turizm aktüel

YIL: 20 • SAYI 2018/01 • OCAK 2018 • ISSN: 1301 – 4587

Emitt
23. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı

TURİZMCİLERDEN
5 MADDELİK TALEP

FIRUZ BAĞLIKAYA
KOLTUK SEVDASI DEĞİL
GÖREV SEVDASI TAŞIYORUZ

2018 TURİZM İÇİN
DİRİLİŞ YILI OLACAK

BENTOUR
TÜRKİYE'Yİ TANITMAYA
DEVAM EDECEĞİZ

TURİZMDE
HEDEF 2014
RAKAMLARINI
YAKALAMAK

2018
TROİA YILI

WYNDHAM
GRAND KALAMIŞ
5'İNCİ YAŞINI
COŞKULU KUTLADI

TURİZMCİLER
2018'DEN
UMUTLU

ISSN 1301-4587
9 771301 458005

JUST IMAGINE... IN A STANDARD HOTEL ROOM

JAKUZI & STEAMBATH, CONDITIONING CYCLE, KITCHEN

WORKING TABLE & INTERNET ACCESS, PARQUETT FLOORING

WELCOME TO A NEW CONCEPT, WELLNESS...

YOUR DREAMS BECOME REAL ONLY IN

THE CENTRAL PALACE

WELLNESS

Lamartin Cad. No:18 Taksim/İstanbul/Türkiye
Tel: +90 212 313 4040 (Pbx) Fax: +90 212 313 4039
E-mail : info@thecentralpalace.com
www.thecentralpalace.com

ERESIN HOTELS

ISTANBUL

www.eresinhotels.com.tr

Turizm Aktüel
Yıl: 20 • Sayı 2018/1 • Ocak - 2018
ISSN: 1301- 4587

YAYIN MERKEZI
Kent Turizm Araştırmaları ve Yayıncılık
Yerebatan Cad. No: 43 Hüdaverdi İş Merkezi K. 3/8 Cağaloglu İstanbul
Tel:+90 212 511 25 61
Fax:+90 212 513 63 59
e-mail:info@turizmaktuel.com
www.turizmaktuel.com

SAHİBİ VE SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Hasan Arslan
harslan@turizmaktuel.com

PROJELER KOORDİNATÖRÜ
Doç. Dr. Volkan ALTINTAŞ
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi
volkan@turizmaktuel.com

GENEL KOORDİNATÖR
Özcan Mutlu
ozcan@turizmaktuel.com

KURUMSAL İLETİŞİM KOORDİNATÖRÜ
Hakan Metin
hakan@turizmaktuel.com

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ
Halil Tuncer
halil@turizmaktuel.com

AKDENİZ BÖLGE TEMSİLCİSİ
Halil Öncü
info@turizmaktuel.com

BASKI
Birinci Baskı
Matbaacılar Sitesi. Mahtepe Mah. Davutpaşa Çifte Havuzlar Sk. No: 2/61 Zeytinburnu/İstanbul
Tel: 0212 612 00 88

YAYIN TÜRÜ
Yerel Süreli Yayın - Aylık Dergi

© TURİZM AKTÜEL DERGİSİ
T.C. YASALARINA UYGUN OLARAK YAYIMLANMAKTADIR. DERGİDE YAYIMLANAN YAZI, FOTOĞRAF, HARİTA, İLÜSTRASYON VE KONULARIN HER HAKKI SAKLIDIR. İZİNSİZ KAYNAK GÖSTERİLEREK DAHİ ALINTI YAPILAMAZ.
© TURİZM AKTÜEL DERGİSİ BASIN MESLEK İLKELERİNE UYMAYA SÖZ VERMİŞTİR.

NEREDE KALMIŞTIK?

Turizm Aktüel'in Emitt özel sayısından merhabalar… Sektörün büyük buluşmalarından Emitt Fuarı için hazırladığımız yeni sayımızla karşınızdayız. Geçtiğimiz yıl bu zamanları hatırlıyorsunuz değil mi? 2016'nın enkazından yeni kalkmıştık. Ayakta ve hayatta kalmaya çalışıyorduk. Geçen yıl bu yazının başlığını hatırlayan var mı peki? Tamam fazla zorlamayacağım: "Turizm sektörü 2017'de küllerinden yeniden doğacak"tı başlığımız.

Öyle de oldu. Tamam her şey kriz öncesindeki gibi değil belki. Ama olmaması için de bir neden yok. Yaraları sarmak, gideni geri getirmek biraz zaman alacak, ama olacak. Sektör çok iyi toparladı 2017'de. Şimdi asıl atılımı, 2018'de yapmaya hazırlanıyor.

Gelelim Emitt özel sayımıza… Turizm sektörünün en önemli yurt içi buluşması Emitt Turizm Fuarı için hazırladığımız özel sayımız, dopdolu içeriğiyle karşınızda. Değişim Hareketi lideri ve TÜRSAB Başkan adayı Firuz Bağlıkaya ile yapılan röportajda; Bağlıkaya'nın TÜRSAB'a başkan olma nedenlerini öğrenmenin dışında, bilginin, inancın, konsantrasyonun ne demek olduğuna şahit olacaksınız. Turizm sektörünün yakından tanıdığı bir isim olan Sarp Özkar ise, kendi şirketi Travel PR'ı tanıttı dergimize. Tabii bu kadarla sınırlı değil. Kuruluşunun 3'üncü yıldönümünü kutlayan 10 Karaköy'ün görkemli kutlama daveti, Prontotour'un 2018 hedeflerini açıkladığı Gaziantep gezisinin ayrıntıları da sayfalarımızdaki yerini aldı. Ayrıca, Anex Tours CEO'su Serhat Koçkar'ın sahibi olduğu, Bodrum turizmine format atma iddiasıyla hızlı bir giriş yapan Lujo Hotel'i tanıtan röportajımızı da, keyifle okuyacağınızı tahmin ediyoruz. Türkiye spesiyalisti Bentour Reisen, Türkiye – Almanya ilişkilerinin yeniden düzelmesi için harekete geçti. Bentour CEO'su Deniz Uğur'un bu konudaki girişimleri de, dergimizin sayfalarında yer alıyor. Tabii geleneğimizi bozmadık. Turizmcilerin 2018 sezonundan beklentilerini içeren dosya haberimiz de yeni sayımızda yer buldu. Bu arada yeri gelmişken, turizm sektörüne çok bereketli bir sezon dileklerimi iletiyorum.

Bunlar ipuçları… Çok daha fazlası, Turizm Aktüel'in Emitt özel sayısında. Yeni sayımızı keyifle okuyacağınızı tahmin ediyor; büyük bir heyecanla beklediğimiz ITB Berlin Turizm Fuarı için hazırlayacağımız özel sayımızda buluşmak üzere, şimdilik hoşçakalın diyorum.

HASAN ARSLAN
harslan@turizmaktuel.com

Yeni TAWASH Destinasyon Eğitim platformunun ilk KATAR uzmanlarından biri olmak için kaydolun. Gerekli şartları karşılayan ilk 25 kişiyi ödüller ve daha fazlası bekliyor.

KATAR zengin tarihi ve özgün nitelikleriyle iddialı bir geleceğe doğru ilerliyor.

Daha fazla bilgi için, hemen kaydolun

QATAR

www.visitqatar.qa

2018 TURİZM İÇİN DİRİLİŞ YILI OLACAK

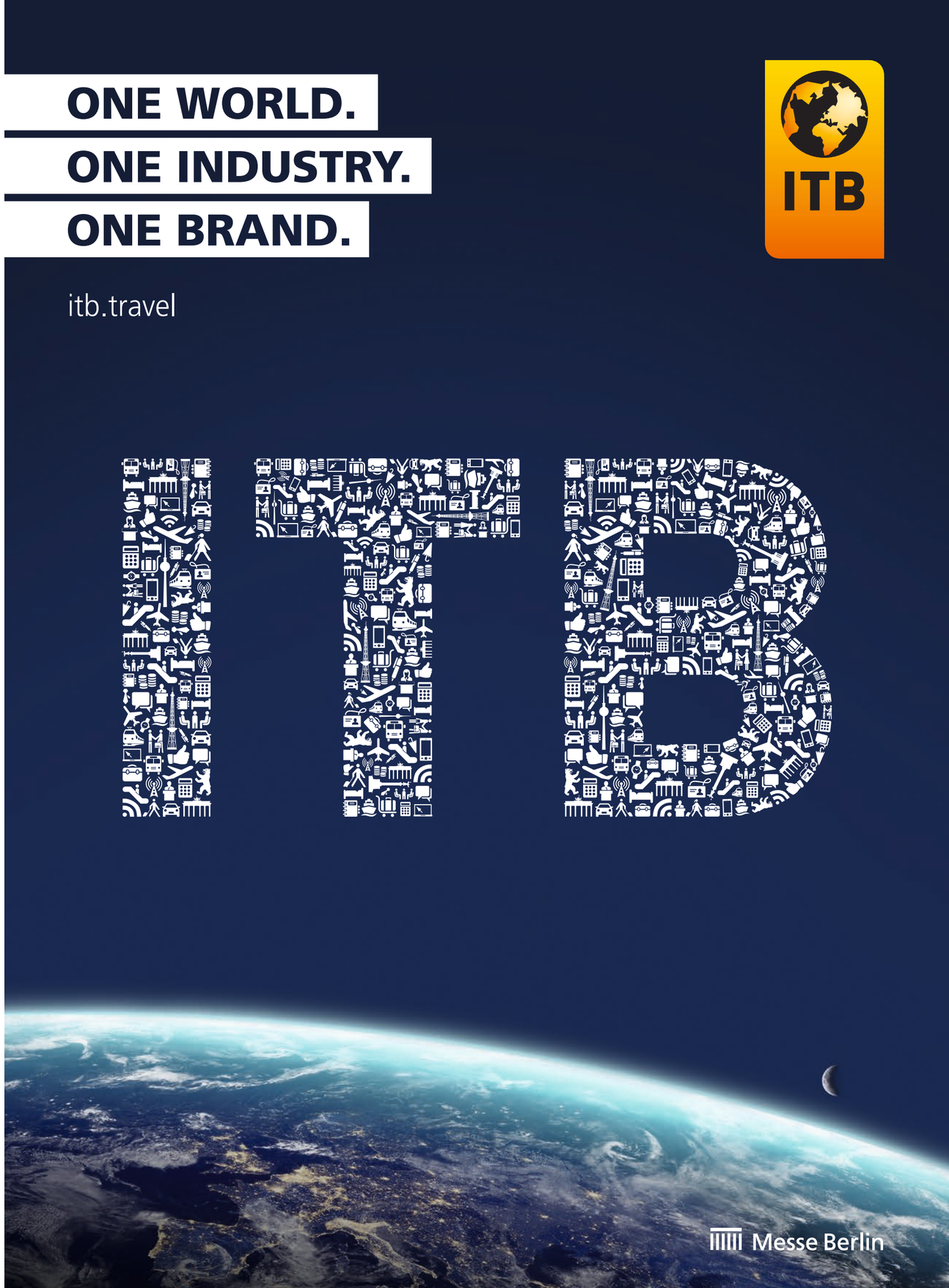
TUI Group, bu yıl için Türkiye'ye yönelik talepte yüzde 70 artış yaşandığını açıkladı. İngiliz turistlerin sayısındaki artışla beraber Türkiye turizmindeki iyileşmenin, otellerdeki kapasitenin talebi karşılayamamasına yol açabileceği belirtiliyor.

TUI Grop CEO'su Friedrich Joussen

Almanya'nın en büyük seyahat grubu TUI, yaz sezonu için Türkiye'ye yönelik talepte yüzde 70 artış yaşandığını duyurdu. TUI Grop'un CEO'su Friedrich Joussen, şirketin dördüncü çeyrek verileriyle ilgili düzenlenen toplantıda, "Türkiye'de çok güçlü bir iyileşme gözlemliyoruz. 2018 yılı için Türkiye'ye yönelik talepte yüzde 70 artış var. Yerel otellerle sözleşmeleri uzatma kararı aldık" dedi. Joussen, talepte yaşanan artış sonucu Türkiye'deki arzın yetersiz kalacağını düşündüklerini de vurguladı. Küresel çapta otel doluluk oranlarıyla ilgili verileri toplayan STR'nin açıkladığı son rakamlara göre, İstanbul'un Avrupa'nın en büyük üçüncü inşaat merkezi olmasına rağmen, beklenen turist akını nedeniyle oteller yetersiz kalabilir.

İNGİLİZ TURİSTLER ETKİLİ OLDU

Turizm acentalarına otel hizmeti sağlayan Bedbank Hotelbeds de, Türkiye turizmindeki yükselişe dikkat çekerek, Türkiye'de otellerdeki rezervasyonların 1 Ekim 2017'den bu yana yüzde 40 arttığını duyurdu. Türkiye, EMEA bölgesinde en fazla rezervasyonun yapıldığı ülkeler arasında da, 11'inci sıradan 9'uncu sıraya yükseldi. Hotelbeds, Türkiye'yi tercih eden İngiliz turistlerin sayısındaki artışın Türkiye'nin yükselişinde etkili olduğunu kaydetti. Türkiye'ye rezervasyonlarda İngiltere'nin başı çektiği, Almanya ve Suudi Arabistan'ın ise ikinci ve üçüncü sırada yer aldığı bildirildi. Hotelbeds Group Satış Temsilcisi Sam Turner, "1 Ekim'de başlayan yeni mali yılla beraber Türkiye için ciddi bir iyileşme yaşandığını fark ettik. Bu durum, özellikle Türkiye'ye giden İngilizlerin artışından kaynaklanıyor" dedi. Turner, Türkiye'nin yeniden istikrarlı bir ülke haline gelmesinin Türkiye'yi tercih edilen turizm destinasyonları arasında öne çıkardığını kaydetti. TUI ve Hotelbeds, 2018 yılı için Türkiye'ye yönelik talebi karşılamak amacıyla, gelecek aylarda 400 otelle daha sözleşme imzalamayı planlıyor.



TURİZMCİLERDEN 5 MADDELİK TALEP

Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'i ziyaret eden Turizm Yatırımcıları Derneği heyeti, sert kayıplar yaşayan sektörün toparlanması için oluşturulan kapsamlı yol haritasını kendisine sundu.

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD), sektördeki mevcut finansal durumu ve turizmde 2023 hedeflerine ulaşmak için gereken dönüşüm stratejisi kapsamında kısa, orta ve uzun vadeli tedbir önerilerini hükumete iletti.

Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'i ziyaret eden TTYD heyeti, oluşturdukları yol haritası için hükûmetten destek talep etti. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı Oya Narin, ziyaret sonrasında yaptığı açıklamada sektörün önemli sorunlar yaşamaya devam ettiğini belirterek şunları söyledi: "Türkiye, turizmde önemli bir eşik noktasında. Sektörümüz, bu eşiği, hem fiziksel dönüşüm hem de destinasyon yönetimi ve markalaşma alanında başarılı bir dönüşüm stratejisi izleyerek aşabilecek deneyime sahip. Bu aşamada, bir yandan yapısal sorunlarımızı orta ve uzun vadeli tedbirlerle çözerken eşzamanlı olarak da kısa vadeli tedbirleri hızla hayata geçirerek işletmelerimizin içinde olduğu finansal darboğazı atlatabilmelerini sağlamamız gerekiyor. Sayın Şimşek'i ziyaretimizde kendilerine sektörümüzün vergi, istihdam ve yatırım süreçlerinde desteklenmesine ilişkin önerilerimizin yanı sıra Türk turizm sektörünün dönüşüm ihtiyacını hayata geçirecek bir "Master Plan" hazırlanması yönündeki dileğimizi ilettik. 2023 hedefleri doğrultusunda 50 milyar dolar turizm geliri hedefine ulaşılması ve bunun ötesine geçilmesi ancak ve ancak başarıyla uygulanacak kapsamlı bir dönüşümün gerçekleştirilmesi ile mümkün olabilecek. Sayın Bakanımızın ve hükûmetimizin bu noktada gereken hassasiyeti göstereceklerine yürekten inanıyorum. Hükümetimizin, sıkıntının başladığı ilk günden itibaren sektör paydaşlarıyla iş birliği içerisinde uygulamaya koyduğu önlemler, bu geçiş döneminin başarıyla yönetimine fevkalade yapıcı bir rol oynadı. Bugün dileğimiz, Türk turizminin geçmişte yaşadığı sorunları tekrar yaşamayacak dirence kavuşturulması ve ülke sathında 12 aya yayılan sürdürülebilir turizm olgusuna ulaşmasını sağlayacak bir "turizmde dönüşüm" planının uygulanması için devletimizle el ele vermek."

2015 sonundan başlayarak özellikle 2016'da kritik bir daralma yaşayan turizm sektörü, 2017'deki kısmî toparlanmaya rağmen ağır sorunlar yaşamaya devam ediyor. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, sektörün içinde bulunduğu darboğazı atlatabilmek için hükûmete sundukları önerileri "kısa vadeli destek tedbirleri" başlığı altında sıralarken orta ve uzun vadede Türkiye turizminde yapısal bir dönüşüm sağlayacak tedbir ve politikaları da ayrıca dile getirdi.

TALEPLER

Kısa vadeli destek tedbirleri arasında öne çıkan maddelerden bazıları şöyle:

- Sektöre yönelik 20 milyar TL'lik ilave KGF limiti oluşturulması.
- Turizm sektörünün ihracatçılara sağlanan tüm desteklerden yararlandırılması.
- Turizmciye ana girdi kalemlerini vergisiz ithal ederek kullanma imkanı sağlanması.
- Orta ve uzun vadeli, düşük faizli Eximbank kredisi imkânı.
- İstihdam teşviklerinin turizm sektörüne özel 2 yıl daha uzatılması ve kış sezonunda iş akdinin devamını sağlayacak istihdam desteklerinin oluşturulması.

Your new gate to the old times

HOTEL levni SPA istanbul

Main Entrance: Ankara Caddesi No: 12 Sirkeci-İstanbul
Back Entrance: Ebusuud Caddesi No: 31 Sirkeci-İstanbul
P: +90 212 519 10 19 • F: +90 212 519 10 29
E: info@levnihotel.com • www.levnihotel.com

TURİZMCİLER 2018'DEN UMUTLU

Turizm sektörü tüm birimleriyle 2018'e hazırlanıyor. Yatırımcısından ulaştırmacısına, tur operatöründen otelcisine, herkes 2018 sezonunun heyecanını taşıyor. Beklentiler iyimser. Her kesimde büyüme hedefli planlar var. Kısaca, sektör 2018'den umutlu. İşte sektörün 2018 ile ilgili beklenti ve hedefleri

COŞKUN YURT- CORAL TRAVEL: UÇAK SAYISI 19'A ÇIKACAK

Bünyemizdeki havayolu şirketi Royal Flight'ın halen 14 olan uçak filosunu, 19 uçağa çıkaracağız. Almanya"da satın aldığımız Ferien Touristik şirketinin 120 bin kişilik kapasitesin, 250 bin yolcuya çıkaracağız. Rusya'da ana pazarımız Türkiye olmaya revam edecek. İç pazarı da önemsiyoruz. İç pazarda 100 bin olan müşteri sayısını yüzde 60 büyütmek amacıyla , yeni satış noktaları oluşturacağız.

OSMAN AYIK-TÜROFED BAŞKANI: HEDEF FİYAT YÜKSELTME OLMALI

Sayıdan çok fiyatları yükseltmeye odaklanacağız. Fiyatlarını yükseltecek olan kongre turizmine önem verilecek. Son zamanlarda yapılan otel yatırımları, talebin üzerinde. Her yeni yapılan işletme, pazarı zorluyor ve haksız rekabete yol açıyor. Yatırımlar kontrol altına alınarak, yatak enflasyonu engellenmeli.

YILDIRAY KARAER-CORENDON: ANTALYA'YA KOLTUK KAPASİTESİNİ % 50 ARTIRDIK

2018'de filomuza katılacak üç uçakla birlikte, uçuş ağımızı ve sefer sayılarımızı artıracağız. Sadece Avrupa-Antalya hattında bile koltuk kapasitemizi yüzde 50 artırarak 1 milyon koltuk planladık. Geçtiğimiz yıl kurduğumuz Corendon Airlines Europe isimli havayolu şirketi ile Avrupa içi uçuşlara ağırlık vereceğiz. Almanya başta olmak üzere altı ülkeden Hurghada ve Girit gibi destinasyonlara uçuşlar düzenleyeceğiz.

OYA NARİN-TYD BAŞKANI: BAŞLAMIŞ YATIRIMLAR BİTİRİLMELİ

Yeni yatırımlar için doğru zaman, 2018 sonları. Antalya'nın başarı eşiği 12 milyon yabancı hedefiyle pazar çeşitlendirmesi üzerinde çalışacağız. Başlamış yatırımların tamamlanması öncelikli olmalı.

ERKAN YAĞCI- AKTOB BAŞKANI: AVRUPA'YI YENİDEN KAZANMALIYIZ

Rusya pazarında hızlı dönüşü yakaladık, beklentilerimizi de aşan sayıda Rus misafirimizi ağırladık. Ama buna karşılık, yıllardır bizim ana pazarımız olan Almanya'da beklediğimiz düzeyi yakalayamadık. Aksine, bu yıl gerileme yaşadık. Hedef, Avrupa pazarını eski günlerine döndürmek olacak.

MEHMET AYGÜN-TİTANİC HOTELS YÖNETİM KURULU BAŞKANI: 2018 HEDEFİMİZ AVRUPA PAZARINDA BÜYÜME

Belek'te bir golf oteli projemiz var. Kısa vadede franchise öngörüyoruz. Özellikle Avrupa pazarında 2018'de gelişme hedefliyoruz. Anadolu'ya yayılmayı da düşünüyoruz. Avrupa'nın farklı ülkelerinden gelen rezervasyon sayısında önemli bir artış olmasını bekliyoruz.

ENDER ALKOÇLAR-ALKOÇLAR HOTELS YÖNETİM KURULU BAŞKANI: BURSA'YA YATIRIMLARIMIZ SÜRECEK

Uludağ'da yeni otelimizin inşaatını tamamlamış olacağız. 200 yatak kapasiteli otel, Uludağ dönüşüm projelerimizin ilk etabı olarak 2018'in son aylarında hizmet vermeye başlayacak. Ayrıca Bursa'da yeni projesine başlayacağımız bir termal tesisin de hazırlık çalışmaları hızla devam ediyor.

DAĞLARCA ÇAĞLAR- ÇAĞDAŞ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI: YENİ OTEL YATIRIMLARINA DEVAM

Turgutreis'te 75 Milyon Euro yatırımla Swissotel Resort Bodrum Beach'i devir aldık. Proje Swissotel'in Türkiye"deki ilk resort oteli. Halen Bodrum merkezde 100 Milyon Euro yatırımla Swissotel Resort Bodrum Hill'i devreye alıyoruz. Bu otelimizin açılışı 2019"da gerçekleşecek.

ALİ ONARAN-PRONTOTOUR YÖNETİM KURULU BAŞKANI: DÖVİZ KURU ÖNEMLİ

Ana işimiz olan outgoing tarafında olumlu gelişmeler bekliyorum. Yüzde 20 büyüme öngörüyorum. Pazardaki durumu dövizin seyri belirleyecek. Döviz için bir şey söyleyemiyorum.

MEHMET İŞLER – ETİK BAŞKANI: YARALARIMIZI SARACAK BİR YIL OLACAK

Hedef pazarlardaki turistlerin geri döneceği yolundaki işaretler, 2018 yılına ilişkin umudumuzu arttırıyor. İran, Rusya, İngiltere pazarlarından gelen ziyaretçi sayısının artmasını bekliyoruz. 2018 yılında İzmir turizminin 2015 yılı rakamlarına yaklaşacağını düşünüyoruz. 2018 yılının olumlu bir yıl olacağına, turizm sektörünün yaralarını sarmaya başlayacağına inanıyoruz.

BENTOUR: TÜRKİYE'Yİ TANITMAYA DEVAM EDECEĞİZ

Türkiye spesiyalisti Bentour Reisen, Türkiye - Almanya ilişkilerinin yeniden düzelmesi için harekete geçti.

Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlığı'nın himayesi altında Antalya Belek'te gerçeklesen organizasyon kapsamında Alman medya mensupları, Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu ve Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş'un yanı sıra Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı Menderes Türel ve Türk Hava Yolları CEO'su İlker Aycı ile bir araya geldi.

TÜRK - ALMAN DOSTLUĞU

Bu önemli organizasyona Türkiye turizmini temsilen Bentour Reisen CEO'su Deniz Uğur da katılarak, turizm sektörü ile ilgili bilgi ve fikir alışverişinde bulundu. Almanya ve Türkiye'nin geçmişe dayanan tarihi dostluğu da göz önünde bulundurularak iki ülke arasındaki iletişimin tekrar daha iyi seviyelere taşınması tüm katılımcıların birleştiği ortak düşünce oldu. Türkiye spesiyalisti olarak faaliyet gösteren Bentour Reisen de, bu çerçevede kendisini siyaset ve ekonomi dünyası temsilcilerinin arasındaki iletişimin destekçisi olarak görmektedir.

SAĞLIKLI İLETİŞİM ŞART

Bentour Reisen CEO'su Deniz Uğur, konuya ilişkin şunları söyledi: "Temennimiz, sağlanan bu diyaloğun tarafların birbirlerine olan karşılıklı anlayışını arttırması ve buna katkıda bulunmasıdır. Bir tur operatörü perspektifinden baktığımızda; sağlıklı iletişimin ülkemize daha çok turist gelmesinde etkili olacağını düşünmekteyiz. Bizim için her şeyden önemli olan, iki ülke arasında tarihi dostluğu desteklemektir. Bu durumun bize getireceği olası ekonomik katkısı ikinci plandadır."

Bentour Reisen kriz dönemlerinde de yüksek bir kararlılıkla gerek Comedy Night gerekse çeşitli info ve basın tanıtım gezilerinin yanı sıra çeşitli organizasyonlarını da Türkiye'de düzenleyerek Türkiye turizmi ile ilgili uzun vadeye dayanan bir şirket politikası takip ettiğini gösterdi. Bentour 2018 yılında da turizm medyası ve seyahat acentelerinin katılımı ile gerçekleşecek çeşitli info gezileri planlanmaktadır.

ORGANİZASYONLARA DEVAM

Bu kapsamda Bentour Reisen, Ocak ayında 2018 yılının ilk yarısında düzenlenecek organizasyonların tarihlerini kamuoyu ile paylaşılacağını duyurdu. Deniz Uğur konuya ilişkin şunları paylaştı: "Partnerlerimizin Türkiye'de izlenim edinmesi bizim için yüksek önem arz etmektedir. Acente ve basın mensuplarının katılımı ile gerçekleşen; çeşitli bölgelere düzenlediğimiz bu tanıtım gezileri doğru izlenimler için en iyi temeli oluştururken; aynı zamanda da insanları birleştirmektedir."

WYNDHAM GRAND KALAMIŞ 5'İNCİ YAŞINI COŞKULU KUTLADI

Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel, kuruluşunun 5. Yılını benzersiz bir gala gecesiyle taçlandırdı.

Anadolu Yakası'nın en prestijli oteli, kuruluşunun 5. yıldönümünde sürpriz bir gala etkinliğiyle misafirlerini hem şaşırttı hem de yılbaşı üstü harika bir gece yaşattı. Beş yılın bir zaman tüneli atmosferinde sil baştan yaşatıldığı gecede cemiyet, iş, sanat ve medya camiasının önde gelen isimleri doyasıya eğlendi. Ayrıca sektörün önde gelen liderlerini de gala gecesinde buluşturan Wyndham Grand Kalamış, yeni yıla girerken Türk turizmine de moral vermiş oldu. Geceye Turgay Kıran, Bora Gencer, Güner Gürsoy, Mete Yarar, Turgay Aysever, Timur Bayındır, Kenan Kurt, Barış Muslu, Gürkan Boztepe, Zeki Kayahan Coşkun gibi önemli isimler katıldı.

Ünlü Televizyon sunucusu Mesut Yar'ın sunduğu Gala Gecesinde; DJ performansı, Metin Kaynak orkestrası dinletilerinin yanı sıra "All in One" kabare grubunun saatler süren gösterisi büyük beğeni topladı. Gala gecesi için Londra'dan İstanbul'a gelen Wyndham Hotel Group Başkan Yardımcısı Edwin Broers'un yanı sıra grubun Bölge Direktörü İlhan Köse "Hoş geldin" plaketlerini otelin Genel Müdürü Mustafa Alparslan'ın elinden aldılar.

BAŞARI ÇITASI YÜKSELİYOR

Gecede sıcak ve samimi bir sunum yaparak Anadolu Yakası'ndaki başarılı beş yılın hikayesini anlatan Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel Genel Müdürü Mustafa Alparslan "Üst üste kazanılan 'Türkiye'nin En İyi İş Oteli' başta olmak üzere, uluslararası yüksek itibarlı ödüllerin bir tesadüf değil inanç, takım ve müşteriyle empati kurabilme yeteneğiyle ilişkili olduğunu" söyledi. Alparslan ayrıca "Önümüzdeki yılın turizm potansiyeli açısından yüz güldürücü bir sürecin başlangıcı olduğunun" altını çizerek "Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel'in uluslar arası derecelendirme sertifikalarında daha büyük başarılara imza atarak kentin en prestijli oteli olacağının" da müjdesini verdi.

2018'DE EN ÇOK 38 MİLYON TURİST GELECEK

2016 yılında en büyük krizini yaşayan Türkiye turizmi, 2017 yılında yine tarihi geri dönüşlerinden birini yaşadı.

Bu geri dönüş; krizin en büyük katsayısı Rusya sayesinde olsa da, diğer BDT pazarları, İsrail, İran, Körfez ülkeleri ve bazı orta ve merkez Avrupa destinasyonlarında sağlanan büyümelerin de katkıları göz ardı edilemez. Kriz öncesinde 36 milyon yabancı ziyaretçiyi aşarak dünyanın en çok turist çeken 6'ncı ülkesi konumuna yükselen ülkemiz; önce merkez Avrupa pazarlarında başlayan gerileme, ardından da Rusya ile yaşanan uçak düşürme krizi ve darbe girişimi, bölgesel istikrarsızlıklar ile birlikte 2016'da 10 milyondan fazla kayıpla 25 milyon bandına gerilemişti.

Sektör, kriz döneminde sebep ve sonuçlar üzerine çok fazla değerlendirmelerde bulundu. Ana görüşlerden bir kısmı durumu "konjonktürel" olarak, bir kısmı da yapısal nedenlerin de içinde bulunduğu daha uzun vadeli nedenlere dayandırdı.
Nihayetinde 2016 yılında hem Türkiye hem de Mısır tarihi düşüşlere tanık oldu. 2017 yılı sezonuna Rusya ile sorunlarını çözerek giren Türkiye turizmi; Akdeniz'de Mısır'ın yokluğu ve Ruslar için alternatif ülke kalmayışı gibi nedenlerle büyük bir toparlanma yaşadı. Bu toparlanma, gelirler açısından aynı paralellikte olmasa da, ayakta kalabilmek için son derece hayatiydi ve öyle de oldu. Turizmdatabank'ın Türkiye Turizmi 2017/2018 Araştırması'na göre; 2017 yılını % 28-30 bandında artışla 32-33 milyon yabancı ziyaretçi bandında tamamlayan Türkiye turizmi, 2018'de 3 farklı senaryo ile karşılaşacak.

2018 SENARYOLARI (TURİST SAYISI, MİLYON)

	NORMAL ÜSTÜ	OLUMLU	OLUMSUZ	EXTRA OLUMSUZ
2018 TURİST SAYISI	38,0	35,7	33,5	30,5
	Avrupa'nın Artışa geçmesi	Avrupa'nın toplananmaya başlaması	Avrupa trendinin aynen sürmesi	Avrupa Trendinin değişmemesi
	BDT Pazarları normalleşmesi	BDT Pazarları normallleşmesi	BDT büyümesinin sınırlı kalması	BDT büyümesinin durması
	Mısır'ın sınırlı etkisi	Mısır'ın sınırlı etkisi	Mısır'ın Ilımlı şekilde canlanması	Mısır'ın beklenenden fazla canlanması
	Bölgesel tansiyonun olumluya dönmesi	Bölgesel tansiyonun olumluya dönmesi	Bölgesel tansiyonun aynen korunması	Bölgesel tansiyon, terör ve çatışmanın artması

KAYNAK: TURİZMDATABANK

OLUMLU TABLO

Bunlarda ilki 2017'nin turizmde yeniden normal seyrine oturacağı iddiası. Bu açıdan Rusya'daki gelişimin normalleşeceği ve Avrupa'nın hafif toparlanma ile turist sayısının % 10 artış bandına oturabileceği söylenebilir. Bu durumda turist sayımızın 36 milyona yaklaşması olasıdır.

NORMAL ÖTESİ İYİLEŞME

Bölgesel istikrar, Avrupa'da canlanma ve BDT'de normalleşme ile Mısır'ın görece az etkisi olması, algı ve imajın ülkemiz lehine iyileşmesidir. Ki bu durumda turist sayımız 38 milyona ulaşabilir.

OLUMSUZ VE FAZLA OLUMSUZ ORTAM

Bölgesel istikrarın bozulması, Avrupa ve BDT'de umulan normalleşmenin sağlanamaması, Mısır'ın çok iyi performans göstermesi gibi nedenlerle turist sayımız 31 ila 34 milyon arasında kalabilir.

192 YENİ OTELDE 33 BİN YATAK YAPILACAK

Türkiye Konaklama sektörü 2017'nin tamamında 192 adet yeni otel projesi için yatırım teşviği aldı. Turizmdatabank'ın hazırladığı 2017 yılı turizm yatırımları analizine göre teşviklerle 33 bin yeni yatak yapılacak, 25 bin yatak da yenilenecek. Konaklama sektörü 2017'nin 12 aylık döneminde; yeni yatırım, yenileme gibi amaçlarla 3,6 milyar TL bütçeli, 240 otel projesi için teşvik aldı. Sektör, 192 adet yeni otel yatırımına toplamda 3,2 milyar TL'lik bütçe ayırdı. Bu tesisler tamamlanınca, 33 bin dolayında yatak faaliyete geçecek. Öte yandan 25 bin adet yatak da yenilenecek. Diğer yandan tesislerde çalışacak kişi sayısı 10.095 bin olurken, bunun 9.301 kişisi yeni otellerde istihdam edilecek. Teşviklerle yapılacak olan yeni 192 adet otelin yüzde 80'ini 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller oluşturacak.

Tesislerin % 37,5'i 3 yıldızlı, % 29,7'si de 4 yıldızlı. 5 yıldızlı oteller ise toplam projeler içinden % 13 pay alıyor.

YATIRIMLARDA İSTANBUL ÖNDE

Yapılacak olan yeni yatırımların bütçe büyüklülerine göre ilk sırayı % 24 ile İstanbul alıyor. Onu % 18 payla Antalya izledi. Toplam bütçeden Muğla % 9 ve İzmir de % 7 pay aldı.

5 YILDIZLI OTELLERE 1,6 MİLYAR TL HARCANACAK

Ülkemizde yeni otel yatırımlarına ayrılan bütçeden, 5 yıldızlı oteller % 49,4 pay alıyor. Onu, % 24,7 ile 4 yıldızlı, % 13,6 ile 3 yıldızlı oteller izledi. Diğer yandan yeni otellerle faaliyete geçecek yatakların % 34,7'lik kısmı 5 yıldızlı, % 32,8'lik kısmı 4 yıldızlı ve % 21,4'ü de 3 yıldızlı otellerde bulunacak.

TÜRKİYE'DE TEŞVİKLİ OTEL YATIRIMLARI (2017 YILI)

	PROJE	BÜTÇE, MİLYAR TL	İSTİHDAM	YATAK
Toplam	240	3,67	10.095	58.332
Yeni yatırımlar	192	3.20	9.301	33.059

TURİZMDE HEDEF
2014 RAKAMLARINI YAKALAMAK

TÜROFED Başkanı Ayık, "Türkiye'nin turizm sektöründe bugüne kadar yaşadığı en iyi yıl 2014 yılı. 2018 yılında bizim en önemli hedefimiz tekrar bu rakamlara ulaşmak, kayıpları geri kazanmak olacaktır" dedi.

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkanı Osman Ayık

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkanı Osman Ayık, turizm sektörü olarak 2018 yılında 40 milyon civarında yabancı turist, 35 milyar dolar civarında da turizm geliri hedeflediklerini belirtti.

Ayık, peş peşe geçen 2 sıkıntılı yılın ardından 2017'nin turizm sektörü açısından iyi bir yıl olarak kapandığını söyledi. Bu yılki hedeflerinin 2014 rakamlarını yakalamak olduğunu dile getiren Ayık, "Türkiye'nin turizm sektöründe bugüne kadar yaşadığı en iyi yıl 2014 yılı. Yani yaklaşık 40 milyon civarında yabancı turist ve 35 milyar dolar civarında turizm geliri. Bunlar, sektörde bugüne kadar elde edilen en iyi rakamlar. Geçen 2-3 yılda bu rakamları göremedik" dedi.

Avrupa pazarının Türk turizmi için çok önemli olduğuna işaret eden Ayık, bu pazarda son 2 yılda ciddi kayıplar yaşandığını, yeni sezonda bunları telafi etmek istediklerini söyledi. Ayık, "Rusya'daki çıkışımızı da devam ettirmek istiyoruz. 2017 yılında Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu'dan ciddi ziyaretçi çektik. 2018'de ziyaretçi sayısını artırmak, gelirlerin de bir miktar yükselmesini sağlamak istiyoruz" diye konuştu.

"ERKEN REZERVASYON SATIŞLARI UMUTLANDIRIYOR"

Erken rezervasyon ilk satış rakamlarının bu sezon için kendilerini umutlandırdığını bildiren Ayık, "Şu anda en yoğun satışlar Avrupa pazarında. Rakamlar gayet iyi. Avrupa pazarında, özellikle de Almanya pazarında en iyi olduğumuz yıllardan biri 2015'ti. Şu anda erken rezervasyon satışları o yılın rakamlarının da üzerinde seyrediyor" ifadesini kullandı.

"İNGİLTERE ÜÇÜNCÜ KAYNAK PAZAR OLMAYA ADAY"

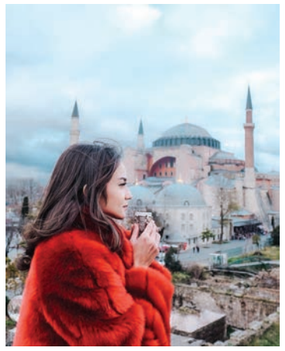
Pazar çeşitliliğinin önemine dikkati çeken Ayık, şunları kaydetti: "Bugün ülkemize 100'ün üzerinde farklı ülkeden misafir geliyor. Bu bizim için çok önemli. Bizim ana pazarlarımız Rusya ve Almanya. En büyük sayıları biz bu iki kaynak pazardan alıyoruz. Bu pazarların yanına alternatifleri koymak çok önemli. Çünkü herhangi bir konjonktürel sıkıntı, ekonomik olay veya ülkeler arasındaki bir siyasi gerilim ister istemez sayıları etkiliyor. Geçen 3 yıl içinde bu gibi durumlarla sıkça karşı karşıya kaldık. Bu çerçevede İngiltere bizim için önemli bir pazar ve üçüncü kaynak pazar olmaya aday. Bunun yanı sıra Hindistan, Çin, Ortadoğu'nun bir kısmı ve Kuzey Afrika ülkelerini de her zaman mercek altında tutmalıyız"

BEST WESTERN PLUS
The President Hotel
★★★★ ISTANBUL
SINCE 1989
Environmentally Friendly Establishment

Turkey's Second, Istanbul's First Green Star Approved Hotel.

Best Western Plus The President Hotel, located in the heart of Istanbul is the choice of people who want to accommodate nested with the historical monuments along with the natural beauties.
Best Western Plus The President Hotel which gives great importance to environment had intended to receive The Green Star Award in 2009 and succeeded in the same year.
Now Best Western Plus The President Hotel has become Turkey's second and Istanbul's first Green Star approved property.
Best Western Plus The President Hotel is proud to be an environment friendly member of hospitality business in addition to her well known unique approach to quality service with guest satisfaction oriented professional staff.
Best Western Plus The President Hotel is ready to wellcome you with 201 comfortable and elegant rooms and meeting rooms suitable to any kind of meeting and conference needs.

Tiyatro Caddesi 25 Beyazıt 34126 Fatih - İstanbul / TURKEY
Tel: +90(212) 516 69 80 (20 Lines) Fax: +90(212) 516 69 98
www.thepresidenthotel.com e-mail: sales@thepresidenthotel.com



DÜNYACA ÜNLÜ SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ **İSTANBUL'DA**

Fotoğraf video ve yazılarıyla tüm dünyada milyonlarca kişinin tercihlerine yön veren içerik yaratıcıları ve sosyal medya fenomenleri İstanbul'da gerçekleştirilen INFLOW Global Summit'de bir araya geldi.

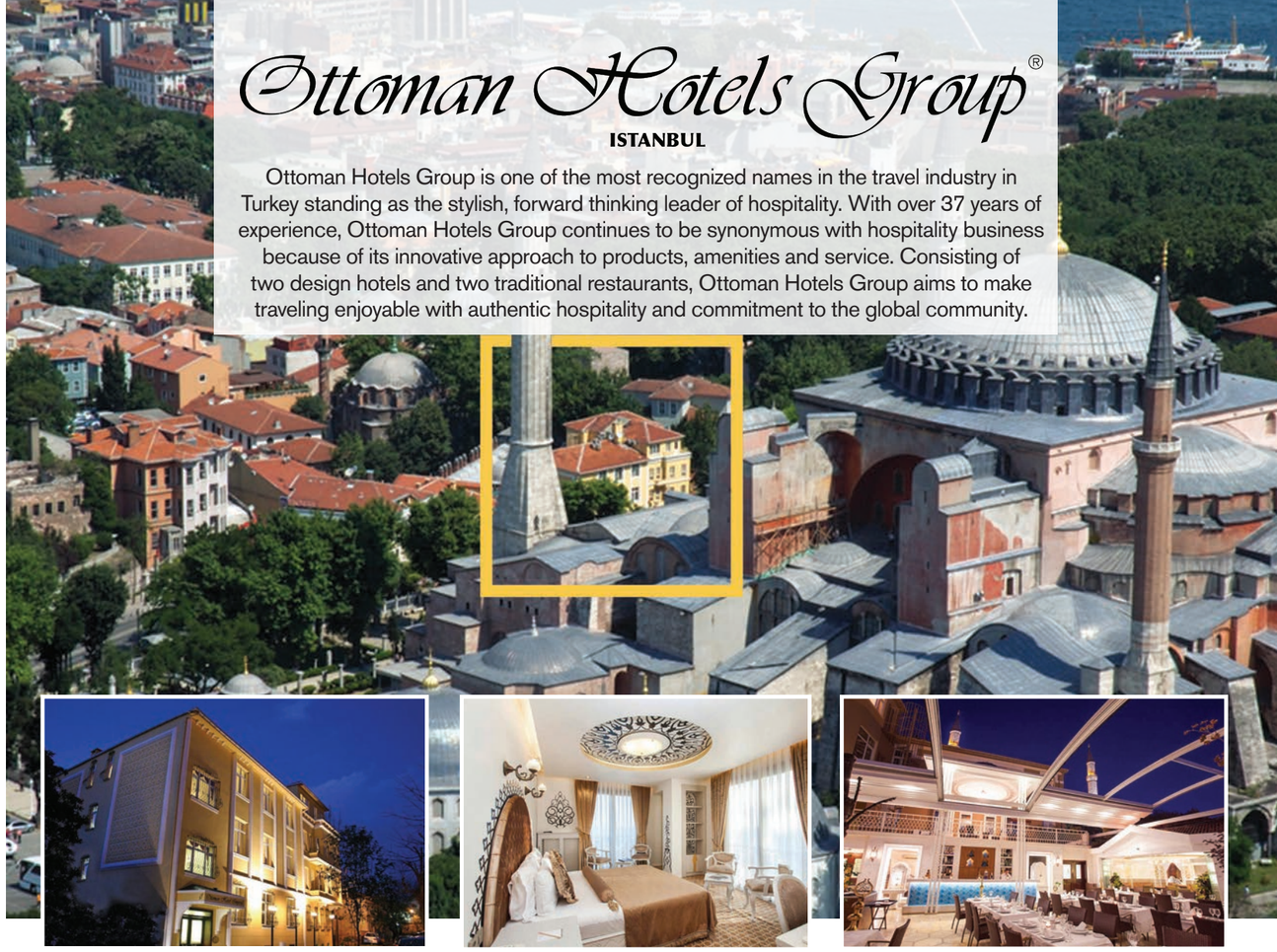
Tüm dünyada milyonlarca kişi tarafından takip edilen influencerlar (etkileyenler), INFLOW Global Summit'de bir araya geldi. Influencer pazarlamasının merkeze alındığı oturumlarda, seyahat, lüks, moda, gastronomi, anne-çocuk temalarıyla paylaşımlarda bulunan sosyal medya fenomenleri deneyimlerini ve konuyla ilgili görüşlerini aktardılar. Ayrıca ekonomi ve pazarlama dünyasının önde gelen isimlerinin ağırlandığı INFLOW Global Summit'e birçok influencer da katıldı. Etkinliğin açılış konuşmasını yapan Inflow Summit Kurucu Ortağı Afşın Avcı, INFLOW'un dünyanın en büyük influencer etkinliği olduğuna dikkat çekti. INFLOW Global Summit'te yerli ve yabancı 250'ye yakın influencerın yer alacağını belirten Avcı, sözlerine şöyle devam etti: "Bu etkinlikte influencerların toplamda hitap ettiği insan sayısı 80 milyon kişinin üstünde. Influencer Marketing'in önemini anlatmak için dünyadaki tüm influencerları bir araya getirmeyi hedefledik. Amacımız bu alanda dünyadaki bir numaraları platform haline gelebilmek. İlk etkinliğimizi Inflow Travel Summit adıyla 17-23 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirdik. Bu etkinliğe 29 farklı ülkeden 137 influencer katıldı. Bir sonraki etkinliğimiz ise 25-27 Ağustos'ta Venedik'te gerçekleştirildi. Bu etkinlik daha küçük çaplıydı ve Inflow Meetup adını verdik. 2018 yılında da ilk uluslararası etkinliğimiz 25-27 Şubat tarihleri arasında Katar'ın Doha şehrinde gerçekleştirilecek."

DÜNYACA ÜNLÜ İSİMLER

Etkinliğe ayrıca Jack Morris, Lauren Bullen, Melanie Martins, Sara Sabry, Jonny Ward, Abdel Aziz Kardeşler, Cristina Musacchio, Roberto De Roza gibi dünyaca ünlü ve milyonlarca takipçisi bulunan influencerlar katıldı. Etkinlik sırasında düzenlenen birçok panele katılan isimler, farklı görüşleriyle izleyicilere farklı bir vizyon kazandırdı. Dünyaca ünlü İrlandalı ekonomist David McWilliams, influencer pazarlama ekonomisini ele alarak, dünyada yeni ortaya çıkan ve uluslararası anlamda etki yaratan, etkileşim pazarlamasının yeni formu hakkındaki görüşlerini aktardı.

INFLOW Global Summit'de, influencer pazarlaması konusu sosyal sorumluluk açısından da ele alındı. Bu bağlamda düzenlenen ve TÜHİD Başkanı ve Effect Burson Marsteller CEO'su Gonca Karakaş tarafından modere edilen 'Sosyal Sorumluluk Temsilcisi Influencer'lar' başlıklı panele, Sara Sabry, Harjinder Singh Kukreja ve TRT WORLD'den Didem Kaya Bayram konuşmacı olarak katıldı.

Ülkemizdeki influencer pazarlama deneyiminin de ele alındığı oturumlarda, Elvin Levinler, Refika Birgül, Buse Terim gibi ülkemizin önde gelen sosyal medya fenomenleri de sahnede yerlerini aldılar. Nisan 2017'de Antalya'da düzenlenen INFLOW Travel Summit etkinliğine 200'den fazla influencer, 340'tan fazla marka katıldı. Bu etkinlikte 9 panel ve 2 keynote gerçekleştirildi. Etkinlik kapsamında 58 bin 471 paylaşım yapılırken sosyal medyada 9,8 milyon adet etkileşim sağlandı.



Ottoman Hotels Group®

ISTANBUL

Ottoman Hotels Group is one of the most recognized names in the travel industry in Turkey standing as the stylish, forward thinking leader of hospitality. With over 37 years of experience, Ottoman Hotels Group continues to be synonymous with hospitality business because of its innovative approach to products, amenities and service. Consisting of two design hotels and two traditional restaurants, Ottoman Hotels Group aims to make traveling enjoyable with authentic hospitality and commitment to the global community.

Ottoman Hotel IMPERIAL

Ottoman Hotel Imperial was built as an Ottoman school and hospital in the mid of 1800's. The building was home to both the teachers and pupils of the historical 'medrese' for around 70 years. The hospital was built in early 1900's and served the merchants of the Ottoman handicraft producers and masters. In the mid of the 20th century the building had been converted to a hotel in order to host young travelers and pupils. The building has gone through several renovations in 2005 and has turned out to be a premium & superior historic hotel. Ottoman Hotel Imperial is situated on the truly premium location in town, on an elevated position, surrounded by all the major historic and cultural sights in the heart of the old town, Sultanahmet, viewing the impressive Hagia Sophia (St.Sophia, Aya Sofya) Museum. This is an inspiring location all year around, in the heart of the old city, within walking distance of Sultanahmet Square and the main historic, shopping and harbor districts and just 16 km away from the Ataturk International Airport (IST) and 44 km away from the Sabiha Gökçen International Airport (SAW).

Caferiye Sokak No 6/1
34122 Sultanahmet Istanbul, Turkey
P +90 212 513 61 51
F +90 212 512 76 28
info@ottomanhotelimperial.com
www.ottomanhotelimperial.com

Ottoman Hotel PARK

Experience the Ottoman style luxury and world famous Turkish hospitality at the exceptional Ottoman Hotel Park while finding a peaceful respite from one of the liveliest cities in the world in our luxurious, spacious and modern rooms combining past and present in a relaxing atmosphere.
The most demanding leisure and business travellers leave with memorable experiences following to their stay at the Ottoman Hotel Park. Though only minutes from the city's iconic landmarks, Ottoman Hotel Park has the tranquillity of an oasis with its location and interior design.
Ottoman Hotel Park is a fully equipped hotel, with many amenities meeting the requests of distinguished travelers who expect an extensive service and care from an outstanding accommodation facility.

Kadırga Limanı Cad. No: 41
34126 Sultanahmet Istanbul, Turkey
P +90 212 516 02 11
F +90 212 517 35 12
info@ottomanhotelpark.com
www.ottomanhotelpark.com

Matbah®

The Ottoman Empire reigned over expansive territories for centuries and co-existed with many nations and cultures. The Ottomans have enriched the Ottoman Cuisine, synthesizing all the cultures they encountered, in order to compose a unique taste of its own, in the course of time. Several cuisines, derived from Central Asia, the Balkans, the Middle East, Mediterranean and Europe, have been the principal contributors to the Ottoman Cuisine. This cuisine proceeded mostly in the kitchens of the Ottoman Palace and therefore, the palace has turned out to be a unique place to grasp its tastes in full. Unfortunately, this magnificent cuisine has lost some of its unique flavors nowadays, since the guild of the palace cooks kept their recipes as professional secrets. We, Matbah Restaurant, engendered a selective and unique menu, comprising of twenty seven outstanding dishes from Matbah-ı Beray-i (Kitchen of Sultan's Palace) for your exclusive taste. All dishes served are sampled, improved and adapted to the criteria we meticulously implement today. The stunning recipes have been finalized and added to our selective menu, subsequent to consistent practice and efforts.

Caferiye Sokak No 6/1
34122 Sultanahmet Istanbul, Turkey
P +90 212 514 61 51
F +90 212 514 61 52
info@matbahrestaurant.com
www.matbahrestaurant.com

Prontotour'un 2018 reklam kampanyası oldu. "Bir Bilene Sor" sloganı ile hazırlanan ve reklam çekimleri devam eden kampanyanın yüzü ise Faik Öztürk oldu

Prontotour 2018 hedeflerini açıkladı

Prontotour geleneksel Acenteler Buluşması'nı bu yıl Gaziantep'de gerçekleştirdi. Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, 2017 yılını değerlendirdiği toplantıda markanın yeni yıldaki hedeflerini de açıkladı. HASAN ARSLAN

2017 yılının bir önceki yıla göre turizm hareketleri açısından daha verimli olduğunu belirten Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, "Prontotour açısından başarılı bir yılı geride bıraktık. 2017 yılını ciroda %22 büyüme ile tamamladık. Yılın başında belirlediğimiz hedeflere ulaşmanın haklı gururunu yaşıyoruz. Bu yolda birlikte yürüdüğümüz değerli acentelerimiz, ekip arkadaşlarım ve partnerlerimize çok teşekkür ediyorum. Hep birlikte markamızın gücü ve tecrübemizle Prontotour'un adını daha da yukarılara taşıyacağımıza inanıyorum. Biz birlikte güçlüyüz" dedi.

Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran

YURTDIŞI HER ZAMAN FAVORİ

Her yıl tur programlarının içeriklerini genişletip yeni rotaları eklediklerini, seyahat ihtiyaçlarına göre yeni ürünler geliştirdiklerini söyleyen Onaran, "2017'de seyahatseverler, klasik rotalarımız olan İtalya, İspanya, Orta Avrupa, Benelüks ve Balkanlar dışında Dubai, Fas, Amerika, İngiltere, İskandinavya, Baltıklar ve Uzak Doğu destinasyonlarına yoğun ilgi gösterdi. Yurtdışı turlarımızda kişi sayısında %12, ciro bazında %25 artış yakaladık" şeklinde konuştu.

GEMİ TURLARI İLGİ ÇEKİYOR

Gemi ve nehir turlarına 2017 yılında da yoğun ilgi olduğunu dile getiren Onaran, "Norveç Fiyortları, Batı Akdeniz, İskandinavya ve Güney Amerika" gibi destinasyonlara düzenlediğimiz gemi turlarımız seyahat severlerden talep gördü. Ayrıca Ren Nehri, Volga-Volga, Tuna Nehri gibi turlarımızı tercih edenlerin sayısının yüksek olduğunu belirtmeliyim. 2017 yılında gemi turlarında ciroda da %15 artış yakaladık" ifadelerini kullandı.

KÜLTÜR TURLARINDA % 65 ARTIŞ

Yurtiçi ve Kıbrıs turlarında da büyüme sağladıklarını belirten Onaran, "Yurtiçi kültür turlarımız içinde Kapadokya, Eskişehir, Karadeniz, Kars ve Ege turları yine gözde rotalar oldu. Festival odaklı dönemsel turların da yoğun şekilde tercih edildiğini söyleyebilirim. Cirosal anlamda; kültür turlarında %65, Kıbrıs'ta %45 ve yurtiçi pazarda %40 artış yakaladık" dedi.
Prontotour'un ayrıcalıklı seyahat deneyimleri sunan ProntoPlus markasının her geçen gün daha çok tercih edildiğinin altını çizen Ali Onaran, "2017 yılında da ProntoPlus büyümesini sürdürdü ve %45 artış yakaladı. Ayrıcalıklı keşifler dünyasının bu özel turları ilgi görmeye devam ediyor" dedi.
ProntoPlus turları arasında Toscana Vadisi, Laponya, Sakura Zamanında Japonya, Büyük Göç Zamanında Tanzanya-Zanzibar, Hindiçin Rüyası, Ateş ve Buzun Ülkesi İzlanda, Zamanın Durduğu Ülke Myanmar, Maya ve İnka Kültürlerinin İzinde Bolivya gibi turlar yer alıyor.

ŞEHİR KAÇAMAKLARINDA REKOR

Şehir Kaçamakları ile keyifli ve kısa süreli yurtdışı turları düzenlediklerini, özellikle hafta sonu küçük keşifler planlayanlar için ideal bir ürüne dönüştüğünü belirten Onaran, bu yıl rekor bir artış yakaladıklarını söyledi.
Bu özel üründe otel ve uçak imkanı sunduklarının vurgulayan Onaran, "Şehir Kaçamakları turlarımız 2017 yılında seyahat tutkunlarının en çok tercih ettiği ürünümüz oldu. Roma, Barcelona, Marsilya, Viyana, Milano, Atina, Lviv, Malta, Lyon, Bologna, Minsk ve Stokholm gibi şehirlerin yer aldığı turlarımızda %150 gibi rekor bir artış sağladık" dedi.

EĞİTİME DESTEK

Eğitim alanında da çeşitli çalışmalar yaptıklarını ifade eden Ali Onaran, bu yıl ProntoAkademi'yi hayata geçirdiklerini, bu kapsamda acentelere özel aylık bülten hazırladıklarını ve çeşitli eğitim seminerleri düzenlemeye başladıklarını ifade etti.
Onaran, "Geçtiğimiz yıl ayrıca Okan Üniversitesi Gastronomi Bölümü'nün açtığı "Gastronomi ve Seyahat Yazarlığı" dersine sponsor olduk. Bahçeşehir Üniversitesi ile Türkiye'nin termal, spa ve wellness rehberini hazırlıyoruz. Üniversiteler ile proje yapmaya devam ediyoruz" dedi.

REHBER KALİTESİ

Prontotour'un rakiplerinden ayrıldığı konuların başında rehber kalitesinin geldiğini hatırlatan Onaran şöyle konuştu: "Çok kıymetli rehberler ile çalışıyoruz. Seyahatseverlerin sosyal medya ve sitemizdeki geri dönüşlerinden bunu görebiliyoruz. Blog sayfamızda rehberlerimizin seyahat deneyimlerini paylaştığı özel içeriklere de yer veriyoruz. Yoldasin.com ve ProntoBlog içerik sayfalarımız güncel seyahat trendleri ve turizmin farklı konularında gezginleri bilgilendirmeye devam ediyor. 2017'de seyahatseverlerin bütçelerini koruyan kampanyalar yaptık. Yaptığımız kur sabitleme kampanyaları sayesinde dövizdeki hareketlenmeyi misafirlerimize yansıtmamaya çalıştık. Rakamlara baktığımızda da başarılı olduğumuzu görüyorum. Bu da bizi ayrıca mutlu ediyor." Toplantıda bir diğer yenilik ise, Prontotour'un 2018 kampanyası oldu. "Bir bilene sor" sloganı ile hazırlanan ve reklam çekimleri devam eden kampanyanın yüzü ise Faik Öztürk olacak. Reklamlarda Faik Öztürk, tatil konusunda sürekli hata yapan ve "bir bilene" soran tatilciyi oynayacak.
İş birliği ile ilgili açıklama yapan Faik Öztürk, Prontotour ile çalışmanın kendisi için keyif verici olduğunu kampanyayı en iyi şekilde yürütmek için elinden geleni yapacağını kaydetti. Öztürk konuşmasında, "Ne zaman ve nerede bana ihtiyaç duyarsanız, hemen beni arayın. Gelir turlarınıza bile katılırım" dedi.

BOZCAADA 12 AY TURİZMİ HAK EDİYOR

Üç senedir 9 Oda Otel'in işletmeciliğini yapan Murat Gülşen, Bozcada'da kendi markasını yaratmanın gururunu yaşıyor.

HASAN ARSLAN

Bozcaada'daki Rum Mahallesi'nin en özel otellerinden biri olan 9 Oda Otel'in bundan sonra kış sezonunda da açık olacağının müjdesini veren Gülşen; otelin hemen karşısındaki Madamın Kahvesi'nde, sohbet ve kahve keyfini garanti ediyor. Murat Gülşen, turizmin yükselen yıldızı Bozcaada turizmine dair izlenimlerini, Turizm Aktüel okurlarıyla paylaştı.

Şehir otelciliğinden Bozcaada'ya geçişiniz ve adada turizm işletmeciliğine başlamanız nasıl oldu?

İstanbul'da 30 yılı aşkın bir süre şehir otelciliği yaptım. Ardından, memleketim olan Çanakkale'ye geri döndüm ve üç yıl önce Bozcaada'daki 9 Oda Otel'in işletmeciliğine başladım.

İki sene önce de Hill Otel'i restore ederek tekrar hizmete açtık. Vizyonumuzu ve misyonumuzu da; adaya yakışan, başkalarına örnek olacak ve ilham verecek temalı işletmeler hayata geçirmek olarak belirledik.

Bozcada'yla bütünleşen bir mekan olan Madam'ın Kahvesi serüveni nasıl başladı?

Temalı mekanların, bulunduğu bölgeyi tamamladığını ve yansıttığını düşünüyorum. Zaten misyonumuzu da bu şekilde oluşturmuştuk. Bunun ilk uygulamasını da, Rum Mahallesi'nde hayata geçirdik. İşletmeciliğini yaptığım Madam'ın Kahvesi; adıyla, tarzıyla, sunduğu lezzetlerle ve verdiği hizmetle, ada halkının ve yerli-yabancı misafirlerin buluşma noktası oldu.

Madam'ın Kahvesi, Bozcaada'yla çok örtüşen ve adayı tamamlayan bir mekan oldu.

Seviliyor ve çok da ilgi görüyor. Önünden geçenleri dahi gülümseten ve mutlu eden bir mekan olan Madam'ın Kahvesi gibi yerlerin, adada daha da çoğalması gerektiğini düşünüyorum. Buranın bu kadar sevilmesi ve ilgi görmesi, çok mutlu ediyor.

Paris; kafeler, bistrolar, brasserieler ile dolu ve dört mevsim yaşayan sokaklarıyla zirveye ulaşmıştır. Bu minimalist uygulamanın adamıza yakışacağını ve yaz-kış verimli olacağını düşünüyorum ve benzer örneklerin daha da çoğalmasını diliyorum. Çünkü ada turizmi gelişiyor ve benzeri mekanlara daha çok ihtiyaç olacak.

Bozcaada turizminin kışın da aktif olması için neler yapılabilir?

Adada bulunduğumuz üç yıl boyunca, olumlu olan her uygulamada bizim de tuzumuzun olmasına gayret ettik. Şimdi ada turizmi için önemli bir adım daha atıyoruz. Bozacada'da 12 ay turizm yapılmasına öncülük ederek; 9 Oda Otel'i bu kış da açık tutuyoruz.

BU KIŞ DA AÇIĞIZ

İmkânı olan müesseselerin kışın da açık olmasının iyi olacağını düşünüyorum. Her mevsim yaşayan bir kasaba olmalıyız. Orta ve uzun vadede ada turizmine katkıda bulunmak için; yerel yönetimlerin ve BOZTİD'in, teoride ve uygulamada her zaman yanında olmaya devam edeceğiz.

Kendi önerilerimizi ve projelerimizi de her zaman paylaşmaya hazırız. Amacımız; ülkemize ve adamıza gelen turistlerin mutlu ayrılmalarını ve dolayısıyla da, tekrar gelmelerini sağlamak.

Travel PR turizmcinin yol arkadaşı olacak

Travel PR Ajansı'nın kurucusu ve turizm sektörünün deneyimli ismi Sarp Özkar, sektöre uzun yıllar hizmet ettikten sonra kendi şirketini kurmaya karar verdi. Peki neydi onu kendi şirketini kurmaya iten sebepler? Kendi ağzından dinleyelim…

Travel PR Ajansı'nı kurmaya nasıl karar verdiniz?

Yıllarca sektörde pazarlama profesyonellerine yeterince önem verilmedi. Tur operatörlerinde Satış Müdürü, Operasyon Müdürü, Bilet Müdürü, Incoming ve Yurtiçi Müdürleri, hatta Vize Müdürleri bile çalışıyor iken, pazarlama titrinin hakkı verilerek çalıştırılan personeller istihdam edilmedi. Marka yönetimi kavramı hep ikinci plana atıldı, varsa yoksa o gün satmak, ertesi güne daha fazla satmak… Tur operatörü patronları, 'Reklam vereyim telefon çalsın' mantığını çok seviyorlardı. Ancak medya iletişimi şirkete uzun vadede katkı yapacağından, bu alana eğilmiyorlardı. 2005 yılında turizmde PR çalışmalarına başladığımda, birçok acente, havayolu ve büyük otellerin dahi PR ajansı yoktu. Bugüne kadar çalıştığım en vizyoner patronlarımdan biri olan Ali Onaran Bey, geleceği görmüş ve daha o dönemden benim gibi maliyeti yüksek bir personeli bu işe angaje etmişti.

Ne de iyi etti ki, işe başladığımda çalıştığım firmayı yer cilası firması sananlar, 3 sene kadar sonra 'Yurtdışına tabii ki onunla gidilir' demeye başlamıştı. Ve tabii sektörde satış rakamları bazında liderlik de gelmişti. Bu durum turizm profesyonellerinin de dikkatini fazlasıyla çekmiş olacak ki, 2007-2008'den itibaren sektör yavaş yavaş PR ajansları ile daha fazla çalışmaya başladı.

Peki PR ajanslarının verdiği hizmetle, turizm sektörünün istekleri tam anlamıyla örtüşüyor muydu?

Turizm patronları veya yöneticileri, bir PR Ajansı ile çalışıyorlardı. Hatta çok ciddi para verip, piyasanın en iyisi olduğu bilinenler arasından seçim yapmalarına karşın, hep şikayet ediyorlardı. İki büyük şikayet sebebi vardı: Birincisi, o iletişimcilerin turizmcinin dilinden ve derdinden anlamadıklarını belirtiyorlardı. İkincisi de, her birkaç ayda bir, PR ajansının müşteri temsilcisi değişiyordu ve bu da onları rahatsız ediyordu.

Medya iletişim sektöründeki bu sirkülasyon nedeniyle sıkıntıları vardı. 'Tam markamızı öğrettik, temsilci bize ve firmamıza alıştı artık' dedikleri noktada, karşılarında yeni bir müşteri temsilcisi buluyorlardı. O nedenle de, turizm şirketlerinden, bana yoğun bir talep gelmeye başladı. Sonunda, hem turizmci olmam, hem de marka yönetimi-medya iletişim alanındaki bu çok ciddi tecrübelerimi turizm sektörüne hak ettiği hizmeti sunabilmek adına değerlendirmek istedim. Önce Only Travel Marketing'i, şimdi de Travel PR şirketini kurdum.

Travel PR Ajansı'nın kurucusu Sarp Özkar

Travel PR 'dan hizmet alanların beklentisi ne olmalıdır?

Öncelikle PR, pazarlamanın olmazsa olmaz bir parçasıdır. PR yapılma amacı, 'Bir yerlerde haberim çıksın, o gün daha fazla satayım' değildir. Stratejik iletişim planlaması yapılarak, markanın konumlandırmasına giden yolda yapılan 360 derece pazarlama faaliyetleri, algı yaratma konusunda en güçlü destekler biridir. Markalaşmaya giden yolda izlenecek strateji ve yol haritasına göre; doğru mecralarda, doğru söylemlerde, tam yerinde ve zamanında yapılacak tanıtım çalışmaları, pazarlamaya destek veren en önemli güçtür. En önemli hedef; istenilen marka konumlandırmasına ulaşabilmek ve bu konumlandırmaya ulaştıktan sonra, sahip olduğu ürünü rakiplerinden daha pahalıya sattırabilmektir. Zira markalaşma süreci istenilen şekilde tamamlandığında, müşterileriniz markanızın ürünlerine hak ettiği maddi bedeli rahatlıkla ödeyecektir.

Travel PR'ın müşteri portföyünde kimler yer alıyor?

Travel PR; küçük-büyük zincir oteller, havayolları, havalimanları, tur operatörleri, kalkınma ajansları, turizm tanıtma ofisleri, cruise-nehir turu şirketleri, uçak-otel arama portalları gibi turizmin içindeki birimler adına, medya iletişimi ve markalaşma süreçlerini yürütüyor. Turizm sektörü dışındaki hiçbir müşteri ile çalışmıyor ve gelecekte de çalışmayacak.

Sizi diğer PR ajanslarından farklı kılan özellikleriniz ve hizmetleriniz nelerdir?

25 yıllık turizm deneyimimiz ve 12 yılı aşkın medya iletişimi-marka yönetimi tecrübelerimiz sayesinde, turizm terminolojisine hakimiz. Bu sebeple de, turizmciyi en iyi anlayan PR ajansı olduğumuzu iddia ediyoruz. Klasik PR ajansları gibi çalışmıyoruz. Turizme hakimiyetimiz sayesinde sömestre, kayak, yılbaşı, bayram, yaz tatili, erken rezervasyon gündemi ne zaman? Bu dönemler için satışlar ne zaman başlıyor? İşte bunun gibi, turizmin pek çok dinamiğine hakimiz. Hem geleneksel PR, hem de dijital PR çalışmalarını ciddi anlamda değerlendiriyoruz. Sosyal medyada etkileşimi yüksek kişilerle deneyimler-workshop'lar yapıyoruz. Mecralarda turizmin öğelerini daha güzel gösterebileceğimiz fotoğraf galerileri-video çalışmaları, özel röportaj ve mecralar için nitelikli içerik oluşturma gibi konularda çalışıyoruz.

Ve iddia ediyoruz ki, tüm bu özelliklerimizle, turizm terminolojisine hakim ayrıcalığımızla turizmciyi en iyi anlayan PR ajansıyız. Bizimle çalışan turizm markalarının, bize No-Show'u, DBL-TWN ayrımını anlatmaları gerekmiyor. Onları yormuyoruz. Çünkü onları anlıyoruz. Sadece stratejimize konsantre olup, birlikte aynı hedefe koşmak üzere çalışıyoruz. Bunu yaparken de, turizm pazarlama tecrübemiz sayesinde, PR haricinde de yapılması gereken pek çok tavsiyede bulunuyoruz. Birçok konuya izin verildiği ölçüde müdahil olup, müşterimizin markasına PR haricinde de destek veriyoruz.

"TÜRSAB YENİ DÖNEMDE ASLİ GÖREVLERİNE DÖNECEK"

"Koltuk sevdası ile değil, görev sevdası, sektör aşkı ile göreve geleceğiz ve tüm paydaşlarla turizm sektörünün gelecek haritasını çıkaracağız. Artık, umutsuzluk değil, umut zamanı, değişim zamanıdır."

HASAN ARSLAN

TÜRSAB'ta hiçbir dönem taşlar böyle yerinden oynamadı. Alem böyle çetrefilli bir seçim yarışı görmedi, heyecan hiç bu kadar doruğa çıkmadı. Adaylar arasındaki atışmalar yerini tartışmaya, hatta neredeyse kavgaya bırakmaya başlamış, seçime de neredeyse 5 kalmıştı. Ama final beklendiği gibi olmadı. TÜRSAB'ın o dönemki başkanı Başaran Ulusoy, güvenlik gerekçesiyle seçimin ertelendiğini duyurdu. Kıyamet de ondan sonra koptu. Malumunuz; mahkemeler, kararlar havada uçuştu. En son seçimin 24-25 Şubat'ta yapılmasına karar verildi. TÜRSAB'ın başkanlık yarışındaki en güçlü adayı, kuşkusuz Değişim Hareketi lideri Firuz Bağlıkaya. Yarışı hep kurallarına göre oynamayı tercih eden, sektörün efendiliği ve kibarlığıyla tanıdığı Bağlıkaya, tansiyonun yükseldiği dönemlerde bile soğukkanlılığını korumayı bildi. Başkanlık hedefine kenetlenen ve bu konuda tam konsantrasyon yoluna devam eden Firuz Bağlıkaya, seçim sürecini ekibiyle birlikte profesyonelce yönetmeyi sürdürüyor. TÜRSAB seçimlerine yaklaşık bir ay kaldı. Sektör de bu seçime kilitlendi. TÜRSAB Başkan adayı Bağlıkaya, TÜRSAB'ı geleceğe taşıyacak hedeflerini, Turizm Aktüel aracılığıyla, turizm sektörüyle paylaştı.

"İlk dönemimizde, tüm vaatlerimizi gerçekleştireceğimize inanıyorum. İkinci dönemde sektörümüz ile ilgili uzun vadeli planlar yapıp, bizi geleceğe hazırlayacak olan uzun yol haritamızı çizeceğiz."

Sektörle bağlarını koparan TÜRSAB'ın yeniden sektörle bağını nasıl sağlayacaksınız?

TÜRSAB yönetimi maalesef uzun yıllardır sektörümüzün gerçeklerinden ve dinamizmden uzak, yapay gündem ve sektöre faydası olmayan projelerle yönetiliyor. Bu, bilinen bir gerçek. Bu soruya cevabım çok basit olacak. Yeni dönemde, TÜRSAB asli görevlerine dönecek. Ticari faaliyetlerden uzak duracak ve sektörümüzün sorunlarına çözüm odaklı yaklaşarak, her üyemize güvenli bir gelecek ve sürdürülebilir bir çalışma ortamı yaratacak. TÜRSAB gücünü üyelerinden alıyor. Biz bu gücü proje ve çalışmalarımızla tekrar canlandıracağız.

TÜRSAB'ı nasıl bir yönetim şekli ile yönetmeyi hedefliyor sunuz? İtiraz ettiğiniz temel konular nelerdir?

TÜRSAB'ı her yönüyle şeffaf, her an hesap verebilen, katılımcı ve aktif bir şekilde yöneteceğiz. Komiteleri başkanlık haline getirerek canlandıracağız. Herkesin eşit şekilde temsil edileceği, yönetim kurulu üyeleri de dahil 60 kişilik bir ekiple hızla kararlarımızı alıp, uygulayacağız. İtiraz ettiğimiz konular, sadece bizim değil, sektörün itiraz ettiği konulardır.

TÜRSAB'ın asli görevlerine dönerek, acentaların çözümünü beklediği sorunların bir an çözülmesi , en önemli husustur. Mevcut TÜRSAB yönetimi maalesef sektörümüzün hiçbir sorununa çözüm bulmamış, sektörün en sıkıntılı zamanlarında sektörden tamamen kopuk düşünceler ortaya atmıştır. Koltuk sevdası ile değil, görev sevdası, sektör aşkı ile göreve geleceğiz ve tüm paydaşlarla turizm sektörünün gelecek haritasını çıkaracağız. Artık, umutsuzluk değil, umut zamanı, değişim zamanıdır.

TÜRSAB'ı sektörde nasıl konumlandırmayı planlıyor sunuz?

TÜRSAB; turizm sektöründe tüm paydaşlarıyla birlikte, istişare ederek hareket eden, sorumluluk sahibi bir yapısı olacak. Ortak vizyon ile güçlerimizi birleştirerek, turizm sektörünü rekabetçi dünyada öne çıkaran, proje geliştiren, kamu sektörüyle uyumlu bir şekilde sorunlarımızı çözen bir yapıda, hep ileriye bakan, aynı zamanda tüm paydaşlarıyla hep birlikte yürüyen konumda olacağız.

Kazanmanız halinde TÜRSAB'da ne tür tasarruflarda bulunacak sınız? Personel ve ticari kuruluşlara ilişkin ne tür adımlar atacak sınız?

TÜRSAB'da göreve geldiğimizde, kar eden kuruluşlar satılacak, zarar edenler de kapatılacak. Üyelerimizin aidatları ve paralarıyla ticaret yapmayacağız. Bize sorunları çözmemiz, vizyon çizmemiz, yol göstermemiz için oy verilecek. Tüm enerjimizi, sektörümüzün çıkarları için harcayacağız. Bizim eleştirdiğimiz konu, her türlü hukuksuzluğu gerçekleştirerek hala yönetimde olan mevcut TÜRSAB yönetimin yönetim anlayışı ve icraatlarıdır.

Çalışan personelle ilgili bir problemimiz yoktur. Sektör için çalışan ve hakkıyla maaşını alan herkes, görevine devam edecek. Bununla birlikte, herkes bilmelidir ki, bundan sonra TÜRSAB'ın boş yere harcayacağı bir kuruşu olmayacak.

Muhalefetin bölünmüş bir görüntü vermesini tehlike olarak görüyor musunuz? Tek liste girme konusundaki düşünceniz ve kararınız nedir?

Biz Değişim Hareketi olarak, en baştan beri projelerimizle, vaatlerimizle ve bu yola gönül verenlerle yola çıktık. Sayın Hasan Erdem gibi düşüncelerimizi destekleyen arkadaşlar oldu. Ben, hiçbir şeyi tehlike olarak görmüyorum. Amacımız; değişimi gerçekleştirerek, sektörümüzün özlem duyduğu bir yönetim şekliyle sorunlarımızı çözmek. Benim için listeden çok, yapacaklarımız önemlidir. Göreve geldiğimizde de tüm üyelerimizi aynı şekilde kucaklayacağız. Biz büyük bir aileyiz. Bundan böyle, sen-ben olmayacak. Biz yönetim şeklini beğenmediğimiz kişilerle aynı yerde olmayacağımızı açıkça belirttik. Bizi destekleyen acentaların da isteği bu yönde. Herkes listesini çıkarabilir. Biz Değişimin Gücüne inanıyoruz ve yolumuza devam ediyoruz.

Yeni acente açılmasını zorlaştıracağınız yönündeki söyleminizi sektörde çok yankı buldu. Hatta bunun yasalara uygun olmadığı iddia edildi. Bu vaadinizi nasıl yerine getirecek siniz?

Yeni acenta açılmasının zorlaştırılması, yasalara aykırı değil. Bu kararları, hukuk danışmanlarımızla konuşarak aldık. Bu süreçte, belge devrinin önünü açacağız. Eş zamanlı olarak, acenta açma şartları yeniden düzenlenecek. Bölgesel gelişmeler, acenta sayıları, yaptıkları iş türü, uzmanlık, acentacılık eğitimi gibi konular dikkate alınarak, bölgesel kalkınma ve dünya turizmindeki değişimlere ve eğilimlere uygun bir şekle getirilecek.

Seçimlerin ertelenmesi, gerek sizin, gerekse üye acentelerin motivasyonunda bir azalma yarattı mı?

Hukuksuz bir şekilde kimsenin inanmadığı bahaneler ve oyunlarla maalesef seçim ertelendi. Güvenlik gibi bir gerekçeyi öne sürerek, kendi genel kurulunu yapamayan bir birlik görüntüsü verdik tüm dünyaya. Turizme verilen zarar çok büyüktür, çok.

"Hukuksuz bir şekilde kimsenin inanmadığı bahaneler ve oyunlarla maalesef seçim ertelendi. Kendi genel kurulunu yapamayan bir birlik görüntüsü verdik tüm dünyaya. Turizme verilen zarar çok büyüktür, çok."

TÜRSAB'ı bu hale düşürenleri, üyeleri asla affetmeyecek. Bu süreçte, daha da fazla kenetlendik, daha da güçlendik ve bu yönetimin hemen gitmesi gerektiğine olan inanç, daha da arttı. Herkes bu oyunu gördü. Değişim Hareketi olarak çok daha güçlü, azim ve şevk içinde yolumuza devam ediyoruz. Bu Değişimi gerçekleştireceğiz. Kimsenin şüphesi olmasın.

Biz göreve gelir gelmez, verdiğimiz sözleri gerçekleştirmeye başlayacağız. Yasal düzenleme gerektirenlerle birlikte 1 yıl içinde vaatlerimizin çoğunu yerine getirmiş olacağız. İlk dönemimizde, tüm vaatlerimizi gerçekleştireceğimize inanıyorum. İkinci dönemde sektörümüz ile ilgili uzun vadeli planlar yapıp, bizi geleceğe hazırlayacak olan uzun yol haritamızı çizeceğiz. Bundan sonra da, genç arkadaşlara bayrağı devredeceğiz.

Yönetim kurulunuzda kimler olacak ve yönetimin Başaran Ulusoy yönetiminden farklı olarak nasıl bir dinamiği olacak?

Yönetim kurulumuzda, değişime inanan, kendini sektörün sorunlarının çözümüne ve sektörün gelişimine adayacak ve tüm üyelerimizi kucaklayacak arkadaşlar olacak. Değişim hareketine inanan ve sektörümüzün çıkarlarını düşünen herkes, benim için eş değerdedir. Başaran beyin yönetiminin dinamiği zaten yoktu. Bir dinamik yarattılarsa da, onu da sektöre hiçbir faydası olmayan faaliyetler için kullandılar. Biz şeffaf, vizyoner, katılımcı ve ortak aklı savunan, dünya turizm sektöründeki değişimlere uyumlu bir dinamikle, sektörün lokomotifi olarak hareket edeceğiz. Arkamızdaki güç; üyelerimizin desteği, birliği, inancı ve mutluluğu olacaktır.

Seçim gününden bir gün sonraki sabahınız nasıl başlayacak?

Güzel başlayacak. Çünkü değişime inanan arkadaşlarla birlikte gönül verdiğimiz sektörümüze hizmet etmenin onurunu yaşayacağız. İlk günden itibaren çalışmalarımıza başlayarak ve zaten boş yere kaybettiğimiz 2 ayı da telafi ederek, sektörümüzün önünü açacak çalışmalara odaklanacağız. 26 Şubat, TÜRSAB ailesinin geleceğe güvenle, gülümsemeyle, kıvançla bakacağı bir başlangıç olacak.

10 Karaköy İstanbul 3'üncü yılını kutladı

İstanbul'un en özel butik otellerinden biri olan 10 Karaköy İstanbul, kuruluşunun 3'üncü yıldönümünü kutladı.

Kuruluşunun 3'üncü yılını kutlayan 10 Karaköy Istanbul, dünyanın önde gelen lifestyle ağırlama şirketi SBE'nin global portföyüne katılışını da resmi olarak duyurdu. Geçtiğimiz yıl 10 Karaköy'ün de dahil olduğu butik otel kategorisinin öncüsü Morgans Hotel Group'u bünyesine katan SBE, 23 otel, 70 restoran ve 41 lounge ile zengin bir global portföye sahip oldu. SBE'nin Ortadoğu ve Avrupa'dan sorumlu Operasyonlar Başkanı Chadi Farhat ve 10 Karaköy Istanbul Genel Müdürü Eylem Atalay'ın ev sahipliğindeki geceye, Arzu-Ömer Sabancı, Ayşin-Ismail Ekşioğlu, Dilek-Ali Nuri Türker, Esma Güral, Zeynep-Ömer Temelli, Meltem Tepeler, Azade Dochi, İskender Çayla, Osman Çeliker gibi birçok önemli isim katıldı. 10 Karaköy'ün tarihi ve büyüleyici atmosferinde gerçekleşen davette, Istanbul Devlet Opera ve Balesi'nin hazırladığı özel bale gösterisi büyük beğeniyle izlendi. Daha sonra misafirler, geceye yakışır bir partiyle eğlenceye devam ettiler. Gecede bir konuşma yapan Chadi Farhat, "Şirket olarak, lüks otel ve rezidanslardan restoranlara portföyümüzü büyüttüğümüz çok heyecan verici ve eşsiz bir dönemdeyiz. SBE'yi, Istanbul'daki otelimiz 10 Karaköy'de olduğu gibi bir çok destinasyonda 360 derece yaşam deneyimi sunan bir şirket olarak konumlandırıyoruz" diye konuştu. Karaköy İstanbul'un Genel Müdürü Eylem Atalay da yaptığı konuşmada, "10 Karaköy, açıldığı günden beri misafirlerine gastronomi, eğlence, tasarım ve sanat ile içiçe bir konaklama deneyimi sunuyor. SBE'nin ikonik lifestyle ağırlama markalarından biri olmaktan gururlu, şirketimizin hızla büyümesinden ötürü çok heyecanlıyız" dedi.

leave the rest to us

- 108 rooms, 2 suites and 207 beds
- deva spa
- color restaurant
- terrace cafe & bar
- 5 meeting rooms which 4 of them gets sunlight

Receppaşa Cd. No: 15
34437 Taksim - Istanbul / TURKEY
T: +90 212 238 54 60 • **F:** +90 212 238 51 51
info@ramadaistanbultaksim.com • www.ramadaistanbultaksim.com

RAMADA
ISTANBUL TAKSIM

Lujo'da ayrıcalıklar saymakla bitmiyor

Lujo'da tüm kurgular misafirlerinin özel olduğu bakış açısı ile yaratıldı. Hedef bu zamana kadar yaptıkları tatillerden çok farklı ve ayrıcalıklı, benzersiz bir tatil deneyimini yaşatmak.

Lujo Hotel Genel Müdürü Önder Körük

Anex Tours CEO'su Serhat Koçkar'ın sahibi olduğu Serkoç, Bodrum Güvercinlik'te 170 Milyon Dolarlık yatırımla Lujo Hotel'i açıyor. Nisan ayında misafirlerini ağırlamaya başlayacak olan otel, her şey dahil sistemiyle hizmet verecek. Lujo Hotel Genel Müdürü Önder Körük, dünya markası olma hedefiyle Bodrum'dan yola çıkan Lujo'yu, Turizm Aktüel okurlarına tanıttı.

Lujo Art&Joy ne zaman hizmete giriyor ve yatırım maliyeti ne kadar?

Hedefimiz 2018 yılının Nisan ayında Lujo Art&Joy ile Bodrum'a yeni bir soluk getirmek. 170 Milyon Dolar değerinde bir yatırım yapıldı. Lujo, en küçüğü 45 metrekareden başlayan Superior odalar, Deluxe odalar, Laguna odalar, villalar ve özel konseptli Forest odalar olmak üzere 20' den fazla oda tipi ile 90 dönüm arazi üzerine kurulu. Tüm odalarda aydınlatma ve ısıtma sistemlerinin yöneltildiği dijital paneller yer alıyor. Lujo fiyat çizgisi, tüm misafirlerin ayırdığı bütçeye değdiği hissi ile tatilini tamamlayacağı düşünülerek, sunduğu ayrıcalıklara uygun olarak tasarlandı.

Sıfırdan bir marka yaratıyorsunuz, neden bir marka getirmeyi düşünmediniz?

Ülkemizin dinamikleri diğer tüm dünya ülkelerinden farklı olduğu için, hızlı ve ani değişimler bizleri hızlı karar veren; alternatif çıkış yollarını anında üretebilen çalışma modellerine yönlendirdi. Dolayısı ile Türkiye'de konaklama ve hizmet sektöründe birçok ülkeye kıyasla daha ileride bir bilgi birikimine sahip olduğumuzu düşünüyoruz. Türkiye'nin doğası ve işleyişi çok farklı olduğu için, özellikle tatil bölgelerinde sıklıkla operatör değişimleri gözlemliyoruz. Türkiye'deki yatırımcılar hızlı hareketler beklerken, kendi doğduğu ülkenin şartlarına uygun olarak hareket eden operatör şirketler, aksiyon almakta gecikebiliyor. Operatör şirketlerin yıllar içinde geliştirdikleri bilgi birikimlerinin farkında olmak ile birlikte, bizim ülkemizde uygulamada zorluklar yaşanabildiğini düşünüyoruz.

Neden Bodrum? Otelin konumunu seçerken nelere dikkat ettiniz?

Bodrum yarımadasının her yanı ayrı güzellikte. Bir şehrin iyi mekanlarını gezer gibi her koyu yalnızca bir gün gezseniz bile, sizi ruhsal açıdan doyurmaya yetiyor. Güvercinlik ise, ormanların içinden çıkmış bir mucize gibi. Ve bu köyün verdiği huzur, Bodrum'un girişindeki ön ödül gibi. Güvercinlik'in bütün bu sihirli noktalarının yanında havaalanına olan yakınlığı da, çok önemli bir özellik oldu bizim için.

Son dönemi yatırımcılar için zor bir dönem olarak tanımlayabilir miyiz?

Ekonomi, siyaset, doğa; her şey değişimleri ile bir döngü içinde. Bu tip ortamlarda yatırım risk olduğu kadar, bazı avantajlar da sunuyor. İşlerin durma noktasına geldiği bir ortamda pazarlık yapmanız, daha kolay oluyor. Örneğin, üretim süreleri daha kısa zaman alıyor. Eğer herkesin risk algısı aynı olur ve yatırımlar durursa, ekonomi nasıl düzelme noktasına geçebilir? Tüm yatırımcıların aynı hassasiyette davranmaları gerektiğine inanıyorum.

Bodrum'da sezonun kısıtlılığı yatırımınızı nasıl koruyacak?

Yatırımınıza ve yarattığınız markaya güvendiğiniz zaman, bazı kararları almak daha kolay. Türkiye'nin en önemli ve en büyük 2. ihracat girdisi, halen turizm. Biz hem Lujo'ya, hem de buna güvenerek temellerimizi atıyoruz.

Bodrum'da Antalya turizmine yönelik bir büyüme söz konusu mu?

İki destinasyon birbirinden doğası, genetiği, tavrı ve sundukları ile tamamen farklılaşıyor. Örneğin Antalya'da otelin dışında keyifli bir yaşam bulmak zor. Bodrum ise, misafirlerine sunduğu çok çeşitli seçeneklerle, günlerini renklendirebilecekleri olanaklar sunan bir yer. Türkiye'de sadece İstanbul'u ziyaret eden misafirlerin yeni tatil destinasyonlarından biri Bodrum. Bu nedenle, Bodrum'da ciddi bir büyüme olacağını düşünüyoruz.

Otelinizde her şey dahil sistemini mi uygulayacak sınız?

Lujo'nun felsefesinde en değer verdiğimiz önceliklerin başında, konfor ve kalite yer alıyor. Her şey dahil sistemi; tatil için müthiş bir konfor, misafiri her tüketiminden sonra çek imzalamaktan, çocuklarının taleplerinin peşinden koşmaktan, sınırlı saatler arasında verilen limitli hizmetlerden kurtaran bir ayrıcalık. Biz bu konforu herkesten farklı olarak bir de à la carte servis ile veriyoruz. Misafirlerimiz, 11'e kadar süren kahvaltıya yetişme telaşına da girmeyecek, öğlen atıştırmalıkları için saatin 3 olmasını da beklemeyecek.

Geleceğe yönelik bir otel olarak beklentileriniz ne yönde? Son trendleri nasıl sahipleniyor sunuz?

Yeni trendlere baktığımızda, tatil için artık sadece konforlu bir odanın ve mavi bir denizin yeterli olmadığını görüyoruz. Tatilciler döndüklerinde, hayatlarına dokunmuş, kendilerine bir şey katmış deneyimleri tercih ediyorlar. Bizim için en önemli unsur ise, son derece lüks bir tatilin yanı sıra, hem yetişkinler, hem de çocuk ve gençler için, unutulmaz anılarla dolu bir deneyim sunmak. Misafirlerimize sunacağımız tabaklardan, odalara bırakacağımız ikramlara, SPA'da yaşayacakları deneyimden, her an devam eden etkinliklere kadar her bir detaya özen gösteriyoruz. Ayrıca, atölye çalışmalarında öğrendikleri yeni beceriler ve otelden ayrılırken vereceğimiz küçük hediyelerle, bu deneyimi tatil sonrasında da onlara yaşatmak istiyoruz.

2018 yılı hedeflerinizden bahseder misiniz?

Öncelikle, 2018 yaz sezonunun bir test yılı olarak geçmesini öngördük. Dolayısıyla açılışımızı; eksiksiz hizmet vermek ve Lujo'nun uluslararası standartlara uygun olabilmesi adına hiç aceleye getirmedik. Lujo'nun özel konumunu ön plana çıkarmak, Lujo'da bu yıl konaklayacak tüm misafirlerimiz ile tesisimizi olgunlaştırmak, müşteri memnuniyetini iyi analiz ederek, en üst seviyeye taşımak için bu yılı gelecek sezona projeksiyon almayı hedefliyoruz.

Art&Joy temasını otel konseptine nasıl yansıttınız?

Ana temamız "Joy", onu ortaya çıkarmak için izlediğimiz yol ise "Art" oldu. İnsana muhteşem bir mutluluk hissettiren her şeyin içinde sanat olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle biz Lujo olarak sanatın her alanından ilham alıyoruz ve yaptığımız işe bir sanat eseri özeni gösteriyoruz.

Misafirleriniz ne gibi ayrıcalıklar yaşayacaklar?

Lujo'da tüm kurgular misafirlerinin özel olduğu bakış açısı ile yaratıldı. Hedef bu zamana kadar yaptıkları tatillerden çok farklı ve ayrıcalıklı, benzersiz bir tatil deneyimini Lujo'da yaşamaları. Örneğin; farklı plaj konseptlerimiz var: Çocuğu kumda oynarken, deniz keyfi yapmak isteyenler için genel plaj, sessizce kitabını okuyup, maviye bakıp dinlenmek isteyenler için sessiz plaj ve eğlenceden vazgeçemeyenler için Indigo Beach Club var.

Lezzet olarak birbirinden farklı mutfaklar, her damak tadına uygun sanat eseri tadında tabaklar… Her misafire ayrıcalıklı hissettirmek üzere özenle seçilen ve misafirlerin tüm dilekleri için doğrudan iletişime geçebilecekleri güler yüzlü ekipler… Lujo'da ayrıcalıklar saymakla bitmez. Mayıs, Haziran gibi Bodrum'un suyunun soğuk olduğu zamanlar bile düşünüldü ve tüm havuzlar ısıtmalı olarak planlandı.

Turizmde yeni trendler neler olacak?

Turizm'in öncelikli üçlüsü güneş, deniz, kuma ek olarak çevre, eğitim, eğlence ve deneyim kavramları da keyifli bir tatilin temel taşları haline geliyor. Kendi içerisinde birçok olguyu içeren bu kavramlar müşteri algısında tüm turizm segmentlerinde daha fazla ön plana çıkacak. Personel eğitimleri çoğalacak, yerel üreticilerden alınan içerikler sofralara şık sunumları ile taşınacak.

Sağlıklı yaşam ve fit trendinin getirileri olarak işlenmiş gıdalar menülerden çıkarılacak, tesislerde spor alanlarına daha çok yer verilecek. Performans alanları oluşturarak sanata verilen önem görsel olarak da sunulacak. Bunlara ek olarak doğaya olan saygının ön plana çıktığı hizmet konseptleri ön plana çıkacak. Hiç şüphesiz ki sosyal ağların kullanım oranları ve uygulamaları artarak devam edecek.

Hedef, işsizlerin turizm sektörüne kazandırılması

Bodrum Profesyonel Otel Yöneticileri Derneğince (BOYD) "Bodrum Yarımadası İşsiz Genç ve Kadınların Turizm Sektöründe İstihdam Edilebilirliklerini Artırılması Eğitim Projesi" kapsamında Eğitim İhtiyaçları Çalıştayı düzenlendi.

Sezon öncesi başvuru yapan adaylardan seçim yapılacak ve bu adaylar seri bir eğitim programına katılacak. Proje sonunda eğitim katılımcıları aynı zamanda iş sahibi de olacaklar.

TURİZMCİLERDEN BÜYÜK İLGİ

Turizmin sorunlarının da tartışıldığı çalıştayda konuşmacı arasında, Bodrum İnsan Kaynakları Dernek Başkanı ve Vogue Hotel İnsan Kaynakları Müdürü Mehmet Özcan, Hilton Hotel Bodrum F&B Müdürü Hakan Samhal, Rixos Premium Bodrum Pazarlama Müdürü Ayça Öztürk, HK derneği üyesi Berrin Tunca, Muğla Aşçılar Federasyonu Başkanı Taner Kökten, BOYD Yönetim Kurulu üyelerinden, Hüseyin Softa, Sabahattin Duman ve Hasan Hüseyin Fındık katıldı. BOYD Başkanı Serdar Karcılıoğlu yaptığı konuşmada, "Ülke turizmi bir dar boğazdan geçiyor diye odalarımıza kapanmak bize yakışmaz. Bu ülke, dünya tarihini değiştiren bir ülke. Göbeklitepe'de bulunan kalıntılar, insanlık tarihini 12 bin yıl önceye götürdü. Böyle bir özelliğe sahip

ülkeyiz. Türkiye'nin, dünya turizminde birinci sırada olması lazım. Bunun için de eğitilmiş iş gücüne ihtiyacımız var" dedi.

BOTE projesiyle ilgili bilgi veren BOYD Üyesi ve projenin koordinatörü Esra Wellington, "Turizm yatırımcılarına sağlanan yatırım teşviklerinin başarılı olabilmesi için turizm meslek kollarının daha kaliteli ve nitelikli hale getirilmesi kaçınılmazdır. Bu noktada ise istihdam sorunu yaşayan işsiz gençler ve kadınlar sektörün nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamak üzere projemiz tarafından bir potansiyel çözüm olarak değerlendirilmektedir. Turizmde marka olan Bodrum bölgesine gelen misafirlere daha iyi hizmet kalitesi sunmak için bölgeye göç etmiş ve halihazırda yaşamakta olan, belirgin işgücüne katkı sağlayacak işsiz genç ve kadınların sektöre kazandırılmasını, gerekli eğitimlerin verilmesini, bölgedeki işgücünün ekonomimize kazandırılmasını hedeflemekteyiz" dedi.

SOSYAL MEDYA İLE YÜKSELECEK

Rixos Premium Bodrum Pazarlama Müdürü Ayça Öztürk, "Artık misafirlerimiz gelmeden önde bizi tanıyor ve biliyor. Tatilleri bittikten sonra da deneyimlerini paylaşmak istiyor. Çalışanlar ise kendi görevlerinin yanı sıra her biri birer marka temsilcisi. Dolayısı ile bu yönde eğitimlerin verilmesi Bodrum'u her anlamda öne taşıyacaktır." dedi.

İÇİŞLERİ BAKANLIĞI'NDAN DESTEK

İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığınca da desteklenen proje kapsamında gerçekleştirilen çalıştayda konuşan Bodrum Kaymakamı Bekir Yılmaz, Bodrum'un turizm açısından 2016'ya göre 2017'de daha iyi bir yıl geçirdiğini söyledi. Eğitim ile ilgili her projeyi destekelemekten mutlu olduklarını ekledi.

Best Western

HOTEL EMPIRE PALACE ISTANBUL

YOU, ALWAYS DESERVE THE BEST

This historical Ottoman house, built in the 17th century and situated in the old town of Istanbul, has been faithfully restored. The hotel also boasts a Turkish Bath, which is perfect for a bit of relaxation after a full days sightseeing.

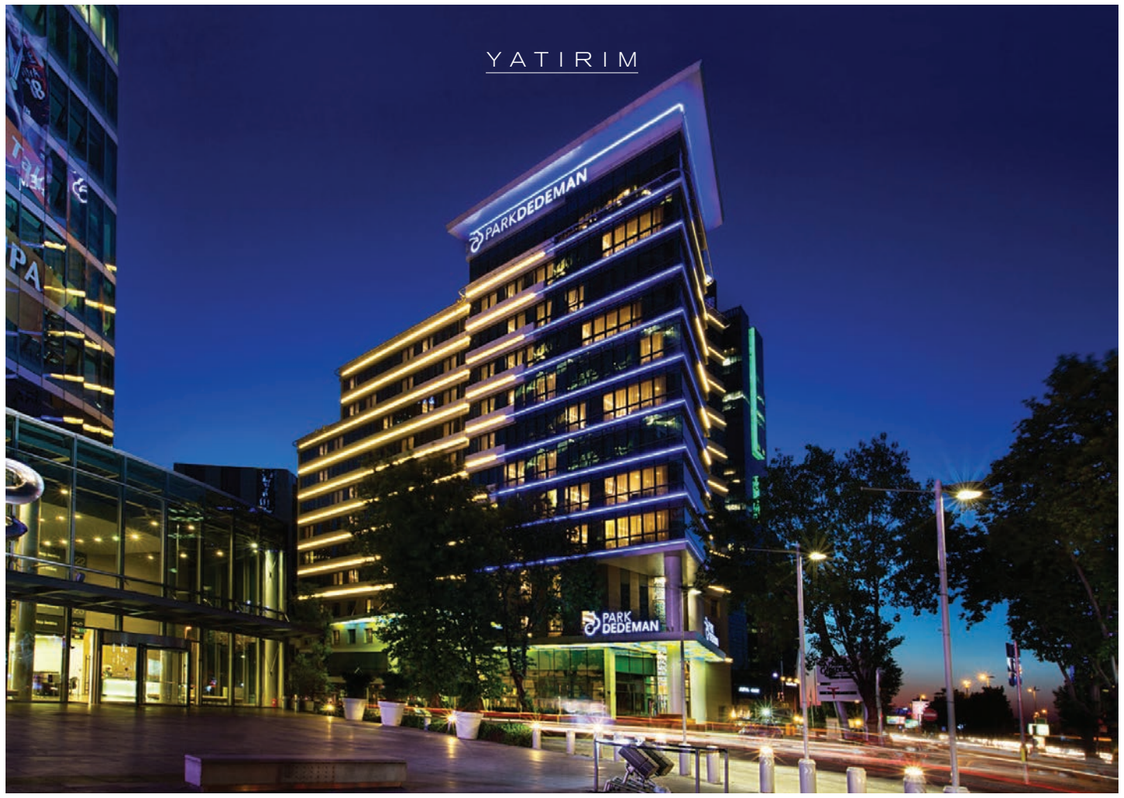
Rooms: 40 Standard rooms, 5 Deluxe Suites All rooms benefit from: air-conditioning, double glazing, mini bar, telephone, Internet access, Satellite TV, en suite bath or shower, WC and hairdryer.

Facilities: Coffee shop in lobby (breakfast only), bar, Turkish Bath, sauna, lift.

Location: Centrally located in the old city of Istanbul, 05 minutes walk to the Topkapi Palace, Hagia Sophia and the Sultanahmet (Blue) Mosque and 10 minute walk to the Bosphorus, where the ferry goes to the Asian side of Istanbul.

Transfer: 20 minute transfer from Istanbul airport.

Hocapasa Mah. Hudavendigar Cad. No:19/Sirkeci /Sultanahmet/Istanbul/Turkey
Phone:+90 212 514 54 00 info@hotelempirepalace.com
www.hotelempirepalace.com



DEDEMAN ‘SMART OTEL’LE BÜYÜYECEK

2018 yılında smart otel konseptiyle Smart by Dedeman yatırımlarını gerçekleştireceklerini belirten Dedeman Turizm Yönetim A.Ş. Genel Müdürü Emrullah Akçakaya, 2018 yılında yüzde 15 bir büyüme planladıklarını söyledi.

2018 yılında Smart by Dedeman ismiyle smart oteller konseptini Y kuşağı ile tanıştıracak olan Dedeman Turizm Yönetim A.Ş. Genel Müdürü Emrullah Akçakaya, “2018 yılında hayata geçirmeyi planladığımız Smart by Dedeman otellerimizi teknoloji jenerasyonuna atfedeceğiz. Aynı zamanda 2023 yılına kadar da toplamda 40 yeni’ otel sayısına ulaşmayı hedefliyoruz” dedi.

2017’NİN SAKİNLİĞİ YERİNİ 2018’İN HEYECANINA BIRAKACAK

2016-2017 yıllarında yaşanan olumsuz gelişmeler, Türkiye’nin coğrafi konumu, 2017 yılının ilk dakikalarında yaşanan acı deneyim ve politik restleşmelerin gölgesinde geçen bir süreç oldu. Yaşanan olumsuz gelişmeler her sektörde olduğundan daha çok ekonominin temel taşlarından olan turizm sektörünü doğrudan etkiledi. Yaşanan bu olumsuzluklar ülkeye gelen turist sayısında ciddi bir azalmaya ve buna bağlı olarak sektörde çok ciddi bir daralmaya neden oldu. Özellikle Avrupalı turist açısından ülkemiz hedeflediği rakamın altında seneyi kapattı. Emrullah Akçakaya, 2017 yılında bir önceki yıllara kıyasla daha iyimser planlar yaptıklarını fakat kriz stratejilerini uygulamak zorunda kaldıklarını belirtti. 2018 yılı için ise turizm sektöründe olumlu gelişmelerin yaşanacağını belirtti.

Dedeman Turizm Yönetim A.Ş. Genel Müdürü Emrullah Akçakaya

YURTDIŞINDA OTEL YATIRIMI

Dedeman ve Park Dedeman markaları 16 otel ile faaliyetlerine devam eden Dedeman Grubu, 2018 yılında yurt dışında bir otel yatırımı da düşünmektedir.

Akçakaya, “2018 yılında ülkemizin; sosyal, kültürel ve siyasi durumunun olumlu yönde gelişeceğine inanıyoruz. Sektördeki yatırımlarımıza hız kesmeden devam ediyor ve geliştireceğimiz smart otel konseptiyle 2018 yılında 2017 yılına kıyasla yüzde 15’lik bir büyüme planlıyoruz” dedi.

SEKTÖRDE **‘HELAL TURİZM’** KARMAŞASI

Antalya’da kurulan Helal Turizm Derneği, sektör temsilcileri arasında kavram tartışması başlattı. Turizmde ‘helal’ kavramının kullanılmasını destekleyenler de var, karşı çıkanlar da.

Antalya’da kurulan Helal Turizm Derneği, sektör temsilcileri arasında kavram tartışmasına neden oldu. Birlik, federasyon ve sivil toplum kuruluşlarının gündemine giren konuyla ilgili iki farklı görüş tartışmaya açıldı.

ERKAN YAĞCI: BİZ DE YAPTIĞIMIZ İŞİN HELAL OLDUĞUNA İNANIYORUZ

Helal turizm kavramının ilk kez tartışılmadığını ancak dernekleşme sürecinin konuyu yeniden gündeme taşıdığını dile getiren Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Başkanı Erkan Yağcı, şöyle dedi: “Ürünümüzü elbette farklılaştıracağız ancak kavramların da doğru yerde kullanılması şart.” “Birlik ve beraberliğe ihtiyacımız var” diyen Yağcı, “Bazı ifadeleri yabancı dilden Türkçeye çevirirken sıkıntılar yaşanabiliyor. Bu da kafa karışıklığı yaratıyor. Bu karışıklığı engellenmek için ‘helal turizm’ yerine ‘muhafazakâr’ turizm kavramı kullanılabilir. Çünkü biz de yaptığımız işin helal olduğuna inanıyoruz. Bu önerimiz dikkate alınmalı” dedi.

TÜRK: HELALİ HARAMI ÖLÇEMEYİZ

Dernek olarak uluslararası çalışmalar yapacaklarını kaydeden Uluslararası Helal Turizm Derneği Başkanı Erdal Türk, şöyle dedi: “Helal kavramını dini bir niteleme olarak değil, turizm çeşitlemesi olarak kullanıyoruz. Hedefimiz de Avrupa’daki Müslümanlar, Endonezya, Malezya gibi ülkeler. Kendimizi mevcut turizm sistemine alternatif olarak görmüyoruz. Tek amacımız turizm pastasındaki payımızı artırmak. Yoksa haramı helali ölçmek gibi bir kaygımız yok.”

HÜSEYİN BARANER: DESTEKLENMELİ

Helal kavramının doğru anlaşılması gerektiğinin altını çizen Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Yurtdışı Temsilcisi Hüseyin Baraner, “Turizmi çeşitlendirmeye yönelik her çalışma desteklenmeli. Sabaha kadar çılgın eğlencelerin yapıldığı, bol içkinin satıldığı mekânlar ne kadar normalse bu tarzı benimsemeyen, inancı doğrultusunda tatil yapmak isteyenler de olacaktır. O nedenle kavramları tartışmak çok doğru değil. Turizmdeki kırmızı çizgi hürriyetlerin engellenmemesi olmalı” diye konuştu.

OSMAN AYIK: NE GEREK VAR

Helal kavramı tartışmasını değerlendiren Türkiye Otelciler Federasyonu (TUROFED) Başkanı Osman Ayık, Türkiye’de muhafazakâr kesimlere hitap eden birçok tesisimiz zaten var. Yapılan bazı şeyler çok gereksiz oluyor. Böyle kavramlara ne gerek var? Biz kendimizden şüphe mi duyuyoruz? Turizmi konuşacaksak çok farklı şeyler gündemde olmalı” diye konuştu.

RECEP YAVUZ: HELAL KELİMESİ YANLIŞ

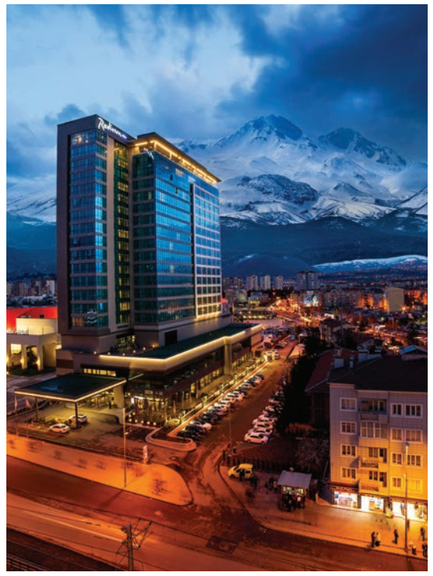
Antalya Kent Konseyi Turizm Çalışma Grubu Başkanı Recep Yavuz, “Konuyu biz de gündemimize aldık. Sektör temsilcilerimizle de tartışacağız. Turizmde çok çeşitli ürünler var. Tabi bazı kavramların nasıl kullanıldığı da önemli. O nedenle helal kelimesinin yerine başka bir şey kullanılabileceğini düşünüyorum” dedi.

ÇETİN OSMAN BUDAK: ONLAR HELAL DE DİĞER OTELLER HARAM MI?

CHP Genel Başkan Yardımcısı ve Antalya Milletvekili Çetin Osman Budak, bazı turizm işletmelerinin “helal turizm” nitelemesiyle reklam yapmasının, bu nitelemeyi kullanmayan binlerce turistik işletmeyi zor durumda bırakıyor. “Helal turizm kavramı, diğer turizm işletmeleri için haram göndermesi içeriyor. “Helal turizm” nitelemesiyle çalışan işletme sayısının her geçen gün arttığını kaydetti.

“Tur operatörü açığımızı kapatmalıyız”

‘İstanbul 2018 yılında da yoğun olarak Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinden turistleri misafir edecek. Bu yıl, %20- %30 arasında bir büyüme öngörüyoruz.”



Artaş Grubu Turizm Yatırımları Koordinatörü Recep Arifoğlu

Geçtiğimiz yıl 31 milyon turisti ağırlayan turizm sektörü, bu yıl 35 milyon turisti misafir etmeyi hedefliyor. Bu yıl turizmde yaraların sarılacağını kaydeden turizmciler, turist sayısındaki artışla birlikte, gelirde de artışın yaşanacağını belirtiyor. Geçtiğimiz yıl ve bu yıla dair İstanbul turizmini değerlendiren Artaş Grubu Turizm Yatırımları Koordinatörü Recep Arifoğlu, “İstanbul turizmi açısından, 2017 yılına pek umutla başlamamıştık. Ancak Mart ayındaki yükselmelerle birlikte 2017 yılını, 2016 yılına göre daha başarılı geçirdik. Geçtiğimiz yıl ağırlıklı olarak Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinden gelen turistleri ağırladık. Gelen turist sayısındaki artışa rağmen, kentimizin oda geliri 2015 yılının %50 gerisinde kaldı. Özetle, İstanbul olarak 2018 yılında da yoğun olarak, Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinden turistleri misafir edeceğiz ve bu yıl da %20- %30 arasında bir büyüme öngörüyoruz” dedi.

YOĞUN TURİSTİN GELDİĞİ ÜÇ PAZARDA TUR OPERATÖRÜ BULUNMUYOR

Son yıllarda, Ortadoğu, Asya ve Afrika ülkelerinden gelen turistlerin, İstanbul’da turizmcilerin yüzünü güldürdüğünü anlatan Arifoğlu, “Avrupa’dan gelen turist sayısında ciddi düşüşler yaşanınca, bizler de yeni pazar arayışına girerek, Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerine yöneldik. Bu pazarlardan daha fazla turist alabilmek için, tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yanı sıra tur operatörlerimizin de olması gerekiyor. Ancak, bu üç pazarda (Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika) tur operatörümüz bulunmuyor. Gerekli destek ve teşvikler ile bu pazarlarda bir an önce Türk tur operatörlerimizi oluşturmalıyız. Mesela, Cezayir’den ülkemize gelmeyi isteyen ciddi bir turist kitlesi bulunuyor. Cezayir ile karşılıklı vize uyguluyoruz. Eğer vize problemi ortadan kalkarsa, daha fazla Cezayirli turist tatil için ülkemize gelebilir” diye konuştu.

ÇİN İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ UÇUŞ SAYISI ARTTIRILMALIDIR

Çin’de 2018 yılının Türkiye Turizm Yılı ilan edildiğini hatırlatan Recep Arifoğlu, şunları anlattı:

“Çin’de bu yıl, Bakanlığımız ve özel sektör olarak çeşitli etkinlikler organize edeceğiz. Ancak, bir konunun da buradan altını çizmeyi isterim ki, eğer Çin’den daha fazla turist almayı istiyorsak, iki ülke arasındaki uçuş sayısının arttırılması gerekiyor. Şuan rakamsal olarak telaffuz edilen Çinli turistleri ülkemize getirebilecek kadar koltuk bulunmuyor. Mesela, Beijing’den Atina’ya direk uçuş var, ama İstanbul’a yok. Nitekim, 3’üncü Havalimanı’nın devreye girmesiyle birlikte, İstanbul küresel bir havacılık merkezi olacak” dedi.

AVRUPALI TURİSTLER, 2019’DAN SONRA DAHA YOĞUN GELEBİLİR

Son yıllarda, İstanbul’a gelen Avrupalı turist sayısının düşüşüne de değinen Arifoğlu, konuşmasına şöyle devam etti: “Geçtiğimiz yıl ülkemize geldiği ifade edilen Avrupalı turistlerin çoğu, Türk pasaportuna sahipti. Avrupa’dan gelen turist sayısındaki ciddi düşüşün arkasında bazı olumsuz olayların yanı sıra, sigorta maliyetlerinin yükselmesinin de büyük rolü bulunuyor. Sigorta firmaları Türkiye seyahatlerine yüksek sigorta yaptıklarından, bu durum Avrupalı turistlerin seyahat maliyetini yükseltiyor.
2019 yılından sonra, gerek tanıtım-pazarlama çalışmaların etkisi, gerek Galataport’ un açılması ve gerekse 3. Havalimanı’nın açılması gibi birçok olumlu gelişmeyle, daha fazla Avrupalı turisti ağırlamaya başlayacağımızı öngörüyoruz.”

SÖYLEŞİ

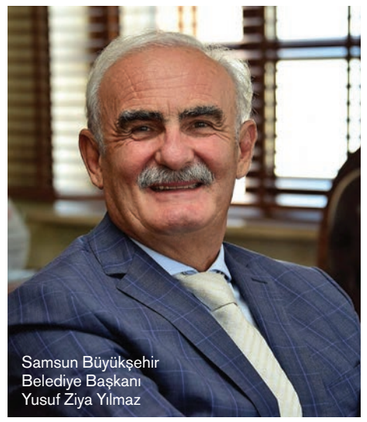
BİR DOKUNULSA ŞAHLANACAK!

Yatırım için birçok önemli özelliklere sahip olan Samsun, son denemde yeni atılımlarıyla dikkat çekiyor. Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Yusuf Ziya Yılmaz "Kurulmuş yay gibiyiz küçük bir dokunuşa ihtiyacımız var" diyerek yeniden şahlanmaya hazır olduklarını söylüyor. KEREM KÖFTEOĞLU

Yatırım ortamı yeniliklere açık. Nitelikli iş gücü ve gelişmiş bir altyapıya sahip. Merkezi konumda olduğu gibi, lojistik merkez olma yolunda da hızla ilerliyor… Karadeniz Bölgesi'nin 1 milyon 300 bin kişiye yaklaşan nüfusuyla en büyük şehri Samsun, bir yatırımcının aradığı bu özelliklerin hepsine sahip! Kurtuluş'a giden yolda ilk adımın atıldığı, günümüzde Karadeniz Bölgesi'nin tek metropolü Samsun'un çehresi, Samsun Büyükşehir Belediyesi'nin hayata geçirdiği projelerle değişiyor.
Şehri Karadeniz'in turizm merkezi haline getirmeyi hedefleyen Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Yusuf Ziya Yılmaz, Amazon Köy, Kurtuluş Yolu, Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti, Samsun Kent Müzesi, Samsun Golf Sahası gibi projeleri hayata geçirdi. Samsun söz konusu projelerle, 7 mavi bayraklı plajlarında sunduğu deniz turizminin yanı sıra, tatilcilere, kültür ve doğa turizminde de geniş seçenekler sunmaya başladı. Bunlar rakamlara da olumlu yansıdı. Örneğin, 3 bin 407 yatak kapasiteli 26 otele sahip Samsun, geçtiğimiz yıl 325 bin 851'i yerli, 54 bin 395'i yabancı olmak üzere toplam 380 bin 246 turisti ağırladı.
Nazenin Turizm İnşaat Sanayi ile KZÇ Turizm Gıda'nın 3 yıldızlı, Taşocağı Mobilya Medikal Emlak Ticaret'in ise 5 yıldızlı bir otel projesi bulunuyor. Bunlarla birlikte Samsun'da iki otel projesi daha bulunuyor. Söz konusu 5 yeni otel devreye girdiğinde, mevcutlara 842 yeni yatak eklenmiş olacak. Kentin termal turizmde de barındırdığı potansiyelin farkına varan yatırımcılar, Samsun'a yeni oteller kazandırmak için kolları sıvadı. Doğan Jeotermal Şirketler Grubu, 100 milyon liraya mal olacak Hattuşa Vacation Termal Club Havza Termal Otel, Devre Mülk ve Tatil Köyü kompleksini Havza'da hayata geçirmeye hazırlanıyor. Özdilek Holding'in ise bir AVM projesi bulunuyor.

UNESCO'YA ADAY

'Turizm dünyanın bütün şehirlerinin tercih ettiği ve para kazanmaya çalıştığı bir sektör olduğunu hatırlatan Başkan Yılmaz, "Türkiye'de Marmara, Ege ve Akdeniz Havzalarında yoğunlaşan ülke turizmini neden biraz da Karadeniz ve Orta Anadolu'ya çekmeyelim? 'Tarihimize sahip çıkıyoruz' sloganıyla tarih turizmine yönelik potansiyellimizi ortaya çıkarıyoruz. Doğanın sunduğu güzelliklere yatırımlar yaparak, kültürel varlıklarımızı zenginleştiriyoruz. Gastronomi alanındaki zenginliğimizi fark ettirerek elimizi kaldırdık ve biz de varız dedik. Temiz, altyapı çalışmaları tamamlanmış, yürüyüş parkurları, şehir parkları, sahil şeridi tesisleri ile modern bir şehir yaptık, şık konaklama tesisleri ve restoran yatırımları yaptık" diyor. Belediyenin öncülüğünde uluslararası turizme kazandırılan Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti'nin, 'Dünya Mirası Listesi'ne alınması için UNESCO ile ilgili

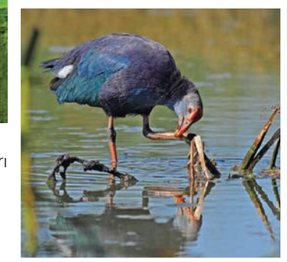


Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Yusuf Ziya Yılmaz

çalışmalar devam ediyor. Başkan Yılmaz bu konuda şu bilgileri veriyor: "Yeryüzünün en verimli sulak alanlarından biri olan ve uluslararası Ramsar alanı da olan Kızılırmak Deltası, mikro ve makro faunanın çok yüksek üretim düzeyine ulaştığı bir alan. Muazzam bir biyolojik çeşitlilik barındıran ve büyük bölümü milli park statüsünde koruma altında bulunan delta içindeki Kuş Cenneti bünyesinde; 1.100 kuş türü yaşarken, bu türlerin yüzde 40'ı yani yaklaşık 460 çeşidi Türkiye'de belirlendi. Bu kapsamda kuş cennetini ulusal ve uluslararası turizme kazandırıp, ekolojik koruma amacıyla gerekli bakım ünitelerini oluşturduk. Burası, UNESCO Dünya Miras Merkezi'nin resmi web sitesinde geçici listedeki yerini aldı."

AVRUPA'NIN SAYGIN MÜZESİ

Samsun Büyükşehir Belediyesi; Bandırma Vapuru ve Milli Mücadele Parkı Açık Hava Müzesi, Arkeoloji ve Etnografya Müzesi,



Tekkeköy Mağaraları Arkeoloji Vadisi ve Müze Evi, Gazi Müzesi ve Kent Müzesi ile tarihine sahip çıkıyor. Çünkü bir şehrin kültürel dokusunu ortaya çıkarma ve kültürel seviyenin üst düzeye ulaşmasını sağlama noktasında, müzeler etkin rol oynuyor. Samsun Büyükşehir Belediyesi; hayata geçirdiği müzelerle kentin siyasi, iktisadi, sosyal ve kültürel yapısını çeşitli tarihsel dönemler çerçevesinde gün yüzüne çıkarıp, topluma müze bilinci aşılıyor. Hayata geçirilen müzelerden biri olan Samsun Kent Müzesi, Avrupa Müze Akademisi'nin (EMA) gerçekleştirdiği ve 154 müzenin katıldığı Avrupa'nın en saygın müzeleri sıralamasında, Avrupa'nın en prestijli altıncı müzesi olarak seçildi. Kentin tıbbı cihaz üretiminde yıllara dayanan deneyiminden yola çıkan Samsun Büyükşehir Belediyesi, geçmişten günümüze tıbbı cihazların sergileneceği yeni bir müze için kolları sıvadı.
Ayrıca, 19 Mayıs 1919'da Kurtuluş Savaşı'nın ilk adımını Samsun'da atan Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün, Kavak, Havza ve ardından Amasya'ya uzanan ilk yolculuğunun gün ışığına çıkarılması için, 'Kurtuluş Yolu Projesi' de tasarladı. Atatürk'ün, kurmaylarıyla birlikte Amasya sınırına kadar geçtiği tarihi yol ve güzergâh üzerindeki kültürel eserleri gelecek kuşaklara aktarmak için Samsun'dan Havza'ya, oradan da Suluova üzerinden Amasya'ya gittiği güzergâh turizm ögesi haline getirilecek. Belediye'nin yürüttüğü çalışmalar sonucu rota üzerinde yer alan menfez, köprü, han, sanat yapıları ve 1919'dan günümüze ulaşan konut kalıntıları tespit edilerek, koruma altına alındı. Yakın gelecekte hayata geçirilmesi planlanan Kurtuluş Yolu Projesi ile Samsun'un tarih turizmine yönelik yatırımlarına bir yenisi eklenecek.

LOJİSTİK KÖY GÜN SAYIYOR

Samsun'un 12 milyar dolarlık ekonomisiyle Kuzey Anadolu'nun en büyük kenti olduğunu vurgulayan Başkan Yılmaz "Kenti sürekli üreten bir şehre dönüştürüp, daha çok ihracat yapıp, kişi başına düşen geliri yükseltmek gibi vazgeçilmez görevlerimiz var. Samsun'da tarım, sanayi, turizm, sağlık ve medikal başta olmak üzere tekstil, oto yedek parça, sağlık merkezleri, mobilya ve tekstilde alanlarında önemli bir büyüme gerçekleştirdik. Samsun birçok sektörde önemli fırsatları barındırıyor, Karadeniz'e yatırım yapmak isteyen tüm yatırımcıları Samsun'a davet ediyorum" diyor.
Samsun, Türkiye'de kara, hava, deniz ve demiryolu ulaşımı imkânına sahip 4 ilden biri olarak öne çıkıyor. Kentin tüm paydaşlarının katılımıyla Samsun Lojistik Köy Projesi hazırlandı. 672 dönümlük alanda 2017 yılında tamamlanan Samsun Lojistik Köyü Nisan ayında hizmete başlıyor. 53 milyon euro hibeyle hayata geçirilen Samsun Lojistik Köy Projesiyle, Türkiye'nin 83 Bölgesinde yer alan firmalara lojistik depo imkânları sağlanacak. Lojistik Köy'ün Türkiye'nin kuzeye açılan kapısı olduğunu belirten Başkan Yılmaz, Türkiye'nin demiryolu bağlantısı bulunan tek lojistik merkeziyle Samsun'un küresel fotoğraftaki konumunu güçlendireceğini söylüyor. Lojistik Köy'ün Avrasya bölgesinde Karadeniz, Ortadoğu, Orta Asya Kafkas ülkelerinin yeni nesil lojistik merkezi olacağını vurgulayan Başkan Yılmaz "Geçmişte şehirde coğrafi koşullar sayesinde lojistik alt yapısı zaten kendiliğinden oluşmuştu. Ancak biz, ihracatçı ve ithalatçının malını stoklaması, depolaması için, düşük kira bedelleri ile depolayacağı alanlara ihtiyaç olduğunu görerek bu merkezi hayata geçirdik" dedikten kentin ihtiyacını şöyle özetliyor: "Kurulmuş yay gibiyiz küçük bir dokunuşa ihtiyacımız var. Belli merkezlere erişim ve ulaşım konusunda çok büyük dezavantajlar yaşıyoruz. En yakın ihracat, iş yapacağımız Rusya'ya 40-45 dakikada ulaşıyoruz. Ukrayna, Bulgaristan, Romanya'ya direk gidemiyoruz. İstanbul, Ankara üzerinden uçmanız gerekiyor. Bugün uçmaya kalkışsanız, yarın sabahleyin o ülkelerde olabiliyorsunuz. Bunu en büyük olumsuzluğumuz olarak düşünüyorum."

BU ALANLARA YATIRIMCI BEKLENİYOR

Ekonomisinin yüzde 24'ü sanayi gelirlerinden oluşan Samsun'da 5 Organize Sanayi Bölgesi ve 15 farklı sanayi sitesi bulunuyor. Samsun Büyükşehir Belediyesi, yatırımcıya, yerleri belirlenip planları hazır olan imkânlar sunuyor. Belediye tarıma dayalı sanayi, savunma sanayi, otomotiv, gemi ve medikal sanayi alanlarına yatırım yapmak isteyen girişimcilere kiralama ve altyapı desteği veriyor. Samsun'un yatırımcıya cazip gelen yönleri ise şöyle özetleniyor: "Farklı bölgelerden aldığı göç ve farklı kültürlerin bir arada yaşamasından dolayı yeni yatırımlara açıktır. Karadeniz'in en büyük ticaret şehri olarak gelişmiş altyapıya sahip. Kara, hava, demir ve deniz yolu bağlantıları ile bölgede bir lojistik üs konumunda. Zengin enerji kaynaklarına yakınlığı ve uluslararası ticari ilişkileriyle çoklu enerji merkezidir. Nitelikli iş gücü ve teşvik olanakları var. Sürekli gelişen sosyal yapısından dolayı, yaşanabilir ve modern bir şehirdir.

Hüseyin Baraner'den ses getiren öneri

TÜRSAB Yurt Dışı Temsilcisi Hüseyin Baraner, "Artık otelcilere büyük arazi tahsisleri verilmesin. Bunun yerine Türkiye'nin her köşesinde sanatçı, sporcu, kültürlü, doğa ve turizm aşığı gurme ailelere 2-3 dönüm arazi tahsis edilsin ve bu ailelerin kuracağı 20-50 odalı otantik tesisler desteklensin" dedi.

Dünya turizm pazarlarında rekabetin geldiği boyutun en iyi turizm fuarlarında hissedildiğini söyleyen Hüseyin Baraner, bu nedenle Türkiye'de turizmin ray değiştirmesi gerektiğini vurguladı.

Amacın "turist saymak" yerine tesislerde ve hedef turizm pazarlarında "net kâr yapmak" olduğunun altını çizen Baraner, "Gerçekten alın terimizin karşılığında sürdürülebilir bir şekilde bu işin namusu ile para kazanmak ve gelecek nesillere aktarmak ise o zaman unutmamamız gereken bazı ana temel konular var" diye konuştu.

Piyasanın talep kadar sağlıklı denge işi olduğuna değinen Hüseyin Baraner, "Bu konuda turizmimizde ciddi yapısal sorunlar ve şişkinlikler var. Mevcut yapımız sağlıklı değil, işletme sistemimizin içinde verimliliği ve net kârı kemiren ödemeler var" dedi.

BARANER'DEN İLGİNÇ ÖNERİ

Türkiye'de turizmin ray değiştirmesine yönelik yeni önerilerde bulunan Hüseyin Baraner, şöyle devam etti: "Artık otelcilere büyük arazi tahsisleri verilmesin. Bunun yerine Türkiye'nin her köşesinde sanatçı, sporcu, kültürlü, doğa ve turizm aşığı gurme ailelere 2-3 dönüm arazi tahsis edilsin. Tüm Anadolu'da gerçek Türk mutfağının ve misafirperverliliğinin yaşatıldığı İspanya, İtalya özellikle Bavyera ve Avusturya'da benzeri bulunan 20-50 odalı otantik aile işletmesi tesisler desteklensin. Ayrıca bu heyecanlı ailelere 20 yıl geri ödemeli teşvik ve kredi verilsin. Tanıtım ve pazarlamada yeni model yerel platformlar ile pazarlama ve tanıtım desteği sağlansın. Kimsenin kopyalayamayacağı, taklit edemeyeceği bize ait olan Anadolu'nun gerçek tatlarını, renklerini, seslerini, suyunu, rüzgarını, karını, çamurunu, yağmurunu, kuşunu, kurdunu, tarih, sanat ve kültürünü markalaştıran bu yeni konaklama sistemleriyle güçlendirilsin. Böylelikle ülkemizdeki mevcut turizm işletmelerini ve 85 Milyar Dolarlık milli turizm yatırımlarımızı da korumuş ve güçlendirmiş oluruz."

YORGUN MARKALARIN ESİRİ OLMAYALIM

Dünyadaki bütün uluslararası "yorgun markaların" alt kategorilerinin Anadolu'yu sardığını söyleyen Hüseyin Baraner, "Gelecekte hem küresel dijital pazarlama sistemlerinin, hem de 'Markamı sökersem burası batar' diyen uluslararası marka tabela pazarlamacılarının esiri olmayalım. Satışta dışarıya komisyon öde, tabela marka için yine dışarıya komisyon öde, et-içki ithal et, yabancı eleman çalıştır, sanatçıları ve animasyonu dışarıdan getir anlayışı sektörümüzün cazibesini ve verimliliğini iyice azaltacaktır.

Krizden çıktığımız bu günlerde turizmi Türkiye'nin 'halk sanayisi' olarak yeniden düzenlememiz gerekmektedir. Biz gelecek yerel seçimlerden sonra bazı seçkin ve hayatını turizme adamış arkadaşlarla Anadolu'da bu konularla ilgili çalışmalar yapacağız" diye konuştu.

Best Western

Best Western
CITADEL
HOTEL & RESTAURANT

Best Western Citadel Hotel Leaning against the historical city walls of Istanbul, Best Western Citadel Hotel offers its pink and white colored facade to the fluorescent blue of the Marmara Sea. A wonderful location, the hotel is situated at Sultanahmet, the heart of Istanbul (Old City), 5 walking minutes from Blue Mosque, Topkapı Palace, St. Sophia.
You will have a pleasant stay in our authentic, yet well-equipped 25 rooms and 6 suites.
In these rooms with air-conditioning, minibar, cable TV, Wireless, direct dial phone, hair dryer, you well feel at home.
An additional restaurant with 90 persons capacity continues in the millennia old building tradition of Anatolia.
Marmara Cafe , with a stained glass roof and facade, offers a beautiful view of the Marmara Sea. Here you can enjoy the view while listening to the music of water splashing down from a magnificent fountain. The Best Western Citadel Hotel welcomes you with traditional Turkish hospitality

2018 **“TROİA YILI”** İLAN EDİLDİ

Troia Antik Kenti’nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’ne kabulünün 20. yıl dönümünde ilan edilen, Troia Yılı nedeniyle Çanakkale, yıl boyunca dünyanın buluştuğu bir merkez olacak.

TC Kültür ve Turizm Bakanlığı himayelerinde, 2018 yılının resmi olarak Troia yılı ilan edilmesiyle, uluslararası ölçekte bir kültür ve turizm hamlesi yürütülmektedir. Anadolu’nun kadim değerlerinin kaynağı Troia, dünyanın en iyi bilinen kültürel miras alanlarının başında yer almaktadır. Bu kapsamda Troia’nın dünyanın 7 kıtasına yayılmış olan uluslararası bilinirliğinin güçlü bir iletişim aracı olarak konumlandırılması amaçlanmaktadır.

İzmirli ozan Homeros’un İlyada ve Odesa destanları tüm dünya coğrafyalarında eğitim ve entelektüel yaşamın içinde yer almaktadır. Yerel ölçekte başlayan bir inisiyatifin, uluslararası kültür ve turizm vizyonuna dönüştüğü bir süreçte, dünyanın en çok bilinen kültürel miras alanlarının başında Troia, üzerinde herkesin uzlaştığı bir değerler manzumesi olarak tüm dünyada 2018 yılına damga vuracak.

Tercih edilen bir turizm destinasyonu olmak için ‘’Farkındalık Oluşturmak ve Sürdürülebilir Etkinlikler” en önemli iki olgu olarak karşımıza çıkıyor. Bir bölgedeki sürdürülebilir spor, kültür, sanat, eğitim ve bilim alanlarındaki etkinliklerin varlığı ve yayılımı, o bölgenin tercih edilen bir destinasyon olmasında hayati önemi taşıyor. 2018 Troia Yılı bu kapsamda tüm dünya ile stratejik bir iletişim kanalı kurabileceğimiz, uluslararası karşılığı olan çok güçlü bir kültür ve turizm hamlesidir.

2018 Yılı Troia’nın UNESCO’nun Dünya Kültür Mirası listesine seçilişinin 20. yıldönümüdür. Aynı zamanda Avrupa Parlementosu tarafından 2018 yılı Avrupa Kültür Mirası Yılı ilan edilmiştir. 2018 Troia Yılı’nın en önemli gerekçesi ise; 150’nin üzerinden proje arasından, uluslararası bilinen saygın bir jüri heyeti tarafından seçilen, dünyanın en önemli çağdaş arkeoloji müzesi örneklerinden biri olan, Troia ören yerinin girişinde, 100 dönüm arazi üzerinde yaklaşık 10 bin m² kapalı alan üzerine kurulu Troia Müzesinin açılışıdır. Amacımız bu görkemde ülkemize kazandırdığımız bu eserin dünya gündeminde yer alması ve uluslararası bir farkındalık üreterek ülke ve bölge turizmine katkı sağlamasıdır.

Troia’nın İlyadası, Pers İmparatoru Serhas’tan, Büyük İskender’e, Julius Sezar’a, Fatih Sultan Mehmet’ten Gazi Mustafa Kemal Atatürk’e dünyaya yön veren, tarihin seyrini değiştiren herkese ilham vermiş bir destandır. Troia’yı özgün kılan, savaş ve mücadele ile barış ve hoşgörü kültürünün eşsiz bir birleşimi olmasıdır. Anadolu’nun en kadim değerlerinden olan Troia Destanı’nın beslediği birlik ve beraberlik hali, Çanakkale Savaşı’nda ve Milli bağımsızlık mücadelemizde olduğu gibi Anadolu tarihinin farklı dönemlerinde tekrar tekrar karşımıza çıkmaktadır. Dünya üzerinde tüm kıtalara yayılarak kültürlere ilham vermiş çok az destandan biridir Troia.

Troia’yı ete kemiğe büründüren, düşü gerçeğe çeviren arkeolojik çalışmalar ise; bugün arkeoloji bilimi açısından çok önemli bir referans noktası olarak kabul edilmektedir.

TROİA MÜZESİ AÇILACAK

Troia Yılı’nın tanıtımı amacıyla 10 Ocak’ta Çanakkale’de düzenlenen toplantıya katılan Kültür ve Turizm Bakanı Prof. Dr. Numan Kurtulmuş, Troia’nın muazzam bir hazine olduğunu, bu yıl önemli bir tanıtım atağı olacağını söyledi. Troia’nın, Türkiye’nin bir değeri olarak tanıtmakla kalmayacaklarını, aynı zamanda Türkiye’yi bir dünya markası olarak tanıtacaklarını belirten Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş, şöyle konuştu:

“Bu, bizim Türkiye düşmanlığına vereceğimiz, kültür alanında hazırlayacağımız en önemli cevaplardan birisidir. Bunu en iyi şekilde yapacağımızdan kimsenin şüphesi olmasın. Milli kültürel bağımsızlıktan kastımız, bu coğrafyaya ait ne varsa onu Türkiye’nin zenginliği olarak kabul etmek, milli varlığımızın bir parçası olarak görmektir. Ne yazık ki son 2 asırdır bu topraklara ait ne varsa ondan uzaklaşmaya çalışan, köklerinden, kültüründen ve geçmişinden kopmayı, aksine Batı medeniyetinin karşısında acziyet bilinci anlayışı içinde onlara öykünerek, özenerek, onları taklit etmeyi adamlık sanan bir zihniyet, Türkiye’de milli kültüre büyük zarar vermiştir. Bu topraklarda 2 asırdır verilen büyük mücadelenin bir parçası da burasıdır. Bir tarafta köklerini Troia’dan Osmanlı’ya birikimine sahip çıkan, köklerine saygı gösteren, kökleri üzerinden yeniden yeşerebileceğine inananlar, diğer tarafta ‘Biz yenildik, mağlup olduk, Batı medeniyeti karşısında yok olduk. Öyleyse onlarda ne varsa taklit edelim, onlara benzeyelim, onlar gibi olalım, adam oluruz.’ diyenler. Bunlar, sadece taklitçilik içinde değil aynı zamanda geçmişi inkâr üzerinde de bir anlayış geliştirdi. Şimdi, köklerimiz üzerinden yeniden doğma vaktidir.”

Bakan Kurtulmuş, Troia’nın tanıtımı için de dünyaca ünlü Troy filminin başrol oyuncusu Brad Pitt ile ile görüşmelere başlandığını açıkladı.

Çanakkale Valisi Orhan Tavlı 2018 Troia Yılı hakkında verdiği bilgide; 2018 Troia Yılı’nın Çanakkale için önemine değinerek; ‘’Yürütülen çalışmalarla tarihi ve kültürel zenginliklerinin tüm dünyaya tanıtılması Çanakkale’mizin ve ülkemizin kültür ve turizmine büyük katkılar sağlayacaktır. Troia kazılarının dünya arkeoloji tarihi açısından önemi büyüktür. 150 yılı aşkındır süregelen Troia kazı çalışmaları, eski dünyayı ve kültürel gelişimlerini anlamada temel kabul edilir. Bu değerli hazineyi barındıran Troia Tarihi Milli Park’ı arkeolojik ve ekolojik değerleri ile eşsiz bir mirastır’’dedi.

Vali Tavlı, “2018 Troia Yılı ile birlikte Troia ve çevresinde Kültür ve Turizm Bakanlığımız başta olmak üzere; ilgili Bakanlıklarımız, kamu kurum ve kuruluşları, tarihe ve kültürümüze sahip çıkan özel sektör ve sivil toplum kuruluşları da ulusal ve uluslararası alanda çalışmalar yürütüyorlar. Mitolojideki pek çok hikayeye ev sahipliği yapıyor oluşuyla çok büyük bir turistik değer olan Çanakkale’deki Troia Antik Kenti’ni sadece kalıntılarıyla değil bölgede kurulacak turizmin tüm unsurlarına hitap edecek altyapısıyla dünya çapında bir cazibe merkezi haline getirmek için çalışmalarımıza başladık” diye konuştu.

TROİA'DA YENİ ROTALAR

Uluslararası ölçekte Kültür ve Turizm Bakanlığımız himayelerinde ve koordinasyonunda, yerelde Çanakkale Valiliği koordinasyonunda yürütülen faaliyetler kapsamında çalışmalar 3 ana eksende yürütülmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığımız önderliğinde Türkiye'mizin temsil edildiği 100 civarı uluslararası turizm fuarında yıl boyunca 2018 Troia Yılı ve Troia ana tanıtım temalarından biri olarak yer alacaktır. Bu kapsamda tanıtımlar 2017 Kasım ayında gerçekleştirilen WTM Londra fuarıyla başlamış olup, Selanik, Varşova fuarlarında devam etmiştir. Aralık 2017'de gerçekleştirilen uluslararası İzmir Travel Turkey fuarınında tematik ortağı olarak konumlandırılan '2018 Troia' ile Çanakkale'mizin değerleri ve Troia çok sayıda etkinlikler ile fuara damgasını vurmuştur.

Kültür ve Turizm Bakanlığımız tarafından Troia, 2018 yılında özellikle yurtdışında gerçekleştirilen tanıtım çalışmalarının ana temalarından biri olacaktır. Bu çalışmalardan bir örnek; yeni yıl etkinlikleri çerçevesinde Malezya'nın başkenti Kuala Lumpur'un önemli bir alışveriş merkezinde dev bir Troia atı ve dijital alanlarda Troia Yılı ve ülkemizin kültürel turizm değerleri tanıtılmaktadır.

Anadolu Ateşi dans grubu ile yapılan antlaşma çerçevesinde 2018 yılı boyunca dünyanın 10 başkentinde Troia müzikali ile dünyanın ilgisi Türkiye'de ve Troia'da olacaktır. Bu içerikteki çalışmalar birçok mecrada devam edecektir.

Yıl boyunca yurtdışındaki önemli turizm pazarlarımızdan seyahat yazarları ve medya mensupları ağırlanacaktır. Bu çerçevede Rusya'dan 6 kişilik bir heyet kısa süre 6 gün boyunca Çanakkale genelinde ağırlanmıştır. Çok sayıda ülke temsilcisi yıl genelinde ağırlanmaya devam edecektir.

Yurtdışı temsilciliklerimiz vasıtası ile dünyanın birçok farklı coğrafyasında Troia temalı seminer, toplantı ve etkinlik faaliyetleri planlanmaktadır. Bu kapsamda Kanada, Hollanda, Yunanistan, Amerika, Almanya, Ukrayna gibi birçok ülkede faaliyetler gerçekleştirilecektir.

Yurtiçinde de Troia'nın Anadolu'nun kadim bir değeri olduğunun farkındalığını arttırmaya yönelik benzer faaliyetler devam etmekte olup TURSAB öncülüğüne 500 ulusal seyahat acentamız ve medya mensupları Çanakkale'mizde ağırlanmıştır.

ALT VE ÜST YAPI ÇALIŞMALARI

Troia Milli Parkı yaklaşık 144 km² bir alanı kapsayan içinde 6 köy, 14 adet turistik cazibe noktası ve çok verimli tarım alanları bulunan bir bölgedir. Bu çerçevede başta Troia Müzesi ve çevre düzenlemeleri olmak üzere, 6 köyün alt yapı çalışmaları, bu köylerin çevre düzenleri ve üst yapı iyileştirmeleri, Milli Park içinde farklı turistik güzergahların oluşturulması amacıyla Milli Park içinde yol çalışmaları, Milli Park içinde Troia ören yeri haricinde yer alan antik döneme ait tümülüs ve antik yerleşim alanlarının bilgi panoları ile cazibelerinin arttırılması, Çanakkale Savaşlarından Orhaneli tabyası, Kumkale, Osmanlı döneminden Cezayirli Hasan Paşa Köşkü, Osmanlı Şehitliği gibi miraslarımızın ihyası ve ziyarete açılması benzeri çalışmalar tüm hızıyla sürmektedir.

Bunun yanında daha geniş bir alanda ifade edilen dünya medeniyetlerinin kaynaklarında onlarca antik yerleşime de ev sahibi Troas bölgesi içinde çok sayıda alt ve üst yapı çalışması gerçekleştirilecektir. Bölgede kültür yürüyüş ve bisiklet yolları ile ilgili özel çalışmalar yürütülmekte olup; ilk çalışma Kültür ve Turizm Bakanlığımız, UNDP

ULUSLARARASI TANITIM ATAĞI

ve Anadolu Efes'in katkıları ile Troia Kültür Rotası adıyla Troia Ören yerinden Alexandria Troas (Dalyan), buradan da Assos'a kadar sürecek 90 Km'lik bir yolu içerecektir. Bu çerçevede yapılacak kültür rotaları ile güzergah üzerinde bulunan köylerde yerel halkın turizmden gelir elde etmesi için çok sayıda eğitim ve örnek çalışmalar gerçekleştirilecektir. Bunların yanı sıra bölgedeki halkımızın turizm ile ilgili gelir kazanmaları yönünde becerilerinin arttırılması ve ziyaretçilerin özgün bir hizmet alabilmesi için Troia Sürekli Eğitim Merkezi'nin açılması ile ilgili çalışmalar planlanmaktadır.

Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Milli Parklar Genel Müdürlüğümüz önderliğinde Troia Milli Parkı içinde hazırlıkları tüm hızıyla süren bölge gelişim planı çerçevesinde, Troia Milli Parkı içinde mesire alanları, çevre düzenleri ve turizme yönelik yatırımlar planlanmaktadır. Bu çalışmalarımız 2018 Troia Yılı kapsamında gerçekleştirilecek yatırımlar ile birlikte bölgenin dünya genelinde bir cazibe noktası olmasını sağlayacaktır.

YIL BOYU ULUSLARARASI ETKİNLİKLER

Türkiye genelinde Kültür ve Turizm Bakanlığımız önderliğinde ve koordinasyonunda, yerelde Çanakkale Valiliği koordinasyonunda yıl boyunca gerçekleştirilecek kültür, spor, sanat, eğitim ve bilim alanlarında uluslararası etkinlikler, dünya genelinde uluslararası tanıtım çalışmaları planlanmaktadır. Bu çerçevede kamu kurum ve kuruluşlarının, belediyelerin, üniversitelerin, federasyonlarımızın ve sivil toplum kuruluşlarının etkinlik katkıları ile 2018 yılı başta Çanakkale ve çevresinde önemli bir heyecan ve harekete ev sahipliği yapacaktır.

ÖZEL SEKTÖR İLE İŞBİLİKLERİ

2018 Troia Yılı ülkemiz genelinde birçok özel sektör kuruluşunu da harekete geçirmiştir. Bu çerçevede yapılan onlarca toplantı ile kurumlarımız Anadolu'nun kadim değeri dünyaca bilinen Troia'ya ve 2018 Troia Yılı'na değer katmak için adeta yarışa girmişlerdir.

Bu çalışmalar kapsamında İÇDAŞ, OPET, TÜRK HAVA YOLLARI, ONUR AİR, KALE GRUBU, TURKCELL, DOĞTAŞ, AKÇANSA, TANAP, BKM ve her geçen gün artan sayıda kurum destek ve katkılarını sunmaktadırlar.

10 Ocak 2018 Salı günü Kültür ve Turizm Bakanımız Sayın Numan Kurtulmuş'un katılımlarıyla Çanakkale'de 2018 Troia Yılı açılışı ve sunumu gerçekleştirilmiştir. Troia'ya bereketi rüzgarlar getirmişti; 2018 Troia yılı ile oluşacak rüzgarın Ülke Turizmimize ve Çanakkale'mize bereket getirmesini, Troia'nın vereceği ilham ile Kadim Anadolu Destanımızın tüm dünyaya ışık tutmasını umut ediyoruz.

LİMAK'TAN HER MİSAFİRE BİR FİDAN

Limak, Antalya'da şehre miras kalacak Limak Hatıra Ormanı'nı büyütüyor. 14 farklı ülkeden gelen misafirlerle dikilen fidanlarla hedef 10 yıl içinde 100 bin ağaca ulaşmak. Limak Turizm Grubu, bu kapsamda gelenekselleştirdiği fidan dikimini bu yıl da gerçekleştirdi. Otel yöneticileri ve personelin yanı sıra 14 farklı ülkeden gelen misafirlerin de katıldığı bu keyifli etkinlikte, Limak Ormanı'na 10 bin fidan daha dikildi.

JAPON TURİZMCİLER KAPADOKYA'DA

Japonya Seyahat Acenteleri Birliğinin (JATA) Başkanı Tadashi Shimura ve beraberindeki heyet Kapadokya bölgesinde gezi ve incelemelerde bulundu. Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği (KAPTİD) Başkanı Yakup Dinler, "Belki bir anda eski günlere dönüş sağlayamayacağız ama, inşallah yakın zamanda çok güzel gelişmelere şahit olacağız. Bu yıl Japonya'dan en az 100 bin turisti bölgemizde misafir etmeyi bekliyoruz" dedi.

KARİKATÜRLERLE 'DÜNDEN BU GÜNE TATİLLERİN DEĞİŞİMİ' ÇİZİLDİ

Anatolia Turizm Akademisi tarafından Er Yatırım'ın ana sponsorluğunda düzenlenen 9'uncu Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'na, 62 ülkeden 584 sanatçı 1101 karikatür gönderdi. Bu yılki teması "Dünden Bugüne Tatiller" olan ve 2009 yılından bu yana düzenlenen yarışma, dünya genelinde alanındaki tek karikatür yarışması olarak biliniyor.

TURİZM ÇALIŞANLARINA ÖZEL İNGİLİZCE EĞİTİMİ

Turizm çalışanlarının yabancı dili öğrenmesini kolaylaştıran, günümüz şartlarına uyan bir eğitim modelini oluşturan Yılmaz Altuntaş, yaklaşık 11 yıldır sektör çalışanlarına bireysel ve kurumsal eğitimler veriyor. Altuntaş, çok kısa bir süre öğretmenlik yaptıktan 2007'de Antalya bölgesinde bir franchise yabancı dil eğitim kurumu işletmeye başladı.

RIGORENT YOLCU360.COM'DA

Tur Assist'in araç kiralama markası Rigorent, gerçekleştirdiği iş birlikleri ile otomobil kiralayacak müşterileri ile arasındaki mesafeyi azaltmaya devam ediyor. Bu kapsamda karşılaştırmalı online araç kiralama hizmeti veren yolcu360.com ile iş birliğine giden Rigorent, artık yolcu360.com üzerinden de araç kiralama hizmeti verecek. Tur Assist Genel Müdürü Cemal Fenercioğlu, yolcu360.com platformu sayesinde araç kiralama hizmetlerini daha geniş bir kitleye ulaştırmayı hedeflediklerini belirtti.

OLBIA
TOURISM & TRAVEL
TOUR PACKAGES AND PROGRAMS
ISTANBUL HOTEL BOOKINGS
AIRPORT TRANSFERS
ISTANBUL CITY TOURS
TURKEY TOURS
BLUE VOYAGE
ONLINE BOOKING
AN EXPERT ON
ISTANBUL
WWW.OLBIATRAVEL.COM
Kocatepe Mah. Receppaşa Cad. No:12 Edes Apt. Kat: 3 Daire: 7 Taksim / İstanbul
Tel: + 90 212 529 45 17 • Fax: + 90 212 589 69 67 • E mail: info@olbiatravel.com

TÜROYD'TAN ANTALYA'YA ŞUBE

Turizm Otel Yöneticileri Derneği (TÜROYD)'un Akdeniz Bölge Yürütme Başkanlığı il, ilçe yönetimi ve turizmcilerin katılımıyla düzenlenen törenle hizmete girdi. Açılışa Antalya Vali Yardımcısı Nurettin Ateş, Muratpaşa Belediye Başkanı Ümit Uysal, Antalya Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Mevlut Yeni, Antalya Spor Yazarları Derneği Asbaşkanı Ahmet Geven, TÜROYD Başkanı Ali Can Aksu, Başkan Yardımcısı Murat Yumak, Laleli Otelciler Platformu Başkanı Tarkan Akyüz ile üye Mustafa Kılıç, turizmciler Selen Ertunga, Ali Osman Erbas, Orhan Genceli ile turizmin önemli temsilcileri katıldı.

TURİZMDE OKUL - SEKTÖR İŞBİRLİĞİ

Egeli turizmciler, turizm eğitimi veren kurumlarla sektör arasında köprü oluşturacak ve örnek olacak önemli bir protokole imza attı. Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK) ile Halim Foçalı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürlüğü arasında eğitimde işbirliği protokolü imzalandı. Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkan Yardımcısı ve ETİK Başkanı Mehmet İşler, sektöre kalifiye eleman yetiştiren öğretim kurumlarına pratik yapma olanağı sağlayarak destek vermeyi sürdüreceklerini söyledi.

ESKİŞEHİR'E HEP GELECEKSİN!

Eskişehir'e gelen turist sayısını ve hizmet sektörünün kazancını artırmak için Eskişehir Ticaret Odası (ETO) öncülüğünde yürütülen "hepgeleceksin.com" turizm kampanyasına start verildi. Eskişehir Ticaret Odasınca kent turizmine katkı sağlamak için "Eskişehir'i çok seveceksin hep geleceksin" sloganıyla kampanya başlatıldı. ETO Başkanı Güler: "30-45 yaş aralığında, İstanbul, Ankara, İzmir ve Konya'da yaşayan, kente erişim potansiyeli olan çocuklu aileleri hedefledik. Eskişehir'e yılda 2,8 milyon turist çekmeyi hedefliyoruz" dedi.

PRONTOTOUR'DAN TURİZM GAZETECİLERİNE PLAKET

Prontotour, Gaziantep'te düzenlenen Acenteler Buluşması'nda turizm basınında 20 yılını dolduran gazetecileri onurlandırdı. Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, Turizmcinin Gazetesi'nden Suat Töre, Türkiye Turizm'den Özkan Altıntaş ve Turizm Aktüel'den Hasan Arslan'a plaket verdi. Toplantıda ayrıca geçtiğimiz yıl aramızdan ayrılan gazeteci Seher Aybek'te unutulmadı. Seher Aybek'in plaketini ise kızı Müge Aybek aldı. Ödül töreninde Prontotour Yönetim Kurulu Üyesi Eda Özsoy Onaran ve Kurumsal İletişim Müdürü Mehmet Güneli'de hazır bulundu.

COOP TRR'DEN TÜRKİYE'NİN TANITIMINA KATKI

Almanya'nın en önemli turizm fuarlarından CMT Stuttgart, 13- 21 Ocak tarihleri arasında gerçekleşti. Fuarda Türk turizmciler standlarıyla fuara katıldılar. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 350 metrekarelik standı ile Türkiye'yi temsil ettiği fuarda COOP TRR da kendi standı ile fuarda boy gösterdi. IC Hotels, Emir Hotels, Martı Hotels, World Of Sunsire, Ela Quality, Spice Hotel, The Raga Side ve Purple Tour da COOP TRR standı içinde tanıtım çalışmaları yaptılar.

AJA
cappadocia
hotel

Eski bir Ürgüp konağının uzun süren restorasyonunun ardından hayata geçen Aja Cappadocia Hotel, konuklarına Kapadokya'da eşsiz bir konaklama deneyimi sunuyor. Aja Cappadocia Hotel'in hayata geçtiği konak aynı zamanda, tescilli bir kültür varlığı olma özelliği taşıyor. Ürgüp'ün merkezinde yer alan Aja Cappadocia Hotel'de, 8 suit konforunda odayla, iki adet de mağara oda bulunuyor. Bölgenin çeşitli dönemlerindeki mimari dokularının izlerini taşıyan oteldeki mobilyalar ve tavan ahşap süslemeleri, el yapımı olma özelliği taşıyor. Kaliteli hizmeti güleryüzlü servisle buluşturan otelde konuklara, organik ürünlerle hazırlanan zengin bir kahvaltı sunuluyor.

Tel: +90 384 341 41 08 • +90 384 341 41 09
Fax: +90 384 341 41 43 • Gsm: +90 535 363 17 05
Duayeri Mh. Lozan Sk. No: 22 • Ürgüp-Nevşehir/Türkiye
www.ajacappadocia.com • info@ajacappadocia.com

/aja_cappadocia /ajacappadociahotel

ARMAS HOTELS, 2018'İ KALİTELİ HİZMET VE MARKA YILI İLAN ETTİ

Armas Hotels, 2018 sezonu öncesi bünyesinde bulunan tesis sayısını 15'e çıkararak büyümeye devam ediyor. Grup, Antalya-Belek'teki yeni oteli ile yatak sayısını 11 bin 500'e yükseltti. 2018 sezonuna yeni tesisi Armas Life Belek ile girecek. 2016 ve 2017'deki büyüme trendine 2018 yılında da devam edecek olan Armas Hotels, 2018'i aynı zamanda hizmet kalitesi ve marka bilinirliliğini de artırmak için geniş kapsamlı bir yenileme çalışmasına başladı. Grubun lokomotif tesislerinden Maritim Saray Regency, Amara Club Marine ve Transatlantik otellerini köklü renovasyonlar ile yeni sezona sezona çok hızlı girmeyi hedefliyor.

TAV KOPENHAG'DA YOLCU SALONU İŞLETECEK

TAV Havalimanları'nın iştiraki TAV İşletme Hizmetleri özel yolcu salonu işletmeciliği alanındaki büyümesini sürdürüyor. Şirket son olarak yolcu trafiği açısından İskandinavya'nın en yoğun havalimanı olan Kopenhag'daki yolcu salonunu hizmete açtı. Danimarka'nın ana giriş kapısı olan havalimanı 2017'de 29,2 milyon yolcuya hizmet verdi. TAV İşletme Hizmetleri, Kopenhag Havalimanı'nda bulunan Primeclass Lounge'ı 10 yıl süreyle işletecek.

GASTRONOMİ DÜNYASINI BULUŞTURAN GECE

Gastronomi Turizmi Derneği, 'Gastronomiye Gönül Verenler Gecesi'nde, gastronomi ve gurme turizmi duayenlerini bir araya getirdi. Turizm Eski Bakanı Bülent Akarcalı'nın Baltalimanın'daki köşkünde gerçekleştirilen geceye çok sayıda seçkin şef, gurme, gastronomi uzmanı ve turizmci katıldı.

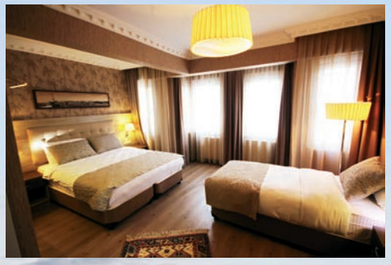
WYNDHAM GRAND İZMİR ÖZDİLEK 2018 HEDEFLERİNİ AÇIKLADI

Wyndham Grand İzmir Özdilek, çalışanları için güzel bir geceye imza attı. Tüm personelin koca bir senenin yorgunluğunu attığı gecede Wyndham Grand İzmir Özdilek personeli ve ailesi doyasıya eğlendi. Yapılan çekiliş sonrası konaklama paketleri ve farklı hediyeler verilen gecede Otel Genel Müdürü Funda Çam, başarılı geçen bir sezonun değerlendirmesini yaptı. "Yoğun ve verimli geçen 2017 sonunda kendimize küçük bir mola veriyoruz" diyen Çam; 2017 yılında ayın personeli seçilen ekip üyelerini tebrik ederken, TSE denetiminden ve Wyndham kalite güvencesi denetlemesini en iyi seviye olan A ile tamamlamanın ekip olarak gururunu yaşadıklarını belirtti.

ÜNLÜ MARKA TÜRKİYE'YE ANKARA'DAN GİRİYOR

Nuhoğlu, Dalgıç ve Lejant'ın birlikte hayata geçirdiği Cubes Ankara projesinin otel bölümü için dünyanın prestijli otel zincirlerinden Marriott International'ın Residence Inn By Marriott markası ile anlaşma sağlandı. İmza törenine Nuhoğlu İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Ali Nuhoğlu, Dalgıç GY Yönetim Kurulu Başkanı Durul Dalgıç, Lejant Proje Yönetim Kurulu Başkanı Arif Balaban, Nuhoğlu Dalgıç ve Lejant Proje Ortaklığı Şirketi olan Nuhoğlu İnşaat Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Kaan Nuhoğlu ile birlikte Marriott International'ın Türkiye'de İş Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı Poğda Demircan katıldı.

Siesta Hotel
ISTANBUL



LOCATION

Siesta Hotel located in the most ancient part of Istanbul, the former capital of the Byzantine and Ottoman Empire. Siesta Hotel offers you an exquisite stay. Siesta Hotel is conveniently located in the heart of the historic old city of Istanbul. welcome in a warm atmosphere and where all employees have the concept of customer service department in their minds is designed with a total of 9 guest rooms.

FACILITIES

Reception (lobby), Property safe, Safety deposit boxes at reception, Wireless LAN with internet access in lobby, Mobile phone reception, Ice machine, Air conditioning in public areas, Tourist information, Grocery store, Snack shop, Garden/park, Garden terrace, Fire alarm, Smoke detectors, Video surveillance of entrances, Video surveillance of lobby, Video surveillance of hallways, Private Parking, Walking distance parking, Free wireless Internet, Terrace, Sun terrace, Designated smoking area, Close to metro, Public parking, Housekeeping, and Sea view.

Join the breath of history

Küçükayasofya Mah. Akburçak Sok.
No:26 – 34122 Sultanahmet-Istanbu-Turkey
Phone: +90 212 517 1232
Fax: +90 212 517 1233
www.siestahotelistanbul.com
info@siestahotelistanbul.com

DAILY CITY TOURS

Türkiye

she TOURS

KNOWS WHERE TO GO IN

ISTANBUL

www.shetours.com
shetours@shetours.com

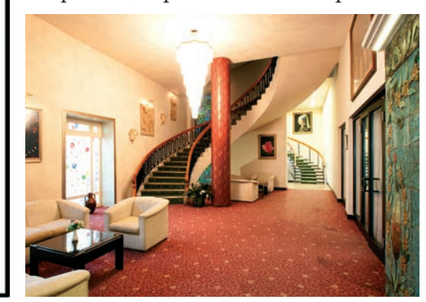
Tel: +90 212 638 50 64
Fax: +90 212 638 50 65

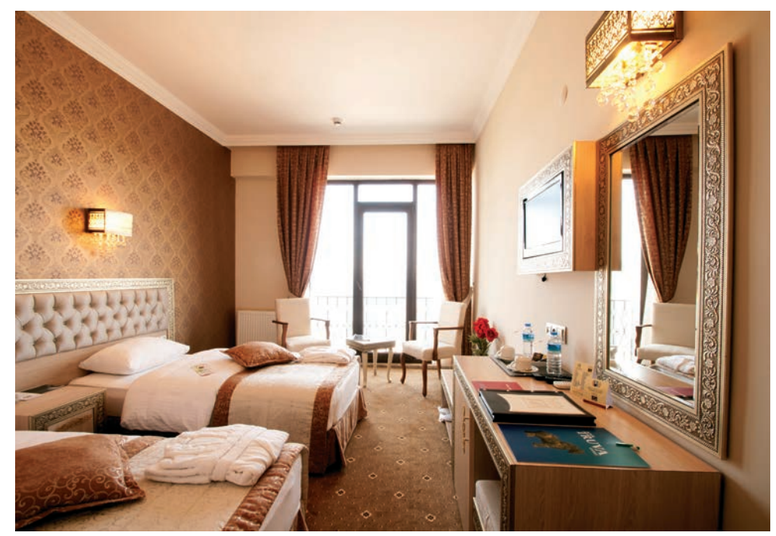
www.istanbulshetour.com
info@istanbulshetour.com

Sultanahmet Mah. Fenerlikapı Sok. No: 3 D: 2 Sultanahmet/Fatih/istanbul/Türkiye

BÜYÜK TRUVA HOTEL

One of the province of Canakkale hotels, our hotel is serving since 1974; Sadıkoglu Heat Tech Tourism Investment San.Tic. Ltd. Sti. is a part of a chain of hotels. Büyük Truva Otel , with its seafront location in the heart of the city at the weekend on holiday, business meetings and summer holiday in the most beautiful example of hospitality gives you the Dardanelles ... Soothing architecture, a beautiful work of art and history can shed light on. Our hotel in the majestic beauty of the Bosphorus, experienced staff is proud to serve you throughout the four seasons.





Cevatpaşa Mah.Mehmet Akif Ersoy Cad.
No: 2 Merkez - Canakkale / Turkey
P: +90 286 217 10 24
F: +90 286 217 09 03
truvaotel@truvaotel.com
www.truvaotel.com

2018 TROÍA YILI

ÇANAKKALE

2018 YILINDA,
ANADOLU'NUN KADİM DEĞERİ
TROÍA TOPRAKLARINDA
ÇANAKKALE'DE BULUŞUYORUZ

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

Türkiye

T.C.
ÇANAKKALE VALİLİĞİ

2018troia.com

facebook.com/2018Troia twitter.com/2018Troia instagram.com/2018Troia

UNESCO
United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization