'nın portföye dahil edilmesi, Çelebi Havacılık'ın Endonezya operasyonları açısından önemli bir eşik olarak öne çıkıyor. Şirketin uluslararası pazardaki konumunu güçlendiren bu iş birliği, aynı zamanda diğer

global havayolları için de güçlü bir referans ve güven unsuru oluşturuyor. Çelebi Havacılık, bu adımla birlikte bölgedeki operasyonel ölçeğini büyütürken, uluslararası pazar payını artırma hedefini de destekliyor. Jakarta, Endonezya'nın başkenti ve iş dünyasının merkezi olarak yüzlerce farklı destinasyona bağlantı sağlayan kritik bir merkez konumunda yer alır; Bali ise ülkenin en önemli turizm kapısı ve küresel ölçekte öne çıkan bir tatil destinasyonu olarak dikkat çekiyor. Bu iki önemli merkezde sunulacak hizmetler hem iş hem turizm odaklı yolcu trafiğinin etkin ve kesintisiz şekilde yönetilmesine katkı sağlayacak. Çelebi Havacılık, Türk Hava Yolları operasyonlarında tamamen elektrikli ekipman kullanarak sürdürülebilirlik odağını sahaya taşımaya devam ediyor. Karbon emisyonlarının azaltılmasına katkı sağlayan bu uygulamalar, çevre dostu havalimanı hedefleriyle uyumlu bir operasyon modeli sunuyor. Şirketin yolcu deneyimi yaklaşımı ise güvenlik, operasyonel mükemmeliyet ve hizmet kalitesini odağına alıyor. Çelebi Havacılık ekipleri, her iki havalimanında da operasyonel süreçlerin sorunsuz ilerlemesini sağlayarak, Türk Hava Yolları yolcularına güvenli, zamanında ve konforlu bir seyahat deneyimi sunmayı hedefliyor. Çelebi Havacılık Endonezya Genel Müdürü Andy Dias ise konuyla ilgili şunları söyledi: "Türk Hava Yolları ile başlattığımız bu iş birliği, Endonezya'daki operasyonlarımızın



ulaştığı olgunluk seviyesini ve uluslararası havayolları nezdinde oluşturduğumuz güveni yansıtmaya açısından son derece kıymetli. Bali ve Jakarta'da daha önce devreye aldığımız operasyonlarla birlikte bölgede güçlü bir operasyonel altyapı ve deneyim oluşturduk. Bugün geldiğimiz noktada, bu birikimi global ölçekte önde gelen bir havayolu ile iş birliğine dönüştürmekten memnuniyet duyuyoruz. Endonezya'da ilk kez, geniş gövdeli bir uçağın tüm yer hizmetleri süreçleri, tamamen elektrikli yer hizmet ekipmanlarıyla gerçekleştirilecek; bu uygulama, ülkede sürdürülebilir havacılık adına yeni bir standart belirleyecek. Bu iş birliğinin, Endonezya'daki hizmet kapsamımızı genişletmenin yanı sıra uluslararası pazardaki konumumuzu daha da güçlendireceğine inanıyoruz. Yerel ekiplerimizin yetkinliği, operasyonel mükemmeliyet yaklaşımımız ve sürdürülebilir hizmet modelimizle, Türk Hava Yolları yolcularına güvenli, zamanında ve yüksek standartlarda bir seyahat deneyimi sunmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda bu iş birliğinin, bölgede yeni havayolu iş ortaklıkları için de güçlü bir referans oluşturacağına inanıyoruz."

## ENUYGUN Kurumsal ile iş seyahatlerinde dijital ve merkezi yönetim

Türkiye'nin lider seyahat platformu ENUYGUN.com, kurumsal seyahat süreçlerini uçtan uca dönüştürmeyi hedeflediği yeni ürünü ENUYGUN Kurumsal'ı hayata geçirdi. Şirketlerin uçuş, konaklama ve araç kiralama operasyonlarını tek panel üzerinden daha hızlı ve kontrollü yönetmesine olanak tanıyan platform, KOBİ'lerden büyük ölçekli şirketlere kadar firmaların operasyonel yükünü azaltırken maliyetlerini de optimize etmeyi amaçlıyor. Gerçek zamanlı, ölçeklenebilir ve şeffaf bir altyapıya sahip olan ENUYGUN Kurumsal, şirketlere özel anlaşmalı fiyatların tanımlanmasına olanak sağlıyor. Platform; onay mekanizması, seyahat politikası ve yetkilendirme süreçlerini tek sistemde toplayarak kurumsal hafızayı güçlendirirken operasyonel sürekliliği de garanti altına alıyor. Departman ve kullanıcı bazlı detaylı raporlama özellikleri sayesinde yöneticiler, seyahat harcamalarını anlık olarak takip edebiliyor; bütçe kullanımını şeffaf biçimde analiz edebiliyor ve tasarruf fırsatlarını net şekilde görebiliyor. Wingie Enuygun Group Kurucu Ortağı ve CEO'su Çağlar Erol, yeni platformla ilgili yaptığı açıklamada şunları söyledi: "ENUYGUN Kurumsal ile Türkiye'de kurumsal seyahat süreçlerini daha verimli, daha şeffaf ve daha kontrol edilebilir hale getirmeyi aynı zamanda kurumsal seyahat yönetimine yeni bir

standart kazandırmayı amaçladık. KOBİ'lerden büyük ölçekli şirketlere kadar her segmentin ihtiyacına yanıt veren platformumuzla mobil ve web üzerinden hızlı ve kullanıcı dostu bir deneyim sunuyoruz. ENUYGUN Kurumsal'ın sunduğu esnek ve ölçeklenebilir yapı ile şirketlerin seyahat yönetimini kolaylaştırırken maliyetlerini de optimize etmelerine katkı sağlıyoruz. Bu alanda Türkiye'nin lider kurumsal seyahat çözüm sağlayıcısı olmayı hedefliyoruz." Platformun kısa sürede ulaştığı başarıya dikkat çeken ENUYGUN Genel Müdür Yardımcısı Orkun Özkan "Bugün sistemimizde 13 bini aşkın kurumsal hesap sahibi şirkete hizmet veriyoruz. Bireysel kullanıcı deneyimini, kurumsal politika ve onay mekanizmalarıyla bir araya getirerek hem kullanıcı memnuniyetini artırıyor hem de şirketlerin disiplin ve kontrol ihtiyaçlarını karşılıyoruz. Geliştirdiğimiz platform ile seyahat harcamalarını merkezi, denetlenebilir ve şeffaf bir modele dönüştürmeyi amaçladık. Kurumsal anlaşmalar ve özel fiyatlandırmalar sayesinde şirketler önemli maliyet avantajı elde ediyor". dedi. Hizmetin gerçek zamanlı, ölçeklenebilir ve şeffaf altyapıya sahip olduğunu, şirketlere özel anlaşmalı fiyatların tanımlanabildiğini vurgulayan Özkan, standart ücretlerin ötesinde avantajlı çözümler sunduklarını ifade ederek sözlerine şöyle devam etti: "Tüm onay, politika ve yetkilendirme



süreçlerinin sistem içinde yönetilmesinin kurumsal hafızayı güçlendirirken operasyonel sürekliliği de güvence altına alıyor. ENUYGUN Kurumsal, şirketlerin tüm seyahatlerini tek panelden izleyebilmesine olanak sağlarken; departman ve kullanıcı bazlı detaylı raporlama ile denetim ve bütçe kontrolünü de kolaylaştırıyor. Bu sayede yöneticiler, harcama kalemlerini anlık olarak takip edebilirken, seyahat bütçesinin nasıl şekillendiğini ve elde edilen tasarrufu şeffaf biçimde analiz edebiliyor." ENUYGUN Kurumsal; Türkiye pazarına özel geniş tedarik ağı, hızlı kurulum ve maliyet avantajı ile global rakiplerinden ayrışıyor. Geleneksel seyahat yönetiminde yoğun kullanılan e-posta ve telefon trafiğinin yerine, tüm süreçlerin tek panel üzerinden yönetildiği dijital ve sistematik bir yapı sunuyor. Şirketler, platform üzerinden kolayca kayıt oluşturabiliyor, çalışanlarını sisteme dahil ederek tüm seyahat süreçlerini merkezi olarak yönetebiliyor. Dijital seyahat politikaları, otomatik onay mekanizmaları ve bütçe limitleri sayesinde süreçler hızlanıyor hem de standart hale geliyor.

## Değişen turizm trendleri: Tarım turizmi

Son yıllarda, insanların doğayla iç içe olma isteğinin artması ve insanların yeniden toprağa yönelmesiyle turizm sektörü önemli bir dönüşüm geçiriyor. Kent yaşamından sıkılan, doğadan kopuk olarak yaşayan insanlar köylere ve çiftliklere seyahat etmek istiyor. Bu kapsamda, insanların doğayla iç içe olabileceği ve toprakla baş kurabileceği alternatif turizm türleri gelişti. Gelişen alternatif turizm türlerinden biri de tarım turizmi (agro-turizm). Tarım turizmi, turistlerin çiftliklerde konakladığı, tarımsal faaliyetlere katılıp toprak ve kırsal yaşamla iç içe oldukları bir turizm türü. Tarım turizmi, insanların tarımsal üretimini olduğu bölgelere gerçekleştirdikleri ziyaretleri ve geçici olarak bu bölgelerde konaklamalarını kapsayan bir süreç. Diğer bir ifadeyle, tarım turizmi, bir tarımsal alanda veya bir çiftlikte dinlenme, keşfetme, öğrenme amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin tümü. Tarımsal üretimin yoğun olduğu yörelerde gerçekleştirilen tarım turizmi, tarımsal faaliyetleri engellemeden kırsal alanlarda yaşayan insanlara ek gelir kaynağı sağlıyor. Tarım turizmi (Agro-turizm) kavramının kökenine bakıldığında, tarım ve turizmi kavramlarını barındırdığını görmekteyiz. Tarım turizminde, tarımsal üretimin turizm ile yer değiştirmesi yerine turizm ile bütünleştirilmesi hedeflenmektedir. Tarım turizminin amacı, tarımla uğraşan ailelere istihdam sağlamak ve gelecek nesiller için tarım arazilerini korumak. Tarım turizmi ile kırsal alanların yerel kültürü, mimarisi ve yerel mutfağı korunup yaşatılıyor. Aynı zamanda tarım turizmi, turistlerin toprakla ve doğa ile baş kurmasına olanak sağlıyor. Tarım turizmi, ata binmek, balık tutmak, kuş gözlemciliği, ormanda gezinti gibi açık havada yapılan etkinlikleri; ekmek pişirmek, zeytin toplamak gibi eğitici deneyimleri; çiftliklerde veya köy evlerinde konaklama gibi hizmetleri de içermektedir. Turistler, yerel ürünlerin nasıl korunduğu ve hasat edildiği, sebze ve meyvelerin nasıl yetiştirildiği, peynir, reçel, pekmez gibi

ürünlerin nasıl yapıldığı gibi farklı deneyimleri öğrenebilmek için tarım turizmine ilgi gösteriyor. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarım turizminin gelişmesine önem veriyor. Yoksullukla mücadele eden birçok köy tarım turizmi sayesinde kalkınabiliyor. Bu sayede kırsal alanlardan kentlere olan göçler engelleniyor. Tarım turizmi, kırsal alanlarda yaşam kalitesinin iyileştirilmesine ve tarımsal üretimin korunmasına katkı sağlıyor. Ayrıca tarım turizmi, halı, kilim, el sanatları gibi yöresel ürünlerin üretimini de destekleyerek geleneksel ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına destek oluyor. Tarım turizmi, yaklaşık olarak 30 yıl önce Yunanistan'da başladı. Yoksullukla mücadele eden pek çok köy, kooperatifler oluşturup devlet desteği ile tarım turizmine başladı. Yerel kültürleri ve değerlerini yaşatabilmek için çeşitli çalışmalar yapıldı. Yerel mimari korunarak evler pansiyonlara dönüştü ve yerel yemeklerin yapıldığı restoranlar kuruldu. Yunanistan'da kırsal alanların turizme açılmasıyla pek çok köy kalkınarak yoksulluktan kurtuldu. Bu sayede ülke turizmi de büyük gelişim gösterdi. İtalya'da tarım turizmi: İtalya'da tarım turizmi, 1980 yılından itibaren büyük gelişim gösterdi. Günümüzde tarım turizmi faaliyetleri, İtalya Hükümeti tarafından desteklenip teşvik ediliyor. İtalya'nın güney kesimi daha çok tarımsal faaliyetler ile geçimini sağlıyor. 1960-1980 yılları arasında pek çok insan tarım faaliyetlerini bırakıp kentsel alanlara göç etti. Bunun üzerine Ulusal Tarım ve Turizm Derneği kuruldu ve bu dernekle birlikte tarım turizmi kavramı ortaya çıktı. O dönemde, kırsal alanlardan kentlere olan göçlerin önlenmesi için çiftlik evlerinin odalarının kiralınması, çiftlik ürünlerinin tanıtılıp satışa sunulması hedeflendi. Tarım turizmi sayesinde kırsal alanlardan kentlere olan göçlerin azaldığı tespit edildi. İtalya'da çiftlik sayılarının artışı, tarım turizmine oldukça fazla önem verildiğini göstermektedir. İtalya'da tarım turizmine katılan insanların çoğunluğunu



aileler oluşturuyor. Türkiye'de tarım turizmi: TaTuTa Projesi: Türkiye, doğal ve kültürel varlıklar ile tarım arazilerinin zenginliği ile alternatif turizm seçenekleri açısından büyük potansiyele sahip. Türkiye'de tarım turizminin teşvik edilmesi amacıyla geliştirilen önemli projelerden biri, TaTuTa (Tarım Turizm Takas) Projesi. Buğday Derneği tarafından geliştirilen projenin adı, Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi Tecrübe Takası. Bu projenin amacı, Türkiye'de ekolojik tarımla geçimlerini sağlayan çiftçi ailelere gönüllü işgücü, maddi ve bilgi desteği sağlamak, ekolojik tarımı teşvik etmek ve toprakla baş kurmak isteyen insanları toprakla buluşturmak. 2003 yılında 25 ev sahibi ile başlayan TaTuTa Projesi, günümüzde pek çok çiftliğin projeye dahil olmasıyla faaliyetlerine devam ediyor. Çiftlikleri ziyaret eden gönüllüler hem çiftçilere işgücü olarak destek oluyor hem de toprakla baş kurarak çeşitli çiftlik faaliyetlerini deneyimleme fırsatı buluyor. Tarım ve turizm sektörleri birbirinden bağımsız gözükse de birbirini destekleyen iki sektör. Tarım ve turizmi birbirine entegre eden tarım turizmi, tarımsal üretimin yapıldığı kırsal bölgelerde yerel halkın kalkınmasına katkı sağlıyor. Ayrıca kırsal alanlarda tarımsal üretimlerin, yerel kültürün, gelenek ve göreneklerin ve yerel mutfağın sürdürülebilmesine de destek oluyor. Ayrıca toprakla ve doğa ile baş kurmak isteyen, tarımsal üretim ve faaliyetleri deneyimlemek isteyen insanlar, tarım turizmi sayesinde hem dinleniyor hem de doğayı keşfedip öğreniyor.

## Qatari Diar şirketi Mısır'da 830 milyon dolarlık otel yatırımına başlıyor

Tüm dünya İran ile ABD-İsrail arasındaki çatışmalara yoğunlaşmışken, bölge ülkeleri de saldırılardan nasibini alıyor. BAE, Suudi Arabistan, Bahreyn ve Kuveyt'in yanı sıra Katar'da da ABD üsleri hedefler arasında. Bir ayı geçen çatışmaların küresel yansımaları yüzlerce milyar dolarlık bir tsunami yaratmış durumda. Uçuşların durduğu bölgede, bir yandan ekonomik faaliyetler de devam ediyor. Türkiye'de 2.7 milyar dolarlık projesi bulunan Katar'ın en büyük gayrimenkul geliştirme şirketi Qatari Diar, savaşın ortasında dev bir yatırım açıkladı. 557 milyar dolarlık varlığıyla dünyanın en büyük egemen fonlarından olan Qatar Investment Authority'nin (Katar Yatırım Otoritesi) gayrimenkul iştiraki olan Qatari Diar, önümüzdeki dört yıl içinde Kahire'nin

doğusunda ve Şarm El Şeyh'te otel inşa etmek için 45 milyar Mısır poundu (830 milyon dolar) yatırım yapmayı planladığını açıkladı. Katarlı dev, Kahire'nin doğusundaki Beşinci Yerleşim bölgesinde CityGate projesi kapsamında toplam 1.000 odalı dört otel inşa etmeyi planlıyor. Planlamada dört otel, küresel otelcilik markalarıyla ortaklık kurulacak, geliştirilecek ve toplam yatırımın 20 milyar Mısır poundu olması bekleniyor. Qatari Diar'ın Mısır'da 64 milyon metrekarelik bir arazi rezervi bulunuyor. Bu arazinin 8 milyon metrekarelik kısmını geliştirmiş olan şirket, önümüzdeki üç yıl içinde geliştirilen alanı 18 milyon metrekareye çıkarmayı hedefliyor. Genişleme planları, geliştiricinin Şarm El Şeyh'te lüks bir otel kompleksi için fizibilite çalışmalarını



tamamlamak üzere olduğu Mısır'ın Kızıldeniz kıyılarına kadar uzanıyor. 470 bin metrekarelik bir alanı kapsayan projenin maliyeti 350 milyon ila 500 milyon dolar arasında olacak. Çalışmaların 18 ay içinde tamamlanması ve inşaatın 2027 yılında başlaması bekleniyor. Qatari Diar, Türkiye'nin yakından tanıdığı körfez merkezli gayrimenkul şirketlerinden biri. Türk şirketi Kuzu Grup ortaklık yapan Qatari Diar, İstanbul Ataköy sahilinde inşa edilen SeaPearl Ataköy projesi için toplamda 2 milyar 700 milyon dolarlık yatırımı hayata geçirdi.

## Club Med Borneo Kasım 2026 itibarıyla misafirlerini ağırlamaya başlayacak

Club Med, deneyim odaklı tatil anlayışını yeniden şekillendirdiği destinasyonlarına bir yenisini daha ekliyor. Markanın Malezya'daki yeni tesisi Club Med Borneo, rezervasyonlarını açarak doğayla iç içe, rafine ve çok katmanlı bir kaçışın kapılarını aralıyor. Kasım 2026 itibarıyla misafirlerini ağırlamaya başlayacak olan tesis, Club Med'in Malezya'daki ikinci adresi olmasının yanı sıra, Asya Pasifik bölgesindeki ilk büyük ölçekli, BREEAM sertifikalı sürdürülebilir sahil tesisi olma özelliğini taşıyor. Club Med CEO'su Stéphane Maquaire, yeni açılışı şu sözlerle değerlendiriyor: "Club Med Borneo, global büyüme stratejimiz açısından önemli bir kilometre taşı. Güneydoğu Asya'daki büyümemizi sürdürürken, premium deneyimi çevresel sorumluluk anlayışıyla bir araya getiren destinasyonlar yaratmaya devam ediyoruz." Kuala Penyu'da, Güney Çin Denizi kıyısında konumlanan Club Med Borneo; bir yanda yağmur ormanlarının yoğun yeşili, diğer yanda tropikal denizin sonsuz mavisi arasında benzersiz bir atmosfer sunuyor. Kota Kinabalu Havalimanı'na yaklaşık 90 dakika mesafede bulunan tesis, Brunei'den de yaklaşık dört saatlik kara yolculuğuyla ulaşılabilir. Tesisin mimari dili ise bulunduğu coğrafyanın ruhunu yansıtıyor. Bölgeye özgü geleneksel Rumah Rungus evlerinden ilham alan tasarım, büyük bir ahşap pavyon etrafında şekilleniyor. Şelaleler ve tropikal bitki örtüsüyle çevrili bu yapı, doğayla rekabet etmek yerine onunla uyum içinde var oluyor. Gün batımında ortaya çıkan sıcak amber tonları ise Borneo'nun ikonik gün batımını mekânın içine taşıyor. Club Med Borneo'da konaklama, deneyimin ayrılmaz bir parçası olarak kurgulanıyor. Toplam 400 oda ve 39 özel süitlen oluşan tesis, farklı

beklentilere hitap eden alternatifler sunuyor. Daha ayrıcalıklı bir konaklama arayan misafirler için tasarlanan "Mutia Exclusive Collection" alanı ise özel lounge, ayrı havuz ve Bayu Bar ile tesis içinde daha sakin ve izole bir "tesis içinde tesis" deneyimi yaratıyor. Gastronomi tarafında ise günün farklı anlarına yayılan zengin bir deneyim öne çıkıyor. Dünya mutfağı ve yerel tatları bir araya getiren ana restoran Alam, dört farklı atmosferde servis sunarken; Laut, daha rafine bir akşam yemeği deneyimi için tasarlanmış özel restoranıyla dikkat çekiyor. Tesisin sosyal merkezi niteliğindeki Pasir Bar'da ise tropikal kokteyller eşliğinde gün batımı izlenebiliyor. Club Med Borneo, yalnızca dinlenmek isteyenler için değil, farklı tempolarda bir tatil arayanlar için de geniş bir deneyim alanı sunuyor. Ufuk çizgisiyle birleşen sonsuzluk havuzu, ailelere özel Splash Park alanı, 4 aylıktan 17 yaşına kadar farklı yaş gruplarına hitap eden çocuk kulüpleri ve akşamları ana tiyatrodaki gerçekleşen sirk gösterileri ile müzik performansları, her yaşa uygun bir ritim yaratıyor. Daha sakin bir deneyim arayanlar için ise tropikal ormanın içinde konumlanan SPA alanı, ayrı ayrı tasarlanmış kulüpleri ve doğayla iç içe bakım odalarıyla öne çıkıyor. Club Med Borneo'yu farklı kılan en önemli unsur ise bulunduğu coğrafyayı deneyimin merkezine yerleştirilmesi. Mangrov rezervinin yanında konumlanan tesis, misafirlerini yalnızca Borneo'nun doğasını izlemeye değil, onunla bağ kurmaya davet ediyor. Yerel seramik atölyeleri, bölge mutfağını keşfetmeye yönelik workshop'lar ve geleneksel dans performansları, Sabah kültürünü daha yakından deneyimleme imkânı sunuyor. Tesisin düzenlediği özel rotalar ise Borneo'yu



keşfetmenin farklı yollarını sunuyor. Mari-Mari Kültür Köyü'nde bölgenin yerel topluluklarını yakından tanımak, Kota Kinabalu'nun en otantik pazarı olan Central Market'i keşfetmek, Pulau Tiga'nın berrak sularında snorkel yapmak ve doğal çamur volkanında bakım deneyimi yaşamak ya da nehir safarisinde Borneo'nun simgesi olan hornbill kuşlarını ve endemik proboscis maymunlarını gözlemlemek bu deneyimlerin arasında yer alıyor. 17 hektarlık bir alan üzerine kurulan Club Med Borneo, sürdürülebilirliği yalnızca bir tasarım tercihi olarak değil, tüm operasyonun merkezinde konumlandırıyor. Club Med'in "Happy to Care" yaklaşımı doğrultusunda geliştirilen tesis; düşük yoğunluklu mimari planlamasıyla mangrovları ve kıyı ormanlarını korurken, tek kullanımlık plastikleri ortadan kaldırmayı hedefleyen "Bye-Bye Plastics" programını uyguluyor. Tesiste ayrıca karbon ayak izini azaltmak amacıyla kendi su şişeleme sistemi bulunuyor. Enerji verimliliği, doğal havalandırma, su tasarrufu ve yerel koruma kuruluşlarıyla yürütülen biyolojik çeşitlilik projeleri, Club Med Borneo'nun sürdürülebilirlik yaklaşımının temelini oluşturuyor. Bölge ekonomisine katkı sağlamayı da hedefleyen proje kapsamında, 350'den fazla doğrudan ve dolaylı istihdam yaratılması planlanırken, inşaat sürecinde 681 yerel çalışan projede görev aldı. Böylece Club Med Borneo, yalnızca yeni bir destinasyon değil; bulunduğu bölgeyle birlikte büyüyen ve gelişen uzun vadeli bir yatırım olarak öne çıkıyor.

## Room00 Next Gen Hospitality, Avrupa'da 330 milyon euro yatırım yapacak

Room00 Next Gen Hospitality, Güney Avrupa'daki genişlemesini hızlandırmak için 2026 yılında 330 milyon Euro'dan fazla yatırım yapmayı planladığını açıkladı. Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin Thp.news'in haberinden derlediği bilgilere göre, şirket yönetimi, önümüzdeki yıllarda 200 tesise ve 15.000 odaya ulaşmayı hedefliyor. Bu hedef doğrultusunda da İspanya, İtalya, Portekiz ve Birleşik Krallık genelinde 20 yeni tesis ve 1.421 oda eklenmesi planlanıyor. 330 milyon ila 420 milyon Euro arasında değer biçilen yatırım planı, Room00'ün önemli kentsel bölgelerdeki konumunu güçlendirecek. Yaklaşık 50 milyon ila 80 milyon Euro, Bloomsbury, Paddington, St Paul's ve Victoria'da beş yeni Londra tesisine yönlendirilecek ve yaklaşık 220 oda daha eklenecek. Toplam yatırımın 120 milyon ila 140 milyon Euro'su İtalya'ya, özellikle Roma, Floransa ve Milano'ya ayrılacak. Burada planlanan dört proje 334 yeni oda kazandıracak. Şirket yönetimi,

Portekiz'de ise Lizbon ve Porto'da 60 milyon ila 80 milyon Euro yatırım yapıp, üç tesiste yaklaşık 217 oda daha eklemeyi planlıyor. İspanya, Madrid, Barcelona, Valencia ve Malaga'da sekiz yeni tesis için ayrılan 100 milyon ila 120 milyon Euro ile temel pazar olmaya devam ediyor ve toplamda yaklaşık 650 oda kazandırılacağı belirtiliyor. 2025 yılında uluslararası yatırım fonu Kings Street liderliğinde gerçekleştirilen 400 milyon Euro'luk bir finansman turuyla desteklenen Room00, kentsel konaklama varlıklarının satın alınmasına ve yeniden konumlandırılmasına öncelik veriyor. Sermayenin yaklaşık yüzde 80'i mevcut hostellerin ve otellerin satın alınıp iyileştirilmesine, yüzde 20'si ise şehrin en gözde lokasyonlarındaki yeni projelere yönlendirilecek. Planlanan projelerin yıllık 750.000'den fazla potansiyel misafire hizmet verebilecek kapasiteyi artırması bekleniyor. Room00, tasarım, teknoloji ve esnek, merkezi konumlu mekanların bir karışımıyla, Y kuşağı



ve Z kuşağı gezginlerini hedefleyen yeni nesil bir kentsel konaklama grubu olarak konumlanıyor. Room00 Hostels, TOC Hostels, Room Select Hotels ve LETOH markaları, sosyal hostellerden butik ve yaşam tarzı otellerine kadar çeşitli konuk profillerine hizmet veriyor. Gayrimenkul yatırımını otel işletmeciliği ve marka geliştirme ile birleştiren şirket, merkezi konumdaki varlıkları verimli, deneyim odaklı tesislere dönüştürmeye odaklanıyor. Room00 Next Gen Hospitality şu anda 65'ten fazla faal veya geliştirme aşamasındaki varlığı yönetiyor. Şirket yönetimi, önümüzdeki dört yıl içinde bu ağı önemli ölçüde genişletmeyi hedefliyor.

## Ankara'da turizmin yeni vizyonu açıklandı

Ankara Turizm Derneğinin, başkent turizm potansiyelini güçlendirmeye yönelik yeni vizyonu tanıtıldı. Ankara'nın tarihsel birikimi, kültürel zenginliği ve gastronomi potansiyelini çağdaş turizm anlayışıyla yeniden konumlandırmayı hedefleyen Ankara Turizm Derneği (ATD), yeni vizyonunu kamuoyuyla paylaştı. Ankara'nın tarihsel birikimi, kültürel zenginliği ve gastronomi potansiyelini çağdaş turizm anlayışıyla yeniden konumlandırmayı hedefleyen Ankara Turizm Derneği (ATD), yeni vizyonunu kamuoyuyla paylaştı. Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi'nde gerçekleştirilen lansmanda, başkent turizmdeki rolünü güçlendirmeye yönelik hedefler ve dönüşüm vizyonu ele alındı. Burada konuşan Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürü Erhan Karakaya, "Yaklaşık 32 yıl sonra Türkiye, NATO Devlet Başkanları Zirvesi'ne ev sahipliği yapacak. Yaklaşık 40'ın üzerinde devlet başkanını misafir edecek şekilde hazırlık sürecimizi devam ettiriyoruz." ifadesini kullandı. Başkanlık turizm altyapısının güçlü olduğunu vurgulayan Karakaya, "Buna ev sahipliği yapma kapasitesine sahibiz. Konaklama altyapımızla, servis altyapımızla, hizmet altyapımızla, ulaşım altyapımızla İstanbul'dan belki de daha da iyi misafir edebilecek konumdayız" değerlendirmesinde bulundu. Karakaya, havaalanı metrosunun devreye alınmasının Ankara turizmine ve

kent içi ulaşımına önemli katkı sağlayacağını belirterek, başkent kültür, sağlık ve kongre turizmi açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu ifade etti. Turizmde gelişimin yalnızca kamu yatırımlarıyla sınırlı olmadığını vurgulayan Karakaya, bu sürecin özel sektör ve paydaşların katkısıyla ilerleyebileceğini, sektör temsilcilerinin yönlendirici rol üstlendiğini ve kamu kurumlarının da bu doğrultuda gerekli adımları attığını kaydetti.

### Bu yolculuğu birlikte büyütelim

ATD Kurucu Başkanı Berker Bülbüloğlu ise Ankara'nın turizmde önemli bir potansiyele sahip olduğunu belirterek, derneğin bu potansiyeli daha görünür kılmak ve başkent turizmde hak ettiği noktaya taşımak amacıyla kurulduğunu ifade etti. Derneğin turizm paydaşlarını ortak bir vizyon etrafında buluşturmayı, iş birliğini güçlendirmeyi ve Ankara'nın ulusal ve uluslararası tanıtımına katkı sunmayı hedeflediğini aktaran Bülbüloğlu "Bugün attığımız bu adım yalnızca bir başlangıç değil. Ankara'nın turizmde hak ettiği yere doğru ve kararlı bir yürüyüştür. Gelin bu yolculuğu birlikte büyütelim. Gelin Ankara'yı birlikte daha görünür, daha güçlü ve daha ilham veren bir destinasyon hale getirelim" diye konuştu. Ankara'nın yalnızca iş seyahatleriyle sınırlı kalan bir şehir olmaktan çıkması gerektiğini vurgulayan Ankara Kent Konsey Başkanı Halil



İbrahim Yılmaz; "Bu şehirde sorun potansiyel eksikliği değil, harekete geçme eksikliğidir. 800 bin öğrencisi, 50 bin doktoralı insanı, güçlü sağlık altyapısı ve turizm çeşitliliğiyle Ankara aslında büyük bir fırsat sunuyor; ancak biz hâlâ kamudan adım bekleyerek yerimizde sayıyoruz. Daha kaliteli ve daha uygun hizmet sunmamıza rağmen tercih edilmiyorsa, bunun sorumluluğu bize aittir. Artık bu potansiyeli konuşmayı bırakıp harekete geçmek zorundayız; bugün milat olmalı" açıklamalarında bulundu. Program kapsamında gerçekleştirilen protokol konuşmalarının ardından, Ankara'nın kültürel mirasını sahneye taşıyan özel içerikler davetlilerle buluştu. Araştırmacı-yazar Pınar Ayhan'ın anlatımıyla gerçekleştirilen sunum, başkent tarihsel katmanlarını etkileyici bir perspektifle ele alırken; usta sanatçı Kerem Görsev'in piyano dinletisi geceye sanatsal bir derinlik kattı. Bu bütüncül kurgu, lansmanın yalnızca bir tanıtım etkinliği olmanın ötesine geçerek, Ankara'nın hikâyesini çok boyutlu bir anlatımla aktaran güçlü bir deneyime dönüşmesini sağladı.

## Azerbaycan'ın turizm potansiyeli Türkiye'de düzenlenen roadshow ile tanıtıldı

Azerbaycan Turizm Bürosu'nun (ATB) Türkiye Temsilciliği, Azerbaycan Hava Yolları (AZAL) başta olmak üzere turizm sektöründen 10 iş ortağıyla birlikte, 13-17 Nisan tarihleri arasında Türkiye'de gerçekleştirdiği roadshow organizasyonu kapsamında Azerbaycan'ı dört mevsim ziyaret edilebilen cazip bir destinasyon olarak tanıttı. İzmir, Ankara, Mersin ve İstanbul'da düzenlenen etkinlikler; Türk turizm sektörü temsilcileri ve basın mensuplarından oluşan yaklaşık 500 katılımcıyı bir araya getirdi. Gerçekleştirilen organizasyonlarda Azerbaycan'ın şehir turizmi, alışveriş odaklı seyahat seçenekleri, zengin kültürel mirası ve macera turizmi

olanaklarının yanı sıra; iş, toplantı ve etkinlik turizmi (MICE) alanındaki güçlü altyapısı ön plana çıkarıldı. Özellikle ülkenin kuzey ve kuzeybatı turistik rotalarında sunulan deneyimlere dikkat çekilerek, bu bölgelerin gelişmiş turizm altyapısı, tesis olanakları ve kış turizmi ile rekreasyon potansiyeli vurgulandı. Her şehirde gerçekleştirilen etkinliklerde, destinasyon sunumlarının yanı sıra hedef odaklı B2B görüşmeler organize edilerek, katılımcılara yeni iş birlikleri geliştirme ve mevcut ilişkileri güçlendirme fırsatı sunuldu. Ankara'da düzenlenen etkinlik ise, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Türkiye Cumhuriyeti'ndeki Büyükelçiliği



temsilcilerinin teşrifleriyle ayrı bir önem kazandı. Azerbaycan Turizm Bürosu Türkiye Temsilciliği, bu tür organizasyonlar aracılığıyla Türk pazarındaki etkinliğini güçlendirmeye devam ederken, Azerbaycan'ı Türk seyahat severler için cazip bir destinasyon olarak konumlandırmayı sürdürüyor. 2026 yılının Ocak-Mart döneminde Türkiye'den Azerbaycan'a seyahat eden ziyaretçi sayısı, 2025 yılının aynı dönemine kıyasla %13,5 oranında artış göstererek 105.265 kişiye ulaştı.

## Yunanistan 12 ada için kapıda vize uygulamasını bir yıl daha uzattı



Yunanistan, Türk vatandaşlarına, 12 Ege Adası için "ekspres vize" uygulamasını bir yıl daha uzatmaya karar verdiğini açıkladı. Yunanistan Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Lana Zohiu, Yunanistan Dışişleri Bakanlığının ve Avrupa Birliği (AB) Komisyonu'nun çalışmaları sonucunda Türk vatandaşlarına ve onların

ailelerine Ege Adaları'nda vize kolaylığı sağlanan uygulamanın bugünden itibaren bir yıl süreyle uzatıldığını açıkladı. Sözkonusu ekspres vize uygulaması İstanköy, Midilli, Rodos, Sisam, Sakız, İleriyoz, Limni, Kelemez, Meis, Sömbeki, Batnoz ve Semadirek adalarında geçerli olacak.

## İş Bankası'ndan dijital turizm platformu; FINinTEK

Turizm; doğası, tarihi ve kültürel mirası, sağlık, gastronomi, kongre, yayla ve kış turizmi gibi alanlarda sahip olduğu güçlü potansiyeli ile Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alıyor. Sektörün taşıdığı potansiyelin sürdürülebilir büyümeye daha fazla katkı sağlayabilmesi için süreçlerin, verimliliği artıracak ve değişen ihtiyaçlara yanıt verecek şekilde bütüncül yöntemlerle teknolojiyle, dijital uygulamalarla entegre olması önemli. Turizmi stratejik öncelikleri arasında gören Türkiye İş Bankası da iştiraki Softtech ile birlikte FINinTEK Dijital Turizm Platformu'nu geliştirdi. Acentelerin ana firma olarak konumlandırıldığı Platform, ilk olarak Setur ile hayata geçirildi. Acentelerle otelleri, tedarikçileri ve finansal kuruluşları tek bir çatı altında buluşturan Platform, tarafların işlemlerini uçtan uca dijital olarak tek bir yerden yürütmelerini sağlıyor. FINinTEK'in tanıtımı, Türkiye'de bir ilk olan İş Bankası'nın Antalya'da açtığı Turizm İhtisas Şubesi'nde gerçekleştirildi. Kapalı bir ekosistem yapısıyla faaliyet gösterecek olan Platforma otellerin

başvuruları, acente onayı ve kontrolünün ardından Bankaya iletilecek. Böylelikle hem acenteler çekte ön ödeme yapma maliyetinden kurtularak süreçlerini daha verimli hale getirecek hem de tüm akışın dijital ortamdan takip edilmesi sağlanmış olacak. Platforma özel hazırlanacak kampanyalar ile oteller, acente garantörlüğü ya da alacak temlikliyle finansmana ulaşırken, acentelerin otellere yapacağı sezon öncesi avanslar ve yurt dışından sağlanacak finansal kaynaklar da Platform üzerinden sunulabilecek. Taraftar arasındaki iş akışlarını hızlandıran Platform ile operasyonel maliyetler azalırken süreçler dijital ortamda şeffaf bir şekilde izlenebilecek.

### “Turizmde dijital ürün ve hizmetler için hazır bir altyapı”

Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Sezgin Yılmaz, turizm ekosistemindeki paydaşların süreçlerini uçtan uca dijitalleştiren FINinTEK'in, bundan sonra açık bankacılık ve servis bankacılığı uygulamalarıyla geliştirecekleri dijital ürün ve hizmetler için



de güçlü bir altyapı sunduğunu söyledi. Turizmin ülkemiz ekonomisi için sadece gelir kalemi değil stratejik kaldıraç alanlarından biri olduğunun altını çizen Yılmaz, “Sektör; istihdamın geniş tabana yayılmasından döviz girdisiyle cari açığın daraltılmasına, bölgesel kalkınmaya kadar ekonomik aktivitenin kritik direnç noktalarından biri haline geldi. Biz de bir taraftan turizme yönelik finansal destek mekanizmalarımızı genişletirken bir taraftan da sektörün güven ve hızla dayalı dijital dönüşümünde daha fazla rol üstlenmek istiyoruz. FINinTEK'in finans ve teknolojiyi bir araya getiren dijital altyapısıyla turizm sektörüne daha fazla katkı sağlayacağımızı inanıyoruz” dedi.

## İstanbul turizmde uluslararası iş birliği

İstanbul Büyükşehir Belediyesi iştiraki BELBİM AŞ, kentsel ulaşım ve ödeme teknolojilerindeki uzmanlığını uluslararası bir iş birliğiyle daha ileriye taşıyor. Avrupa genelinde “evrensel mobilite” yaklaşımıyla faaliyet gösteren ConetPass ile gerçekleştirilen yeni ortaklık sayesinde İstanbul, küresel akıllı ulaşım ağının önemli bir parçası haline geliyor. Bu yeni sistemle birlikte İstanbul'u ziyaret edenler; toplu ulaşım da kullanabilecekleri tek kullanımlık QR biletler aracılığıyla metro, tramvay, otobüs ve havalimanı ulaşımı dâhil olmak üzere

şehir içindeki pek çok ulaşım seçeneğine hızlı ve pratik şekilde erişim sağlayabilecek. Kullanıcı deneyimini en üst seviyeye taşımak amacıyla geliştirilen ConetPass İstanbul dijital platformu; İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça ve İtalyanca olmak üzere çoklu dil desteğiyle hizmet sunacak. ConetPass halihazırda 9 ülkede 20 şehirde kullanılıyor. İstanbul'un dahil olduğu bu sistemle, özellikle turistler için ulaşım deneyimi daha dijital, daha erişilebilir hale geliyor. BELBİM, bu iş birliğiyle İstanbul'u daha akıllı bir şehir haline getirme hedefi



doğrultusunda çalışmalarını sürdürmeye devam ediyor. İstanbul'da akıllı mobilite çözümlerinin yaygınlaştırılması ve ziyaretçi deneyiminin geliştirilmesi açısından önemli bir adım niteliği taşıyor. Önümüzdeki dönemde, yerel operatörlerin ve yeni hizmetlerin entegrasyonu ile sistemin kapsamının daha da genişletilmesi hedeflenmektedir. Şirketler, BELBİM tarafından sağlanan QR kodlarını son kullanıcılara doğrudan sunabilecek veya aracı kurumlar üzerinden paketleyerek teklif edebilecekler.



Türkiye turizm sektörünün en önemli buluşmalarından biri olan İstanbul Turizm Fuarı (İTF), dördüncü yılında uluslararası ölçekte etkisini daha da artırarak 24-25 Eylül 2026 tarihlerinde Yenikapı Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi'nde kapılarını açmaya hazırlanıyor. Türkiye'nin turizmde küresel rekabet gücünü artırma hedefiyle konumlanan İTF; ana sponsorluğunu Türkiye İş Bankası'nın üstlendiği, resmi hava yolu sponsorluğunu Türk Hava Yolları'nın yürüttüğü güçlü bir iş birliği yapısıyla hayata geçiriliyor. Organizasyon, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin stratejik partnerliğinde, Türkiye Otelciler Birliği ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin resmi iş ortaklığında; İstanbul Büyükşehir Belediyesi, T.C. Ticaret Bakanlığı ve İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nun destekleriyle

## İstanbul Turizm Fuarı (İTF) uluslararası satın alma programı ile bu yıl çok daha güçlü

daha da güçleniyor. Türkiye turizm sektörünün tüm kilit paydaşlarını küresel liderlik hedefi etrafında buluşturan İTF, dördüncü yılında uluslararası satın alma programı ile Türkiye'de turizm harcaması yapan ve yeni iş birliği geliştirmek isteyen acente ve tur operatörlerini İstanbul'da ağırlayacak. Dream Project Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO'su Volkan Ataman, organizasyona ilişkin değerlendirmesinde; 150 ülkeden tur operatörleri, outgoing acenteler, online platformlar, DMC, MICE ve seyahat acentelerinden toplam 10 bin turizm profesyoneli ile gerçekleştirilen kapsamlı anket çalışması sonucunda, fuara katılacak satın alıcıların titizlikle belirlendiğini ifade etti. Amerika, Kanada, Avustralya, Güney Afrika, Kenya, Nijerya ve Rusya Federasyonu'na bağlı Dağıstan, Çeçenistan, Tataristan, Avrupa pazarında İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, Belarus, İspanya, Hollanda, Belçika, Danimarka, Litvanya, Polonya, Çekya, Macaristan,

Bulgaristan, Arnavutluk ve Kuzey Makedonya; Doğu pazarında BAE, Suudi Arabistan, Umman, Irak, Mısır ve Katar, Asya pazarında Singapur, Hindistan, Pakistan, Kazakistan, Gürcistan, Tayland ve Bangladeş'te Türkiye'ye odaklanan güçlü acente ve tur operatörlerinin fuara dahil edildiği belirtildi. Ataman ayrıca, katılımcı profiline özellikle karar verici pozisyonlardaki profesyonellerden oluşmasına büyük önem verdiklerini vurgulayarak, fuara katılan temsilcilerin direktör, CEO, firma sahibi ve kontrat yöneticisi gibi karar alma yetkinliğine sahip kişiler olacağını ifade etti. Hosted buyer (satın alıcı) programı kapsamında, 24-25 Eylül tarihlerinde stant sahibi katılımcılar ile satın alım heyeti arasında B2B görüşmeler gerçekleştirilecek. Profesyonel randevu sistemi sayesinde önceden planlanan toplantıların ülke ve kategori bazlı eşleştirmelerle katılımcılar ile doğru satın alıcıları bir araya getireceği ve yeni iş birliklerinin temelini oluşturacağı belirtildi.

## Türkiye'nin ilk "Sürükleyici Deneyim ve Fijital Eğlence Merkezi" XPZONE, Emaar Square Mall'da açıldı

INFINIA'nın mühendislik gücü ve teknoloji geliştirme kabiliyetinden doğan INFUN, teknolojiyi gündelik hayatla, sosyal etkileşimle ve yeni nesil deneyim tasarımıyla buluşturan bireşence markasını temsil ediyor. XPZONE ise bu vizyonun güçlü bir yansıması olarak; hareketi, oyunu, ışığı, sesi ve yüksek etkileşimi interaktif ve çok duyulu bir kurgu içinde bir araya getiriyor. Deneyim alanlarında yer alan oyunların önemli bir bölümü kendi mühendislik ve içerik geliştirme gücümüzle tasarlanırken, bu yapı aynı zamanda sürekli yenilenebilen ve ihtiyaçlara göre güncellenebilen dinamik bir deneyim evreni sunuyor. Bu da XPZONE'u yalnızca

bugünün değil, kendini sürekli tazeleyen ve geliştiren yeni nesil bir eğlence merkezi haline getiriyor. Strateji, tempo, dikkat ve zihin-beden koordinasyonunu öne çıkaran bu yapı; çocuklar için keşif ve yaratıcılığa alan açıyor, gençler için rekabet ve hareket sunuyor, aileler için birlikte geçirilen kaliteli zamanı zenginleştiriyor. XPZONE, kurumlar için de ekip ruhunu, etkileşimi ve ortak deneyimi güçlendiren yeni nesil bir merkez olarak öne çıkıyor. Doğum günü kutlamalarından okul gruplarına, aile buluşmalarından kurumsal etkinliklere kadar farklı senaryolara uyarlanabilen yapısıyla kişiselleştirilebilir ve kurumsallaştırılabilir deneyimler sunuyor.



Her ziyaretinde yenilik hissi taşıyan bu dünya, ziyaretçilerine yalnızca vakit geçirilen değil; birlikte yaşanan, paylaşılan ve unutulmaz anlar vadediyor. Mühendislik vizyonunu eğlenceyle buluşturan INFUN by INFINIA imzası taşıyan XPZONE, dijital deneyim ile fiziksel hareketi bir araya getiriyor. Sporun oyunla, eğlenceyi öğrenmeyle, sosyalleşmeyi rekabetle buluşturan bu yeni nesil merkez; ziyaretçilerine daha canlı, daha dinamik ve daha sürükleyici bir deneyim dünyası sunuyor.

## F İstanbul Türkiye Gıda Endüstrisi Fuarı, 26–29 Ağustos 2026 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek

Bu yıl 5'incisi düzenlenecek olan F İstanbul, 26–29 Ağustos 2026 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek. F İstanbul, gıda, içecek, bisküvi - çikolata - şekerleme, kuru - sert kabuklu meyve, atıştırmalık, ambalaj ve üretim teknolojileri sektörleri için tek çatı altında ihracat odaklı yeni ticaret bağlantıları kurmayı hedefliyor.

700'den fazla katılımcı ve 100'den fazla ülkeden profesyonel ziyaretçiyle 7 salonda ve 70.000 m<sup>2</sup> alanda düzenlenen fuar, Türkiye'nin en kapsamlı uluslararası B2B gıda fuarı konumunda bulunuyor. F İstanbul; yurt içinden ve yurt dışından ithalatçılar, distribütörler, perakende zincirleri, oteller, restoran grupları, catering firmaları



ve bayiler tarafından ziyaret ediliyor. Ziyaretçilerin %70'ten fazlası doğrudan satın alma yetkisine sahip ve fuarın tamamı B2B profesyonel katılımcılardan oluşuyor. % 50 Devlet Desteği alan F İstanbul, T.C. Ticaret Bakanlığı desteği kapsamında bulunuyor.

## MICHELIN Rehberi tüm Türkiye'yi kapsayacak şekilde genişliyor



MICHELIN Rehberi, ilk kez Türkiye'nin tamamını kapsayacak şekilde genişliyor. Gastronominin öne çıkan örnekleri, büyük şehirlerin canlı yeme-içme sahnelerinden yükselen bölgesel destinasyonlara kadar uzanacak. MICHELIN Rehberi'n tüm Türkiye'yi kapsayan ilk ulusal seçkisi yıl sonuna kadar açıklanmış olacak. MICHELIN Rehberi, bu yıl ilk kez Türkiye geneline yayılıyor ve ülke genelindeki varlığında yeni bir sayfa açıyor. Büyük şehirlerin hareketli sokaklarından şirin kasabalara kadar uzanan bu gelişme Türkiye'nin gastronomi dünyasında artan dinamizmini, çeşitliliğini ve uluslararası çekiciliğini yansıtıyor. 2023 yılında MICHELIN Rehberi İstanbul'un tanıtılmasının ardından İzmir, Muğla ve Kapadokya'nın eklenmesiyle Rehber'in coğrafi kapsamı kademeli olarak genişlemişti. Bu yıl Türkiye'nin tamamını kapsayacak bu yeni genişleme ile birlikte

seçki, Türkiye'nin zengin gastronomik mirasını bütüncül biçimde temsil edecek ve ülkenin ilk ulusal seçkisi 2026 yılı sonuna kadar duyurulacak. Türkiye'yi tanıma konusunda önemli bir rol oynayan Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), MICHELIN Rehberi'nin Destinasyon Ortağı olarak uluslararası pazarlama kampanyalarını desteklemeye ve gastronomi temelli hikâye anlatımıyla ülkenin etkili bir şekilde tanıtılmasına katkı sunmaya devam ediyor. Öte yandan Michelin müfettişlerinin inceleme ve seçim süreçleri, Türkiye'de ya da dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleştirilen hiçbir iş birliğinden etkilenmeksizin, her zaman olduğu gibi tamamen bağımsız şekilde yürütülmeye devam ediyor ve tüm süreçler yalnızca MICHELIN Rehberi tarafından, kendi yöntemleri doğrultusunda gerçekleştiriliyor. Anonim ve tam bağımsızlık ilkeleri doğrultusunda çalışan MICHELIN Rehberi müfettişleri, Türkiye ulusal seçkisini yalnızca mutfakların sunduğu kaliteyi esas alarak kademeli biçimde oluşturuyor ve değerlendirme süreci, beş evrensel kritere dayanıyor; ürünlerin kalitesi, pişirme tekniklerine hakimiyet, lezzetlerin

uyumu, şefin kişiliğinin mutfağa yansıması ve zaman içindeki tutarlılık. MICHELIN Rehberi Uluslararası Direktörü Gwendal Poullennec, konuyla ilgili yaptığı açıklamada şunları söyledi: "MICHELIN Rehberi'nin Türkiye'nin tamamını kapsayacak şekilde genişlemesinden büyük mutluluk duyuyoruz. Türk mutfağı; çeşitliliği, köklü gelenekleri ve dikkat çekici yaratıcılığıyla öne çıkıyor. Ülkenin dört bir yanında şefler, bölgesel mirası yeniden yorumlarken canlı ve çağdaş bir yeme-içme sahnesi inşa etmeye devam ediyor." MICHELIN Rehberi, restoran seçkisinin yanı sıra Türkiye'deki ve dünyanın dört bir yanındaki tüm bölgelerde yer alan özenle seçilmiş otellerden oluşan özel bir listeyi de paylaşmakta. 2024 yılında tanıtılan MICHELIN Anahtarları, Rehber'in otel seçkisindeki en seçkin tesisleri ödüllendirmekte. Restoranlar için verilen MICHELIN Yıldızları ile benzer bir anlayışla sunulan MICHELIN Anahtar; tasarımı, mimarisi, sunduğu hizmet ve karakteriyle öne çıkan otelleri vurguluyor. Rehber'de yer alan tüm oteller, MICHELIN Rehberi'nin internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden doğrudan rezerv edilebiliyor.

## FUARLAR

	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
YURTIÇİ FUARLAR	08 - 10 Mayıs 2026	Coffex İstanbul	Kahve Ve Kakao Endüstrisi	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı	Enc Uluslararası Fuar Organizasyon
	19 - 22 Mayıs 2026	Hometex 2026 Uluslararası Ev Tekstil Fuarı	Ev Tekstili Ve Aksesuarları	İstanbul Fuar Merkezi	Kfa Fuarcılık A.Ş.
	26 - 27 Haziran 2026	İstanbul Turizm Ve Seyahat Fuarı	Hac Ve Umre Turizm Konaklama Fuarı	Wow İstanbul Hotels & Convention Center A+B+C Salonu Ve Fuayeleri	İstanbul Aşk Turizm Gayrimenkul Danışmanlığı
	06 - 07 Temmuz 2026	18. Umre & Turizm Fuarı 2026	Umre Turizmine Yönelik Otel, Havayolu, Acenta, Servis,.. Vb. Sektörlerinin Buluşması	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı	Grup Medya Fuarcılık
	28 Ağs. - 09 Eyl. 2026	95. İzmir Enternasyonal Fuarı	Genel Ticaret	Fuarizmir - Yeni Fuar Alanı	İzfaş İzmir Fuarcılık
	01 - 04 Eylül 2026	Foodist 2026 İstanbul Gıda Ve İçecek Ürünleri Fuarı	Gıda Ve İçecek Ürünleri, Su Ürünleri, Yağ Meyve Ve Sebze, Private Label Ürünler, Gıda Depolama Raf Sistemleri, Soğuk Zincir Ve Gıda Lojistiği	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. / Alz Grup Uluslararası Fuar
	09 - 12 Eylül 2026	Zuchex 36. Uluslararası Ev Ve Mutfak Eşyaları Fuarı	Cam Ürünler, Çelik Mutfak Eşyaları, Plastik Ürünler, Porselen, Küçük Elektrikli Ev Aletleri, Ev Tekstili,	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Informa Fuarcılık Anonim Şirketi
	21 - 26 Eylül 2026	Vitahealth Sağlık Turizm Fuarı	Sağlık Turizmi, Sağlık Hizmetleri, Wellness, Tedaviler,	Pullman İstanbul Hotel & Convention Center	Bt Turizm Organizasyon Ve Fuarcılık Ltd. Şti.
	24 - 25 Eylül 2026	İstanbul Turizm Fuarı	Turizm, Oteller, Seyahat Acentaları, Ülkeler, Tanıtım Büroları, Teknoloji, Servis Sağlayıcılar, Ulaşım Sağlayıcılar, Kongre, Toplantı, Etkinlik	İstanbul Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri Ve Sanat Merkezi	Dream Project Organizasyon Fuarcılık A.Ş.
	14 - 17 Ekim 2026	Ibaktech 15. Uluslararası Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri Fuarı	Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri	İstanbul Fuar Merkezi	Messe Stuttgart Ares Fuarcılık Ltd. Şti.
	26 - 28 Ekim 2026	Uluslararası Antalya Turizm Fuarı	Turizm, Seyahat, Ticaret	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	Gmt Fuarcılık Limited Şirketi
	19 - 21 Kasım 2026	Travel Expo Ankara 9. Uluslararası Turizm Ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Oteller, Araç Kiralama, Turizm Büroları, Bakanlıklar, Dernekler Ve Birlikler, Belediyeler, Eğitim, Seyahat Malzemeleri	Ankara Ato Kongre Ve Sergi Sarayı 'Congressium'	Atis Fuarcılık Anonim Şirketi
	25 - 28 Kasım 2026	Ethexpo Eurasia Turizm Ve Sağlık Fuarı	Turizm, Sağlık Turizmi, Medikal Alternatif Turizm, Tıbbi Cihaz İlaç	İstanbul Fuar Merkezi	Discover Events Fuar Ve Organizasyon Limited Şirketi
	02 - 05 Aralık 2026	Uluslararası 7. Otel, Restoran, Kafe, Unlu Mamuller, Fırın, Pastane Ekipmanları ve Ev Dışı Tüketim Ürünleri Fuarı		Fuar İzmir	GI Platform Fuar HİZ. LTD. ŞTİ.
	10 - 12 Aralık 2026	Hotel Tech Antalya 4. Otel Teknik Ekipman ve Malzemeleri İhtisas Fuarı	Isıtma-Soğutma, Enerji, Aritma, Havuz, Aydınlatma, Yangın Sistemleri, Otomasyon, Asansör, Peyzaj, Zemin çatı kaplama sist. Vb. firmalar	Nest Kongre ve Fuar Merkezi - Belek / Antalya	Plan T Fuarcılık
	15 - 18 Aralık 2026	Worldfood İstanbul 2026 - 34. Uluslararası Gıda Ürünleri Teknolojileri Fuarı	Süt, Et, Şekerleme & Şekerli Mamuller, Konserveler, İçecekler, Dondurulmuş Hazır Gıda, Temel Gıda	İstanbul Fuar Merkezi	Ica Fuarcılık Anonim Şirketi
	12 - 15 Ocak 2027	Anfaş Hotel Equipment - Food Product 37. Uluslararası Konaklama Ağır Alet Ekipmanları ve Gıda İçecek İhtisas Fuarı	Otel, Otel Ekipmanları, Temizlik, Endüstriyel, Restoran, Bakım Onarım, Gıda, İçecek	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	ANFAŞ A.Ş.
	28 - 30 Ocak 2027	ATRAX Fuarı	14. Uluslararası Eğlence, park, spor & Rekreasyon alanları Endüstrisi Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Turex Ulusal Fuarcılık A.Ş.
04 - 06 Şubat 2027	EMITT 30. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler	İstanbul Fuar Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ş.	
YURTDIŞI FUARLAR	04 - 07 Mayıs 2026	HORECA LIBYA 3. Uluslararası Otelcilik Fuarı	Otel gıda, ekipman, mobilya vb. tedarik fuarı	Libya - Bingazi	Messe Turkey Fuarcılık
	11 - 13 Mayıs 2026	Caféx	12. Uluslararası Kafe ve Restoran Ekipmanları, Ağır Alet Teknolojileri fuarı	Mısır - Kahire	Expotim - Ladin
	09 - 11 Haziran 2026	Food Beverage West Africa	7. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı	Nijerya - Lagos	TG Expo
	15 - 17 Haziran 2026	Saudi Sleep & Textile Show 2026	Otel Tedarik	Suudi Arabistan - Cidde	True Expo
	16 - 18 Haziran 2026	Hospitality East Africa	Otel, Restoran, Mutfak, Banyo, Dekorasyon, Tekstil, Malzeme ve Ekipmanları	Tanzanya - Darüsselam	TG Expo
	09 - 12 Temmuz 2026	Nusantara Food & Hotel	End. Mutfak, Gıda, Horeca Ekipmanları	Endonezya - Jakarta	Debindo Global Expo
	15 - 17 Temmuz 2026	SIGEP ASIA 2026	Gıda - Otelcilik ve Restoran	Singapur	Messe Turkey Fuarcılık
	17 - 20 Ağustos 2026	Arabian Travel Market (ATM) Turizm Fuarı		BAE - Dubai	TG Expo
	13 - 15 Eylül 2026	Hotel & Hospitality Expo Saudi Arabia		Suudi Arabistan - Riyad	dmg & KAOUN Ltd
	16 - 18 Eylül 2026	HoReCa 2026	Uluslararası Otel Ekipmanları ve Hizmetleri Fuarı	Kazakistan - Astana	Messe Turkey Fuarcılık
	28 - 30 Eylül 2026	The Hotel Show	26. Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorasyon malzeme ve ekipmanları fuarı	BAE - Dubai	TG Expo
	29 - 30 Eylül 2026	THE FOOD SERVICE INDUSTRY EXPO 2026	Gıda	İngiltere - Londra	Messe Turkey Fuarcılık
	07 - 10 Ekim 2026	IRAQ Home & Hotel Expo	Uluslararası Otel Malzemeleri ve Mobilya Fuarı	Irak - Bağdat	GET Events
	02 - 05 Kasım 2026	Equiphotel Paris	Uluslararası Turizm Fuarı	Fransa - Paris	RX Global
	03 - 05 Kasım 2026	GulfHost 2026	Uluslararası Otel ve Restoran Ekipmanları Fuarı	BAE - Dubai	Selten Uluslararası Fuar ve Aksesuarları Tic. Ltd. Şti.
	13 - 15 Kasım 2026	PHILOXENIA - HOTELIA 2026	Turizm ve Otel, Otel Ekipmanları	Yunanistan - Selanik	Messe Turkey Fuarcılık

## TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
5 Mayıs 2026	İklimlendirme Zirvesi 2026	İklim Değişiyor, Siz Değişime Hazır mısınız? temasıyla düzenlenecek zirveye 500'ün üzerinde sektör profesyoneli katılacak	Wyndham Grand İstanbul Levent Hotel & Conference Center	İSKİD
10 - 11 Eylül 2026	GlobeeMeets	Seyahat acenteleri ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren etkinlik	Rixos Tersane İstanbul	GlobeeMeets
19 Kasım 2026	16. Uluslararası Resort Turizm Kongresi	Turizm Profesyonellerinin katılacağı bir kongre	Antalya	AKTOB Akdeniz Turistik Otelciler Birliği

## 2026 yılının ilk 3 ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 2,21 artışla 6 milyon 837 bin oldu

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 3 ayında (ocak - mart) 6 milyon 837 bin 257 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 2 milyon 381 bin 910 Türk vatandaşı da Türkiye'yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 9 milyon 219 bin 167'ye ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 677 bin 548 kişi ile Almanya, 650 bin 517 kişi ile Rusya, 539 bin 155 kişi ile Bulgaristan yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 6 milyon 689 bin olmuştu. Buna göre 2026 yılının ilk 3 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 2,21 artış yaşandı.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2024 - 2025 - 2026)					
MİLLİYET	2024	2025	2026	Değişim %	
				2025 / 2024	2026 / 2025
Almanya	688 067	572 065	677 548	-16,86	18,44
Rusya Fed.	682 139	601 332	650 517	-11,85	8,18
Bulgaristan	575 233	506 413	539 155	-11,96	6,47
İran	747 559	732 885	527 275	-1,96	-28,05
İngiltere (Birleşik Krallık)	328 887	303 890	314 306	-7,60	3,43
Gürcistan	329 485	266 106	288 746	-19,24	8,51
Amerika Birleşik Devletleri	169 086	179 673	197 764	6,26	10,07
Azerbaycan	192 513	183 073	188 310	-4,90	2,86
Irak	172 593	186 377	179 183	7,99	-3,86
Romanya	130 340	147 948	152 729	13,51	3,23
Fransa	145 802	147 783	147 349	1,36	-0,29
Yunanistan	168 724	149 616	141 308	-11,33	-5,55
Özbekistan	101 806	120 144	133 746	18,01	11,32
Ukrayna	135 150	126 612	133 595	-6,32	5,52
İtalya	96 046	130 189	127 641	35,55	-1,96
Hollanda	121 917	117 992	122 054	-3,22	3,44
Çin Halk Cumhuriyeti	77 451	78 119	111 720	0,86	43,01
Suudi Arabistan	95 646	103 984	106 362	8,72	2,29
Kazakistan	100 869	88 479	98 613	-12,28	11,45
İspanya	63 116	68 539	84 020	8,59	22,59
Polonya	69 302	77 820	82 965	12,29	6,61
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	51 428	63 937	70 166	24,32	9,74
Cezayir	66 696	63 095	65 247	-5,40	3,41
Avusturya	60 331	57 043	64 770	-5,45	13,55
Belçika	68 404	60 834	63 666	-11,07	4,66
Endonezya	54 236	63 156	54 596	16,45	-13,55
İsveç	45 765	42 566	53 395	-6,99	25,44
Güney Kore	42 744	46 811	47 056	9,51	0,52
Kanada	37 731	40 358	46 343	6,96	14,83
Sırbistan	48 739	43 262	46 075	-11,24	6,50
Mısır	40 440	39 466	45 015	-2,41	14,06
Diğer	5 708 245	5 409 567	5 561 235	-5,23	2,80
<b>YABANCI TOPLAMI</b>	<b>7 042 850</b>	<b>6 689 463</b>	<b>6 837 257</b>	<b>-5,02</b>	<b>2,21</b>

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
AYLAR	YILLAR			DEĞİŞİM %	
	2024	2025	2026	2025 / 2024	2026 / 2025
OCAK	2 047 027	2 171 118	2 246 639	6,06	3,48
ŞUBAT	2 294 579	2 171 942	2 126 698	-5,34	-2,08
MART	2 701 244	2 346 403	2 463 920	-13,14	5,01
NİSAN	3 611 244	3 900 546		8,01	
MAYIS	5 130 119	5 037 447		-1,81	
HAZİRAN	5 860 446	5 772 328		-1,50	
TEMMUZ	7 333 812	7 116 096		-2,97	
AĞUSTOS	6 825 403	6 965 343		2,05	
EYLÜL	6 054 431	6 087 374		0,54	
EKİM	5 448 459	5 683 717		4,32	
KASIM	2 733 663	2 804 705		2,60	
ARALIK	2 588 856	2 718 036		4,99	
<b>TOPLAM</b>	<b>52 629 283</b>	<b>52 775 055</b>		<b>0,28</b>	
<b>3 AYLIK TOPLAM</b>	<b>7 042 850</b>	<b>6 689 463</b>	<b>6 837 257</b>	<b>-5,02</b>	<b>2,21</b>

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

\* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.

ENDÜSTRİYEL  
SOĐUTMADA DA  
ÇÖZÜM **Daikin**  
uzmanlığında



- Gıda Perakende • Ticari Soğutma
- Endüstriyel Soğutma • Transport Soğutma

Soğuk zinciri oluřturan tüm süreçlerde, Daikin'in sessiz ve güvenli çözümleri, %50'ye kadar enerji verimliliği sağlıyor.



# 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



Yatsan'ı tercih eden seçkin otelleri  
incelemek için QR kod'u okutabilirsiniz.

**yatsan**

## Uykunun Rafine İmzası: Yatsan

Dünyanın en seçkin otellerindeki bu ayrıcalığı, misafirleriniz için  
vazgeçilmez bir deneyime dönüştürün.