

Döviz kurunun yatay seyri ve maliyet artışlarıyla finansal anlamda zor bir yıl geçiren turizm sektörü, 2025'e temkinli bir iyimserlikle yaklaşıyor

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 36
"Otelde Tekstil Ürünleri"

Projeler Dosyası, Sayfa 60
"İç Anadolu Bölgesi Yeni Otel Projeleri"



ZYXEL
NETWORKS

Uçtan Uca Network Çözümlerimiz ile **Misafirlerinize Kusursuz Deneyim Sunmanın Tam Zamanı!**



ZyXel, 2014 yılından beri konaklama sektörü alanındaki dünya çapındaki başarısı ve Güvenlik, Switch, Access Point ve Nebula Bulut Çözümleri ile kurumsal pazara hizmet ederek sunduğu uçtan uca hizmetler ile otel ve konaklama sektöründeki firmaların ağ iletişimini dünya standartlarında, yüksek hız, gelişmiş güvenlik ve esnek yönetilebilirlikle gerçekleştirmelerine olanak tanıyor.

**ZyXel Çözümleri ile Kararlı ve Güçlü bir Ağ Altyapısına Kavuşan Oteller,
Tüm Yaşam Alanlarında Üst Seviyede İnternet Hizmeti Sunabilir Hale Gelerek
Müşterilerinden Tam Not Alıyor.**







GOLDEN HORN

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



OLD CITY

 [dossodossihotels](https://www.facebook.com/dossodossihotels)
 [dossodossihotelsoldcity/](https://www.instagram.com/dossodossihotelsoldcity/)



LALELİ

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





YENİKAPI

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



DOWNTOWN

 [Dosso-Dossi-Hotels-Downtown](https://www.facebook.com/Dosso-Dossi-Hotels-Downtown)
 [dossodossidowntown](https://www.instagram.com/dossodossidowntown)



GOLDEN HORN / Sötlüce İmrahor Caddesi, Dutluk Sokak No:3 Beyoğlu / İstanbul
T: +90 (212) 314 50 00 E: infogoldenhorn@dossodossihotels.com

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

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

LALELİ / Kemal Paşa, Ordu Caddesi Yeşil Tulumba Sokak No: 8 Fatih / İSTANBUL
T:+90 (212) 520 10 42 E: infoleleli@dossodossihotels.com

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

www.dossodossihotels.com

Yayın Merkezi
Turas Turizm Medya
Yayıncılık ve Ticaret
Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi
No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul
0216 486 29 24 - 0542 412 07 16
www.turizmprojedergisi.com

Sahibi ve Sorumlu

Yazı İşleri Müdürü

Tuğyan Büyükaras

Genel Müdür

Bülent Büyükaras

bulent@turizmprojedergisi.com

Editör

Tuğyan Büyükaras

tugyan@turizmprojedergisi.com

Araştırma

Halet Tuncel

Projeler Danışmanı

Faruk Tuncel

Görsel Yönetmen

Feridun Akgüngör

feridun@gmail.com

Baskı

Şan Matbaa

Anadolu Cad. No: 50/3

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

Abonelik

Yıllık Abone Bedeli 1900 TL

IBAN:

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

Yayın Türü

Ulusal, Süreli, Aylık

Baskı yeri ve tarihi

İstanbul, Şubat 2025

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2024'te gelen yabancı ve Türk vatandaşları ziyaretçi sayısı 62 milyonu geçti

Değerli okurlarımız,

Çok üzgünüz ki Bolu'da Grand Kartal Otel'de gerçekleşen ve 78 kişinin hayatını kaybettiği vahim bir tablo ile yazımıza başlamak zorunda kaldık. Artık o kadar kanıksadık ki sayıları; 78'i bir sayı olarak görmeyi. Oysa o sadece bir sayı değil, 78 insanın hayatı son buldu hem de çok acı bir şekilde. Elbette birileri (?) tutuklanacak, ne acıdır ki muhtemelen bir ay sonra bunu da konuşmuyor olacağız. Sadece canlarını yitirenlerin sevdikleri hiç unutamayacak onları. Öyle şeyler yaşıyoruz ki "artık bu da olmaz" dediğimiz her şey oluyor ve bize vicdanımız ağır geliyor.

Her şeye rağmen yaşıyoruz ve hayat devam ediyor. Güzel yurdumuz, sahip olduğumuz değerlerimiz, cumhuriyetimizle gurur duyduğumuz, sayıları kanıksamadığımız onurlu hayatlar yaşamamız dileğiyle...

Turizm Proje Dergisi olarak bu ay hazırladığımız konu başlıkları:

"Otel" dosyamızda "Turizm Sezon Değerlendirmeleri" ne yer verdik. Oteller, zincir oteller, acenteler ve turizm derneklerimizin 2024 yılı turizm sektörüne dair genel değerlendirmelerini, turizme bakışlarını, 2025 yılı öngörü ve hedeflerini işledik. Baskılanan kur ve maliyet artışlarıyla finansal anlamda zor bir yıl geçiren ve karlılıkları düşen sektörün, 2025'e temkinli bir iyimserlikle yaklaştığını gördük.

"Tedarikçiler" dosyamızda "Otelde Tekstil Ürünleri"ni inceledik. Tekstil sektörü alanında faaliyet gösteren firmalarımızın üretimini gerçekleştirdikleri uluslararası standartlara sahip ürünleriyle yurt içinde ve yurt dışında birçok projede başarıyla yer aldıklarına yer verdik. Turizm sektörüne gerek standart gerekse özel tasarım ürünleriyle oluşturdukları özel ürün gamıyla, otellerin misafirleri için göz alıcı bir atmosfer yaratılmasına katkı sağlıyorlar. Sektörün 2024 yılını nasıl geçtiklerini, yaşanan ekonomik zorluklara karşı nasıl aksiyon aldıklarını, sorunlarını ve 2025 yılına nasıl baktıklarını işledik.

"Projeler" dosyamızda son güncellemelerini yaptığımız yapıyı devam eden "İç Anadolu Bölgesi Yeni Otel Projeleri"ne yer verdik.

"İstatistikler" bölümümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verileri sunuyoruz. Buna göre 2024 yılında 52 milyon 629 bin 283 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 9 milyon 640 bin 607 Türk vatandaşı da Türkiye'yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 62 milyon 269 bin 890'a ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 6 milyon 710 bin 198 kişi ile Rusya, 6 milyon 620 bin 612 kişi ile Almanya, 4 milyon 433 bin 782 kişi ile İngiltere yer aldı. 2023 yılında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 49 milyon 209 bin 180 olmuştur. Buna göre 2024 yılında yabancı ziyaretçi sayısında, 2023 yılına göre yüzde 6,95 artış yaşandı.

"Gündem" bölümümüz, güncel turizm haberleri, **"Dünyadan" bölümümüz,** dünyada turizm haberleri, **"Acenteler" bölümümüz,** acenteler ile ilgili güncel haberleri, **"Etkinlikler" bölümümüz,** önemli turizm fuarları, toplantıları, **"İstatistikler" bölümümüz,** rakamsal turizm verilerini içeriyor.

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz...

Otel Dosyası

Döviz kurunun yatay seyri ve maliyet artışlarıyla finansal anlamda zor bir yıl geçiren turizm sektörü, 2025'e temkinli bir iyimserlikle yaklaşıyor 4

Tedarikçiler Dosyası

Tekstil sektörü alanında faaliyet gösteren firmalarımız gerek kendi fabrikalarında ürettikleri gerekse fason olarak üretimini gerçekleştirdikleri, uluslararası standartlara sahip ürünleriyle yurt içinde ve yurt dışında birçok projede başarıyla yer alıyorlar 36

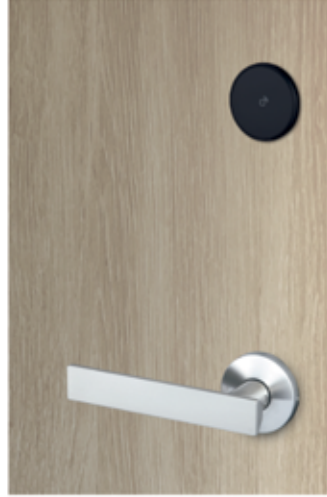
Projeler Dosyası

İç Anadolu Bölgesi'ne, 7 binin üzerinde yatak kapasitesine sahip 30 yeni otel daha geliyor 60



MIWA ALV3 Online ve Online Ready GENİŞ TİP

Miwa P ALV3 serisi son teknoloji elektronik kilitleme çözümleri ile günümüzün Otel Endüstrisine hizmet vermektedir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



MIWA ALV3 AYRI TİP

Miwa'dan Online ALV3 Serisi, Mifare, Mifare Plus kartlar ile ve BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



MIWA ALV3 SLIM TİP ONLINE

Miwa ALV3 SLIM serisi en şık modeldir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



REFERANSLARIMIZ

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

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ
EF TEKNOLOJİ SİSTEMLERİ ELEKTRONİK
VE İNŞAAT SAN. TİC. A.Ş.

Ortaköy Mah. San Efe Sok. No: 1/1 Ortaköy
34347 Beşiktaş-İstanbul-TÜRKİYE

Tel : +90 212 327 05 01 (7/24) • Faks : +90 212 327 05 62
www.efteknoloji.com.tr • info@efteknoloji.com.tr



oteller



Döviz kurunun yatay seyri ve maliyet artışlarıyla finansal anlamda zor bir yıl geçiren turizm sektörü, 2025'e temkinli bir iyimserlikle yaklaşıyor

Türkiye'de turizm sektörünün güçlü bir potansiyele sahip olduğunu vurgulayan sektör profesyonelleri, 2024 yılının turizm sektöründe toparlanmanın sürdüğünü, uluslararası arenada turist sayısında dikkat çekici başarı elde ettiği, belirlenen doluluk oranları bağlamında verimli bir yıl olarak görülebileceğini açıklıyor. Ancak, döviz kurunun baskılanması, yüksek enflasyon ve artan maliyetler karşısında, gelir – gider korelasyonundaki dengesizliklerin finansal sonuçlara negatif yansıdığını, bu durumun gelirlerinin ve belirlenen hedeflerin istenen seviyeye ulaşmasını zorlaştırdığını belirtiyorlar. 2025 yılına temkinli bir iyimserlikle yaklaşan sektör duayenleri, kurun maliyet artışları ile dengelenmesi, kişi başı/geceleme turist harcamasının, turist sayısı artış yüzdesinin üzerinde seyretmesi ve herhangi olumsuz bir durum yaşanmaması halinde belirlenen hedeflere ulaşabileceğini belirtiyorlar.

Turizm sektörümüzü en etkin bir şekilde temsil eden derneklerimiz, otel- otel gruplarımız ve seyahat acentelerimizin 2024 yılına dair değerlendirmeleri neler?

Sektör profesyonelleri, 2024 yılının, turizm sektörünün fiyat – performans ekseninde rakamların, turizmcilere ne çok şey ifade edebileceğini gösterdiği bir yıl olduğunu belirtiyorlar. 2024 yılında yaşanan en önemli sorun olarak, ekonomik zorlukların sektör üzerindeki baskıyı artırdığını; döviz kuru ve maliyet baskısı nedeniyle, gelirler döviz üzerinden elde edilse de artan enflasyonun işletme maliyetlerini ciddi bir

şekilde yükselttiğini, ortalama oda satış fiyatlarının düştüğünü, her zaman misafir memnuniyetini öncelikleyerek, ciddi bir şekilde kâr oranlarından fedakârlık etmek zorunda kaldıklarını açıklıyorlar. 2024'te en büyük sorununun, oda satış kontratlarının bir yıl önce tur operatörleri ile yapılması ve fiyatların belirlenmesi ancak kur baskısının tüm sezon boyunca sürmesi nedeniyle ek oluşan kur makasındaki maliyetleri karşılama şanslarının olmaması olarak belirtiyorlar. Bununla birlikte sektörü, coğrafyamızda yaşanan tüm olumsuz politik süreçler, savaşlar, tur operatörleri iflasları, yaz yılın felaketi büyük depremin etkileri,

dünya ekonomisindeki olumsuzluklar, 2024 yılında, Avrupa'da düzenlenen iki büyük organizasyonun olumsuz etkileri de derinden etkiledi. Sektör profesyonelleri 2024'ün, bazı kronik sorunların çözüme tam olarak ulaşmadığı bir yıl olduğunu da belirterek, artan rekabet, altyapı yetersizlikleri, sürdürülebilirlik endişeleri, piyasadaki öngörülemezlikler, sezonluk dalgalanmalar, personel istihdamındaki zorluklar gibi birçok zorluğun sektörün önünde durmaya devam ettiğini ifade ediyorlar. Tüm bu etkilerin sonuçları olarak, turist sayımızda artış görülse de karlılıkların düştüğünü, 2024 yılında da daha önceki yıllardaki gibi yine topyekûn



bir ülke turizm kalkınma stratejisi hayata geçirilemediğinden, komşumuz Yunanistan'a bile yerli turistlerimizi kaptırdığımızı, tatil sürelerinin kısalması, konaklama tesisi dışında yapılan harcamaların azaltılması gibi nedenlerin sektörü ve bağlantılı tüm işkollarını olumsuz etkilediğini ifade ediyorlar. Buna karşın küresel ekonomik şartlar göz önüne alındığında, 2024 yılında turizm sektörü olarak hem zorlukları hem de fırsatları içinde barındıran bir yıl geçirdiklerini de belirten sektör temsilcileri, zorlayıcı bir yıl olmuş olsa da bu zorlukların, işletmeler için dayanıklılık kazanma ve uzun vadeli stratejilerini güçlendirme fırsatları da sunmuş olabileceğine dikkat çekiyorlar. Turizm sektörümüzün yapı taşlarından olan seyahat acentelerimiz 2024 yılını, iç pazar açısından ekonomik koşullara rağmen stratejik ve doğru pazarlama teknikleri ile olumlu geçirdiklerini, kullanıcı deneyimini ön planda tutarak sektörde değer yaratmaya devam ettiklerini ifade ediyorlar.

Sektör profesyonellerinin 2025 öngörülerini neler?

Yakın zamanda yapılan araştırmaların, dünyanın her yerinden insanların 2025 yılında bir önceki yıla göre seyahate daha fazla harcama yapmayı planladığını ve seyahatlerin, diğer tüm harcama kategorilerinin önünde geldiğini belirten sektör duayenleri, 2025 yılının, turizm sektörü için fırsatlarla dolu ancak dikkatli yönetilmesi gereken bir yıl olacağına dikkat çekiyor. Sektör temsilcileri, artan uluslararası talep ve deneyimsel seyahat trendlerinin, ülkemizin zengin kültürel ve doğal mirasıyla birleştiğinde büyük olanaklar sunduğuna dikkat çekiyor ve bu yılın sektöre yön veren temel unsurlarının, kişiye özel hizmetler, esnek planlama olanakları ve sağlık turizmine yönelik talepler olacağını ifade ediyorlar. Ayrıca 2025 yılında turizm sektörünün, dijital araçlar ve teknolojik entegrasyonlarla müşterilere daha hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmet sunma yönünde ilerleyeceğini; Yapay zeka destekli hizmetlerin yaygınlaşacağını öngörüyorlar. Turizm sektörünün yaşanan olumsuzluklardan tecrübe ve direnç kazandığını; yine de 2025 yılında turizmin olumlu bir yönde ilerlemesi için siyasi, politik ve resmi bir sorun yaşanmaması

gerektiğini önemle vurguluyorlar. Süreç doğru yönetilirse ve öngörülemez risklerle karşılaşmazsak, Türkiye turizmi olarak hedeflerimize ulaşacağımıza, ancak yine de kurun maliyet artışları ile dengelenmesinin, finansal sürdürülebilirlik bakımından kritik öneme sahip olduğunu vurguluyorlar. Burada en önemli meselenin, kişi başı/geceleme turist harcamasının, turist sayısı artış yüzdesinin üzerinde seyrederek geliştirilmesi olduğuna dikkat çekiyorlar. Bununla birlikte 2025 için farklı görüş bildiren sektör temsilcileri, 2025 yılının çok farklı olacağını düşünmediklerini, 2025 için pozitif bir artış olduğunu ve taleplerin gayet olumlu olduğunu ancak giderlerin tamamen kontrolden çıktığı göz önünde bulundurulursa, 2024'ün tekrarı olur diye düşündüklerini belirtiyorlar. Yükselen maliyetler, döviz kuru dalgalanmaları ve Avrupa'daki ekonomik daralma, Türkiye'nin jeopolitik sorunlar gibi faktörlerin, 2024 yılındaki kârlılığı yakalaya bilirliliğini zorlaştıracağını ifade eden sektör duayenleri, ayrıca, Rusya'ya yönelik yeni yaptırımların ve bölgedeki siyasi gerilimlerin, turizm akışını etkileyebileceğini açıklıyorlar. Sektörümüz açısından 2025'in kolay bir yıl olmayacağını, 2025 yılı hedeflerinin, 2024'teki konaklama rakamlarını geçerek, ortalama oda fiyatlarını önceki yıl seviyesine yukarı çekebilmek olduğunu belirtiyorlar.

Türkiye'nin global turizmdeki hedeflerine ulaşabilmesi için ne yapılması gerekiyor?

Türkiye'de turizmin gelişimi ve uluslararası arenada hak ettiği yere gelebilmesi için sektör profesyonelleri:

- Turizmin sürdürülebilirliği için uzun vadeli planlar yapılması; özellikle yaz turizmine bağımlılıktan kurtulmak adına yıl boyu gelir sağlayacak alternatif turizm alanlarına yatırım yapılması
- Sadece fiyat avantajına dayalı rekabetin ötesine geçerek, gastronomi, kültürel miras, wellness ve lüks segmentlerdeki varlığını arttırması

- Destinasyon pazarlamasına daha fazla yatırım yapılması,
 - Nitelikli turist segmentine odaklanılması
 - Deneyim odaklı turizmin güçlendirilmesi
 - Sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi
 - Küresel olaylara ve bölgesel gerilimlere karşı proaktif bir strateji izlenilmesi
 - Altyapı yatırımlarının hızlandırılması
 - Etkin tanıtım stratejileriyle, uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yaparak marka değerinin yükseltilmesi
 - Dijital rezervasyon sistemleri, online görünürlük ve yapay zeka tabanlı pazarlama araçlarının kullanımının artırılması, turizmde dijitalleşmenin hızlandırılması
 - Turist memnuniyetini artırmak için turizm sektöründe çalışanlara yönelik mesleki eğitim programları artırılması
- konularında görüş birliğinde bulunuyorlar. Bununla birlikte ülkemiz genelindeki tüm konaklama tesislerinin Kültür ve Turizm Bakanlığı çatısı altında toplanmasının tesislere belli bir standart getireceğini, Sürdürülebilir Turizm Programının uygulanmasıyla kriterlerini yerine getiren tesislerin niteliğinin yükseleceğini ve daha iyi hizmet verileceğini; böylece Kültür ve Turizm bakanlığının öngördüğü hedeflere daha kolay ulaşılacağı kanaatinde olduklarını ifade ediyorlar. Seyahat acentelerimiz bu yıl erken rezervasyonların daha erken başlaması, yurt içi otel fiyatlarının bir önceki yıla göre daha düşük olması nedeni ile geçen seneye oranla daha iyi olacağını öngördüklerini belirtiyorlar. Sektör bileşenleri yeni ve beklenmeyen bir olumsuzluk olmadığı takdirde 2025 yılı için 65 milyon turist ve 65 milyar dolar girdi hedefine ulaşmak için hazırlıklarını tamamlamaya çalışıyorlar. Türkiye'nin, doğru bir stratejiyle turizmde global beklentilere rahatlıkla yanıt verebileceğini, ancak bunun için sektördeki tüm oyuncuların bir araya gelerek yenilikçi ve bütüncül bir yaklaşımla hareket etmesinin şart olduğunu vurguluyorlar.





Oya Narin / Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) / Başkan

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD), 1988 yılında, ülkemizin önde gelen büyük ölçekli turizm yatırımcı şirket ve holdinglerinin bir araya gelmesiyle kurulmuş bir sivil toplum kuruluşudur. TTYD, 210 bin yatağın üzerinde konaklama kapasitesi, 20 bin uçak koltuğu, 16 havalimanı, 15 binin üzerinde yat kapasiteli marina, ülkemizdeki tüm "cruise" limanları, 6 tur operatörü ve turizmin tüm değer zincirini içeren, özel sektörün turizmde yaptığı yaklaşık 70 milyar dolarlık yatırımı temsil etmektedir. TTYD hem ulusal hem de uluslararası iş birliklerini güçlendirmek adına geniş bir ağ içerisinde aktif bir rol üstlenmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTTC) gibi global organizasyonlardaki üyeliklerinin yanı sıra, kısa süre önce üyesi olduğu Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) ile sektörel gelişime katkı sağlamaktadır. Ayrıca, kurucu üyesi olduğu Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) ve Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) gibi platformlar aracılığıyla Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilir büyümeyi destekleyen projelere öncülük etmektedir. TTYD olarak, turizm sektöründe yatırımcı işletmeciler olarak faaliyet gösteren kişi ve kuruluşları destekliyor; yurt içi turizmin gelişmesini, güçlenmesini ve ülke ekonomisine giderek artan katkılar sağlanmasını amaçlıyoruz. Bu doğrultuda mevcut ve gelecekteki plan, program ve girişimlere katkıda bulunuyoruz. TTYD, Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasında bölgesel ve sektörel potansiyelleri en iyi şekilde değerlendirerek, ulusal turizm politikalarının oluşturulmasına katkı sağlamayı misyon edinmiştir. TTYD, turizm yatırımcılığının ülke ekonomisine katkılarını kamuoyuna anlatmayı, dünya turizm pazarındaki payımızı artırmayı ve yatırımcıların karşılaştığı sorunları çözmeyi kendine görev edinmiştir. TTYD, bu kapsamda Türkiye'nin turizmdeki güçlü yanlarını küresel ölçekte görünür kılmayı ve uluslararası iş birliklerini artırmayı amaçlamaktadır. Türk turizmi, 2015'ten bu yana birçok zorlu dönemeçten geçti. Sektörümüz sahip olduğu rekabetçi yapısı, girişimcilik yeteneği ve kararlı tutumu ile her zaman direnç göstermiş ve bu kabiliyetlerini bir manivela olarak kullanarak büyümesini sürdürmüştür. Yatırımcılarımızın vizyoner yaklaşımı da en önemli unsurlar arasında yer almıştır. Türkiye, 2023 yılı verilerine göre küresel turizm pazarında turist sayısında 5., turizm gelirlerinde ise 7. sırada yer almaktadır. Ancak, rekabetin giderek arttığı bu küresel pazarda daha güçlü bir konuma erişmek için 2033 ve 2050 hedeflerimiz doğrultusunda

2024 yılında elbette, artan maliyetler, yüksek enflasyon ve Türk lirasını koruma politikalarının dönemsel etkileri sektöre yansımaktadır. Ancak, İspanya, Dubai ve Fransa gibi destinasyonlarla kıyaslandığında, Türkiye'deki ortalama oda fiyatlarının (ADR) hâlâ düşük seviyelerde olduğunu görüyoruz

çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Orta Vadeli Program (OVP) ile devletimizin tasavvuruyla, yıllık turizm gelirlerinin 2025 yılında 64, 2026 yılında 69, 2027 yılında ise 74 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesi hedeflenmiştir. Bu hedefler doğrultusunda, Türkiye'nin deniz turizmi ve butik konaklama tesisleri ile orta ve üst segmente daha fazla hitap eden bir destinasyona dönüşmesi büyük önem taşımaktadır. Bu dönüşüm sayesinde turizm gelirlerini en az iki katına çıkarmayı, turizmi dört mevsime yaymayı ve sürdürülebilir bir destinasyon haline gelmeyi hedefliyoruz. Elbette, artan maliyetler, yüksek enflasyon ve Türk lirasını koruma politikalarının dönemsel etkileri sektöre yansımaktadır. Ancak, İspanya, Dubai ve Fransa gibi destinasyonlarla kıyaslandığında, Türkiye'deki ortalama oda fiyatlarının (ADR) hâlâ düşük seviyelerde olduğunu görüyoruz. Hedefimiz, turist sayısını artırmanın ötesinde, kişi başına düşen turizm gelirini de yükseltmektir. Daha yüksek harcama yapabilecek turistleri çekmek ve bu doğrultuda planlamalarımızı şekillendirmek, uzun vadeli stratejimizin temel taşlarını oluşturmaktadır. Pandemi sonrası toparlanma sürecinde dünya turizmi genelinden daha hızlı yol kat eden Türk turizmi, 2023 yılını rekorlarla tamamlamıştı. Bu güçlü ivme, 2024 yılında da devam etti. Küresel enflasyon ve yaz aylarında Avrupa'da gerçekleşen Avrupa Şampiyonası ve Olimpiyatlar gibi büyük etkinliklere rağmen, turizmde 2023 yılındaki başarılı rakamlarımızın da üzerine çıkarak ilerledik. Henüz tüm yılın kesin rakamları açıklanmamış olsa da şu ana kadar kaydedilen verilere baktığımızda, Kültür ve Turizm Bakanlığımızın 2024 yılı için belirlediği 61 milyon turist ve 61 milyar dolar gelir hedeflerine ulaşmaya çok yakın olduğumuzu görüyoruz. Özellikle Avrupa'dan gelen turist sayısında kaydedilen artış dikkat çekicidir.

2025 yılı için iyimseriz, Orta Vadeli Program'da konulan 63,6 milyar dolar turizm gelir hedefini yakalanabileceğini umuyoruz. TTYD olarak, 5. Turizm Yatırım Forumu, TIF 2025'i ise Kasım 2025'te düzenleyecek olmaktan ve turizm sektörünün büyümesine ve dönüşümüne katkı sağlamaktan büyük heyecan duyuyoruz

Dubai, Mısır ve Suudi Arabistan gibi ülkelerdeki yeni yatırımları düşündüğümüzde, Türkiye'nin, özellikle Antalya ve güney bölgeleri de dahil olmak üzere, turizm potansiyelini geliştirmesi, rekabetçi özelliğini koruması ve yeni destinasyonlar yaratması ve destinasyonlarımızın 12 ay turizmde hizmet edecek anlayışla dönüştürülmesi önem taşıyor. Örneğin, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır'ın İskenderiye bölgesine toplamda 150 milyar dolara ulaşacak doğrudan turizm yatırımları planlıyor. Yatırımcılar için düşük faizli, 20 yıl vadeli krediler, arazi tahsisleri gibi

fırsatlar sunulacak doğru yatırımlar çekiliyor. Yunanistan ise yeşil kredilerle yatırımcılar için cazip fırsatlar sunuyor. Türkiye'de hem yeni yatırımların yapılabilmesi hem de mevcut yatırımların dönüştürülüp yenilenebilmesi için, 2017 yılında gerçekleştirilen "3. Turizm Şurası"nın çıktıkları güncelliğini korumaktadır. BDDK verilerine göre; pandemi öncesinde 2019 Ekim'de turizm sektörünün 19,9 milyar dolar nakdi kredisi var iken, bu rakam 2024 Ekim'de 12,4 milyar dolar olarak görünüyor. 2020 yılına kadar yaklaşık yüzde 4 olan turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı, pandemi sonrası yaklaşık yüzde 1'e düşmüştür. Benzer şekilde toplam doğrudan yabancı yatırımları içinde konaklama yatırımlarının payı da yüzde 1 olarak belirtilmektedir. Bu yatırımlar, finansman imkanları genişlemeden sadece özel sektörün kendi gayretiyle sınırlı kalmaktadır. Arzu edilen projelerin hayata geçmesi için devlet teşvikleri, çevre dostu başta olmak üzere yatırım kredileri, özel sektörün ihtiyaçlarına ve taleplerine göre iş birliği planları oluşturulabilmelidir. Yatırım planları ile çevre dostu ve sürdürülebilir projelere odaklanmalıyız. Yatırımcıların ilgisini çekmek için, sağlanacak şartların rakiplerimizin sağladığı şartlardan en az aynı veya daha iyi olması halinde ülkemizin yatırım ortamı daha cazip hale gelebilir. 2025 yılı için iyimseriz, Orta Vadeli Program'da konulan 63,6 milyar dolar turizm gelir hedefini yakalanabileceğini umuyoruz. TTYD olarak, yurt dışından gelecek yatırımcılara ve hedef finansal piyasalara Türkiye'nin yatırım alanı olarak cazibesini göstermek, Türkiye'deki yatırımcılara yeni marka ve finans iş birliği olanakları yaratmak ve TTYD'nin marka gücünü daha ileriye taşımak amacıyla ilk kez 2020 yılında düzenlediğimiz Turizm Yatırım Forumu'nun dördüncüsü olan TIF 2024'ü, 26-27 Kasım tarihlerinde Raffles İstanbul'da başarıyla gerçekleştirdik. Etkinliğimiz, T.C. Cumhurbaşkanı Yardımcısı Sayın Cevdet Yılmaz ve T.C. Hazine ve Maliye Bakanı Sayın Mehmet Şimşek'in teşrifleriyle 1200'ü aşkın katılımıyı ağırladı ve turizm yatırımlarına ilişkin geniş bir yelpazede kapsamlı stratejiler ele alındı. 5. Turizm Yatırım Forumu, TIF 2025'i ise Kasım 2025'te düzenleyecek olmaktan büyük heyecan duyuyoruz. Ayrıca, yurt dışında Türkiye'nin bayrak taşıyıcısı olarak gördüğümüz markalarımızın güçlenmesi ve küresel pazarlarda yaygınlaşması için finansal çözümler geliştirme ve sektörün ihtiyaç duyduğu yenilikçi kaynak ve modelleri sunarak, Türk turizminin uluslararası arenada daha güçlü bir konuma ulaşmasını hedefimizi gerçekleştirmek amacıyla çalışmalarımıza devam ediyoruz. TTYD olarak, turizm sektörünün büyümesine ve dönüşümüne katkı sağlamak için hem ulusal hem de uluslararası düzeyde çalışmalarımızı kararlılıkla sürdürmeye devam edeceğiz.



Müberra Eresin / TÜROB Türkiye Otelciler Birliği / Başkan

TÜROB olarak, 2024 yılını istatistiksel verilerle inceleyecek olursak:

Ziyaretçi sayısında son durum: Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Türkiye, 2024 yılının Ocak-Ekim döneminde toplamda 54 milyon 629 bin ziyaretçi ağırladı. Bu ziyaretçilerin 47 milyon 306 binini yabancılar oluşturdu. Yabancı ziyaretçi sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7,03 oranında artış gösterdi.

İstanbul doluluklar ve oda fiyatları: İstanbul genelinde, TÜROB üyelerimiz arasında yaptığımız araştırmaya göre; İstanbul'da doluluklar Ocak-Ekim 2024 döneminde yüzde 66,8 oldu. Bu rakam 2023'ün aynı döneminde yüzde 66,6 idi. ADR, yani ortalama gecelik konaklama ücreti ise; TÜROB olarak tespitlerimize göre Ocak-Ekim 2024 döneminde 108,3 Euro oldu. Bu rakam 2023'ün aynı döneminde 117,2 Euro olmuştu.

Türkiye doluluklar ve oda fiyatları: Türkiye geneline baktığımızda, dünya çapında veri ve analiz şirketi STR'in TÜROB için yaptığı araştırmaya göre de ülke genelinde Ocak-Ekim 2024 döneminde doluluklar yüzde 62,7 olarak kaydedildi. Bu rakam 2023'te yüzde 59,5'ti. Türkiye genelinde ADR yani ortalama gecelik konaklama ücreti Ocak-Ekim 2024 döneminde 130,6 Euro oldu. Ocak-Ekim 2023'te bu rakam 133,4 Euro'ydu. Verilerden de görüldüğü üzere, ortalama doluluk oranlarında geçen yılın seviyelerini geçmemiz memnuniyet verici. Ancak enflasyon oranındaki önemli farklılıklar ve döviz kurlarının son bir yılda yatay seyretmesi nedeniyle, ortalama oda satış fiyatlarımızda bir düşüş izleniyor ve tabii maalesef maliyetlerimizdeki ciddi artış devam ediyor. Bu sebeple, gelirlerimizi artırmak adına Kültür ve Turizm Bakanlığı, İBB, TOBB, İTO ve TGA ile ortaklaşa gayret ve çabalarımızı sürdürüyoruz. Turizm sektörümüz, kendisi dışındaki nedenlerle zaman zaman kesintiye uğramış olsa da her zaman olduğu gibi yine hedeflerine ulaşarak ülke ekonomisi, istihdamı ve kalkınmasına, cari açığın kapatılmasına güçlü desteğini vermeye devam edecektir. Bu doğrultuda 2024 yılı sonunda, Kültür ve Turizm Bakanlığımızla aynı paralelde, 60 milyar dolar turizm geliri ve 61 milyon ziyaretçi sayısına ulaşmayı temel hedefimiz olarak belirlemiş ve benimsemiş bulunmaktayız.

Yatırımlar ve yatak kapasitesi: Türkiye'de, 2002 yılında 804 bin olan konaklama tesisi yatak kapasitesi 2024 yılı ekim sonu itibarıyla 2,25 milyon yatağa ulaşmıştır. Yatak kapasitesindeki bu artışın, turizm sektöründeki gelişimi desteklediğini kabul etmekle birlikte yeni yatırımların kontrollü bir şekilde

Enflasyon oranındaki önemli farklılıklar ve döviz kurlarının son bir yılda yatay seyretmesi nedeniyle, ortalama oda satış fiyatlarımızda bir düşüş izleniyor ve tabii maalesef maliyetlerimizdeki ciddi artış devam ediyor. Gelirlerimizi artırmak adına K.T.B., İBB, TOBB, İTO ve TGA ile ortaklaşa gayret ve çabalarımızı sürdürüyoruz

özellikle Antalya, İstanbul, Muğla, Aydın gibi destinasyonların dışında daha çok farklı Anadolu şehirlerimizde yapılmasını öneriyoruz. Son dönemde turizm sektörümüzde tanıtım çalışmalarımız yılın son çeyreğinde hızını kaybetmeden devam ediyor. TÜROB olarak Türk Hava Yolları iş birliğinde çeşitli ülkelerden famtrip kapsamında gelen tur operatörü, seyahat acentesi ve turizm profesyonellerini üye otellerimizde ağırlamaya devam ediyoruz. Yakın zamanda WTM Londra, IBTM Barcelona, ILTM Cannes fuarlarına ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın Moskova'da düzenlediği GoTürkiye Destinasyon Tanıtım Etkinliği'ne katıldık. Fuarlarda ve tanıtım etkinliklerinde, turizm alanında 2025 yılına dair olumlu haberler almakla birlikte özellikle otel dışı harcamalarda ülkemizin 'pahalı ülkeler kategorisinde' değerlendirilmesi ve bu algının yerleşmeye başlamasını endişe ile karşılıyoruz.

Sektörümüz açısından 2025 kolay bir yıl olmayacaktır. 2025 yılında kur ve enflasyonun dengeli olması en büyük beklentimizdir. Hedefimiz, 2024'teki konaklama rakamlarımızı geçerek, ortalama oda fiyatlarımızı önceki yıl seviyesine yukarı çekebilmek

Sektörün en büyük riski; Uluslararası savaşlar: Bütün bu beklentilerimizin gerçekleşebilmesi için elbette uluslararası düzeyde arzu edilmeyen gelişmelerin yaşanmaması gerekir. Her zaman söylediğimiz gibi turizm barışı sever. Uluslararası düzeyde devam eden Rusya-Ukrayna ile İsrail-Filistin savaşı tüm dünyada turizm sektörü için önemli bir risk. Bu sadece bizim için değil. Bütün dünya için bir engel teşkil ediyor. Bu tür olaylarda gerek turizm gerekse havacılık sektörü her zamanki gibi ilk olumsuz etkilenen sektörler oluyorlar. Bütün bunların ötesinde zaten hangi gerekçe olursa olsun, hiçbir gerekçe masum çocuk, kadın, yaşlılar ve sivillerin öldürülmesini veya zarar görmesini mazur gösteremez. Turizm sektörü temsilcileri olarak dilek ve temennimiz çatışmaların, savaşların bir an önce sona ermesini yönündedir.

Kurun yatay seyri de önemli riskimiz: Diğer yandan gelirlerdeki artışın maliyetlerdeki artışla aynı düzeyde olmaması sektörü çok zorluyor. Konaklama sektöründeki en önemli problemlerden biri dövizin yatay gidişiyile ilgili. Konaklama sektörü olarak kontratlarımızı bir yıl önceden yapıyoruz. Bugün hâlâ geçen yılın dolar ve Euro fiyatlarını kullanıyoruz bunun sonucu TL kazancımız düşerken, TL bazında maliyetlerimiz yukarı çıkıyor ve bu biz otelcileri çok zorluyor. Konaklama olarak bizler hizmet ihraç ediyoruz, temel olarak gelirlerimiz döviz, giderlerimiz ise TL'dir. Döviz kurları, gelirinin büyük bölümü

dövizden oluşan turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerimizin gelir ve gider dengesi açısından kritik önemdedir. Yüksek enflasyon ortamında giderlerimizin beklentilerimizin üzerinde artışı karşısında, döviz bazında satış fiyatlarımızın artırılması çok kolay olmadığı için 2025 yılında döviz kurunun yatay seyirde değil enflasyonla paralel seviyede devam etmesi, yani kur ve enflasyonun dengeli olması en büyük beklentimizdir.

İstihdama katkımız sürüyor: Turizm sektörü kalifiye çalışan bulabilme konusunda en fazla sıkıntı yaşayan sektörlerin başında geliyor. Sektörümüzün istihdam sağlamada önemi her geçen gün artmaktadır. SGK verilerine göre; Eylül 2024 itibarıyla; 508 bini konaklama, 877 bini yiyecek-içecek, 76 bini seyahat acentesi ve 41 bini de havayolunda olmak üzere turizm sektöründe çalışan sayısının 1 milyon 503 bin kişi olduğu görülmektedir. Bu sonuçla ülkemizdeki toplam istihdam içerisinde payı yüze 8,9'a ulaşmıştır. 2025 yılında da kalifiye çalışan sayımızı arttırıp, sektör olarak istihdama katkı sağlamaya devam edeceğiz.

2025 beklentileri: Sektörümüz açısından 2025 kolay bir yıl olmayacaktır. 2025 yılı hedefimiz 2024'teki konaklama rakamlarımızı geçerek, ortalama oda fiyatlarımızı önceki yıl seviyesine yukarı çekebilmek. Önümüzdeki dönemde en önemli hedeflerimizden biri turizm gelirini artırmak olmalıdır derken, bunun hiç kolay olmayacağını da bugünden biliyor ve ona göre çalışmalarımıza devam ediyoruz. Pazar beklentilerimize bakarsak; Ortadoğu pazarlarında toparlanma bekliyoruz. Uzakdoğu'ya yönelik uçuş trafiğinde olumlu gelişmeler var. Dolayısıyla yükselişe geçen Japonya, Çin gibi pazarlarda bu trendin sürmesini öngörüyoruz. THY'nin Avustralya'ya uçuş başlatmasını çok olumlu bir gelişme olarak görüyoruz. 2025 yılında yükseliş beklendiğimiz pazarlar arasında İngiltere, Polonya, İspanya ve İtalya da bulunuyor. Üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri de düşük maliyetli (low cost) havayollarının Türkiye'ye olan uçuşlarının artırılmasının teşvik edilmesi diye düşünüyoruz. Almanya ve İngiltere havaalanı vergilerini fazlaca artırdı. Bu da ucuz havayolu şirketlerinin uçuşlarını düşürdü. Her ne kadar Türkiye için de maliyetler yüksek çıksa da bu şirketler yeni destinasyonlar arıyorlar. Bizim de bu fırsatı değerlendirmemiz şart. Low cost havayolu şirketleri özellikle kısa hafta sonu tatilleri için şehir otellerine yaz-kış olumlu katkılar sağlayıp, turizm gelirlerimize pozitif yansıtacaktır. Bu aynı zamanda özellikle İstanbul'a Paris, Londra, Madrid, Roma vs gibi rakip şehirlerde olduğu gibi ilgiyi arttıracak ve İstanbul'a dünya markası olma yolunda önemli katkılar sağlayacaktır.



Ethem Zağıkyan / Continent Worldwide Hotels / Yönetim Kurulu Başkanı

Continent Worldwide Hotels olarak, Türkiye'de şu anda inşaatları devam edenleri de sayarsak, farklı segmentlerde hizmet veren 12 Continent ve 'by Continent Collection' markalı otelimiz, 8 Swiss Inn ve Swiss Inn 'express' markalı otelimiz, 1 JOMO markalı otelimiz bulunmakta ve bu sayı yeni imzalanan tesisler ile sürekli yukarıya çıkmakta. Genel olarak, mevcut durumumuz ile ilgili memnuniyet duymaktayız ancak daha da iyi olabilirdi dediğimiz noktalar da oluyor. Geçtiğimiz sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak 2024 yılı turizm sektörü açısından finansal anlamda büyük zorlukların yaşandığı bir dönem oldu. Döviz kurundaki baskı, maliyet artışları ve yüksek enflasyon, sektördeki tüm paydaşlar gibi bizi de operasyonel ve stratejik planlarımızı yeniden gözden geçirmek durumunda bıraktı. Bu süreçte en önemli odak noktamız, maliyet yönetimi ve verimlilik artışı oldu. Hammaddede ve tedarik zinciri süreçlerimizi yerel iş birlikleriyle güçlendirerek, kur dalgalanmalarından kaynaklanan maliyet artışlarını mümkün olduğunca kontrol altına almaya çalıştık. Ayrıca otellerimizde enerji ve su tüketimi gibi temel gider alanlarında teknolojik altyapı yatırımları yaparak, sürdürülebilir tasarruf yöntemlerini devreye aldık. Fiyatlandırma politikalarımızı da güncel piyasa koşullarına uyumlu ve esnek hale getirerek, özellikle dövizle konaklama yapan misafirlerimiz için alternatifli kampanyalar geliştirdik. Bunun yanı sıra tanıtım faaliyetlerimizi farklı coğrafyalara ve yeni pazarlara yönlendirerek, döviz girişini artıracak stratejiler benimsemeye özen gösterdik. Dijital satış kanallarındaki yatırımlarımızı da artırıp, online rezervasyon platformlarında görünürlüğümüzü güçlendirdik. Özellikle sadakat programlarımızı güncelleyerek, tekrar eden misafir sayımızı yükseltmeyi ve güçlü müşteri memnuniyetini korumayı amaçladık. Bu ekonomik dalgalanmalara karşın, çalışanlarımızın memnuniyetini ve motivasyonunu yüksek tutmanın kritik önem taşıdığını bilincindeyiz. Yüksek enflasyon karşısında personel memnuniyetini sürdürebilmek adına ücret ve sosyal haklarda iyileştirmeler yaparken, eğitim programlarımız ve iç iletişim etkinliklerimizle çalışan bağlılığını artırmaya çalıştık. Tüm bu önlemler ve planlamalar sayesinde, 2024 için koyduğumuz finansal ve operasyonel hedefleri bir miktar revize etmek zorunda kalsak da yılın ikinci yarısından itibaren doluluk oranlarımızı yeniden istediğimiz seviyelere çekmeyi başardık. Böylece kârlılık hedeflerimize büyük oranda yaklaşarak

2024 yılı turizm sektörü açısından finansal anlamda büyük zorlukların yaşandığı bir dönem oldu

krizi daha yönetilebilir bir düzeyde atlatabildik. Elbette hem yerel hem de küresel anlamda belirsizliklerin devam ettiği böyle bir dönemde, esnek ve hızlı aksiyon alabilme yeteneğinin önemi daha da belirgin hale geldi. Turizm sektörü, doğası gereği pek çok değişkenin etkisine açık olsa da farklı pazar segmentleriyle iş birliği içinde olmak ve yeni fırsatlara yönelmek, kriz dönemlerinde başarının anahtarı oluyor.

2025 yılında Türkiye turizm sektörünün, geçmiş yıllarda yaşadığı zorluklara rağmen önemli fırsatlar barındırdığını düşünüyorum. 2025 yılı için en büyük hedefimiz, Continent Worldwide Hotels olarak Türkiye'deki varlığımızı stratejik yatırımlarla güçlendirmeye devam etmektir. Özellikle şehir otelciliğinde popüler olan destinasyonlarda ve de ikincil destinasyonlarda varlığımızı güçlendirmek birincil hedefimiz

Türkiye'de turizmin yaşadığı sorunlar, sektörün uzun yıllardır karşı karşıya olduğu yapısal zorluklarla birlikte giderek çeşitlenen pazar dinamiklerinden de etkileniyor. Öncelikle mevsimsellik, Türkiye turizmi açısından aşılması gereken en büyük engellerden biri olarak öne çıkıyor. Turizm faaliyetlerinin belli aylara yoğunlaşması hem işletmelerin kârlılık dengesini bozuyor hem de istihdamın sürdürülebilirliğini zora sokuyor. Bu durum, sezon dışında ziyaretçi çekmek için geliştirilecek alternatif turizm türlerinin ve yeni destinasyonların önemini artırıyor. Ayrıca, ülkenin sahip olduğu tarihi ve kültürel zenginliğin uluslararası tanıtımının yeterince yapılmaması, markalaşma ve destinasyon yönetimi konularında beklenen ivmeyi yakalamaya engel oluşturuyor. Sektördeki bir diğer sorun ise altyapı eksikliklerinin bölgesel düzeyde farklılık göstermesi. Büyük şehirler ve popüler tatil bölgeleri, modern tesis ve ulaşım ağlarına sahipken, henüz keşfedilmemiş veya gelişmekte olan destinasyonlarda standartların çok gerisinde kalan durumlara karşılaşmak mümkün. Oysaki bu bölgeler, gerçek anlamda birer turizm potansiyeli taşıyor ve doğru yatırımlarla önemli cazibe noktalarına dönüşebilir. Bu noktada, yerel yönetimlerin ve özel sektörün ortak hareket etmesi; yollar, havalimanları, konaklama ve sosyal alanlar gibi temel altyapı yatırımlarının bütüncül bir yaklaşımla hayata geçirilmesi büyük önem taşıyor. Türkiye turizminin gelişmesi için sürdürülebilirlik ve çevresel duyarlılığın da ön planda tutulması gerekiyor. Doğal alanların tahrip edilmesi, kontrolsüz yapılaşma veya çevreye duyarlı kitle turizm anlayışı, kısa vadede kâr getirirse de uzun vadede turizm değerlerini ciddi anlamda yok ediyor. Bu nedenle ekoturizm, kültür turizmi ve yerel deneyim odaklı konseptlerin teşviki, Türkiye'nin dünya turizmindeki rekabet gücünü artırmada kilit rol oynayacaktır. Aynı şekilde, nitelikli iş gücü eksikliği de çözülmesi gereken temel meselelerden biri. Turizm eğitimine ve sektörel uzmanlığa yönelik üniversite-sanayi iş birliği programlarının yaygınlaştırılması, genç yeteneklerin sektöre kazandırılması açısından oldukça değerli. Tüm bu sorunların çözümü, ancak

ortak bir vizyon çerçevesinde kamu, özel sektör ve yerel toplulukların iş birliğiyle mümkün olabilir. Türkiye, coğrafi konumu, doğal güzellikleri ve kültürel zenginliğiyle her segmentten turiste hitap edebilecek niteliklere sahip. Önemli olan, mevcut potansiyeli doğru pazarlama stratejileri ve kaliteli hizmet anlayışıyla birleştirmektir. Böylelikle, geleneksel deniz-kum-güneş modelinin ötesine geçerek turizm tüm yıla ve tüm bölgelere yaymak hem ekonomiye hem de yerel kalkınmaya daha güçlü ve sürdürülebilir katkılar sunacaktır. 2025 yılında Türkiye turizm sektörünün, geçmiş yıllarda yaşadığı zorluklara rağmen önemli fırsatlar barındırdığını düşünüyorum. Küresel seyahat talepleri, pandemi sonrası dönemde toparlanmaya devam ederken, Türkiye'nin coğrafi avantajı, tarihi ve kültürel zenginlikleri sayesinde rekabet gücünü koruyacağına inanıyorum. Özellikle sağlık turizmi, gastronomi turizmi ve kış turizmi gibi segmentlerin de giderek daha fazla ilgi çekeceğini öngörüyorum. Bu durum, mevsimsellik sorununu belirli ölçüde azaltırken, yılın dört mevsiminde de turist çekebilen destinasyonların önemini artıracaktır. Sürdürülebilirlik odağındaki eğilimlerin ön plana çıkması, Türkiye'de çevreye duyarlı turizm tesislerini ve ekoturizm anlayışını öne çıkaracaktır. Bununla birlikte hem uluslararası hem de yerel yatırımcıların yeni destinasyonlara ilgisi artacak ve Anadolu'nun farklı bölgelerinde nitelikli tesis yatırımlarının yükselmesine yol açacaktır. Dijital dönüşüm ise konaklama tesislerinden havayolu şirketlerine kadar tüm sektörü yeniden şekillendirmeyi sürdürecektir. Online pazarlama kanalları, kişiselleştirilmiş turizm deneyimleri, dijital rezervasyon ve ödeme yöntemleri hızla yaygınlaşırken, işletmelerin bu alandaki yatırımları da büyüyecektir. Aynı zamanda, jeopolitik gelişmeler ve ekonomik dalgalanmalar nedeniyle turizmde dalgalanmalar görülebilir; ancak Türkiye'nin uzun vadede turizm alanında güçlü bir oyuncu olarak konumunu koruması, sürekli gelişim ve doğru stratejilerle mümkün olacaktır. Bu stratejilerin başında, destinasyon yönetimini güçlendirmek, markalaşma süreçlerine ağırlık vermek, altyapı kalitesini yükseltmek ve uzman insan kaynağı yetiştirmek geliyor. 2025 ve sonrasında Türkiye turizminin potansiyelini gerçekleştirebilmesi, ortak bir vizyon etrafında bir araya gelebilmeye ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerini benimsemeye bağlı olacaktır. 2025 yılı için en büyük hedefimiz, Continent Worldwide Hotels olarak Türkiye'deki varlığımızı stratejik yatırımlarla güçlendirmeye devam etmektir. Özellikle şehir otelciliğinde popüler olan destinasyonlarda ve de ikincil destinasyonlarda varlığımızı güçlendirmek birincil hedefimiz. Ayrıca yine tatil konseptlerini harmanlayan yeni projeler üzerinde çalışıyoruz. Bu kapsamda, öncelikle Ege ve Akdeniz bölgelerinde birkaç butik konsept yatırımına öncülük etmeyi hedefliyoruz. Hem şehir oteli hem de resort kategorisinde hizmet verecek projelerimizde, sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm ilkelerini merkeze alarak sektöre yenilikçi çözümler sunmaya odaklanıyoruz.



BOYALIK BEACH HOTEL
SPA & THERMAL RESORT
ÇEŞME



2025 YAZINA

ERKEN REZERVASYON

FIRSATLARI BAŞLADI !

Erken Rezervasyonla Tatilinizi Şimdi Planlayın,
Avantajlı Fiyatları Kaçırmanın!

İnce Kum Plaj

Denize
Sıfır

SPA
Termal

REZERVASYON VE DETAYLI BİLGİ

0 232 488 88 00

boyalikbeachcesme.com

boyalikbeachhotelspace.me

BOYALIK BEACH HOTEL
SPA & THERMAL RESORT, ÇEŞME
Boyalık Mevkii, 3200 Sokak, No.1,
Çeşme, İzmir, Türkiye



2024 yılında iç pazar açısından ekonomik koşullara rağmen stratejik ve doğru pazarlama teknikleri ile olumlu yol kat ettik, yurt dışı tur satışlarında ise bir önceki yıla göre yüzde 75 oranında bir büyüme yaşadık



Kaan Karayal / Tatilsepeti / Yönetim Kurulu Başkanı

20. yılımızı kutlarken Tatilsepeti.com olarak, ilk günkü hayalimiz olan mutlu tatil alışverişi deneyimini bugün milyonlara yaşatmaktan dolayı gururluyuz. En geniş ürün seçeneği, en doğru bilgi, en uygun ödeme koşulları ve yüzde 100 memnuniyet odaklı yaklaşımımız ve bugün yıllık 27 milyonu tekil, toplamda 67 milyonun üzerinde ziyaretçimizle Türkiye'nin önde gelen turizm portalı konumundayız. Birbirinden farklı tatil konseptleri ve her bütçeye uygun önerilerimizle milyonlarca kişiye hayalindeki tatili gerçekleştirme fırsatı sunuyoruz. Dijitalde doğan bir marka olarak, teknolojiadaki gelişmeleri çok yakından takip ediyor ve markamıza çok yönlü olarak adapte ediyoruz. Pandemi öncesi temellerini attığımız CDP projemizi, AI tabanlı zenginleştirerek kişisel iletişimi derinleştirme çabaları içerisindeyiz. Kullanıcıların tüm dijital ayak izleri ile offline davranışlarına göre ihtiyacını belirleyip, ürün ve kampanyalarımızı bu verilere göre sunma ve optimize etme prensibiyle çalışıyoruz. Kullanıcı davranışlarına göre kreatifler üretiyoruz, kreatiflerimiz için pazar ve Avrupa'da yaşayan Türklere. Tatilsepeti olarak resort, karavan, glamping, turlar, oteller, uçak biletleri, araç kiralama, transfer hizmeti kısacası seyahatle ilgili akla gelebilecek tüm ürünleri misafirlerine sunabilen, en fazla ürün çeşitliliğine sahip, çevrimiçi ve çevrimdışı hizmet veren ve pazara liderlik eden bir şirketiz. Türkiye'nin en saygın tur operatörleri, yurt içi ve yurt dışındaki geniş otel portföyümüzün yanı sıra yılda 20.000'in üzerinde yurt içi- yurt dışı tur hizmetlerimiz mevcut. Geçtiğimiz senenin bir değerlendirmesini yapacak olursak, Tatilsepeti olarak 2024 yılının genel anlamda iyi geçtiğini ve beklentinin üzerinde gittiğini söyleyebiliriz. Yüksek enflasyona göre dövizin daha az artıyor olması ve ekonomik belirsizlikler yurt içi turizmde de etkili oldu. Ancak bu

dönemde alınan aksiyonlar; erken rezervasyon kampanyaları, esnek ödeme seçenekleri, yüzde 25 ön ödeme, kredi kartı taksit imkanı bazı dönemlerde yapılan kampanyalar sektördeki olumsuz etkilerin azalmasına yardımcı oldu. Diğer yandan döviz kurunda geçtiğimiz dönemlere göre daha düşük bir artış seyretmesi yurt dışı tatillerini cazip hale getirdi, daha önce yurtdışında tatil yapma alışkanlığına sahip olmayan pek çok kişi özellikle vizesiz yakın ülkelerde cazip fiyatlara tatil yapma şansı buldu. Seyahat farkındalığındaki artış da turizmde hareketlilik yaşattı. Yine yurt içinde konaklamada en çok tercih edilen destinasyonların başında Antalya bölgesi geldi; her zamanki gibi Side, Alanya, Kemer, Bodrum ve Marmaris ağırlıklı oteller ve Kıbrıs uçak + transfer dahil paketler öncelikli tercih edildi. Yurt dışı turlarında ise en çok Balkanlar, İtalya, Fransa ve Yunanistan rotaları daha çok rezervasyon aldı. Erken rezervasyon dönemi özellikle iç pazarda talep gördü. Erken rezervasyonun amacı daha düşük fiyatlar, daha iyi konaklama seçenekleridir. Ayrıca misafirlerin bütçesini daha iyi planlamasından dolayı her geçen yıl rezervasyon talepleri giderek artıyor.

2025'in, erken rezervasyonların daha erken başlaması, yurt içi otel fiyatlarının bir önceki yıla göre daha düşük olması nedeni ile geçen seneye oranla daha iyi olacağını öngörebiliyoruz. 2025 yılı yurt dışı turlar açısından hızlı bir başlangıca sahne oluyor. Bu trend devam ederse Tatilsepeti olarak, 2025'i yüzde 100'e yakın bir artışla kapatabileceğimizi öngörüyoruz

2024 yılında dünyada ve ülkemizde turizm adına olumlu gelişmeler yaşandı. Turizm teknoloji alanında özellikle yapılan yatırımlar, misafir memnuniyetini önde tutan yenilikçi yaklaşımlar, turizm dallarının gelişmesi, misafir farkındalığı ve seyahat bilincindeki artış gibi birçok açıdan turizm sektörü atılım gösteriyor. Öne çıkan yeni tatil trendleri var; sanat turizmi, spor turizmi, iyi yaşam tatili, sessiz tatil gibi konseptlere ilgi ve farkındalık artıyor. Bu sevindirici gelişmelere paralel olarak dünyada hareket eden insan sayısı da artıyor. Biz Tatilsepeti olarak bütün bu makro gelişmelere paralel olarak 2024'te de büyümeye ve kendimizi geliştirmeye devam ettik. 2024 yılında iç pazar açısından ekonomik koşullara rağmen stratejik ve doğru pazarlama teknikleri ile olumlu yol kat ettik. Dijitalleşme ve esnek ödeme seçenekleriyle yerli destinasyonlara olan talep sektördeki olumlu gelişmeleri destekledi. Yurt dışı tur satışlarında ise bir önceki yıla göre yüzde 75 oranında bir büyüme yaşadık, kültür turları ise yüzde 60'lık bir büyüme ile kapattı 2024 yılını. Memnuniyet odaklı ve güven veren yaklaşımımız misafirlerimiz tarafından da takdir görüyor. 2024 ayrıca bizim için bol ödüllü bir yıl oldu. ECHO Awards'da tatil kategorisinde E-ticaretin En İyi seçildik. Yine reklam pazarlama dünyasının prestijli ödülleri olan Kristal Elma, Felis, The One Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri-Yılın İtibarlısı Ödülü gibi son derece değerli, itibarlı ödüllere değer görülmemiz de bizi ayrıca gururlandırdı. 2024'teki bu gurur tablosu ve yükseliş, 2025'te bizim için çok daha güzel gelişmelere işaret ediyor. Turizm markaları arasında öncü ve pazarın lideri konumundayız. 2025'in Tatilsepeti için daha hızlı büyüyeceğimiz bir atak yılı olmasını bekliyoruz. Bu yıl erken rezervasyonların daha erken başlaması, yurt içi otel fiyatlarının bir önceki yıla göre daha düşük olması nedeni ile geçen seneye oranla daha iyi olacağını öngörebiliyoruz. 2025 yılı yurt dışı turlar açısından hızlı bir başlangıca sahne oluyor, daha ocak ayından sömestir tatilinin de etkisiyle ciddi artışlar gerçekleşti. Bu trend devam ederse 2025'i yüzde 100'e yakın bir artışla kapatabileceğimizi öngörüyoruz.



CONTINENT
Worldwide

size **Yatırımlarınızda**
çok kazandıran
Karlılığınızı
arttıran
markalar

Suudi Arabistan | Lübnan | Birleşik Arap Emirlikleri | Nijerya | Türkiye
Gürcistan | Endonezya | Vietnam | Pakistan | Hindistan

 **Swiss Inn**
by CONTINENT


CONTINENT
HOTELS & RESORTS

Ancyra
HOTELS&INNS

lofty collection by **CONTINENT**
HOTELS collection

ContinentWorldwide.com

2024 yılı, turizm sektörünün fiyat – performans ekseninde rakamların, biz turizmcilere ne çok şey ifade edebileceğini gösterdiği bir yıl oldu

Tesisimiz Çeşme merkezde, denize sıfır konumda yer alan, HB / Yarım Pansiyon konseptte hizmet sunan bir tesisdir. Ağırlıklı olarak iç pazar misafir portföyü ağırlamakla birlikte, dış pazar portföyü olarak da son beş yıldır gerek bölgede gerekse tesisimizde artan bir grafik mevcuttur. 2023 yılı ülkemiz açısından tekrar yaşanmamasını ümit ettiğimiz bir doğal afet sonucu ekonomik ve sosyal açıdan zorluklarla geçmişti. 2024 yılı enflasyon ve maliyetlerdeki artışın etkilerinin yoğun hissedildiği bir seneydi. Tüm bu faktörlerin yanı sıra hedef artışı her yıl planlandığı üzere 2024 yılında da mevcuttu. Tüm turistik destinasyonlarda olduğu gibi Ege bölgesine ve tesisimize, yaşanan ekonomik gelişmelerin bazı olumsuz sonuçları yaşandı. Her ne kadar 2024 yılına ekonomik anlamda zorluklarla başlanmış olsa da yıl içinde özellikle de yılın ikinci yarısında olumsuz etkileri azaltmayı başardık diyebiliriz. 2024 yılı, turizm sektörünün fiyat – performans ekseninde rakamların, biz turizmcilere ne çok

şey ifade edebileceğini gösterdiği bir yıl oldu. Ek olarak nitelikli personel istihdamı yönünde de yaşanan sorunlar sektörün ilk sırada yer alan problemlerinden biridir. Bu hususta çözüm önerileri sezonluk algısı dışında nitelikli personel istihdamı sağlamak yönünde çaba harcanması ve personelin sürekliliğinin sağlanmasıdır.

2025 yılı için daha umutlu bir tablo ile seneye başladık, ön görülerimiz ciro dışında geceleme ve pax hedeflerinde de grafiklerin artacağı yönündedir. Hedefimiz iç pazar ve dış pazar grafiğini eşitlemek ve bölgemizde & tesisimizde daha fazla sayıda turist ağırlamak

2023 ve 2024 yılında bazı alışılan grafikleri yakalamak, yaşanan olumsuz olaylar ve ekonomik faktörlerle zordu. 2025 yılı için daha umutlu bir tablo ile seneye başladık, ön görülerimiz 2025'te ciro dışında geceleme ve pax hedeflerinde de grafiklerin artacağı



Orhan Belge / Boyalık Beach Hotel Spa & Thermal Resort / Genel Müdür

yönündedir. Ülkemiz için globalde de aynı durum söz konusu olacaktır. Ülkemiz için geçerli olan koşullar, bölgemiz ve işletmemiz için de geçerlidir. 2025 yılı yurt içi ve yurt dışı fuarlar, reklam ve tanıtım çalışmaları sayesinde dış pazarda da aktif olunacak bir seneyi bizlere işaret ediyor. Hedefimiz iç pazar ve dış pazar grafiğini eşitlemek ve bölgemizde & tesisimizde daha fazla sayıda turist ağırlamak.

Türkiye’de turizm sektörü güçlü bir potansiyele sahip olsa da 2024’te yüksek maliyetler, personel istihdamındaki zorluklar ve uluslararası rekabet gibi faktörler işletmeleri zorladı

çalıştık. Yerel ürün ve hizmet sağlayıcılarla iş birliklerimizi güçlendirdik. Aynı zamanda, fiyatlandırma politikalarımızı dinamik bir şekilde yöneterek hem misafir memnuniyetini hem de gelir yönetimini dengede tutmaya odaklandık. 2024 yılı için belirlediğimiz hedeflerin büyük bir kısmına ulaştık. Misafir memnuniyetimizi yüksek tutarken, etkinlik ve gastronomi alanlarında büyümeyi sürdürdük. Dijital pazarlama stratejilerimizi geliştirerek, hedef kitemize daha etkin ulaşmayı başardık. 2024 yılı, küresel ekonomik belirsizliklerin ve enflasyonist baskıların etkisini hissettirdiği bir yıl oldu. Türkiye’de turizm sektörü güçlü bir potansiyele sahip olsa da yüksek maliyetler, personel istihdamındaki zorluklar ve uluslararası rekabet gibi faktörler işletmeleri zorladı. Özellikle, fiyat odaklı rekabet yerine deneyim odaklı turizme yönelmek gerekiyor. Türkiye’nin sunduğu kültürel ve gastronomik zenginlikleri ön plana çıkarmak, destinasyon pazarlamasına daha fazla yatırım yapmak ve nitelikli turizme odaklanmak önemli bir çözüm olabilir. Ayrıca, sürdürülebilir turizm uygulamalarına daha fazla ağırlık verilmesi, sektörde uzun vadeli başarıyı destekleyecektir.

2025 yılı, turizm sektörü için fırsatlarla dolu ancak dikkatli yönetilmesi gereken bir yıl olacak. 2025 yılında misafir deneyimini en üst seviyeye çıkarmaya ve uluslararası misafir portföyümüzü genişletmeye odaklanıyoruz

2025 yılı, turizm sektörü için fırsatlarla dolu ancak dikkatli yönetilmesi gereken bir yıl olacak. Türkiye, 2024 yılında yaşadığı finansal dalgalanmalar ve küresel ekonomik

belirsizliklerin ardından turizmde daha istikrarlı bir büyüme yakalamayı hedefliyor. Türkiye’nin global turizmdeki hedeflerine ulaşabilmesi için destinasyon pazarlamasına daha fazla yatırım yapması, nitelikli turist segmentine odaklanması ve deneyim odaklı turizmi güçlendirmesi gerekiyor. Sadece fiyat avantajına dayalı rekabetin ötesine geçerek gastronomi, kültürel miras, wellness ve lüks segmentlerdeki varlığını artırmak önemli bir adım olacaktır. Ayrıca, sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi, hem çevresel hem de ekonomik açıdan uzun vadeli başarı için kritik bir unsur. Türkiye’nin bu noktada altyapı yatırımlarını hızlandırması, uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yaparak marka değerini yükseltmesi gerekiyor. DoubleTree by Hilton Şanlıurfa olarak, 2025 yılında misafir deneyimini en üst seviyeye çıkarmaya ve uluslararası misafir portföyümüzü genişletmeye odaklanıyoruz. Öncelikli hedeflerimiz arasında: Yeni pazarlara açılarak özellikle Körfez ülkeleri, Avrupa ve Asya’dan gelen misafir sayımızı artırmayı hedefliyoruz. Misafirlerimize Şanlıurfa’nın kültürel ve gastronomik zenginliklerini benzersiz bir şekilde sunmak için özel paketler, yerel lezzet deneyimleri ve tarih temalı turlar sunmayı planlıyoruz. Online rezervasyon ve misafir etkileşim süreçlerimizi güçlendirmek, dijital pazarlama kanallarımızı daha etkin kullanarak doğrudan rezervasyon oranlarımızı artırmak istiyoruz. Çevre dostu uygulamalarımızı artırarak, karbon ayak izimizi minimize etmeye yönelik projeler geliştirmeyi planlıyoruz. Otelimizde kongre, toplantı ve özel organizasyonlar için daha fazla etkinlik düzenleyerek bu segmentteki büyümemizi hızlandırmayı amaçlıyoruz.



Seda Rastgeldi Gülen / DoubleTree by Hilton Şanlıurfa / Ticari Müdür

DoubleTree by Hilton Şanlıurfa, binlerce yıllık tarihe sahip bu eşsiz şehirde, misafirlerine konforlu ve unutulmaz bir konaklama deneyimi sunuyor. Otelimiz, modern mimarisıyla geleneksel dokuyu harmanlayan bir tasarıma sahip olup, Şanlıurfa’nın en önemli turistik noktalarına yakın konumda bulunuyor. Misafirlerimize geniş yelpazede hizmetler sunuyoruz. Konforlu odalarımız, zengin gastronomi seçeneklerimiz, Spa ve wellness olanaklarımız ile hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirlerimize hitap ediyoruz. Misafir profilimiz oldukça çeşitli; kültürel mirası keşfetmek isteyen turistlerden, iş seyahatleri için gelen profesyonellere kadar geniş bir kitleye hitap ediyoruz. Ayrıca, yerel etkinlikler ve organizasyonlar için de sıkça tercih edilen bir adresiz. Geçen sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılı, turizm sektörü için finansal anlamda zorlukların yaşandığı bir yıl oldu. Döviz kurlarındaki baskılanma ve artan maliyetler, fiyatlandırma stratejilerinde dikkatli olunması gerektiğini gösterdi. Otelimizde operasyonel verimliliği artırmak için çeşitli önlemler aldık. Öncelikle, maliyetleri optimize etmek adına tedarik zincirimizi gözden geçirdik ve sürdürülebilir, verimli çözümler üzerinde

İNOKSAN

Profesyonellerin tercihi, turizmin kalbindeki en iyi mutfak çözümleri.



MÖVENPICK RESORT ANTALYA TEKIROVA' DA İNOKSAN İMZASI



Türkiye'nin önder endüstriyel mutfak ekipmanları üreticisi İNOKSAN, bu prestijli otelin mutfaklarına özel çözümleriyle fark yaratıyor.

Turizm merkezlerindeki müşterilerimiz için özelleştirilmiş çözümler sunuyor, onların işletme ihtiyaçlarına uygun yenilikçi mutfak ekipmanlarıyla sektöre katkı sağlıyoruz.



Detaylara ulaşmak için QR okutunuz.

www.inoksan.com

Bizi sosyal medya hesaplarımızdan takip edebilirsiniz.

[f inoksan](#) [@inoksankitchen](#) [inoksanmutfak](#) [in company/inoksan](#)



Çağrı Merkezi
0850 290 44 00

Geçtiğimiz yılın ikinci yarısında doluluklarda gördüğümüz toparlanmanın bu yıl da devam etmesini bekliyoruz



Murat Özel / Wyndham Hotels & Resorts /
Türkiye Geliştirme Başkanı

Wyndham Hotels & Resorts olarak, 95'in üzerinde ülkedeki yaklaşık 9 bin 200 otelimizle dünyanın franchise veren en büyük otel şirketiyiz. Aynı zamanda Türkiye'nin 40'tan fazla şehrinde açık ve faal durumda bulunan yaklaşık 120 otelimizle tesis sayısı bazında ülkedeki en büyük uluslararası otel şirketi konumuna sahibiz. Global portföyümüzdeki 25 otel markasından 11'i şu anda Türkiye'de bulunuyor. Bunların arasında Ramada by Wyndham, Days Inn by Wyndham ve La Quinta by Wyndham gibi konaklama sektöründe dünyanın en tanınmış markalarından bazılarıyla birlikte Wyndham, Wyndham Grand ve Wyndham Garden gibi şirketimizin adını taşıyan markalarımız da bulunuyor. Portföyümüzdeki markalar ekonomiden en üst segmente kadar uzanıyor ve otel sahiplerinin şehir merkezlerindeki butik otellerden kıyı bölgelerindeki lüks resort tesislere, konutlu karma projelerden her şey dahil otellere kadar her konsepti Wyndham'ın globaldeki gücünden destek alarak hayata geçirmelerine olanak tanıyor. Türkiye, otel sayısı bazında dünyadaki 5'inci büyük pazarımız ve bizim açımızdan çok önemli bir büyüme pazarı konumunda. Türkiye bizim operasyonlarımız açısından da önemli bir merkez niteliği taşıyor. İstanbul'daki bölge merkezimizde ve Türkiye'nin çeşitli illerinde görev alan ekiplerimiz hem buradaki hem de diğer EMEA ülkelerindeki mevcut otel ortaklarımıza destek sağlıyor ve yeni iş birlikleri yaratıyor. Türk yatırımcılarımızla birlikte Gürcistan ve Balkanlar gibi diğer bölgelerde de projeler geliştiriyoruz. Türkiye'de yetişen genel müdürlerimiz ve departman şeflerimiz Orta Doğu'da ve EMEA genelindeki diğer otellerimizde de görev alıyor, otel ağıımızdaki know-how aktarımına önemli bir katkı sağlıyor. Gelir yönetimi ve operasyonel verimlilik alanında otellerimize sağladığımız desteği Wyndham Avantajı'nın en önemli bileşenlerinden biri olarak görüyoruz. Franchise operasyonları ekiplerimiz her bir otelimize, onların kendilerine özgü ihtiyaçlarına cevap veren ve operasyonel verimliliklerini güçlendiren bir rehberlik sağlarken, gelir yönetimi uzmanlarımız ve bu alanda sunduğumuz teknolojiler de otellerimizin talep ortamındaki değişimleri öngörerek, maliyet-gelir dengelerini optimize etmelerine yardımcı oluyor. Sektörün önde gelen tedarikçileriyle kurduğumuz uzun vadeli ilişkiler sayesinde otellerimiz rekabetçi fiyatlara erişim olanağına da sahip oluyor. Bunlara ek olarak, sürdürülebilirlik alanındaki iç sertifika programımız olan

Wyndham Green ile otellerimizin hem çevre üzerindeki etkilerini hem de kaynakların verimli kullanımı sayesinde maliyetlerini azaltmalarına yardımcı oluyoruz. Geçtiğimiz yıl Türkiye'de gerçekleştirdiğimiz 15 açılışla güçlü bir şekilde büyümeye devam ettik ve çok sayıda yeni destinasyonu portföyümüze ekledik. Bu açılışlar arasında Karadeniz Bölgesi'nin gözde kayak merkezlerinden birinin hemen yanı başındaki Wyndham Garden Çambaşı, yeni termal otelimiz Ramada Resort by Wyndham Pamukkale Thermal, Gaziantep'teki ilk otelimiz olan Ramada by Wyndham Gaziantep ve Muğla'nın Datça, Dalaman ve Fethiye ilçelerinde açtığımız ilk otellerimiz de yer alıyor. Üst segmentteki Dolce by Wyndham markamızı yine 2024 yılında, Dolce by Wyndham Çeşme Alaçatı'nın açılışıyla Türkiye ile buluşturduk. Türkiye'deki ekibimiz yeni çalışma arkadaşlarımızın aramıza katılmasıyla güçlenmeye devam etti. Tüm bunları göz önünde bulundurduğumuzda, bizim açımızdan çok verimli bir yıl geçirdiğimizi söyleyebiliriz.

Wyndham Hotels & Resorts olarak, 2024 yılında elde ettiğimiz güçlü ivmeden aldığımız cesaretle 2025 yılına da iyimser bir gözle bakabiliyoruz. Bu yıl Türkiye'de hem halihazırda bulunduğumuz destinasyonlarda büyümeyi hem de yeni destinasyonları portföyümüze eklemeyi bekliyoruz

Bir franchise şirketi olarak, otel ortaklarımızın karşılaştıkları zorluklara çözümler üretmek için kendileriyle yakın bir şekilde çalışıyoruz. Yüksek maliyetler ve kalifiye personel bulmadaki zorluklar, bu görüşmelerimizde sıklıkla gündeme gelen konular arasında yer alıyor. Otel ortaklarımıza maliyet ve gelirlerini dengede tutabilmeleri için Wyndham Avantajı kapsamında sunduğumuz araçlar ve uzmanlık desteğimiz, bu alanda kendilerine sağladığımız desteğin bir parçasını oluşturuyor. Diğer yandan, otel sahipleri portföylerini konum, marka, segment ve konsept açısından çeşitlendirerek, talep ve pazar şartlarındaki dalgalanmaların gelir akışları üzerindeki etkisini azaltabilirler. Talebin desteklenmesi için, özellikle ikincil ve üçüncül destinasyonlardaki altyapı projelerinin önemini de vurgulayabiliriz. Türkiye'de turizmi ülke geneline sürdürülebilir bir şekilde yaygınlaştırmak için büyük bir potansiyel bulunuyor ve bu potansiyeli hayata geçirebilmek için bu bölgelerin ulaşım, tesis geliştirme ve tanıtım faaliyetlerine odaklanmak gerekiyor. Geçtiğimiz yılın ikinci yarısında doluluklarda gördüğümüz toparlanmanın bu yıl da devam etmesini bekliyoruz. Yakın zamanda yapılan araştırmalar, dünyanın her yerinden insanların 2025 yılında bir önceki yıla göre seyahate daha fazla harcama yapmayı planladığını gösteriyor ve seyahatler, diğer tüm harcama kategorilerinin önünde geliyor. Otel yatırımları açısından Türkiye'de önemli fırsatlar bulunmaya devam ediyor ve yatırımcıların da bu fırsatları değerlendirdiğini görüyoruz. 2024 yılında elde ettiğimiz güçlü ivmeden aldığımız cesaretle 2025 yılına da iyimser bir gözle bakabiliyoruz. Bu yıl Türkiye'de hem halihazırda bulunduğumuz destinasyonlarda büyümeyi hem de yeni destinasyonları portföyümüze eklemeyi bekliyoruz. 2025 yılında açılmasını beklediğimiz otellerimiz arasında İstanbul'da Ramada by Wyndham ve La Quinta by Wyndham markalı toplam 4 tesis yer alıyor. Tarsus'ta bizi çok heyecanlandıran, eşsiz bir projeyi de yine 2025 yılında hayata geçirmeyi bekliyoruz. Geçtiğimiz yıl Days Inn by Wyndham markamızla giriş yaptığımız Alanya'da Wyndham markamızla büyümeye devam edeceğiz. Geçtiğimiz yıl Çeşme'de yaptığımız açılışla Türkiye pazarıyla buluşturduğumuz, üst segmentteki Dolce by Wyndham markamızla Ankara'da da bir açılış planlıyoruz. Antalya, Diyarbakır ve Konya'da büyümeye devam edeceğiz. İznik Gölü'nün harika manzaralarını sunan, Wyndham markalı bir resort tesisimiz de proje stokumuzda yer alıyor. Bunların haricinde 2025 yılında Kastamonu ve Kütahya'yı da destinasyon portföyümüze eklemeyi bekliyoruz.

2024'te en büyük sorun, oda satışlarımızın kontratlarının bir yıl önce tur operatörleri ile yapılması ve fiyatların belirlenmesi ancak kur baskısının tüm sezon boyunca sürmesi nedeniyle ek oluşan kur makasındaki maliyetleri karşılama şansımızın olmaması oldu



Hakan Saatçioğlu / P.O.Y.D Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği / Yönetim Kurulu Başkanı

P.O.Y.D, 1992 yılında Antalya'da, otelcilik sektöründe profesyonelliği geliştirmek, sektör yöneticileri arasındaki iletişimi ve iş birliğini güçlendirmek amacıyla kurulmuştur. Dernek, sektördeki sorunlara ortak çözümler arayarak, otel yöneticilerinin mesleki yerini ve rolünü netleştirmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, otelcilik mesleğine düzen getirmeyi amaçlamaktadır. Bugün, P.O.Y.D. Türkiye'de 820 üyeye sahip olup, bu üyeler arasında onur üyeleri, akademisyen üyeler ve öğrenci üyeler bulunmaktadır. Dernek, İzmir, Bodrum, Mersin ve Bursa gibi farklı şehirlerde temsilcilikler açmış ve İstanbul'da bölgesel yürütme kurulu olarak faaliyet göstermektedir. Üyeleri, ayrıca dünyanın farklı yerlerinde, prestijli otelcilik zincirlerinde yöneticilik yapmaktadır. P.O.Y.D.'nin amacı, Türk otelciliğini geliştirmek, mesleki dayanışmayı sağlamak, meslek saygınlığını artırmak ve otelcilik mesleğinin onurunu korumaktır. Dernek, otel yöneticilerinin, işverenler ve sektördeki diğer paydaşlarla (Kültür ve Turizm Bakanlığı, seyahat acenteleri, taşıma şirketleri vb.) ilişkilerini düzenlemekte ve sektöre uygun yeni düzenlemeler getirmekte de aktif rol oynamaktadır. Ayrıca, gelişen teknolojilerle iş yaşamına yön vermeyi, ulusal ve uluslararası alanda Türk otelciliğini dünya standartlarına taşımayı hedeflemektedir. Geçen sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılı, dünya genelinde ekonomik belirsizliklerin ve zorlukların arttığı bir yıl oldu. Turizm sektörü, finansal olarak zor bir dönem geçirdi. Bunun başlıca nedenleri arasında, küresel savaşlar ve jeopolitik gerilimler, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve baskılar, maliyetlerin artması ve enflasyonun yüksek seyretmesi gibi faktörler yer alıyor. 2024 turizm sektörümüzde hedeflenen rakamları yakalasak da zor bir sezon geçirdik. En büyük sorun, oda satışlarımızın kontratlarının bir yıl önce tur operatörleri ile yapılması ve turizmci kuru tahmin ederek, maliyetleri ön görerek, fiyatlarını belirlemesidir. Fakat kur baskısının tüm sezon boyunca sürmesi nedeniyle ek oluşan kur makasındaki maliyetleri karşılama şansımız olmadı. Turizmci kuru, oda satışlarının yüzde 50'sini erken rezervasyon ile sağlamaktadır; bunun için de satış fiyatlarında yüzde 25- yüzde 45 erken alan misafirlerine avantajlı fiyat sunmaktadır. Kitle turizmde / mass turizmde, oteller, satışların yüzde 85'ini tur operatörleri tarafından sağlamaktadır. Her yıl yeni kontratlarda oda fiyat artışları yüzde 6- yüzde 9 olmasına rağmen, paket haline geldiğinde kaldıraç etkisi ile son kullanıcıya yüzde 15- yüzde 20 olarak yansımaktadır. Otellerin bu sorunu çözmenin tek yolu, kendi pazarlamalarını kendilerinin sağlaması ve kendi web sayfaları veya

online satış platformları üzerinden aktif satış ve yield management yapmaları gerekmektedir. Özellikle çocuksuz misafirler artık kendi paketlerini kendileri oluşturmak istiyor, istedikleri saatte uçmak istiyor, hızlı pasaport kontrolünden geçip, taksi veya toplu ulaşım otellerine hızlıca varmak istiyor. Bu konuda oteller daha aktif pazarlama stratejileri üzerinde çalışıp, online ekiplerini/sıcak satış yapan ekiplerini güçlendirmeleri gerekiyor. Mass turizm ile ortalama fiyatlarımızı uzun vadeli istediğimiz noktaya getirmemiz zor görünüyor. Bunun yanında belediyelere de çok büyük rol düşmektedir; ulaşım altyapılarının daha sık, hızlı ve her bölgeye ulaşım kolaylıkla sağlanması çok önemlidir.

Turizm sektöründe zorluklar ile karşı karşıyayız. Yükselen maliyetler, döviz kuru dalgalanmaları ve Avrupa'daki ekonomik daralma, Türkiye'nin jeopolitik sorunları gibi faktörler, 2024 yılındaki kârlılığı yakalaya bilirliliğimizi zorlaştıracaktır. P.O.Y.D olarak, kuruluşumuzdan bu yana eğitime ve mesleki gelişime büyük bir önem vermekte ve bu bağlamda turizmin en önemli sorununun çözümüne katkı sağlamaktayız

Türkiye, turist sayısında dünya genelinde 5. sıraya yükselmiş ve turizm gelirlerinde 7. sıradaki konumunu korumuştur. Orta Vadeli Program'da 2025 yılı turizm gelir hedefi 63,6 milyar dolar olarak Turizm Bakanımız tarafından belirlenmiştir. Ancak, özellikle turizm sektöründe zorluklar ile karşı karşıyayız. Yükselen maliyetler, döviz kuru dalgalanmaları ve Avrupa'daki ekonomik daralma, Türkiye'nin jeopolitik sorunları gibi faktörler, 2024 yılındaki kârlılığı yakalaya bilirliliğimizi zorlaştıracaktır. Ayrıca, Rusya'ya yönelik yeni yaptırımlar ve bölgedeki siyasi gerilimler, turizm akışını etkileyebilir. Sektör temsilcileri, 2025 yılında turist sayısında yüzde 5- yüzde 7 arasında bir artış öngörmektedir. 2025 yılı, pandemiden ardından eski turizm dinamiklerinin yeniden şekillendiği, dijitalleşme, sürdürülebilirlik, sağlık ve güvenlik gibi faktörlerin ön plana çıktığı bir dönem olacak. Seyahat eğilimleri, turistlerin daha anlamlı, özel ve çevre dostu deneyimlere yönelmesiyle şekillenecektir. Derneğimiz, kuruluşundan bu yana eğitime ve mesleki gelişime büyük bir önem vermektedir. Öğrencilerin, aldıkları eğitim sonrasında sektörde kalmalarını ve başarılı kariyerler inşa etmelerini desteklemek amacıyla çeşitli etkinlikler düzenlemekteyiz. Bu doğrultuda, üniversitelerle iş birliği protokolleri imzalayarak, öğrenci üyelerimize profesyonel dünyada önemli fırsatlar sunmaktayız. Derneğimizin düzenlediği etkinlikler arasında öğrenci üyelerimize yönelik toplantılar ve mentörlük çalışmaları da yer almaktadır. Bu toplantılarda, sektörün deneyimli profesyonelleri ve liderleriyle bir araya gelerek, genç yeteneklerimizin kariyer yolculuklarına dair değerli bilgiler edinmelerini sağlıyoruz. Ayrıca, öğrencilerimizin iş dünyasında edinecekleri tecrübeleri en iyi şekilde değerlendirebilmeleri adına mentörlük çalışmaları düzenlemekteyiz. Bu çalışmalar, öğrencilere rehberlik ederek, onları kariyerlerinde daha sağlam adımlar atmaya teşvik etmektedir. Bununla birlikte, derneğimiz, management trainee programlarına katılmak isteyen öğrencilere özel fırsatlar sunmakta ve kariyerlerine güçlü bir başlangıç yapmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, mesleki lise ve üniversitelerde düzenlediğimiz kariyer günü toplantıları ile öğrencilere, iş dünyası hakkında bilgi veriyor ve onları gelecekteki iş yaşamlarına hazırlıyoruz. Bu etkinlikler, öğrencilere farklı sektörlerdeki kariyer fırsatlarını tanıma imkânı sunarak, onları doğru meslek seçimlerini yapmaları konusunda yönlendirmektedir. Derneğimizin bu etkinlikleri, sektöre nitelikli ve donanımlı profesyoneller yetiştirmeyi amaçlamakta olup, gençlerin kariyer hedeflerine ulaşmalarına katkıda bulunmaktadır.

2024 yılında özellikle emek yoğun olan turizm sektörünü, personel maliyetleri, enerji maliyetleri, bakım onarım maliyetleri, alınan ürün ve hizmet maliyetleri, enflasyon sektörü oldukça fazla etkiledi

JW Marriott Ankara başkent merkezinde, devlet kurumlarına, elçiliklere ve tarihi güzelliklere yakın konumu, şehrin kültürel dokusundan esinlenerek tasarlanan misafir oda ve sülitleri, ferah ve şık atmosferiyle eşsiz bir deneyim sunmakta. JW Marriott Ankara'nın restoran ve barları, misafir odaları, sülitleri, balo ve toplantı salonlarında Türk kültür ve geleneklerini modern lüks ile buluşturuyor. Her biri 42 metrekareden başlayan Deluxe odalarımız tavadan yere uzanan camlar, zarif ve şık tasarımıyla lüks ve dinlendirici bir konaklama imkanı sağlıyor. JW Steakhouse, Fires&Flavors ve Skye Vue ile eşsiz bir gastronomik deneyim sunuyoruz. Misafir profili olarak hem ülkemizin hem de dünyanın en önemli iş ve diplomatik misafirlerini ağırlıyoruz. Aynı zamanda seyahat ve iş amacıyla Ankara'ya gelen ailelere de rahat ve güvenli bir konaklama deneyimi yaşıyoruz. 2024 yılının bir değerlendirmesini yapacak olursak, baskılanan döviz, maliyetlerdeki artış, yüksek enflasyon vb. etmenler, sadece kendi otelimiz değil aynı zamanda tüm sektörün olumsuz etkilendiği konular oldu. Özellikle emek yoğun olan turizm sektörünü, personel maliyetleri, enerji maliyetleri, bakım onarım maliyetleri, alınan ürün ve hizmet maliyetleri, enflasyon sektörü oldukça fazla etkiledi. 2024

senesinde gelirleri arttırırken bir taraftan da giderlerimizi oldukça iyi kontrol ettik. Önümüzdeki dönemlerde özellikle verimlilik ve sürdürülebilirlikle ilgili uygulamaların, işletmeler için hayati kritik öneme sahip olacağını ön görebiliyorum. 2024 yılının bizler için çok yoğun geçtiğine dikkat çekmek isterim. Ankara'daki diplomatik görüşmeler, önemli toplantılar, grup etkinlikleri ve milli günlerin getirdiği hareketlilik sebebiyle otellerin kapasitesi yüksek oranda doldu. Özellikle temmuz ve ağustos aylarında bu yoğunluğun zirve yaptığını vurgulamak isterim. STR raporuna göre Ankara'daki 5 yıldızlı otellerin doluluk oranlarının bir önceki yıla göre yüzde 12 oranında artış gösterdiğini ifade edebilirim. Bu durum, sektör adına sevindirici bir haber.

2025 yılında turizmin olumlu bir yönde ilerlemesi için siyasi, politik ve resmi bir sorun yaşanmaması gerekmektedir. Beklentimiz, turizm gelirlerinin artması ve büyüyen pazar payı ile sektörün uluslararası alanda daha rekabetçi hale gelmesi

Öncelikle 2025 yılında turizmin olumlu bir yönde ilerlemesi için siyasi, politik ve resmi bir sorun yaşanmaması gerekmektedir. Gelen turist sayısı ve turizmin ekonomik getirisi konusunda umutluyum. Beklentimiz, turizm gelirlerinin



Dr. Hakan Arslan / JW Marriott Hotel Ankara / Genel Müdür

artması ve büyüyen pazar payı ile sektörün uluslararası alanda daha rekabetçi hale gelmesi. JW Marriott Hotel Ankara olarak 2025 yılından öncelikli beklentimiz, mevcut hedeflerimizi ve karlılığımızı yakalamak olacaktır. Turizm sektörünün en büyük sorunlarından biri kalifiye personel eksikliği ve bu eksikliğin giderilmesi için özel sektör ve üniversiteler arasında daha sıkı iş birliğine ihtiyaç var. Biz JW Marriott olarak 12 farklı üniversite ile ortak anlaşmalar yaptık. En son, Şırnak Üniversitesi ile bir protokol imzaladık. Bu adımı atmaktaki amacımız, bölgeye dair olumsuz algıları turizm aracılığıyla silmek ve bölgeye ekonomik kalkınma sağlamak olacak. 2025 senesindeki bir diğer hedefimiz sektörün de problemi olan bu sorunu otelimiz bünyesinde çözerek sürdürülebilir bir politika ile ilerlemek olacak. Bir ilki gerçekleştirerek Forbes Travel Guide adaylığımızı başlattık. Bu sayede kişisel hizmette en üst seviyeye ulaşarak, Forbes yıldızımızı alarak, dünyanın en prestijli lüks platformu olan bu mecrada yer alıp, Anadolu'da bu kriterlere sahip ilk otel olmak.



Birol Akman / ATİD Anadolu Ankara Turizm İşletmecileri Derneği / Yönetim Kurulu Başkanı

Anadolu Ankara Turizm İşletmecileri Derneği olarak 1984 yılından beri faaliyet gösteriyoruz. Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) kurucularından olan derneğimizin, 230 otel Ankara'da, 70 otel Anadolu'da olmak üzere 300 üyesi bulunmaktadır. Misyonumuz; turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin ortak ekonomik ve sosyal menfaatlerini korumak, işletmelerin verimli çalışmasına katkıda bulunmak, kamu ve kuruluşlarıyla ilgili sorunların çözümüne yardımcı olmak, başta turizm sektörü olmak üzere ilgili mevzuatı takip etmek ve işletmelerin bilgilendirmek, sektörler arası koordinasyon sağlamak, tabandan gelen talepler doğrultusunda genel turizm politikasının yönlendirilmesine katkıda bulunmak, her kademedeki eğitim programları düzenlemek suretiyle kaliteli hizmet sunumuna destek olmak, üyeler arasında veya üyelerin diğer işletmelerle ilişkilerinde ortaya

Pandemi sonrası toparlamanın tamamlandığı ve normalleşmeye dönüş noktası olan 2024, yüksek enflasyon ve döviz baskıları nedeniyle, işletmelerin maliyetlerinin de arttığı bir yıl oldu

çıkması muhtemel sorunların çözümüne yardımcı olmaktır. Geçtiğimiz sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılında yüksek enflasyon ve döviz baskıları, işletmelerin maliyetlerini artırdı. Özellikle enerji, doğalgaz ve malzeme maliyetlerinde artışlar yaşandı. İşgücü piyasasında artan maliyetler personel alımında zorluklar yaşattı. Gelirde kayıplar oldu ve karlılığı düşürdü. Yatırım ve büyüme hedeflerini zorlaştırdı. Konaklama yapmak isteyen misafirlerin harcamalarında azalma ve seyahat planlamalarında kısıtlamalar yol açtı. 2024 yılının, pandemi sonrası toparlamanın tamamlandığı ve normalleşmeye dönüş noktası olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'de özellikle yabancı ziyaretçilerdeki artışa; önceleri sadece deniz, kum, güneş olan Türkiye turizmde çeşitliliğin artması, kültürel, sağlık, termal, doğa ve alternatif turizm alanında genişlemesi büyük katkı sağlamıştır. Türkiye turizminin yaşadığı en büyük sorun jeopolitik konumu dolayısıyla komşularının yaşadığı sorun, nitelikli iş gücü eksikliği, sezonluk turizm ve bazı bölgelerin yeterince tanıtılmamasıdır. Çözüm önerileri ise Sürdürülebilir Turizm Stratejisi, eğitim, kalifiye iş gücü yetiştirme, sezon dışı canlandırma, dijital

dönüşüm ve sonuç olarak Türkiye'nin güçlü yönlerinin doğru stratejilerle desteklenmesiyle gelirini artırması ve rekabet gücünü koruması ile mümkündür. Türkiye her anlamda gelecek vadeden bir pazar. Dünyada ilk 5'teyiz ve hedefimiz İspanya'nın önüne geçmek. Tabii ki uluslararası yaptığı çalışmaları ile özellikle TGA'nın dış pazarlarda yaptığı çalışmalar; THY'nin uçtuğu her ülke ve şehirde yapılan tanıtımlar ve reklamlar sayesinde dünyada ilk 3'e girebiliriz. ATİD olarak iç turizmi geliştirmek ve hareketlendirmek istiyoruz. 2025 yılı hedefimiz 66 milyon turist, 62 milyar \$ gelir. Bunun için de bankalarla iş birliği yaparak ucuz tatil kredisi çıkartmak veya tatili yeniden taksitlendirmek istiyoruz. Ayrıca Türkiye Otelciler Federasyonu olarak da TGA ve Kültür ve Turizm Bakanlığımızla ortak hareket ederek 66 milyon turist hedefimize ulaşabilmek için sürekli olarak yeni pazarlar bulmaya çalışıyoruz. Özellikle son zamanlarda Amerika ve Çin pazarına ağırlık veriyoruz. Tabii ki eldeki pazarları da genişletmeye ve büyütmeye çalışıyoruz. Bunlar dışında sektörümüzde çalışacak personelin hizmet kalitesini artırmak için üniversiteler ve meslek liseleriyle de ortak çalışmalar yapıyoruz.

Navitas Spa & Sports standartların üstünde bir deneyim!

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

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



Sağlık Merkezinizin operasyon ihtiyaçlarına göre *özelleştirilebilir!*

- **SPA DANIŞMANLIĞI**
İyi bedensel fiziksel sağlamlığınız ve yatırım getirisi elde etmeniz için sizinle birlikte çalışıyoruz.
- **SPA TASARIMI**
Uzman ekibimize, kayalıniziçleri spa tesislerinizi hayata geçirmek için sizinle birlikte çalışıyoruz.
- **SPA GELİŞTİRME**
Spa tesislerinizi kurulumla ilgili sorularınıza, strateji ve inşaa süreçleri hakkında bilgi almanız için yanınızdayız.
- **SPA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI**
Yapılan ciro üzerinden **kâr paylaşımı** yapılmaktadır.
- **SPA KİRALAMA İŞLETMECİLİĞİ**
Mevcut Spa'ya **kira bedeli** biçilmektedir.

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



BEDENİNİZİ VE RUHUNUZU NAVITAS SPA'DA DİNLENDİRİNİZ!



Küresel ekonomik şartlar göz önüne alındığında, 2024 yılında turizm sektörü olarak hem zorlukları hem de fırsatları içinde barındıran bir yıl geçirdik



Emel Elik Bezaroglu / Elite World Hotels & Resorts / Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi

Elite World Hotels & Resorts olarak, turizm sektöründe 50 yılı yakın deneyimimizle iş turizminden resort turizmne, residence'tan village'a farklı alanlarda toplam 10 marka ve 5 binin üzerinde yatak kapasitesiyle hizmet veriyoruz. İstanbul'dan Van'a, Sapanca'dan Marmaris'e, Kuşadası'ndan Fildişi Sahilleri Cumhuriyeti'ne, Türkiye'nin ve dünyanın farklı yerlerindeki tesislerimizle konaklama alanındaki üstün hizmet kalitemizi ve deneyimimizi misafirlerimizle buluşturuyoruz. Şu an hali hazırda açık olan ve anlaşması imzalanan 16 otelimiz bulunuyor. Bunun yanı sıra görüşmesi devam eden ve son aşamaya gelen franchise iş birliklerimizle Türkiye'nin ve dünyanın dört bir yanında hizmet anlayışımızı genişletmeye devam ediyoruz. Türkiye pazarı, zincirimiz içerisindeki otellerde yüzde 50 ağırlığa sahip hedef pazarı oluşturuyor. Anadolu'daki otellerimizde bu oran yüzde 75'lere kadar çıkıyor. Yarım asırdır bu ülke turizmne katkı sağlayan ve mevcut müşteri kitlesinin yarısı yurt dışından gelen bir grup olarak, ülkemize olan ilgiyi yakından takip ediyoruz. Türkiye turizmi, kıyas kabul edilmeyecek hizmet anlayışı, hem deniz-kum-güneş hem de sunduğu kültürel ve tarihi keşif olanaklarıyla eşsiz bir pazar. Hizmet ve fiyat anlayışı açısından bakıldığında da önemli avantajlara sahip. Tüm bu özellikleriyle dünya turizm liginde çok daha yukarılarda yer alması gerektiğine inanıyor ve bu hedefi gerçekleştirmek tüm turizm sektörü olarak çalışıyoruz. Küresel ekonomik şartlar göz önüne alındığında, turizm sektörü olarak hem zorlukları hem de fırsatları içinde barındıran bir yıl geçirdik. Zincir olarak yılı hedeflerimiz doğrultusunda sonuçlarla kapatmayı başardık. Ancak toplanti turizmi gibi alanlarda sektör genelinde hâlâ toparlanma ihtiyacı devam ediyor. 2024 yılı, bizim için yeni otel anlaşmalarıyla zincirimizi büyütmeye odaklandığımız bir yıl oldu. Geçtiğimiz yıl Elite World GO Van Edremit, Elite World Kuşadası, Elite World Village İstanbul Polonezköy otellerimizin açılışını yaptık. Ayrıca Elite World GO İnegöl, ilk yurt dışı otelimiz olan Elite World Grand Yamoussoukro, Elite World Residence markamızla ilk otelimiz olan Elite World Residence İstanbul Yeni Levent, Sapanca'daki ikinci tesisimiz olacak Elite World Sapanca ve Elite World Residence Sapanca için anlaşmalarımızı

imzaladık. Büyüme planlarımızı hedeflerimiz çerçevesinde gerçekleştirdiğimiz bir yıl oldu. Turizm, ülke ekonomisine sağladığı döviz girdisiyle en stratejik sektörlerden biri konumunda bulunuyor. Ülkemizin coğrafi konumu, doğal güzellikleri, zengin tarihi geçmişi, dünyanın en önemli ilk 6 turizm ülkesi arasında yer almamızdaki en önemli sebepler arasında geliyor. Hedefimiz, ülkemizi dünya turizm liginde ilk sıraya taşıyabilmek. Bunun için de turizmin çeşitlendirilmesi, hedef kitlenin artırılması, daha geniş pazarlarda tanıtım yapılması gerekiyor. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığımız, turizm 12 aya yaymak ve yeni uzak pazarları hedefleyen bir çalışma başlattı. Biz de Elite World Hotels & Resorts olarak franchise ile büyüme stratejimizin temelini bu çeşitlendirme üzerine kurarak, farklı hedef kitleleri ve yeni deneyimleri odağına alan yeni markalarımızı bünyemize kattık.

Araştırmalar yeni nesil gezginlerin farklı seyahat ihtiyaçları ve deneyimler aradığını gösteriyor. Bu kapsamda ülkemizin ve dünyanın farklı yerlerinde açacağımız otellerle yeni ihtiyaçlara paralel bir strateji izliyoruz

Turizmde hem bölgesel hem de marka çeşitlendirmesinin önemli bir strateji olduğuna inanıyoruz. Araştırmalar da yeni nesil gezginlerin farklı seyahat ihtiyaçları ve deneyimler aradığını gösteriyor. Bu kapsamda ülkemizin ve dünyanın farklı yerlerinde açacağımız otellerle yeni ihtiyaçlara paralel bir strateji izliyoruz. Örneğin pandemi sonrasında artan uzun dönem konaklama talebine paralel olarak Elite World Residence markamızla, bu ihtiyaca cevap vermeye başladık. Misafirlerimize doğayla iç içe bir konaklama deneyiminin yanı sıra kurumsal organizasyonlar ve diğer çeşitli etkinlikler için geniş yeşil alanlar sunan Elite World Village, esnek bir tasarım üzerine kurulu modern yaklaşımı ve orijinalliği koruyan atmosferiyle Elite World Nest, fonksiyonelliğiyle dikkat çeken odalarında yenilikçi trendler ve teknolojiyi üstün bir hizmet kalitesiyle harmanlayan Elite World INN, tarihi bir doku taşıyan, hikâyesi olan mimarisıyla misafirlerine ayrıcalıklı deneyimler yaşatan Elite World Collection ve içerisinde mutfağın da bulunduğu işlevsel odaları ve merkezi konumlarıyla rezidans konseptine kaliteli ve ulaşılabilir bir alternatif sunan Elite World Homes markalarını da bünyemize katarak yeni seyahat ihtiyaçlarına odaklanan bir yapılanmaya gittik.

2025 yılında hem ülke hem grup olarak belirlenen hedeflere paralel şekilde talep sayısında artış öngörüyoruz. Bununla beraber bir süredir açılmasını beklediğimiz bazı turizm türlerinin de bu yıldan itibaren açılmasını ve hedeflenen rakamlara katkı sağlamasını bekliyoruz

Geçtiğimiz yıl Türkiye turizmi olarak 60 milyon turist ve 60 milyar dolar turizm hedefimizi yakaladık. Hatta yılın üçüncü çeyreğinde alınan pozitif sonuçlarla Kültür ve Turizm Bakanlığımız turist sayısındaki hedefleri güncelleyerek bu hedefi 61 milyona çıkarmıştı. 2025 yılına ise 64 milyon ziyaretçi ve 64 milyar dolar hedefiyle başladık. Bu yıl hem ülke hem grup olarak bu hedeflere de paralel şekilde geçen talep sayısında artış bekliyoruz. Geçtiğimiz yıllardan itibaren Kültür ve Turizm Bakanlığımız tarafından yapılan pazar çeşitlendirmelerinin 2025 yılının genel turizm rakamlarına olumlu yansıtacağını düşünüyoruz. Bununla beraber bir süredir açılmasını beklediğimiz bazı turizm türlerinin de bu yıldan itibaren açılmasını ve hedeflenen rakamlara katkı sağlamasını bekliyoruz. Elite World Hotels & Resorts olarak 2030 yılına kadar 50 otele ulaşma hedefimiz bulunuyor. Bu kapsamda 2025 yılı da yeni otel anlaşmaları ve açılışlarıyla dolu bir yıl olacak. Geçen yıl tamamladığımız görüşmelerle 2025 yılında 6 yeni franchise anlaşması, 4 otel açılışı yapmayı ve sektörümüzde 600 kişiye yeni istihdam olanağı sağlamayı hedefliyoruz.



www.polgunwaterparks.com

info@polgun.com

GELECEĞİN SU PARKLARI

3 farklı element, 3 farklı deneyim.

Ateş, Su ve Toprak...

Senin elementin hangisi?

Polgün
WATERPARKS ATTRACTIONS

2024 yılı, belirlediğimiz doluluk oranları bakımından verimli idi. Ancak kurun baskılanması ve artan maliyetler karşısında gelir – gider korelasyonundaki dengesizlikler finansal sonuçlara negatif yansıdı

Ülke turizmine 15 yılı aşkın bir süredir hizmet veren Ela Excellence Resort Belek, Özak Global Holding bünyesinde yer almaktadır. Faaliyet göstermeye başladığı 2007 yılından günümüze, kişiye özel tatil anlayışı ve uluslararası standartlardaki kalitesiyle hizmet vermeye devam eden Ela Excellence Resort Belek, Türkiye’de nitelikli çocuk ve aile konseptine sahip öncü otellerdendir ve yıl boyunca hizmet vermektedir. Özak Global, kurumsal kültürünü ve kalite anlayışını turizm sektörüne taşıyarak, sırası ile Kemer, Çamyuva, Didim ve Bodrum’da açılacak yeni otelleri kapsamında yenilikçi fikirler ve imza projelerle bireysel tatil konseptlerini hayata geçirmek için proje geliştirme çalışmalarını sürdürüyor. Ela Excellence Resort Belek olarak, misafirlerimizin yüzde 85 kadarını yabancı misafirler oluşturuyor. Elbette ülkemizin içinde bulunduğu zorlu ekonomik koşullar bizleri de etkiledi. Gerçekçi öngörüler yapmak bu noktada önem arz ediyor, her sezon giderek artan doluluk oranlarımız mevcut, bu olumlu bir gelişme. Ekonominin getirdiği olumsuz etmenlerden mümkün olduğunca az etkilenebileceğimiz stratejiler geliştirme çabası içerisindeyiz. 2024 yılı için belirlediğimiz doluluk oranları bakımından verimli idi. Ancak kurun baskılanması ve artan maliyetler karşısında gelir – gider korelasyonundaki dengesizlikler finansal sonuçlara negatif yansıdı. Pandemi ve hemen ardından gelen Rusya, Ukrayna savaşıyla başlayan süreçte azalan yabancı misafir sayısı 2024 yılı itibarıyla artış trendine girdi. Giderek artan misafir sayısı turizm sektörü için toparlanma ibaresi olarak görülse de turizmin

12 aya yayılarak gelir optimizasyonunun sağlanması ve kişi başı gelir seviyesinin daha yukarı seviyelere taşınması gerekiyor. Türkiye’nin çok önemli turizm rezervleri var. Bu potansiyelleri turizmde ülke olarak kullanmaya başladık. Spor, sağlık, kültür, tarih, sanat ve gastronomi gibi unsurlar Türkiye’nin büyük turizm atılımında çok önemli rol alacaktır. İnsan kaynağı ve sürdürülebilirlik politikaları ile ilgili ülke bazında yaygınlaşabilecek geniş stratejik hamlelere ihtiyacımızın var olduğunu düşünüyorum. ELA Excellence markamızla bu sene çok yüksek bir skor ile Turquality programına dahil olduk. Bu gibi sektörü teşvik eden programların içeriklerinin zenginleştirilmesi yeni teşvik programlarının sektöre itici güç olarak kazandırılması çok önemli. Sonuç olarak turizmin ülke ekonomisi bakımından çok büyük önem taşıdığını artık her kesim rakamlar ile sabit bularak görmekte.

2025 yılında kurun maliyet artışları ile dengelenmesi finansal sürdürülebilirlik bakımından kritik öneme sahip. Antalya ve Türkiye bazında yüzde 10 ila yüzde 15’lik bir turist sayısı artışı beklentim mevcut. Mesele kişi başı/geceleme turist harcamasının bu yüzden üzerinde seyrederek geliştirilmesi. Ülke olarak bunu başaracak potansiyelimiz fazlası ile mevcut. Doluluk oranımızı 2025 yılında yüzde 75 üzeri olarak hedefliyoruz Global anlamda güçlenen rekabet ortamı, savaşlar, krizler gibi turizm sektörünü olumsuz etkileyecek olayların giderek artan bir sıklıkta yaşanması, Türkiye turizmi için risk oluşturuyor. Öngörülemez olayların yarattığı risk, ekonomide



Korhan Alşan / Ela Excellence Resort Belek / Ela Hospitality Turizm Koordinatörü

yaşanan olumsuz gelişmeler, artan maliyetler, güçlenen rekabet ortamında ülkemizin rakiplerine karşı olan avantajlarını olumsuz yönde etkileyebilir. Yine de Türkiye’nin yüksek hizmet standartlarını uygun fiyatlarda sunuyor olması, doğal güzelliklerimiz, gastronomi alanındaki gücümüz belirlenen hedeflerin altını dolduruyor. Süreç doğru yönetilirse ve öngörülemeyen risklerle karşılaşmazsak hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyorum. Ancak yine de belirtmem gerekiyor kurun maliyet artışları ile dengelenmesi finansal sürdürülebilirlik bakımından kritik öneme sahip. Antalya ve Türkiye bazında yüzde 10 ila yüzde 15’lik bir turist sayısı artışı beklentim mevcut. Mesele kişi başı/geceleme turist harcamasının bu yüzden üzerinde seyrederek geliştirilmesi. Ülke olarak bunu başaracak potansiyelimiz fazlası ile mevcut. Ela Excellence Resort Belek olarak, 2024 yılında sezonda yakaladığımız yaklaşık yüzde 70 olan doluluk oranımızı 2025 yılında yüzde 75 üzeri olarak hedefliyoruz. Turquality programına geçiş sürecimiz finalize oldu. Yurtdışında prestijli sertifikasyon programlarını tamamladık. TUI gibi global anlamda güçlü kuruluşlar tarafından ödüllendirildik. Geçtiğimiz günlerde de İngiltere pazarının önemli satış kanallarından olan Hays Travel temsilcilerini 2025 planları için ağırlama fırsatı yakaladık. Ülke turizmi ve hedeflerimiz için daima en iyisini yapmayı sürdüreceğiz.

2024’te maliyetlerin artması, dövizin çakılı kalması bütçelerimizi tutturmakta bizi zorladı ancak erken rezervasyon ve büyük bir tur firmasının batması neticesinde bize kayan müşteriler dolayısıyla yılı, beklentilerimizin çok üzerinde rakamlarla kapattık

yüzde 99,06 oranındadır. Geçtiğimiz senenin bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılı esasında bütçelerde çok zorlandığımız bir yıl oldu. Maliyetlerin artması, dövizin çakılı kalması bütçelerimizi tutturmakta bizi zorladı. Genelde Türkiye’de fiyatların nerede ise Batı Avrupa ile eşitlenmesi gelecek turisti de tedirgin etti. Hedeflerimiz, büyük bir tur operatörünün iflası dolayısıyla bize gelen yüksek kapasite sayesinde tuttu. Fiyatların aşırı pahalılaşması müşteriyi erken rezervasyon sistemini kullanmaya itti. Normal otel ve uçak fiyatları ile bir müşterinin kendi bütçesine uygun bir ürün bulması imkânsızlaştı. Erken rezervasyon dönemi bitince rezervasyonlar duracak ve müşteri son

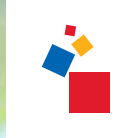
dakika indirimlerini beklemeye başlayacak veya daha uygun fiyatlı memleketlere yönelecek. 2024 yılı beklentilerimiz doğrultusunda oluştu. Erken rezervasyon döneminde yüklü rezervasyonlar aldık. Erken rezervasyon dönemi bitince rezervasyonlar çok azaldı ve son dakika rezervasyonları ve de FTI firmasının batması neticesinde bize kayan müşteriler dolayısıyla 2024 yılını beklentilerimizin çok üzerinde rakamlarla kapattık. 2025 yılında Türkiye için yüzde 30 bir artış planladık. Bu sayıları tutturmaya yönelik reklam çalışmalarımıza başladık. Tarlayı ettik rahmet bekliyoruz. Acayip bir durum olmaz ise planlanan şekilde 2025’i kapatacağız.



Kadir Ruhi Uğur / Bentour Reisen AG / Yönetim Kurulu Başkanı

2024 yılında 20’nci yaşını kutlayan Bentour, kaliteye, disipline ve servise önem veren bir firmadır. İsviçre, Almanya, Hollanda ve Avusturya’dan, Türkiye’imize turist gönderen Türk kökenli bir tur operatörüyüz. Yolcu sayımız, 2024 senesinde 250 bin kişiye ulaştı. Antalya’da, bütün Türkiye’ye servis veren kendi incomingimiz bulunuyor. Satışlarımız yurt dışında olup, Türkiye başta olmak üzere Mısır, Tunus, Kıbrıs ve İspanya’ya gönderdiğimiz Batı Avrupa’dan yapılan outgoingdir. Müşteri memnuniyeti yüksek bir firmayız. Müşteri memnuniyetimiz

messe frankfurt



prolight+sound

8. – 11. 4. 2025

Frankfurt, Almanya

30 Years of Entertainment Technology

Etkinlikler ve eğlence dünyasının atan kalbini deneyimleyin ve bizimle birlikte benzersiz bir yıl dönümünü kutlayın. Harika anılar biriktirelim.

info@turkey.messefrankfurt.com
Tel.: +90-216-384 50 50



**Ücretsiz biletinizi alın
ve birlikte kutlayalım!**

Turizm sektörü, tur operatörleri iflasları, savaşlar, yüzyılın felaketi büyük deprem, dünya ve ülkemiz ekonomisindeki olumsuzlukların etkilerinin yanı sıra 2024 yılında, Avrupa'da düzenlenen iki büyük organizasyonun olumsuz etkilerini de yaşadı



Mehmet İşler / Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK) / Başkan

Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK), 1958 yılında Ege Turistik Otelciler Derneği olarak kurulmuştur. Türkiye'nin ilk otelciler derneğidir. Dernekler Kanunu'na göre 1984 yılında yapılan tüzük değişikliğiyle adı Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Derneği olarak değiştirilmiştir. 2005 yılında yapılan tüzük değişikliğiyle de adı Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği olmuştur. Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği, 5253 sayılı Dernekler Kanunu'na uygun olarak faaliyette bulunmaktadır. Bir dönem çalışmalarını Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) üyesi olarak sürdüren ETİK, 2004 yılından bu yana Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) üyesi olarak faaliyet göstermektedir. Sektörün gelişmesine yönelik çalışmaların belirlenmesi ve geliştirilmesi, sektörde fayda sağlayacak her başlıkta; sürdürülebilir turizm kavramının gerekliliklerini gözeterek, çalışmaları planlamak ve uygulamak, kalite ve standardizasyonun geliştirilmesinde etkin rol alarak, turizmin sağladığı olumlu faydalarla sektör, bölge ve ülke gelişimine katkıda bulunmak ETİK'in misyonudur. Turizm sektörü, bileşenleri ve müşteri portföyü dolayısıyla dünyada ve ülkemizdeki olumsuzluklardan ilk etkilenen sektörlerden biridir. Bu anlamda kredilerdeki yüksek faizler dolayısıyla kullanması zorunlu bazı kredileri kullanamamıştır. Ukrayna, Rusya ve İsrail, Filistin savaş/çatışmalarından pazar payının azalmasıyla nasibini almıştır. Artan maliyetlere karşın aynı anda yükselmeyen döviz kurları nedeniyle fiyatlarını döviz bazında yükseltmek zorunda kaldığı için dünyadaki rakipleri karşısında, yüksek fiyat ve haksız rekabet koşullarıyla yüz yüze kalmıştır. Yüksek enflasyon ve maaş/gelirlerinin aynı oranda artmaması vatandaşlarımızın tatil anlayışlarını ve sürelerini değiştirmiştir. Bu nedenle, turizm sektörünün iç pazardan aldığı pay azalmıştır. Turizm sektörü geçtiğimiz yıl ve yıllarda yaşanan tur operatörleri iflasları, devam eden ve yeni başlayan savaşlar, yüzyılın felaketi Kahramanmaraş merkezli büyük deprem, dünya ve ülkemiz ekonomisindeki olumsuzlukların etkilerinin yanı sıra 2024 yılında Avrupa'da düzenlenen iki büyük organizasyonun olumsuz etkilerini yaşadı. Bunlardan biri Almanya'da düzenlenen Avrupa Futbol Şampiyonası diğeri Paris Yaz Olimpiyatlarıdır. Bu organizasyonlara dünya vatandaşları ilgilerinden dolayı izlemek

için katılırken, bu ülkelerdeki soydaşlarımız ise işleri ya da işyerleri dolayısıyla kalarak, bu dönemdeki Türkiye tatil planlarını ya iptal ettiler ya da ertelediler. Ancak ağustos ayının ikinci yarısından itibaren turist akışı normalin de üzerine çıktı ve kayıplarımızın telafi edilme şansını yakaladık. Türkiye'de turizmin sorunları; nitelikli personel temininden, ücretlerinin iyileştirilmesine, turizmciye özel olarak uygulanan ve cirodan alınan konaklama vergisi başta olmak üzere çok ve çeşitli vergilere tabi olmasına, aynı anda bir çok kurumun denetimiyle boşuşmasına, ihracatçı sayımlarına rağmen avantajlarından ve kredilerinden yararlandırılmamasından, yasası çıkmasına rağmen uygulaması ve denetimi bir türlü yapılamayan ikinci konut ve rezidans kiralamalarının etkilerine kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Turizmin daha hızlı gelişimi için, turizm birlikleri ile yetkililerin iş birliği yapması, çıkarılacak yasalar ve yapılacak düzenlemelerde sektörün tecrübelerinden yararlanması, haksız rekabet yaratan unsurların ortadan kaldırılması, vergi kalemlerinin ve denetim faaliyetlerinin yeniden düzenlenmesi, dünyadaki rakiplerinin gerisinde kalmayacak yenilemeleri ve yeni yatırımları yapmaları için uygun koşullarda kredilerin sağlanması gereklidir.

Sektör bileşenleri yeni ve beklenmeyen bir olumsuzluk olmadığı takdirde 2025 yılı için 65 milyon turist ve 65 milyar dolar girdi hedefine ulaşmak için hazırlıklarını tamamlamaya çalışmaktadır

Turizm sektörü yaşanan olumsuzluklardan tecrübe ve direnç kazanmıştır. Krizler, savaşlar, doğal afetler, ekonomik zorluklar ve diğer etkenlere rağmen 2030 yılında 100 milyon turist 100 milyar dolar girdi hedefinden sapmamıştır. Denizi, güneşi, kumunun yanı sıra son yıllarda kış, termal, sağlık, spor, gastronomi, toplantı ve kültür turizmi gibi çeşitlendirmeler ve dünya ölçeğindeki tesis ve hizmet kalitesiyle globalde beklentilere ulaşmak hayal olmaktan çıkmıştır. Sektör bileşenleri yeni ve beklenmeyen bir olumsuzluk olmadığı takdirde 2025 yılı için 65 milyon turist ve 65 milyar dolar girdi hedefine ulaşmak için hazırlıklarını tamamlamaya çalışmaktadır. Turizm sektörü barışın, huzurun, kardeşliğin sektörüdür. Türkiye için bacasız sanayidir. Sağladığı yüksek vergi ve döviz girdisiyle cari açıkları kapatan ülkeye nefes aldırın sektördür.

ETİK olarak bölge ve ülke turizmine katkı sunmaya devam edeceğiz, bölgesel bazda hedefimiz ise İzmir'in nüfusu kadar yani beş milyon turist hedefine ulaşmaktır. Henüz yarısı kadar rakamlarda olduğumuz bu hedefin gerçekleşmesi için yerel yetkili ve paydaşlarla yıl içinde çeşitli çalıştay, toplantı ve etkinliklerde buluşacağız

Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği Türkiye'de alanında kurulan ilk dernek olarak ve her yıl büyüyerek bölge ve ülke turizmine katkı sunmaya devam etmektedir. 2025 yılında da TÜROFED ve diğer turizm bileşenleriyle birlikte hareket etmeye, sektörün ve çalışanlarının sorunlarının çözümü için ilgili ve yetkili kurum ve kişilerle çalışmaya, beklenti ve hedeflerin gerçekleşmesi için üyelerle birlikte ulusal ve uluslararası fuarlar başta olmak üzere tanıtım faaliyetlerine, yerel ve genel yönetimlerle çeşitli etkinlik ve faaliyetlerde iş birliği yapmaya devam edecektir. Bölgesel bazda hedefimiz İzmir'in nüfusu kadar yani beş milyon turist hedefine ulaşmasıdır. Henüz yarısı kadar rakamlarda olduğumuz bu hedefin gerçekleşmesi için yerel yetkili ve paydaşlarla yıl içinde çeşitli çalıştay, toplantı ve etkinliklerde buluşacağız.

2024 yılı, turizm sektörü için hem zorluklar hem de fırsatlarla dolu bir yıl oldu; turist sayısında artış görülürken, düşük döviz kuru ve yüksek maliyetler, turizm gelirlerinin istenen seviyeye ulaşmasını zorlaştırdı

Sheraton Ankara Hotel & Convention Center ve Lugal, a Luxury Collection Hotel Ankara, Marriott International'ın seçkin markaları arasında yer almakta olup, başkent merkezinde konumlanmıştır. Her iki otelimiz de farklı özellikleri ve hizmet anlayışlarıyla misafirlerimize özel deneyimler sunmaktadır. Sheraton Ankara, geniş toplantı ve etkinlik alanları, modern spor ve sağlık tesisleri, uluslararası mutfaklardan lezzetli sunan restoranları ve rahatlatıcı spa hizmetleriyle özellikle iş dünyası, organizasyonlar ve sosyal etkinlikler için tercih edilmektedir. Şehrin simgelerinden biri olan otelimiz, yıllardır başkent'in iş ve sosyal hayatına katkıda bulunmaktadır. Lugal ise, misafirlerimize kişiselleştirilmiş hizmet sunma konusundaki özeniyle öne çıkıyor. Zarif dekorasyonu, geniş süit seçenekleri ve kişisel butler hizmetleriyle, konaklama deneyimini misafirlerimizin beklentilerine uygun şekilde şekillendiriyoruz. Örneğin, misafirlerimizin özel tercihleri dikkate alınarak hazırlanan oda detayları, gastronomi deneyimleri ve her an ihtiyaçlarını karşılamak üzere ekiplelerimizle, benzersiz bir konaklama deneyimi sağlıyoruz. Misafir portföyümüz; diplomatlar, uluslararası etkinlik katılımcıları, iş insanları ve Ankara'da üst düzey bir konaklama deneyimi arayan misafirlerden oluşuyor. Her iki otelimiz de kalite, konfor ve sürdürülebilirlik değerlerini bir araya getirerek, misafirlerimize başkentte unutulmaz bir deneyim sunmayı hedefliyor. 2024 yılının bir değerlendirmesini yapacak olursak, döviz kurlarındaki belirsizlik, artan maliyetler ve yüksek enflasyon gibi ekonomik zorluklarla işletmemiz için dikkatle yönetilmesi gereken bir yıl oldu. Bu durumun etkilerini minimize etmek için maliyet kontrolüne odaklandık ve gelir artırıcı stratejiler geliştirdik. Özellikle, enerji tasarrufu projeleri ve atık yönetimi süreçlerini iyileştirerek operasyonel maliyetlerimizi azaltmayı başardık. Misafir memnuniyetini etkilemeden, ürün ve

hizmetlerimizi optimize ettik. Ayrıca, dijital pazarlama araçlarını daha etkin kullanarak doluluk oranlarımızı artırdık. Belirlediğimiz hedeflere büyük ölçüde ulaştık; finansal zorluklara rağmen hem misafir memnuniyetini yüksek tuttuk hem de otelimizin sürdürülebilirlik stratejilerini başarıyla uyguladık. 2024 yılı, turizm sektörü için hem zorluklar hem de fırsatlarla dolu bir yıl oldu. Küresel ekonomik dalgalanmalar ve artan maliyetler, sektör üzerinde baskı yarattı. Bununla birlikte, uluslararası seyahatlerin yeniden canlanması ve Türkiye'nin tanıtım çalışmaları sayesinde turist sayısında artış görüldü. Ancak, düşük döviz kuru ve yüksek maliyetler, turizm gelirlerinin istenen seviyeye ulaşmasını zorlaştırdı. Sektörün en önemli sorunları arasında eğitilmiş iş gücü eksikliği, altyapı iyileştirmeleri ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması yer alıyor. Çözüm olarak, turizmde kalifiye personel yetiştirilmesi için eğitim programlarına daha fazla yatırım yapılması ve çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi gerektiğine inanıyorum. Ayrıca, sektör paydaşlarının iş birliğini artırarak ortak stratejiler geliştirmesi, Türkiye'nin turizm gelirlerini ve globaldeki rekabet gücünü artırabilir.

2025 yılı, turizm sektörü için umut verici bir yıl olacak gibi görünüyor. Uluslararası seyahat talebinin artması ve Türkiye'nin turizmde çeşitliliği artırmaya yönelik adımları, sektörde büyümeyi destekleyecek. 2025 yılı için hedeflerimiz, misafir memnuniyetini daha da artırmak ve sürdürülebilirlik odaklı projelerimizi ileriye taşımaktır

2025 yılı, turizm sektörü için umut verici bir yıl olacak gibi görünüyor. Uluslararası seyahat talebinin artması ve Türkiye'nin turizmde çeşitliliği artırmaya yönelik adımları, sektörde büyümeyi destekleyecek. Sağlık turizmi, gastronomi turizmi ve kültür turizmi gibi



Kılıç Ali Kantar / Sheraton Ankara Hotel & Convention Center ve Lugal, a Luxury Collection Hotel Ankara / Genel Müdür

alanlarda büyük bir potansiyelimiz var ve bu alanlara yapılacak yatırımlar, Türkiye'yi global pazarda daha rekabetçi bir konuma taşıyabilir. Türkiye'nin belirlediği büyük hedeflere ulaşması için marka algısının güçlendirilmesi, dijitalleşme süreçlerinin hızlandırılması ve sürdürülebilirlik uygulamalarına daha fazla önem verilmesi gerekiyor. Türkiye, doğru bir stratejiyle turizmde global beklentilere rahatlıkla yanıt verebilir. Ancak bunun için sektördeki tüm oyuncuların bir araya gelerek yenilikçi ve bütüncül bir yaklaşımla hareket etmesi şart. 2025 yılı için hedeflerimiz, misafir memnuniyetini daha da artırmak ve sürdürülebilirlik odaklı projelerimizi ileriye taşımaktır. Otelimizde, enerji verimliliği ve atık yönetimi alanlarında yeni sistemler kurarak, karbon ayak izimizi azaltmayı ve çevreye olan etkilerimizi minimuma indirmeyi hedefliyoruz. Misafir deneyimini zenginleştirmek için teknolojik çözümlere yatırım yapmaya devam edeceğiz. Özellikle dijital check-in/out sistemleri, kişiselleştirilmiş hizmetler ve yeni gastronomi deneyimleri sunarak misafirlerimizin beklentilerini aşmayı amaçlıyoruz. Ayrıca, ekip üyelerimizin mesleki gelişimlerini desteklemek için kapsamlı eğitim programları düzenleyecek, personel memnuniyetini artırarak hizmet kalitemizi en üst düzeye çıkarmaya odaklanacağız. Bu hedefler, Sheraton Ankara ve Lugal'ın misafirlerine benzersiz bir deneyim sunmaya devam etmesini sağlayacak ve işletmemizin sektördeki lider konumunu güçlendirecektir. 2025'in, misafir memnuniyeti ve sürdürülebilirlik açısından önemli bir yıl olacağına inanıyoruz.



Semih Anali / BWH Hotels / Ülke ve Bölge Direktörü

BWH Hotels olarak, Türkiye'de şu anda aktif ve on boarding (devreye alma) süreci devam edenlerle birlikte toplam 17 otelde markamız mevcuttur. Franchise hakları veren bir marka ve şirket olarak, markamızı taşıyan otellerimizin hemen hepsi başarılı gelir yönetimi ve satış & pazarlama desteklerimizle birlikte 2024 yılını bir şekilde tamamlamışlardır. 2024 yılında da

2024 yılında da daha önceki yıllardaki gibi yine topyekûn bir ülke turizm kalkınma stratejisi hayata geçirilemedi ve bu sebeple komşumuz Yunanistan'a bile yerli turistlerimizi kaptırdık

daha önceki yıllardaki gibi yine topyekûn bir ülke turizm kalkınma stratejisi hayata geçirilemedi ve bu sebeple komşumuz Yunanistan'a bile yerli turistlerimizi kaptırdık. Ülke turizmde çok kapsamlı bir fiyatlandırma ve hizmet stratejisi belirlenmeli ve takip edilmelidir. Elbette her alanda yükselen maliyetler ciddi bir engel teşkil etse de devletin vergi alanında verebileceği desteklerle de bu zorluklar aşılabılır. 2025 yılı şu anda pozitif bir yıl olarak başlıyor, eğer çok ciddi bir sürpriz ya da turizmi etkileyecek bir olay gerçekleşmezse, pozitif rakamlara ulaşacağımız

bir yıl olacaktır. Ancak yükselen maliyetler ve istihdam sorunları karşımızda bir tehdit olarak durmaya devam ediyor. İşletme alma süreçleri devam edenlerle birlikte, yeniden yapılanma sürecinin başladığı 2023 yılında 6 otelin taşıdığı markamızı şu anda 17 otel taşıyor ve 2025 yılında bu sayıyı 25'in üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. BWH Hotels, 4500'den fazla oteli ve 60 milyonu geçen sadakat programı üye sayısı ile, dünyada ilk 10 büyük otel zinciri içerisinde yer almasıyla ülkemizde de hakkettiği yere kısa sürede gelecektir.



Sinan Udil / Le Méridien Istanbul Etiler / Genel Müdür

Le Meridien Istanbul Etiler, İstanbul'un gözde semtlerinden biri olan Etiler'de, Boğaz'a ve şehrin merkezi noktalarına yakın bir konumda yer alıyor. Modern tasarımı ve lüks olanaklarıyla dikkat çeken bu otel hem iş hem de tatil amaçlı gelen misafirlere hitap eden geniş bir hizmet yelpazesi sunuyor. Otel, zarif iç mekanları ve çağdaş sanat eserleriyle şıklığı ön plana çıkarıyor. 34 katlı bu yüksek yapıda toplam 255 oda bulunuyor, her biri geniş alanı ve modern olanaklarıyla konforlu bir konaklama deneyimi sunuyor. Misafirlerin keyifli vakit geçirebileceği bir dizi restoran, bar ve kafe de otelde mevcut. Geniş spa merkezi, kapalı yüzme havuzu ve fitness merkezi gibi sağlık ve dinlenme olanakları, otelin sunduğu ayrıcalıklı hizmetler arasında yer alıyor. Le Meridien Istanbul Etiler, aynı zamanda iş seyahatleri için de mükemmel bir seçenek. Yüksek teknolojiyle donatılmış toplantı odaları ve konferans salonları, iş dünyasındaki profesyonellere hitap ediyor. Otel, birçok uluslararası etkinlik ve toplantıya ev sahipliği yaparak, İstanbul'un iş dünyasında önemli bir konuma sahip bulunuyor. Geçtiğimiz sezonun yıl değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılı, genel ekonomik şartların tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektörünü de ciddi anlamda etkilediği bir yıl oldu. Döviz kurundaki baskılanma, özellikle bizim gibi döviz üzerinden fiyatlandırma yapan işletmeler için karlılıkta azalmaya neden oldu. Enflasyon oranı birçok kullandığımız üründe yüzde 70-80 bandında iken, döviz artışı yüzde 13 civarında gerçekleşti. Her ne kadar fiyatlandırma stratejisinde bunu göz önüne alsak da pazar şartları ve rekabet nedeniyle artışı gerçekleştirmek pek mümkün olmadı. Enflasyon oranına paralel artan enerji, gıda ve personel maliyetleri, kâr marjımızı gözle görülür şekilde azalttı. 2024 yılı için hazırladığımız bütçeyi etkileyebilecek ekonomik gelişmeleri vaktinde fark ederek birtakım önlemler alma yoluna gittik. Harcamaların detaylı takibi ve gereksiz maliyetlerin kesilmesi, bölgesel pazarlara daha fazla odaklanarak doluluk oranlarını artırmak, personel verimliliğini artıracak eğitim programları ve performans bazlı ödüllendirme sistemleri uygulamak gibi önlemleri hayata geçirdik ancak yine de ilk çeyrekte belirlenen hedefler, piyasa koşulları göz önünde bulundurularak yıl

2024 yılı zorlayıcı bir yıl olmuş olsa da bu zorluklar, işletmeler için dayanıklılık kazanma ve uzun vadeli stratejilerini güçlendirme fırsatları da sunmuş olabilir

ortasında yeniden değerlendirildi ve kısa vadeli kârlılık yerine, misafir memnuniyeti ve sadakati önceliklendirildi. Bunun sonucunda karlılıkta daralma olsa da gelirlerimizi ve doluluğumuzu önceki yılın üstüne çıkarmayı başarabildik.

2025 yılının yükselmeye başlayacak bir Türkiye yılı olacağına inanıyorum. 2025 yılı için belirttiğimiz gelir artışını ekonomik dalgalanmalara rağmen yüzde 10 olarak belirledik. Yeni ve daha verimli uluslararası pazarlara açılmak konusunda ciddi bir çalışma oluşturduk

2024 yılı zorlayıcı bir yıl olmuş olsa da bu zorluklar, işletmeler için dayanıklılık kazanma ve uzun vadeli stratejilerini güçlendirme fırsatları da sunmuş olabilir. Belirlediğiniz hedeflere ne kadar ulaşıldığını analiz etmek ve gelecekte daha iyi sonuçlar elde etmek için yeni stratejilere odaklanmak kritik önem taşıyor. COVID-19 sonrası toparlanma süreci, 2023'te hız kazanmış olsa da 2024'te ekonomik dalgalanmalar, döviz kurundaki baskılar, artan enflasyon, enerji maliyetleri, personel maliyetleri ve küresel siyasi gerilimler gibi faktörler sektörü zorladı. Türkiye gibi turizmde rekabetçi olan ülkeler, bu süreçte çeşitli avantajlarını korumaya çalışsa da bazı yapısal sorunlarla karşı karşıya kaldı. Türkiye, 2024 yılında da Akdeniz çanağındaki önemli turizm destinasyonlarından biri olmayı sürdürdü. Ancak yabancı turist sayısında artış gözlemlense de kişi başı harcama tutarı düşüş eğilimi gösterdi. Türkiye, hâlâ büyük ölçüde yaz turizmine bağımlı bir turizm modeliyle ilerliyor. Bu durum, gelirlerin yıl boyunca dengeli dağılmasını engelliyor. Bazı bölgelerde yetersiz altyapı, özellikle popüler turizm noktalarında aşırı yoğunluğa ve çevresel bozulmalara yol açtı. Sürdürülebilir turizm politikalarının tam anlamıyla uygulanamaması da doğaya zarar veren turizm uygulamalarını artırdı. Turizm sektöründe çalışanların yoğunluğu, sezonluk iş gücünden oluşuyor. Bu da hizmet kalitesinde dalgalanmalara neden oluyor. Türkiye'nin turizm potansiyeli yeterince küresel ölçekte tanıtılmıyor. Özellikle gastronomi, sağlık turizmi ve kültürel miras gibi alanlar pazarlama açısından geri planda kalıyor. Kısaca bazı öneriler geçerse, öncelikle turizm bürokrasisinde liyakate öncelik verilmeli ve bu işe gönül vermiş profesyoneller tarafından ülkemizi bir marka yapmak konusunda stratejiler belirlenmelidir. Sağlık turizmi, gastronomi, kültürel turizm, doğa sporları ve kış turizmi gibi alanlara yatırım yapılarak sezonluk gelir dengesizliği azaltılabilir. Kapadokya, Doğu Anadolu kayak merkezleri ve termal turizm bölgeleri daha etkin bir şekilde tanıtılmalıdır. Lüks turizm ve butik otelcilik konseptleri geliştirilerek,

üst gelir grubu turistler hedeflenmelidir. Yüksek harcama potansiyeline sahip golf turizmi, kongre turizmi ve özel etkinlik organizasyonları artırılabilir. Popüler turizm bölgelerinde taşıma kapasitesi ve çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri uygulanmalıdır. Yenilenebilir enerji kullanımı teşvik edilerek, turizm tesislerinin karbon ayak izi azaltılabilir. Otellerde ve seyahat acentelerinde yapay zeka tabanlı müşteri yönetim sistemleri ve dijital rezervasyon araçları kullanılmalıdır. Sosyal medya, influencer iş birlikleri ve uluslararası reklam kampanyalarıyla Türkiye'nin daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmalıdır. Turizm eğitimi veren kurumlarla iş birliği yapılarak çalışanların kalifikasyonları artırılabilir. Sezonluk istihdam yerine daha uzun süreli ve istikrarlı çalışma imkânları sağlanmalıdır. Türkiye, zengin kültürel mirası, doğal güzellikleri ve güçlü turizm altyapısıyla globalde büyük hedeflere ulaşabilecek potansiyele sahip. Biz her ne kadar gelirlerimizi ve karlılığımızı 2025 yılında yüzde 10 civarında artırmayı hedeflese de maalesef jeopolitik durumumuz nedeniyle her an ekonomimizi ve turizmimizi etkileyecek olaylara açık durumdayız. Ancak son günlerde umut veren İsrail Filistin ateşkesi ve olası bir Rusya Ukrayna savaşının bitirilmesi Türkiye turizmini çok olumlu etkileyecek gelişmelerdir. 2025 yılının yükselmeye başlayacak bir Türkiye yılı olacağına inanıyorum. 2025 yılına yönelik hedeflerimizi gerçekleştirmede en önemli unsurlar düzenli performans değerlendirmeleri yapmak ve değişen ekonomik koşulları, trendleri takip ederek, gerektiğinde stratejik düzeltmeler yapmak olacaktır. 2025 yılı için belirttiğimiz gelir artışını ekonomik dalgalanmalara rağmen yüzde 10 olarak belirledik. Operasyonel maliyetlerimizin doğru kontrolü ile kar marjımızı da artırmayı hedefliyoruz. Ortalama oda fiyatını artıran en önemli unsur misafir memnuniyetini artırmak ve online değerlendirme puanlarımızı artırmak da öncelikli hedeflerimiz arasındadır. Diğer bir memnuniyet artırıcı unsur da tabii ki personel kalitesini sağlayan düzenli ve etkili eğitim programları oluşturmaktır. Biz Marriott grubu olarak yapay zeka ve veri analitiği konularında en son teknolojiyi kullanmaya çok önem veriyoruz. Misafir tercihlerini anlamak ve pazarlama kampanyalarını kişiselleştirmek için bu araçları kullanıyoruz. 2025 yılı için belirttiğimiz hedefler arasında en önemli yeri enerji verimliliği, atık yönetimi ve Green Key gibi sahip olduğumuz sertifikalara uygun olarak çalışmalarımızı düzenlemek alıyor. Yeni ve daha verimli uluslararası pazarlara açılmak konusunda ciddi bir çalışma oluşturduk ve yurtdışında katılacağımız fuarlar ve B2B iş birlikleriyle daha geniş bir müşteri tabanı oluşturacağız.

Kale Yeni Rozetli Seri Kartlı Kilit İle Beş Yıldızlı Güvenlik

KE040/10-111



1000
Kayıt Tutma



Gizli Barel



Yangına
Dayanımlı



Işıklı ve Sesli
Uyarı



Blokaj Modu



Farklı Mekânlarda
Kullanım



Serbest
Geçiş Modu



Zorlamalara Karşı
Koruma

444 0 243
www.kalekilit.com.tr



KALE KİLİT

2024 yılında Türkiye turizm sektörü, yüksek talep ile olumlu bir tablo çizse de ekonomik zorluklar sektör üzerindeki baskıyı artırdı; döviz kuru ve maliyet baskısı nedeniyle, gelirler döviz üzerinden elde edilse de artan enflasyon işletme maliyetlerini ciddi şekilde etkiledi

Liberty Hospitality Group olarak, 35 yılı aşkın süredir Türkiye turizmine katkı sağlıyor ve şu anda 10 otelimizle hizmet veriyoruz. Farklı konseptlerdeki otellerimizle farklı segmentlerden geniş bir yelpazede misafirlerimize unutulmaz deneyimler sunuyoruz. Ayrıca, nisan ayında lüks segmentteki yeni otelimizin açılışı için hazırlıklarımız devam ediyor ve bu yatırımla büyüme yolculuğumuza devam ediyoruz. Türkiye, doğal ve kültürel zenginlikleriyle global stratejimizde önemli bir yere sahiptir. Antalya, Fethiye ve Kuşadası gibi turizm merkezlerimiz, her yıl on binlerce yerli ve yabancı misafiri ağırlamaktadır. Özellikle İngiltere, Avrupa ve Rusya pazarlarından gelen turistlerin yoğun ilgisi, Türkiye'nin sahip olduğu doğal güzellikler, tarih, kültürel miras ve otellerimizin kalitesi Türkiye'yi vazgeçilmez bir pazar haline getirmektedir. Türkiye'deki yatırımlarımız, yalnızca misafir memnuniyeti sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda bölgesel istihdama da önemli katkılar sunuyoruz. 2024 yılını genel anlamıyla değerlendirecek olursak, finansal zorlukların damga vurduğu bir yıl olduğunu söyleyebiliriz. Döviz kuru baskısı ve yüksek enflasyon nedeniyle maliyetlerimizde artış yaşanırken, yüksek kalitede hizmet sunmaya devam ettik. Ayrıca, misafir portföyümüzü genişletmek amacıyla hedef pazarlarda reklam çalışmaları, iş birlikleri ile dijital pazarlama kampanyalarına daha fazla yatırım yaparak, pazarlama çalışmalarımızı artırdık. Bunun yanı sıra, enerji tüketimini optimize etmek için otellerimizde çevre dostu uygulamaları yaygınlaştırdık. 2024 yılı hedeflerimizin büyük bir kısmını gerçekleştirdik. Özellikle doluluk oranlarımız, planladığımız seviyelere ulaştı. Bununla birlikte, misafir memnuniyeti ve

marka algısı açısından pozitif bir yıl geçirdik. 2024 yılında Türkiye turizm sektörü, yüksek talep ile olumlu bir tablo çizse de ekonomik zorluklar sektör üzerindeki baskıyı artırdı. Döviz kuru ve maliyet baskısı nedeniyle, gelirler döviz üzerinden elde edilse de artan enflasyon işletme maliyetlerini ciddi şekilde etkiledi. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin turizm potansiyelinin rakip ülkelere kıyasla yeterince tanıtılmaması da diğer önemli bir sorun olarak öne çıkıyor. Bu sorunların çözümü için destinasyon odaklı tanıtım yapılması büyük önem taşımaktadır. Antalya gibi bilinirliği yüksek destinasyonların yanı sıra, Türkiye'nin diğer bölgelerinin de global ölçekte tanıtımına ağırlık verilmelidir. Türkiye'nin sahip olduğu doğal güzellikler, tarih ve kültürel miras, dünya turizmde çok daha büyük bir yere ulaşmamıza olanak tanıyacak bir potansiyele sahiptir.

Bu yıl Türkiye turizmi için hem misafir sayısında hem de gelirlerde artış bekliyoruz. 2025, Türkiye'nin tanıtım ve altyapı çalışmalarına ağırlık vermesi durumunda, dünya turizmde rekabetçi konumunu güçlendirebileceği bir yıl olma potansiyeline sahip olacaktır. Aynı zamanda 2025 yılı, Liberty Hospitality Group olarak büyüme hedeflerimizi hayata geçireceğimiz önemli bir yıl olacaktır.

2025 yılında Türkiye turizmi için hem misafir sayısında hem de gelirlerde artış bekliyoruz. 2025 yılında kişi başı harcamaların artması ve lüks segmente olan talebin yükselmesiyle turizm gelirlerinin önemli ölçüde artacağını düşünüyoruz. Sürdürülebilir turizm uygulamaları global ölçekte olduğu gibi Türkiye'de de daha fazla benimsenmeye başladığını görüyoruz ve



Serap Garipoğlu Akın / Liberty Hospitality Group / Grup Pazarlama Direktörü

çevre dostu yaklaşımlar sektörde yaygınlaşmaya devam edecek. Ayrıca, termal turizm ve sağlık odaklı seyahatlerin yükselişiyle birlikte Türkiye, sağlık ve wellness turizmi alanında daha fazla tercih edilen bir destinasyon haline gelecektir. 2025, Türkiye'nin tanıtım ve altyapı çalışmalarına ağırlık vermesi durumunda, dünya turizmde rekabetçi konumunu güçlendirebileceği bir yıl olma potansiyeline sahip olacaktır. 2025 yılı, Liberty Hospitality Group olarak büyüme hedeflerimizi hayata geçireceğimiz önemli bir yıl olacak. Türkiye turizmde 35 yılı aşkın tecrübemizle sektördeki konumumuzu güçlendirmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Mevcut otellerimizde misafir memnuniyetini en üst düzeyde tutarken, yeni yatırımlarımızla portföyümüzü genişletmeyi hedefliyoruz. 2025 yılında grubumuza dahil olacak yeni otelimiz olan XO Cape Arna, lüks segmentte yer alacak ve misafirlerine benzersiz bir konaklama deneyimi sunacak. Bu yeni otelimiz sunacağı konseptiyle ailelere ve çiftlere hitap eden bir tatil deneyimi sunarak grubumuzun farklı hedef kitlelere ulaşma stratejisine katkı sağlayacak. Bunun yanı sıra, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı yatırımlarımıza devam ederek, sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalara daha fazla kaynak ayırmayı planlıyoruz. 2025, sadece yeni projelerimizin hayata geçtiği bir yıl değil, aynı zamanda hizmet kalitemizi daha da yükselteceğimiz, misafir sadakatini artıracığımız ve Türkiye turizmine katkılarımızı büyüteceğimiz bir dönem olacak.



Murat Eti / Pera Palace Hotel / Genel Müdür

Pera Palace Oteli, 1892'den günümüze İstanbul'un güzide bir oteli. Misafirlerimiz ağırlıklı olarak Amerika, Avrupa, Rusya ve Uzakdoğu'dan geliyor. Bizim sunduğumuz aslında tarihte bir yolculuk, döner kapıdan

2025 için pozitif bir artış var ve talepler gayet olumlu ancak giderlerin tamamen kontrolden çıktığını göz önünde bulundurursak, 2024'ün tekrarı olur diye düşünüyorum

geçtiğiniz an şehrin kalabalığından kendinizi bir anda 1930'larda buluyorsunuz. Geçen sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, Pera Palace Oteli olarak, gelir anlamında 2024 hedeflerine çok yaklaştık ancak giderlerimiz bütçelediğimizden şaşıtı. Maalesef tüm giderlerin şuursuzca artması eminim herkesin bütçesini olumsuz etkilemiştir. 2025 için çok farklı olacağını düşünüyorum. 2025 için pozitif bir artış

var ve talepler gayet olumlu ancak giderlerin tamamen kontrolden çıktığını göz önünde bulundurursak, 2024'ün tekrarı olur diye düşünüyorum. 2025 yılında doluluğumuzu biraz yükseltmek için gayret göstereceğiz; fiyatları düşürmeden ki giderlerden kaybettiğimizi telafi edelim. Biz yine elimizden geleni yapacağız, önemli olan çalışmamızı ve misafirimizi memnun etmek. Bunu başardığımızda zaten karlı çıkıyoruz.

US. SLEEPING

Her Gece, Misafirlerinizi
Evinizde Hissettiren Uyku Sanatının Adresi



*Us.sleeping yatakları, lüks konfor ve kanıtlanmış rahatlık sunar.
Stresi azaltan yataklarımızla, otelinizde unutulmaz bir uyku deneyimi yaşatın.*



www.hotelconcept.ussleeping.com

2024 yılında sınır komşularımızda yaşanan savaşlar, pandemi, doğal felaketler ve ekonomik krizler dolayısıyla tatil sürelerinin kısalması, konaklama tesisi dışında yapılan harcamaların azaltılması gibi nedenler sektörümüzü ve bağlantılı tüm işkollarını olumsuz etkiledi

GETOB (Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği), 1987 yılında "Marmaris Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Derneği" olarak 44 üye ile kurulmuştur. Türkiye'nin önemli turizm merkezi olan Marmaris ve çevresinde bulunan otel işletmecilerini bir çatı altında toplamak ve turistik gelişim yaratmak yolu ile bölgenin ve ülke turizminin gelişmesine katkıda bulunmak, üyelerimiz ile iletişim sağlamak, sorunlarına eşilmek, otelcilik yönünde bilinçlendirmek, pazarlarını geliştirmek, kurumsal niteliği gereği kendi çevresi içinde ve ulusal bazda etkin tanıtım ve pazarlama stratejilerini takip etmek amaçlanmaktadır. Şu an için 250 üyemiz bulunmaktadır. Turizm sektöründe ve bölgemizde önde gelen ve saygın bir konuma sahip olan GETOB, (Türkiye Otelciler Federasyonu) "TÜROFED" bünyesinde on yedi (17) bölge kuruluşundan birisi olarak, Dalaman, Ortaca, Köyceğiz, Marmaris, Datça, Ula ve Muğla merkez Menteşe ile bir yandan bu merkezlere bağlı Sarıgerme, Dalyan, Akyaka, Çamlı, İçmeler, Turunç, Hisarönü, Bozburun, Selimiye, diğer yandan Mesudiye, Palamutbükü ve Knidos'tan oluşan birbirinden güzel ve birbirinden özel bir bölgeyi kapsamaktadır. Geçtiğimiz sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılında güney bölgemizdeki sınır komşularımızda ve Ortadoğu'da yaşanan sıkıntılar, Rusya Ukrayna savaşı, pandemi, bölgemizde yaşanan orman yangınları ve sonrasında yaşadığımız sel felaketi, global anlamda tüm ülkeleri etkileyen ekonomik kriz ve yüksek enflasyonun ülkemizi de içine alması, girdi maliyetlerindeki artışlar nedeniyle tüm sektörler gibi turizm sektörü de olumsuz

etkilenmiştir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen turizm sektörü ciddi fedakârlıklar yaparak, sıkıntılarla başa çıkma gayreti içerisinde. Elbette insanlar tatil alışkanlığından vazgeçmiyor ancak tatil sürelerinin kısalması, konaklama tesisi dışında yapılan harcamaların azaltılması gibi nedenler sektörümüzü ve bağlantılı tüm işkollarını olumsuz etkilemektedir. Beklentimiz enflasyonun dizginlenerek, fiyatların yatay çizgide seyretmesidir. Özellikle Suriye'deki kaos ortamının yerini sakinliğe bırakması, İsrail'in ateşkese uyacağını açıklamasının bölgemiz turizmine olumlu yansımaları olacaktır.

Ülkemiz genelindeki tüm Konaklama tesislerinin Kültür ve Turizm Bakanlığı çatısı altında toplanması, Sürdürülebilir Turizm Programının uygulanmasıyla Kültür ve Turizm Bakanlığının öngördüğü hedeflere daha kolay ulaşabileceği kanaatindeyim. Bölgemiz turizmini daha da geliştirmek, bölgemizin bilinirliğini arttırmak ve bir anlamda da tanıtımına katkı koymak amacıyla bu yıl Nisan ayı içerisinde Marmaris'te "Karya Vizyonu Turizm Buluşması"nın ilkinin gerçekleştirilmesini ümit ediyoruz.

Ülkemiz genelindeki tüm Konaklama tesislerinin Kültür ve Turizm Bakanlığı çatısı altında toplanmasının tesislere belli bir standart getireceğini düşünüyorum. Bununla birlikte Sürdürülebilir Turizm Programının uygulanmasıyla kriterlerini yerine getiren tesislerin niteliğinin yükseleceğini ve daha iyi hizmet verileceğini de göreceğiz. Böylece Kültür



Cengiz Aygün / Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) / Yönetim Kurulu Başkanı

ve Turizm Bakanlığının öngördüğü hedeflere daha kolay ulaşabileceği kanaatindeyim. İstatistiklere baktığımızda Muğla ili olarak 2024 yılında yaklaşık 3 Milyon 700 bin civarında turist ağırladığımızı göreceksiniz. Bizler tesislerimizle, niteliğimizle, bilgi ve birikimimizle bu rakamın çok daha üzerine çıkabilecek kapasiteye sahip olduğumuzun altını çizebiliriz. Bölgemiz turizmini daha da geliştirmek, bölgemizin bilinirliğini arttırmak ve bir anlamda da tanıtımına katkı koymak amacıyla ulusal bazda ilk kez sizinle paylaşacağımız bir projeyi açıklamak istiyorum. Bu yıl Nisan ayı içerisinde Marmaris'te her yıl yapmayı planladığımız "Karya Vizyonu Turizm Buluşması"nın ilkinin gerçekleştirilmesini ümit ediyoruz. Hazırlıklarımızı sürdürmekteyiz. Buluşmamıza Kültür ve Turizm Bakanlığımız başta olmak üzere, ilgili bakanlıklardan Sayın Bakanlarımız ve üst düzey bürokratlarımızın yanı sıra, tur operatörü ve havacılık sektörünün CEO'larını, seyahat acentelerinin ve sektörümüz paydaşlarının çok değerli yetkililerini, sektör duayenlerini, yerel yöneticilerimizi, basınımızı, üyelerimizi ve sektör temsilcilerimizi davet ederek 23 Nisan temasıyla yapacağımız açılışın ardından, sektörümüz açısından önemli konu ve konukların yer alacağı farklı oturumda yapılacak panellerle bölge ve ülke turizminin gelişmesine katkı sağlamayı amaçlamaktayız. Bu vesile ile 2025 turizm sezonunun bölgemiz ve ülkemiz turizm sektörü için hayırlı ve uğurlu olmasını diliyorum.

2024 yılı, turizm sektöründe toparlanmanın sürdüğü ancak bazı kronik sorunların çözüme tam olarak ulaşamadığı bir yıl oldu

hedeflerimizi istediğimiz oranda aşamamak da özellikle yılın ikinci yarısında artan talep ve güçlü kurumsal iş birlikleri sayesinde hedeflerimizin üzerinde kaldık diyebilirim. 2025 yılı için daha sağlam adımlar atmak ve belirlediğimiz hedefleri aşmak adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2024 yılı, turizm sektöründe toparlanmanın sürdüğü ancak bazı kronik sorunların çözüme tam olarak ulaşamadığı bir yıl oldu. Türkiye'nin güçlü turizm potansiyeline rağmen belli başlı yapısal sorunlar hâlâ sektörün önünde bir engel oluşturuyor. Bu noktada, daha kapsamlı stratejiler geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Fairmont Quasar İstanbul olarak bu süreçte misafir deneyimini en üst seviyeye taşımak ve sektöre değer katmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz.

2025 turizm sektörü için umut verici ve Türkiye'nin global hedeflerine ulaşabileceğine inanıyorum. 2025 yılında

çalışan gelişimine yönelik yatırımlarla hizmet kalitemizi güçlendirirken, İstanbul'un artan uluslararası uçuş bağlantılarından faydalanarak lüks turizmde fark yaratmayı amaçlıyoruz

2025 turizm sektörü için umut verici ve Türkiye'nin global hedeflerine ulaşabileceğine inanıyorum. Artan uluslararası talep ve deneyimsel seyahat trendleri, ülkemizin zengin kültürel ve doğal mirasıyla birleştiğinde büyük fırsatlar sunuyor. Doğru yatırımlar ve tanıtım stratejileriyle Türkiye, lüks ve gastronomi turizmde globalde öne çıkabilir. 2025 yılında Fairmont Quasar İstanbul olarak, misafirlerimize unutulmaz deneyimler sunmayı, gastronomi ve kültürel etkinliklerimizi zenginleştirmeyi hedefliyoruz. Çalışan gelişimine yönelik yatırımlarla hizmet kalitemizi güçlendirirken, İstanbul'un artan uluslararası uçuş bağlantılarından faydalanarak lüks turizmde fark yaratmayı amaçlıyoruz.



Sibel Öztürk / Fairmont Quasar İstanbul / Satış ve Pazarlama Direktörü

Otelimiz kendine özgü konsepti, benzersiz lokasyonu ve eşsiz olanaklarıyla öne çıkmaktadır. Geniş ürün ve hizmet yelpazemiz, yüksek profildeki misafirlere hitap ediyor. Konforlu konaklama, ödüllü restoran seçeneklerimiz ve rahatlatıcı Fairmont Spa ile unutulmaz bir deneyim sunmaktayız. Geçtiğimiz sezonun bir değerlendirmesini yapacak olursak, 2024 yılı, finansal zorlukların etkisiyle hedeflerimize ulaşmak adına çaba gerektiren bir yıl oldu. Döviz kurundaki baskı ve maliyetlerdeki artışa rağmen, misafir memnuniyetine odaklanarak yenilikçi teklifler ve özel etkinliklerle olumlu sonuçlar elde etmeyi başardık. Yıl boyunca bazı dönemlerde

SOME

ELEKTRONİK

www.somelektronik.com.tr



DND

SİSTEMLERİ



KARTLI KİLİT
SİSTEMLERİ



ENERGY SAVER VE
VARLIK SENSÖRÜ
SİSTEMLERİ

BİZE ULAŞIN

info@somelektronik.com.tr

Adres: Güzeloluk Mah. 1886. Sok. No:11 D:3
07200 Muratpaşa/ANTALYA

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

2024 yılında iyi bir sezon geçirdik diyebiliriz diye düşünüyorum; ancak bu süreçte finansal anlamda karlılıklar aynı oranda artmadı ve otelciler ciddi bir şekilde kâr oranlarından fedakârlık etmek zorunda kaldı

Kuşadası Otelciler ve Yatırımcılar Derneği KODER, 1987 yılında kuruldu. Kuşadası ve Didim çevrelerinden toplamda 103 otel üyemiz var. Üye otellerimiz hem küçük ölçekli hem de büyük ölçekli otellerden oluşmaktadır. Misyonumuz, üyelerine düzenli, verimli ve etkili hizmet verebilmek, doğru yönlendirmek, birlik ve beraberliğin kurulması, bölgemize faydalı olmak ve projeler ile destek vermek, üyelerin turizme ilişkin kamu-özel sektör kuruluş ve örgütleri ile olan ilişkilerinin koordinasyonunu sağlamaktır. 2024 yılının bir değerlendirmesini yapacak olursak, geçtiğimiz yıl yaşanan savaşlar, baskılanan döviz, maliyetlerdeki artış, yüksek enflasyon ve bu gibi etmenler sektörü çok zorlarsa da iyi bir sezon geçirdik diyebiliriz diye düşünüyorum. Ancak bu süreçte finansal anlamda karlılıklar aynı oranda artmadı maalesef. Maliyetlerdeki artış ve bu artışı karşılamayan kur, buradaki en büyük etken. Otelciler ciddi bir şekilde kâr oranlarından fedakârlık etmek zorunda kaldı. Bu durum sektörün sürdürülebilir olması için gerçekten zorlaştırıcı bir durum. 15-20 Temmuz'a kadar yavaş geçen sezon, temmuz ortasından itibaren hızlandı ve ekim sonuna kadar iyi bir sezon geçirdik. Otel dolulukları ve ciroları da iyi oldu. Çevremizde olan bunca politik sorunlar, savaşlar ve gerginliklere rağmen iyi bir sezon geçirdiğimizi düşünüyorum. Türk turizmcinin bu kriz dönemlerindeki

en büyük avantajı, risk yönetmeyi biliyor olmasıydı. Geçmiş dönemlerdeki krizlerden edindiği tecrübelerle dayanarak, bu krizi de yönetmeyi başaracağına inanıyorum. Hepimizin dikkat etmesi gereken en önemli şey misafir memnuniyetidir. Gelenlerin ülkemizden mutlu ve memnun ayrılmasını sağlamamız lazım. Aynı zamanda personel eğitimi ve istihdamına da çok dikkat edip ülkemizin geleceği olan gençleri mutlaka sektöre kazandırmamız lazım.

2025'in, şu an ki rezervasyon akışı ve operatör planlamalarına baktığımızda, iyi bir sezon olacağı öngörülüyor. Dernek olarak sezonun uzaması için girişimlerimiz var

2025'in, şu an ki rezervasyon akışı ve operatör planlamalarına baktığımızda, iyi bir sezon olacağı öngörülüyor. Ben de dünya genelinde bizi ve turizmi etkileyecek bir sorun olmadığı süreçte, iyi bir sezon geçireceğimizi ve hedeflerimize ulaşabileceğimizi düşünüyorum. Turizm sektörü önümüzdeki yıllarda dünya genelinde büyüyecek. Dünya turizm örgütü, bu büyümenin yüzde 5 olacağını ön görüyor. Aynı şekilde turizm çeşitlenecek ve tatil beklentileri değişecek. Sürdürülebilir turizm, doğa, çevre, hayvan, çalışan hakları gibi konular seyahat tercihlerinde daha da önemli hale gelecek. O yüzden bizler de sürdürülebilir turizm belgelerimizin hakkını vermeli ve çevreye duyarlı, yerel halka daha



Tacettin Özden / KODER (Kuşadası Otelciler ve Yatırımcılar Derneği) / Yönetim Kurulu Başkanı

fazla kar sağlayan, yerel ürünler kullanan, çalışanlarına daha fazla değer veren, daha iyi imkanlar sağlayan, sağlıklı ürünler kullanan, israfın önüne geçen, çeşitlendirilmiş bir turizm yapmalıyız. Ancak o zaman biz de buradan pay alırız ve payımızı arttırabiliriz. Tabii bunları yaparken, bunları iyi anlatabilmemiz ve pazarlayabilmemiz de lazım. Dernek olarak sezonun uzaması için girişimlerimiz var. Sezonu uzatmamız sektörümüzün geleceği için çok önemlidir. Bunu başarabilirsek daha karlı, çalışanların ve yatırımcıların çok daha mutlu ve verimli olduğu bir sektör haline geliriz. Turiste sahip çıkmamız, mutlu bir şekilde ülkemizden ayrılmasını sağlamamız, bize, bizim adımıza bedava pazarlamacılık ve hazır bir potansiyel kazandıracak. Bu yüzden otel, esnaf, yerel yönetim, yani herkesin memnun bir turist kitlesi oluşturmak için çok özenli ve dikkatli olması çok önemlidir.



Bozkurt Atabek / Sofitel Istanbul Taksim / Genel Müdür

Sofitel Istanbul Taksim, tarihi Maksim Gazinosu'nun yer aldığı binanın, kapsamlı ve titiz bir renovasyon sürecinin ardından, zarif bir dekorasyonla yeniden hayat bulmuş halidir ve 2019 yılının sonunda Accor'un global lüks markası olarak misafirlerini ağırlamaya başlamıştır. Otelimiz, İstanbul'un kalbi olan Taksim Meydanı'nda yer almakta olup, ikonik meydanın yanı başındaki tek uluslararası zincir otel olma özelliğine sahiptir. Konumu ve prestijli marka kimliği sayesinde ağırlıklı olarak Avrupalı misafirlere hitap etse de açılışımızdan bu yana 180'den fazla farklı ülkeden misafiri ağırlamanın mutluluğunu yaşadık. 2024 yılının bir değerlendirmesini yapacak olursak, geçtiğimiz yıl her sektörde olduğu gibi, bizim için de zorlayıcı oldu. Ancak Sofitel Istanbul Taksim olarak 2024 yılında rakiplerimize oranla daha az zorlandığımızı söyleyebilirim. Doğru stratejiler ile hem satış grafiğimizi yükselttik hem de maliyet

2024 yılında coğrafyamızda yaşanan tüm olumsuz politik süreçlere bir de ülkede yaşanan enflasyon ve pahalılık eklenince maalesef Türkiye ve İstanbul turistik ziyaretçilerin öncelikli destinasyonu olmaktan uzaklaşmaya başladı

kontrolüne büyük önem verdik. Zorlukları öngörerek erken hareket etmiş olmamız, hedeflerimize daha fazla yaklaşmamızı sağladı. İstanbul turizmini büyük oranda etkileyen, İsrail ve Filistin gündemi oldu. 2023 Ekim ayında başlayan savaş nedeniyle bu pazardan gelen talepler hemen hemen sıfıra indi. Otelimizde ve Taksim bölgesinde ciddi bir konaklama potansiyeli olan bu iki ülkeye dolaylı olarak Ürdün ve Lübnan'ın da eklenmesi bizleri olumsuz etkiledi. Bunun yanı sıra İsrail & İran arasında yaşanan gerginlik, yılın son aylarında Suriye'de olan olaylar ve yönetim değişikliği hemen sınırlarımızda gerçekleştiği için, İstanbul'a yönelik taleplerin alternatif destinasyonlara yönelmesine neden oldu. Bu politik süreçlere bir de ülkede yaşanan enflasyon ve pahalılık eklenince maalesef Türkiye ve İstanbul turistik ziyaretçilerin öncelikli destinasyonu olmaktan uzaklaşmaya başladı. 2025 yılının daha verimli olabilmesi adına hem ekonomik hem de politik anlamda stabil bir sürece geçiş yapmamız, hepimiz için daha olumlu sonuçlar doğuracaktır.

2025 yılı için hedefimizi büyüme olarak belirledik ve şimdiden ilk yarı için stratejilerimize uygun aksiyonlar ile yol almaya başladık. 2025 yılının turizm sektörü adına güzel bir yıl olacağını sinyallerini almaya başladık. Türkiye olarak hedeflerimizi her zaman büyütüyoruz ve geliştiriyoruz. Ekonomik ve politik stabilizasyon sektör beklentilerinin karşılanmasına imkan sağlayacaktır diye düşünüyorum. Makro ölçekte global seyahat trendlerinin de bu sene bizim lehimize çalışacağını umuyoruz. Sofitel Istanbul Taksim olarak biz de 2025 yılı hedeflerimizi 2023 ve 2024 yılı verilerini göz önünde bulundurarak belirliyoruz. 2025 yılı için de hedefimizi büyüme olarak belirledik ve şimdiden ilk yarı için stratejilerimize uygun aksiyonlar ile yol almaya başladık. Pazar çeşitliliğini arttırarak krizler karşısında daha dayanıklı bir yapıya sahip olmak ve kaliteden ödün vermeden maliyet kontrolünü önlemek yoluyla bu sene yine hedeflerimize ulaşacağımıza inancımız tam diyebilirim.



Doğaç Çor / The Westin İstanbul
Nişantaşı/ Genel Müdür Yardımcısı

The Westin İstanbul Nişantaşı olarak, Marriott International bünyesinde, Türkiye'deki ilk ve tek Westin oteli sıfatıyla, marka vaadini kapsayıcı şekilde ele alarak, iyi yaşam felsefesini temsil ediyoruz. "Well-being" yani iyi olma konseptimizi, otelimizin tüm alanlarına yansıtarak, misafirlerimizin hem zihinsel hem de fiziksel olarak yenilenmelerine odaklanıyoruz. Bu doğrultuda, misafirlerimize Westin Heavenly® Bed ile eşsiz bir uyku deneyimi, RunWESTIN programı ile sağlıklı bir yaşam tarzını destekleyen koşu etkinlikleri ve çeşitli mindfulness aktiviteleri sunmaya devam ediyoruz. Amacımız, misafirlerimizin seyahatleri boyunca kendilerini iyi hissetmelerini ve zinde kalmalarını sağlayarak, onları otelimize geldikleri andan çok daha 'iyi' şekilde uğurlamak. Tarihi ve kültürel açıdan zengin bir şehir olan İstanbul'un merkezinde modanın, sanatın ve tarihi dokunun bulunduğu Nişantaşı'nda ayrıcalıklı bir konuma sahip olmamızın avantajı ile otelimiz, misafirlerimizin konforunu ve iyilik halini önceliklendiren yenilikçi bir konaklama deneyimi sunuyor. Misafir profilimiz oldukça heterojen olarak değerlendirilebilecek çeşitlilikte. İş seyahatinde olan profesyonellerden, şehri keşfetmek isteyen ve özel bir konaklama deneyimi arayan gezginlere kadar geniş bir yelpazede misafir ağırlıyoruz. Şehrin canlı atmosferini deneyimlemek isteyen yerli ve yabancı misafirlerin yanı sıra, iyi yaşam odaklı konaklama arayan ve ayrıcalıklı bir deneyim yaşamak isteyen misafirler de otelimizi tercih ediyor. 2024 yılının genel bir değerlendirmesini yapacak olursak, sektör ve rekabet setleri ortalamasının oldukça üzerinde bir performans sergileyerek, başarılı bir yıl geçirdiğimizi söyleyebiliriz. Doğru fiyatlandırma stratejilerinin yanı sıra, ön çalışma ve hazırlık prensibimiz, yurt içi ve yurt dışına yönelik etkili satış ve pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra çeşitli faktörlere karşın geliştirdiğimiz manevra kabiliyetimiz sayesinde bu başarıyı yakaladık. Dijital dünyayı sürekli takip ederek, yenilikleri hızla adapte etmemiz, bu süreçte önemli bir rol oynadı. İçinde bulunduğumuz bu zorlu rekabet ortamında, her bir misafirimizi en iyi şekilde ağırlamanın ne kadar önemli olduğunun bilincindeyiz ve

Uluslararası arenada turist sayısında elde ettiğimiz dikkat çekici başarıya rağmen, artan rekabet, altyapı yetersizlikleri, sürdürülebilirlik endişeleri, piyasadaki öngörülemezlikler ve sezonluk dalgalanmalar gibi birçok zorluk sektörün önünde durmaya devam ediyor

bu nedenle işimizi büyük bir hassasiyet ve titizlikle yürütüyoruz. Odağımızı sürekli olarak misafir memnuniyetinde tutarak, misafir portföyümüzü sürekli genişletmeye çalışıyoruz. Maliyet optimizasyonuna odaklanarak, giderlerimizi kontrol altında tutmaya devam ediyoruz. Belirlediğimiz finansal hedeflere ulaşmak için çabalarımızı sürdürerek olumlu bir performans sergilediğimizi söyleyebiliriz. Tüm bu süreç boyunca, misafir memnuniyetini yüksek seviyede tutmayı ve işletmemizin sürdürülebilirliğini korumayı başardık. Marriott zincirinden aldığımız güç ve Westin'inin global bilinirliği, bu zorlu koşullarda bize yol gösteriyor ve motivasyonumuzu artırıyor. Tüm bunlara ilave olarak en büyük gücümüz olan çalışma arkadaşlarımızın eşsiz performans ve katkıları, bu başarıda oldukça değerli bir rol oynadı. Yatırımcılarımızın güveni ve desteği tüm ekibimiz için kıymetli. Tüm bu bileşenlerin ekseninde yeni sene için oldukça heyecanlı ve hazır durumdayız.

2025 yılında küresel trendleri yakından izleyerek doğru adımları atan Türkiye, uluslararası arenada hedeflerine ulaşma potansiyelini artırabilir. 2025 yılında işletme olarak dijital dönüşümü hızlandırmayı, çevreye duyarlı turizm uygulamalarını yaygınlaştırmayı ve misafirlerimize deneyim odaklı hizmetler sunmayı, pazar payımızı genişletmeyi, çalışan memnuniyetini artırmayı ve finansal performansımızı güçlendirmeyi hedefliyoruz

2024 yılı, dünya turizm sektöründe toparlanma ve büyüme trendinin devam ettiği bir yıl oldu. Özellikle teknoloji odaklı seyahat çözümleri, sürdürülebilirlik bilinci ve deneyimsel turizm anlayışının yükselişe geçtiği bu dönemde, seyahat tercihleri de kişiselleştirilmiş hizmetler ve yerel deneyimlere odaklanarak, daha çeşitli ve özgün bir hale geldi. Bu dinamik ortamda, İstanbul, 2024 yılında dünyanın yurt dışından en çok ziyaretçi alan 10 turizm şehri arasında 2. sıraya yükselerek önemli bir başarıya imza attı. Bir önceki yıla göre yüzde 14'lük bir artışla, şehrimizin uluslararası çekim gücünün ne denli yüksek olduğunu bir kez daha kanıtladı. Ancak bu başarı, tek başına yeterli değil. Artan rekabet, altyapı yetersizlikleri, sürdürülebilirlik endişeleri, piyasadaki öngörülemezlikler ve sezonluk dalgalanmalar gibi birçok zorluk sektörün önünde durmaya devam ediyor. Uluslararası

arenada turist sayısında elde ettiğimiz bu dikkat çekici başarıya rağmen, turizm sektörümüzün potansiyelini tam olarak açığa çıkarması için hep beraber daha çok çalışmamız gerekiyor. Nitekim, doğa ve çevrenin korunmasından, sunulan iş imkanlarının kalitesine, kalıcı ve sürdürülebilir turizm politikalarından güvenilir sağlık ve güvenlik sistemlerine kadar pek çok alanda daha fazla gelişim göstermemiz gerektiğini, dünyanın en cazip turizm destinasyonları listesinde 19. sırada yer almamız da gözler önüne seriyor. Tüm bu zorluklara rağmen, Türkiye dünya turizmde çok önemli bir oyuncu ve misafirperverliğiyle her zaman öne çıktığını söyleyebilirim. Önümüzdeki dönemde, sürdürülebilir bir turizm anlayışını benimseyerek, bu potansiyeli daha iyi değerlendirmek için önemli fırsatlarımız var. Ekonomik istikrarı sağlamak, turizm ürünlerini çeşitlendirmek, altyapıya yatırım yapmak, etkili pazarlama stratejileri uygulamak, sürdürülebilir turizm anlayışını yaygınlaştırmak ve hizmet kalitesini en üst düzeye çıkarmak bu fırsatları değerlendirmemiz için atacağımız kritik adımlar. Türkiye'nin turizm potansiyeli olağanüstü. Doğru stratejilerle, bu sektörde çok daha büyük başarılarımıza imza atacağımıza inanıyorum. 2025 yılında turizm sektöründe teknoloji entegrasyonunun daha da atacağına, sürdürülebilirlik odaklı stratejilerin öncelikli hale geleceğini ve seyahat deneyimlerinde özgünlük arayışının artacağını öngörüyoruz. Kişiyi özel hizmetler, esnek planlama olanakları ve sağlık turizmine yönelik talepler, sektöre yön veren temel unsurlar arasında olacak. Türkiye ise, benzersiz turizm kaynakları ve misafirperverlik kültürü ile büyük bir avantaja sahip. Bu avantajı etkin bir şekilde kullanmak için ekonomik istikrar, çevresel sürdürülebilirlik, yenilikçi pazarlama yöntemleri ve hizmet kalitesinde süreklilik sağlanmasını önemli görüyorum. Küresel trendleri yakından izleyerek doğru adımları atan Türkiye, uluslararası arenada hedeflerine ulaşma potansiyelini artırabilir. 2025 yılında işletme olarak dijital dönüşümü hızlandırmayı, çevreye duyarlı turizm uygulamalarını yaygınlaştırmayı ve misafirlerimize deneyim odaklı hizmetler sunmayı hedefliyoruz. Bunun yanı sıra pazar payımızı genişletmek, farklı coğrafyalara açılmak, çalışan memnuniyetini artırmak ve finansal performansımızı güçlendirmek önceliklerimiz arasında. Misafir odaklı bir yaklaşımla, sektördeki lider konumumuzu pekiştirmek en büyük hedefimiz.

Antalya Golf Kulübü ve SunExpress Golf Club'tan golf severlere özel iş birliği



PGA National onaylı sahaları ile Antalya Golf Kulübü, misafirlerine sunduğu ayrıcalıklı iş birlikleri ile golf deneyimini her zaman bir adım öteye taşıyor. Kulüp, SunExpress Golf Club ile gerçekleştirdiği iş birliği sayesinde golf severlere hem seyahatlerinde hem de golf

sahalarında birçok avantaj sunuyor. SunExpress Golf Club, Türkiye'nin en prestijli golf destinasyonlarından biri olan Antalya-Belek'te, çeşitli golf kulüpleri, oteller ve seyahat acenteleri ile ortaklıklar kurarak üyelerine özel ayrıcalıklar sağlamaktadır. Bu anlaşma ile Antalya Golf Kulübü misafirleri, SunExpress Golf Club Programı kapsamında ücretsiz golf ekipmanı taşıma, öncelikli check-in ve bagaj teslimi gibi seyahat avantajlarının yanı sıra golf sahalarında özel indirimler ve öncelikli rezervasyon hakkı elde ediyor. Antalya Golf Kulübü, golf severlerine sunduğu tutku, misafirperverlik ve hizmet kalitesi ile her zaman adından söz ettiriyor. Birçok uluslararası turnuvaya ev sahipliği yapan kulüp, Türkiye'deki tek PGA onaylı sahalarına sahip: The PGA Sultan ve The Pasha Course. Bu sahalar, golf tutkunlarına unutulmaz bir deneyim yaşatmak için özenle tasarlanmış olup, kulübün misafirlerine yüksek standartlarda golf hizmetleri sunarken yaptığı iş birlikleri ile de misafirlerin deneyimlerini unutulmaz kılıyor.

Park Inn by Radisson İzmir, Gamze Canseven'in yeni mutfak şefi olarak atandığını duyurdu

Gamze Canseven, 14 yıllık kariyerine henüz öğrencyken İzmir'in önde gelen 5 yıldızlı otellerinde farklı pozisyonlarda görev alarak başladı. 2012 yılında Hilton İzmir'de aşçı olarak başlayan profesyonel yolculuğu, Swissotel Büyük Efes İzmir, Park Inn by Radisson İzmir ve Wyndham Grand İzmir'de demi şef, aşçı yardımcısı ve mutfak bölüm şefi olarak devam etti. Ardından Arkas Holding'de özel şef olarak edindiği değerli deneyimlerle mesleki vizyonunu daha da geliştirdi. Şimdi, kariyerindeki bu birikim ve yenilikçi bakış açısıyla Park Inn by Radisson İzmir'in Mutfak Şefi olarak görev alacak. Park Inn by Radisson İzmir'in yeni Mutfak Şefi Gamze Canseven, duygularını şu sözlerle paylaştı: "Park Inn by Radisson İzmir'deki mutfak şefliği görevim, kariyerime yeni bir yön çizmem için eşsiz bir fırsat sundu ve bu yeni başlangıç bana büyük bir heyecan katıyor. Mutfaktaki birikimlerimi ve yenilikçi dokunuşları ekibimizle birleştirerek, misafirlerimizin hafızalarına kazınacak lezzetler yaratmak için sabırsızlanıyorum. Konuklarımızın deneyimlerini daha da unutulmaz kılmak ve Park Inn by Radisson İzmir'de her anlarını keyif dolu bir serüvene dönüştürmek için çalışmak benim için tarifsiz bir mutluluk." Gamze Canseven, yeni rolünde sadece mutfağın organizasyon ve kontrolünü sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda ekibini yönlendirerek mutfak ekosisteminde yenilikçi adımlar atılmasına öncülük edecek. Menü tasarımı yaratıcılığa ve misafir beklentilerini aşmaya odaklanırken, İzmir'in zengin gastronomik mirasını da mutfaklarına yansıtmayı hedefleyecek. Misafir memnuniyetini daha da artırmak ve Park Inn by Radisson İzmir'in gastronomi alanındaki iddiasını bir adım öteye taşımak için mutfak ekibine ilham veren bir liderlik sergileyecek.



Ela Excellence Resort Belek'te atamalar



İsim değişikliğine uzanan kapsamlı bir dönüşümle, uluslararası standartlarda ve FeelWell konseptiyle hizmet veren Ela Excellence Resort Belek'te Genel Müdür Yardımcılığı pozisyonuna Enver Çamlı getirildi. 2018 yılında Ela Excellence Resort Belek bünyesinde Yiyecek – İçecek Müdürü olarak görevine başlayan Enver Çamlı, 2023 yılında Yiyecek – İçecek Direktörü görevini üstlendi. Akdeniz Üniversitesi, Turizm Otelcilik ve İşletme mezunu olan Enver Çamlı, 30 yıllık turizm tecrübesi ve Türkiye'nin önde gelen turizm tesislerinde üstlendiği önemli görevlerle anılıyor. Çamlı ayrıca Koç Üniversitesi'nde 'Turquality Yönetici Geliştirme Programı MBA' programını da başarıyla tamamladı. Ela Excellence Resort Belek'in Satış Direktör Yardımcılığı pozisyonuna ise Mustafa Lafçı atandı. 2018 yılında E-Ticaret Satış Müdürü olarak Ela Excellence Resort Belek bünyesinde görevine başlayan Mustafa Lafçı, 15 yıldan uzun bir süredir turizm sektöründe hizmet veriyor. İsim değişikliğine uzanan kapsamlı bir dönüşümle, uluslararası standartlarda ve FeelWell konseptiyle hizmet veren Ela Excellence Resort Belek'te Satış Direktör Yardımcılığı pozisyonuna Mustafa Lafçı getirildi. 2018 yılında Ela Excellence Resort Belek bünyesinde E-Ticaret Satış Müdürü olarak görevine başlayan Mustafa Lafçı, 2021 yılında Avrupa ve İngiltere Satış Müdürlüğü pozisyonunu üstlendi. Lisans derecesini Çukurova Üniversitesi, Almanca ve İngilizce Öğretmenliği alanında alan Mustafa Lafçı, Akdeniz Üniversitesi, Otel Yönetimi alanında da yüksek lisansını başarıyla tamamlamıştır.

Hilton İstanbul Maslak'ın yeni otel müdürü Vuslat Dağlı oldu

2018 yılından bu yana İstanbul'un önde gelen iş ve seyahat otellerinden biri olan Hilton İstanbul Maslak, üst düzey yönetici kadrosunu güçlendirmeye devam ediyor. Lüks otelcilik sektöründe 20 yıllık tecrübesiyle tanınan Vuslat Dağlı, Hilton İstanbul Maslak'ın Otel Müdürü olarak görevine başladı. Turizm alanındaki akademik kariyerine Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde başlayan Vuslat Dağlı, eğitimini Universidad de Sevilla'da tamamladı. Profesyonel kariyerine Hilton markasında adım atan Dağlı, burada geçirdiği 11 yıl boyunca satış ve pazarlama alanlarında önemli projelere imza attı. Hilton'daki başarılı kariyerinin ardından, Marriott International Türkiye'de Ulusal Satış Direktörü olarak görev yapan Dağlı, Türkiye genelinde 46 otel ile ilgilendi. Bu süreçte eş zamanlı olarak The Ritz-Carlton İstanbul bünyesinde 1 yıllık Genel Müdürlük Eğitim Programı'nı tamamlayarak yönetim yetkinliklerini daha da pekiştirdi. Son olarak Sheraton Grand Adana'da Genel Müdür Vekili olarak görev yapan Vuslat Dağlı'nın bu önemli pozisyona atanması, Hilton İstanbul Maslak'ın kadın liderlere verdiği önemin ve fırsat eşitliği yaklaşımının bir göstergesi. Hilton İstanbul Maslak, misafir memnuniyetini en üst seviyede tutmayı hedefleyen yaklaşımı ve güçlü lider kadrosuyla, İstanbul'daki konumunu daha da güçlendiriyor.



icibot

OPERASYONEL MÜKEMMELİYETİ iciStaff İLE YAKALAYIN

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

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



Görev Yönetimi

Planlı Bakım

Kontrol Listeleri

Ölçümler

Yönetim Raporlama



iciStaff ile

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

www.icibot.com

Ethem Zağıkyan / Continent Worldwide Hotels / Yönetim Kurulu Başkanı “Gençlerimiz ‘Ev Genci’ olarak kayboluyor”

Son yıllarda tüm dünyada gözlemlenen çarpıcı bir gerçek, Türkiye’de de önemli bir sosyal ve ekonomik soruna dönüşmüş durumda. Ne öğrenim gören ne de bir işte çalışan 15-29 yaş aralığındaki genç bireyler, “ev genci” (“NEET: Not in Education, Employment, or Training”) olarak adlandırılıyor. Yapılan araştırmalara göre bugün Türkiye’de yaklaşık 4 milyon genç bu kategoriye giriyor. Şu an dört duvar arasında yaşayan bu nesil, bireysel hayallerini ertelemiş, üretkenlikten uzaklaşmış durumda. Özellikle ülkemizde bu gençlerin %90’ı ailesine ekonomik olarak bağımlı yaşıyor ve gündelik hayatlarını en az çabayla sürdürmeye çalışıyor. Ancak bu durum sadece bir bireysel sorun değil, toplumsal bir alarmın çan sesleri olarak karşımızda duruyor. Bu gençler neden bu yolu seçti? Bu konu ile ilgili bizler ne yapıyoruz? Gözlerimizi kapatarak ve sadece “Turizm’in kanayan yarası, personel sorunu...” gibi başlıklarla yazılar yazarak asıl sorunu göz ardı ederek daha ne kadar devam edebiliriz? Ev genci kavramı, sadece bir turizm sorunu değil. Gelecek nesillerin ekonomik bağımsızlığı ve üretkenliği için büyük bir tehlikeyi işaret ediyor.

Gençler neden bu yolu seçiyor?

Ev genci olarak adlandırılan gençlerin bu yolu seçmelerinin birçok nedeni bulunuyor. Sosyal medya ve dijital oyunlar gibi dikkat çekici aktiviteler, gençlerin zamanının büyük bir kısmını tüketiyor. Özellikle sanal ortamda kurulan bağlantılar, gerçek hayatın zorluklarından kaçış yolu olarak görülüyor. Kimi gençler, “kolay yoldan zengin olma” hayalleriyle sanal platformlara yönelirken, kimi de herhangi bir kariyer hedefi oluşturmadan pasif bir hayat yaşamaya razı oluyor. Ailelerin aşırı korumacı tavrı, gençlerin sorumluluk alma yetisini zayıflatıyor. Özellikle

ekonomik destek sağlarken gençlerin hayatı boyunca kendilerine bir hedef belirlemelerini engelleyen yaklaşımlar, uzun vadede zararlı oluyor. Evde kalan gençlerin büyük bir kısmı, günlerini dizi izlemek, oyun oynamak veya sosyal medyada vakit geçirmekle dolduruyor. Bu pasif yaşam tarzı, ileride bağımsız bir hayat sürmeyi daha da zor hale getiriyor. Ailelerin burada dengeleyici bir rol üstlenmesi gerekiyor. Aileler, gençlere destek olurken aynı zamanda onlara bir sorumluluk bilinci kazandırmalı. Bu hayatın bir parçası olmaları gerektiğini çocuklarına empoze etmeli. Fazlasıyla korumacı bir tavır benimsemek, gençlerin cesaretini kırar ve yeniliklere açık olma becerilerini zayıflatır. Bunun yerine, bireysel kararlar almalarına olanak tanınmalı ve yanlışlarından ders çıkarmaları desteklenmelidir.

Turizm ve otelcilikte derin yansımalar

Daha önce de zaman zaman makalelerimde de dile getirdiğim gibi, bu sorun turizm ve otelcilik sektörü için de önemli bir tehdit oluşturuyor. Turizm sektörü, genç ve dinamik insan kaynağına dayanır. Otelcilerimizin çalışan profiline baktığımızda, gençlerin enerjisinin, hızının ve yenilikçi fikirlerinin sektörümüzü ileriye taşıdığını görebilirsiniz. Ancak bugün ne yazık ki bu gençlerimizi kazanamıyoruz. Onlara sadece çalışan olarak bakmak yerine, yeteneklerini keşfedecek ve profesyonel bir geleceğe yönlendirecek kılavuzlar olmamız gerekiyor. Gençlerimizi, bireysel sorumluluklarından koparmadan, başarıları için destekleyici bir ortam sunmalıyız. Onların küçük başarılarını büyük hedeflere dönüştürebilecek bir özgürlük hissi yaratmalıyız. Aynı zamanda, gençlere daha fazla mesleki rehberlik ve staj imkânı sunulması gerekiyor. Turizm şirketleri ve



oteller, bu konuda liderlik rolü üstlenmeli ve gençlere umut aşılayan projelere imza atmalı.

Gençleri kazanmak için atılabilecek adımları şu şekilde sıralayabiliriz:

Mesleki eğitim ve staj programları: Evet var ama yeterli değil. Turizm sektörüne yönelik meslek liseler haricinde sertifikalı programlar yaygınlaştırılmalı. Ancak bu gençlere sadece sezonluk iş gücü olarak değil, bir kariyer ve gelir yükselteceği vad edilen bir sistem geliştirilmeli.

Gençlere yönelik teşvikler: İşverenlere, gençleri çalıştırma konusunda vergi indirimleri gibi teşvikler sağlanmalı.

Mentorluk ve kariyer destek programları: İş hayatında yeni olan gençler için deneyimli profesyoneller rehberlik etmeli ve hedeflerine ulaşmaları için destek olunmalı.

Yerel ve ulusal kampanyalar: Gençlerin potansiyellerine dikkat çeken, umut verici medya kampanyaları düzenlenmeli. Bu adımların sadece turizm sektörünü canlandırmakla kalmayıp toplumsal dayanışma ve ekonomik kalkınma için de kritik bir kazanç sağlayacaktır. Gençlerimizi evde kaybolmaktan kurtarmak, sadece bireysel bir sorumluluk değil, ulusal bir görevdir. Bu görevi hep birlikte yerine getirmeliyiz. Gençlerimizin potansiyellerini hayata geçirdiği bir gelecek, dört duvar arasında değil, hepimizin emeğiyle inşa edilmiş olacaktır.”

Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul, genel müdür olarak Selin Avşar İnanlı'nın atandığını duyurdu



Selin Avşar İnanlı, 22 yıllık kariyer hayatına 2002 yılında seyahat acentesinde satış danışmanı olarak başladı. Daha sonra 2004 yılında Crowne Plaza Hotel’de resepsiyonist olarak çalıştı. Accor çatısı altında yer alan Swissotel Büyük Efes İzmir’de önbüro departmanında çeşitli

görevler aldıktan sonra yöneticilik kariyerine 2012 yılında Orty Hotel Airport, İzmir’de Genel Müdür olarak devam etti. Otelcilik sektöründe satış ve pazarlama direktörü, genel müdür yardımcılığı, genel müdür ve turizm yatırımları direktörü pozisyonlarında görev alan İnanlı, önemli deneyimlere sahip bir yönetici. Daha önce Ramada Hotel & Suites by Wyndham İzmir ve Doubletree by Hilton Manisa gibi uluslararası otellerde genel müdür ve turizm yatırımları direktörü, görevini üstlenen İnanlı, son olarak Ramada Hotel &

Suites by Wyndham İzmir ve Doubletree by Hilton Manisa otellerinde Cluster Genel Müdür olarak görev yaptı. Selin Avşar İnanlı Eylül ayından itibaren Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul’da Genel Müdür olarak görev yapıyor. Selin Avşar İnanlı, yeni görevinde operasyonlara liderlik edecek, sürdürülebilir büyüme girişimlerini yönlendirecek ve stratejik kararları denetleyecek. Yeni sorumluluk alanında başarılı sonuçlar vermeye devam etmek için ekiplere liderlik edecek. Radisson Blu Bosphorus Hotel, İstanbul Genel Müdürü Selin Avşar İnanlı, “Radisson Otel Grubu’ndaki yeni görevimle kariyerime devam etmek beni son derece heyecanlandırdı. Deneyimlerimden faydalanarak ve özverili ekiplerimizle birlikte çalışmaktan dolayı heyecanlıyım. Hizmetlerimizi, konuk deneyimlerini daha da geliştirmek ve Radisson Otel Grubu’nu büyütmek için çaba sarf edeceğimiz bu sürece dahil olmaktan dolayı büyük bir mutluluk duyuyorum” dedi

ART D'ARNOULD



Lüks dokunuş

Estetik tasarımlarıyla göz kamaştıran, teknoloji ve kaliteyi birleştiren Art d'Arnould anahtar-priz serisiyle mekanlarınıza lüks dokunuş ekleyin.

tedarikçiler



Tekstil sektörü alanında faaliyet gösteren firmalarımız gerek kendi fabrikalarında ürettikleri gerekse fason olarak üretimini gerçekleştirdikleri, uluslararası standartlara sahip ürünleriyle yurt içinde ve yurt dışında birçok projede başarıyla yer alıyorlar

Tekstil alanında birçok sektöre hizmet veren firmalar, turizm sektöründe oda tekstili (yatak tekstili, perde, halı, döşemelik vb.), banyo tekstili, SPA tekstili, restoran tekstili, tekstil tabanlı vinil duvar kaplaması, dış mekan tekstili, döşemelik kumaş üretimi gibi standart ürünlerin yanı sıra özel tasarımlarla da geniş yelpazede bir ürün skalası sunuyorlar. Tüm tasarımların, otelin kimliğini ve konseptini yansıtmak üzere kişiselleştirilebildiğini belirten sektör profesyonelleri, müşteri memnuniyetini ve sürdürülebilirliği öncelikli hedefleri arasında konumlandırıyorlar.

Türkiye'nin turizmdeki güçlü konumunun, bu sektördeki uzmanlıklarını sürekli geliştirmeleri için kendilerine ilham verdiğini ifade eden sektör temsilcileri, turizm sektörünün yalnızca bir iş kolu değil, aynı zamanda yenilikçi ürün ve hizmetlerini sergilediği bir vitrin niteliği taşıdığını açıklıyorlar. Cirolarının yüzde 90'lara varan oranlarda yer teşkil ettiği turizm sektörü için özel ürün gamı oluşturuyorlar. Üretimlerinde birinci vazgeçilmez kriterin, kalite olduğunu söyleyen sektör profesyonelleri;

- Turizm sektörüne yönelik ürünlerinde öncelikle konfor, dayanıklılık ve estetik gibi





- temel kriterlere odaklandıklarını,
- Ürünlerinin yıkama dayanıklılığı, uzun süreli kullanım performansı ve hijyenik özellikleri gibi etkenlerini titizlikle göz önünde bulundurdıklarını
 - Otel misafirlerinin konforunu artırmak için ergonomik tasarımlar ve yüksek kaliteli dolgu malzemeleri kullanmaya özen gösterdiklerini,
 - Otellerden gelen taleplerin, misafir memnuniyeti ve son moda trendler, yeni teknolojiler gibi faktörlerin önemli bir rol oynadığını,
 - Modern renk paletleri, minimalist desenler ve yenilikçi kumaşlar ile hem güncel trendleri yansıttıklarını hem de otellerin misafirleri için göz alıcı bir atmosfer yaratılmasına katkı sağladıklarını,
 - Her ürünlerinde sektörün dinamiklerini, otellerin taleplerini ve misafir memnuniyetini bir bütün olarak ele aldıklarını vurguluyorlar.

Tekstil firmaları otellere, alacakları ürünlerde özellikle güç tutuşurluk, ışık haslıkları, dayanıklılık, işlevsellik gibi özelliklere dikkat etmelerini önerirken, herhangi bir test kurumundan aldıkları ürünü test ettirmelerini ve profesyonel bir iş ortağıyla çalışmalarını tavsiye ediyorlar

Tekstil firmaları otellere ürün seçimlerinde dayanıklılığı önceliklendirmelerini, işlevselliği göz ardı etmemelerini, estetiği ve konsepti yansıtan ürünleri tercih etmelerini, kolay bakım ve temizlik kriterlerine dikkat etmelerini, misafir memnuniyetini ön planda tutmalarını, son olarak, profesyonel bir iş ortağıyla çalışmalarını tavsiye ediyorlar. İş ortamının tecrübesi ve rehberliğinin, doğru ürünleri seçmelerinde ve projelerini sorunsuz bir şekilde hayata geçirmelerinde büyük bir avantaj sağlayacağını açıklıyorlar. Özellikle, güç tutuşurluk, ışık haslıkları ve yıkama çekme değerlerinin, performans açısından çok önemli olduğuna dikkat çekerek, alım yaparken bu bağlamda şartname oluşturmalarını tavsiye

ediyorlar. Pandemi sonrası tercihlerin de değiştiğini söyleyen sektör temsilcileri, şu an üretilen ürün maliyetlerinin önemli olduğunu, üretim yapan bazı işletmelerin ürünlerin fiyatını düşürmek için, geri dönüşümlü polyester oranı yüksek ipliklerin olduğu ürünleri üretmeye hız verdiğini açıklıyorlar. Sadece alt toplama bakarak alım yapan işletmelerde ise sezonda kalite kaynaklı sorunlar nedeniyle 1 yerine 2 alım yapmak zorunda kalındığına dikkat çekiyorlar. İşletmelerin tekstil tekliflerinde istedikleri ürünleri gayet açık profesyonelce yazdıklarını ama çoğunluğunun aldıkları ürün ile istedikleri ürünü karşılaştırmadıklarını ifade ediyorlar. Bunun en uygun yönteminin herhangi bir test kurumundan aldıkları ürünü test ettirip, iplik kalitesini, ürünün mukavetini kontrol ettirmek olduğunu söylüyorlar. Ürünün testinin yapılmasının istedikleri ürünü alıp almamalarının kontrolünü sağlayacağı gibi aynı zamanda bir işletmeye teklif veren firmalar arasındaki fiyat farklarını en aza indireceğini ve haksız rekabeti de önleyeceğini belirtiyorlar.

Tekstil sektörünün yaşadığı sorunlara karşı firmalar, aldıkları aksiyonlarla 2024'ü geride bırakarak, genelde iyi bir yıl geçirirken, 2025'te koşulların iyileşmesi ve turizmde belirlenen hedeflerle verimli bir yıl bekliyorlar

Tekstil sektörünün yaşadığı sorunları, ana başlıklarıyla aktaran sektör temsilcileri, rekabetçi piyasa koşullarında doğru ürünlerin doğru mekanlara ve olabilir fiyatlamalarda alınmamasına, zamanlama olarak siparişlerde ve tedarik kısmında geç kalınmasına, kurun enflasyonun çok altında olmasının rekabet koşullarını zorlamasına, haksız rekabetin ve taklit ürünlerin piyasayı bozması sebebiyle işini düzgün yapmaya çalışan firmaların sektöre uğramasına, enerji, yüksek üretim maliyetlerine, hammadde temininde yaşanan zorluklara, iş gücü temini ve teknolojik yeniliklere ayak uydurma sorunlarına, tedarik zinciri sorunlarına, uluslararası rekabet ve dampinge vurgu yapıyorlar. Ayrıca pandemi sonrası iplik tedarik zinciri ve boyahanelerin kapanmasıyla termin sürelerinin uzadığını fakat otel sektöründe bunun dikkate alınmadığını, tekstilin son alım listelerine alındığını, bu sebeple stoklu olabilecek ürünleri otelcilere sunmaya çalıştıklarını ifade ediyorlar. Tüm bu sorunlara karşı aldıkları aksiyonlara dikkat çeken sektör duayenleri, hammadde temininde güvenilir tedarikçilerle uzun vadeli anlaşmalar yaparak, döviz kuru dalgalanmalarından en az etkilenmeye çalıştıklarını, yerli hammadde

kullanımını artırmak için alternatif kaynaklara yöneldiklerini açıklıyorlar. Üretim süreçlerinde enerji verimli teknolojilere öncelik vererek, maliyetlerini düşürürken çevre üzerindeki etkilerini azalttıklarını; geri dönüştürülebilir ürünler üretmeye özen gösterdiklerini, dijitalleşme ve otomatize üretim sistemlerine geçiş yaptıklarını, yüksek kalite, hızlı teslimat ve estetik tasarımla rekabet güçlerini arttırdıklarını, müşteri memnuniyetine dayalı uzun vadeli ilişkiler kurarak uluslararası pazarlarda güçlü bir yer edinmeye devam ettiklerini söylüyorlar. 2024 yılının ekonomik koşullar ve baskılanan döviz kuru, enerji ve hammadde maliyetlerindeki artışlar gibi pek çok olumsuzluk nedeniyle sektörü zorlayan bir yıl olduğunu ve zorlandıklarını ifade eden firmalar olduğu gibi, bu faktörlere karşı çeşitli aksiyonlar almak zorunda kaldıklarını ve böylece belirledikleri hedeflere ulaşabildiklerini belirten firmalarımız da mevcut. Turizm sektöründe renovasyon ve yeni inşaat projelerinin ertelendiğini belirten sektör profesyonelleri, 2025 yılı için de görüş ayrılıkları yaşıyorlar. 2025 yılında ilk altı ayın döviz baskısından dolayı aynı geçeceğini, ikinci altı ayda faizler indirilirse bir miktar düzelme olabileceğini savunan ve bu yılın da geçen yıla benzer geçeceğini savunan sektör temsilcileri olduğu gibi çok iyi bir yıl olacağını belirten firmalarımız da mevcut. 2025 yılı için hedeflerinin, otel tekstil ürünleri pazarındaki büyümeyi sürdürülebilir bir şekilde artırmak, yeni pazarlar keşfetmek ve mevcut müşteri kitlesine daha geniş bir ürün yelpazesi sunmak, çevre dostu ve sürdürülebilir üretim süreçlerine daha fazla odaklanmak, müşteri odaklı ürün geliştirmeye devam ederken, sektördeki son yenilikleri ve teknolojileri takip etmek olduğunu açıklıyorlar.





Yeşim Aslıkara / Odaline Tekstil A.Ş. /
Yönetim Kurulu Başkanı

Odaline Tekstil, Türkiye'nin önde gelen otel tekstili tedarikçilerinden biridir ve Yönetim Kurulu Başkanı Yeşim Aslıkara'nın 25 yılı aşkın bir süredir sektördeki tecrübesinin bir yansıması olarak faaliyet göstermektedir. Firmamız, oteller, hastaneler ve restoranlar için geniş bir yelpazede tekstil ürünleri sunuyor. Ürün portföyümüzde masa örtüleri, perde kumaşları, yatak tekstili, döşemelik kumaşlar ve dijital baskılı ürünler yer almaktadır. Özellikle dayanıklılık, uzun ömür ve sık kullanım koşullarına uygunluk ön planda tutulmaktadır. Turizm sektörü için tasarlanan tekstil ürünlerinde, modern tasarımlar ve renk seçenekleriyle hizmet sunan Odaline, aynı zamanda yangın geciktirici ve leke tutmayan kumaşlar üretmektedir. Firmamız, uluslararası kalite standartlarına uygun ürünler geliştirme konusundaki uzmanlığıyla dikkat çekerken, sürdürülebilir ve yenilikçi üretim politikaları ile sektörde fark yaratmaktadır. Türkiye'de turizm sektörü, son yıllarda hem iç hem de dış turizmin yükselen bir ivme kazanmasıyla birlikte ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Turizm sektörü, Odaline Tekstil gibi tekstil firmaları için de geniş fırsatlar sunar. Bu sektör, özellikle oteller, tatil köyleri ve restoranlar gibi işletmelerin yüksek kaliteli, dayanıklı ve estetik tekstil ürünlerine olan talebini artırmaktadır. Odaline için turizm sektörünün önemini belirtecek olursak; sektördeki işletmelerin artışıyla paralel bir şekilde tekstil ihtiyacı artırmaktadır ki bu durum firmamızın müşteri portföyünü genişletmesine olanak tanımaktadır. Turizm sektörü, kullanıcı dostu, dayanıklı ve estetik tekstil ürünleri gerektirir. Odaline olarak, yangın geciktirici ve leke tutmayan kumaşlarımızla bu gereklilikleri karşılıyor ve sektördeki konumumuzu güçlendiriyoruz. Türkiye, uluslararası turizmde önemli bir destinasyon haline geldikçe, global otel zincirlerinin dikkatini çekiyor. Bu da Odaline gibi yerel üreticilere uluslararası pazarlarla çalışmak için fırsatlar sunuyor. Sonuç olarak,

Turizm sektörü için tasarlanan tekstil ürünlerinde, modern tasarımlar ve renk seçenekleriyle hizmet sunan Odaline, aynı zamanda yangın geciktirici ve leke tutmayan kumaşlar üretmektedir

turizm sektöründeki büyüme, Odaline'nin inovatif ve kaliteli tekstil çözümleriyle hem yerel hem de uluslararası arenada daha güçlü bir varlık sergilemesine olanak tanıyor.

Firmamız, 2025 ve sonrasına yönelik olarak daha güçlü bir ihracat stratejisi ve yeni ürün geliştirme hedefleriyle yoluna devam etmektedir. 2025 yılı hem turizm sektörü hem de Odaline Tekstil gibi sektörlere ilişkin firmalar için fırsatlarla dolu bir dönem olma potansiyeli taşımaktadır

Yeni otel ve renovasyon yatırımlarının artışı, Odaline Tekstil gibi firmalar için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu artan talebe cevap verebilmek adına uygulanabilecek ilk stratejimiz; artan talepleri karşılayabilmek için üretim kapasitesini artırmaktır ki bu mevcut tesislerin genişletilmesi ya da yeni üretim hatlarının devreye alınmasıyla mümkün olabilir. Otel renovasyon projelerinin genellikle sıkı zaman çizelgelerine sahip olması nedeniyle, hızlı teslimat ve esnek tedarik zinciri büyük önem taşır. Bu bağlamda firmamız lojistik altyapısını güçlendirebilir ve daha kısa teslimat süreleri sunarak müşteri memnuniyetini artırabilir. Günümüz otel yatırımları, çevre dostu ve sürdürülebilir ürünlere yönelik artan bir eğilim göstermektedir. Odaline olarak, yangın geciktirici, leke tutmayan ve geri dönüştürülebilir tekstil ürünleri gibi yenilikçi ürünlerimizi geliştirerek bu trende uyum sağlayabiliriz. Müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilmek için dijital platformlardan faydalanarak özelleştirilmiş ürün çözümleri sunabiliriz. Örneğin, dijital baskılı kumaşlar ve otellere özel desen tasarımları sunmak bu konuda önemli bir avantaj sağlayabilir. Yeni otel projelerinin özellikle turistik bölgelerde yoğunlaşması nedeniyle yurt dışı pazarlara odaklanmak stratejik bir hamle olabilir. Odaline, uluslararası fuarlara katılarak ve global zincir otellerle iş birliği yaparak bu büyüyen pazarın bir parçası olabilir. Bu stratejilerimizle, artan taleplere etkin bir şekilde yanıt verebilir ve firmamızın sektördeki rekabet gücünü artırmasını sağlayabiliriz. 2024 yılı hem turizm sektörü hem de Odaline Tekstil gibi otel tekstili tedarikçileri açısından, belirli fırsatlar ve zorluklarla karşılaşılan bir yıl oldu. Türkiye'nin turizm sektörü, pandemi sonrası toparlanma sürecini sürdürmüş ve yeni otel projeleriyle renovasyon yatırımları artış göstermiştir. Bu durum, tekstil sektörüne

de ek fırsatlar yaratmıştır. 2024 yılında, Avrupa ve ABD gibi büyük pazarlardaki ekonomik daralmalar tekstil sektörünü etkiledi. Odaline gibi firmalar, bu kayıpları telafi etmek için Orta Doğu, Körfez ülkeleri ve Asya pazarlarına yönelmiştir. Artan enerji maliyetleri ve hammadde fiyatları, üretim maliyetlerini yükseltmiştir. Bu zorluğa karşı firmamız, üretim süreçlerini optimize ederek ve daha fazla katma değerli ürünlere yönelerek rekabetçiliğini artırmayı başarmıştır. Lojistik alanındaki sıkıntılar, teslimat sürelerini etkileyebilmiştir. Bu durumu yönetmek için, Odaline tedarik zincirini daha esnek ve hızlı bir yapıya dönüştürmüştür. Firmamız, artan otel ve turizm sektöründeki talebi karşılamak için stratejik adımlar atarak; ihracat yaptığı bölgelerde pazar payını artırmıştır. Yangın geciktirici ve sürdürülebilir tekstil ürünleri gibi yenilikçi çözümler sunmuştur. Otel zincirleri ve renovasyon projeleriyle daha fazla iş birliği gerçekleştirmiştir. 2024 yılı genelinde belirlenen hedeflerin büyük bir kısmına ulaşıldığı, ancak küresel ekonomik koşullar nedeniyle bazı zorlukların devam ettiği söylenebilir. Firmamız, 2025 ve sonrasına yönelik olarak daha güçlü bir ihracat stratejisi ve yeni ürün geliştirme hedefleriyle yoluna devam etmektedir. 2025 yılı hem turizm sektörü hem de Odaline Tekstil gibi sektörlere ilişkin firmalar için fırsatlarla dolu bir dönem olma potansiyeli taşımaktadır. Bu yıl için hedeflerimiz, özellikle Avrupa, Orta Doğu ve Körfez ülkelerine yönelik ihracatı artırmaktır. Ayrıca, yeni pazar arayışları (örneğin Latin Amerika ve Asya-Pasifik bölgeleri) da gündemimizdedir. Yangın geciktirici, leke tutmayan ve geri dönüştürülebilir kumaşlar gibi ürünlerle farklılaşmaya devam edilmesi firmamızın ana hedeflerindedir. Daha hızlı üretim ve teslimat için üretim süreçlerinde dijitalleşme ve otomasyon yatırımları yapma planlarımız vardır. 2025 yılında artan otel ve renovasyon projelerine yönelik taleplerin karşılanması için üretim kapasitesinin genişletilmesi kritik olacaktır. Küresel otel zincirleriyle yeni iş birlikleri ve anlaşmaların yapılması beklenmektedir. 2025 yılı, turizm sektöründeki büyüme eğilimleri ve sürdürülebilirlik odaklı stratejilerle, Odaline Tekstil'in hem yerel hem de uluslararası pazarda daha güçlü bir konuma ulaşması için bir fırsat yılı olabilir. Firmamız, 2024'te elde edilen deneyimlerden yola çıkarak daha etkili stratejiler geliştirme hedefindedir.

Teknolojiye Check-In

Tasarım teknolojisi ve yenilik, Neflock ile Bluetooth teknolojisi yeni nesil yüksek performanslı bir elektronik kilit sağlamak için birleşiyor.

Neflock Bluetooth Serisi Elektronik Kilit Sistemleri, yenilikçi bir erişim kontrol teknolojisine sahiptir ve otelleri benzeri görülmemiş düzeyde güvenlik ve kontrol uygulamalarına olanak tanır.



İnovasyon

Minimalist ve özelleştirilebilir tasarım, aynı zamanda APP üzerinden yönetim.

Sınırsız Denetim

Açılış kayıtlarını, açılış denemelerini, yapılan tüm işlemleri bilgisayarınızdan ya da cep telefonunuzdan kontrol edin.

Bluetooth

Artık RFID karta gerek yok, misafirinize giriş şifresini gönderin ve cep telefonundan oda kapısını açmasını sağlayın.

Online

Açılış kayıtlarından oda kilidinin pil durumuna kadar tüm bilgileri anlık görüntüleyin.

Kontrol

Elektronik Kilidi ve Oda Çelik Kasasını tek bir merkezden kontrol edin.



İlyas Akca / Azil Otel Ürünleri /
Kurucu Ortak

Uluslararası bir otel zincirinde uzun yıllar satın alma direktörlüğü yaptıktan sonra 2023 yılının haziran ayında İstanbul'da 'Azil Otel Ürünleri' isimli firmamızı kurdum. Üretimimiz, Denizli'de bulunan partner fabrikamızda olup, otel, yurt, hastane ve SPA'larda bulunan havlu grubu, çarşaf grubu, yorgan, yastık, alez ve peştamal gibi ürün gruplarının tedarikçisi yapmaktayız. Turizm sektörü firmamızın yıllık cirosunun yaklaşık yüzde 70'ine tekabül etmektedir.

Maksimum Contracts olarak, önderliğini yaptığımız tekstil tabanlı vinil duvar kaplaması yanı sıra turizm sektörüne döşemelik kumaş, perde, şal, kırlent, dış mekan kumaşları tedarik ediyoruz

Maksimum Contracts, tekstil tabanlı vinil duvar kaplaması, ithal duvar kağıdı, doğal hasır kaplamalar, kişiye özel dijital baskı, halı, perdeler/döşemelik tekstil, lamine parke satışı, özel dekoratif ürünlerin satışı ve uygulaması konusunda faaliyet göstermekte, standart ürün koleksiyonunun yanı sıra özel renk ve desen çalışmaları ile butik ürünler de tedarik etmektedir. Tekstil tabanlı vinil duvar kaplamasını, sadece dekoratif amaçlı kullanımının yanında, Türkiye'de inşaat ve turizm sektörünün hem dekoratif hem de fonksiyonel amaçlı yararlandığı, endüstriyel bir malzeme konumuna getiren önder firmalardandır. Dinamik ekibi, kaliteli hizmeti, piyasaya sunduğu ürün çeşitliliği ile kısa zamanda benzerleri arasından sıyrılarak yurt içi ve yurt dışında birçok projeyi başarıyla tamamlamış, son yıllarda sektörde en çok tercih edilen firma haline gelmiştir. Ülkemizde dekorasyon sektöründe faaliyet gösteren birçok köklü kuruluşun yakından takip ettiği ve bünyesine katmak istediği birçok önemli dizayn firmasını başarıyla temsil etmeye devam etmektedir. Turizm sektöründe döşemelik kumaş, perde, şal, kırlent, dış mekan kumaşları tedarik ediyoruz. Contract firması olarak, otel, hastane, proje işleri ağırlıklı çalışıyoruz, ciromuzun yüzde 90'ı turizm sektörü ile ilgilidir.

Turizm sektörü firmamızın yıllık cirosunun yaklaşık yüzde 70'ine tekabül etmektedir; dolayısıyla lokomotifimiz oteller ve otellerde bulunan SPA'lardır

Dolayısıyla lokomotifimiz oteller ve otellerde bulunan SPA'lar şeklinde belirtilebilir. Uzun yıllar otel tarafında satın alma yöneticiliği yapmam hasebiyle, ürün talep edenin talepleriyle birlikte kendi yorumlarımızı da katmam her iki taraf için de faydalı oluyor. Her ürünün neticede bir üst kalitesi vardır. Önemli olan fiyat-performans ve dayanıklılık üçlüsüdür.

Firmamız, sektörün en önemli sorunu olan son dakika siparişlerine karşı da hazırlıklı olup, uygun fiyat-kaliteli ürün ve hızlı teslimat sloganıyla çalışmaktadır. 2025 yılında da ismimizi pozitif bir şekilde daha çok duyurmak ve müşteri çeşitliliğimizi artırma hedefindeyiz

Otellerin tercihlerinde rol oynayan, çamaşırhanenin kendi bünyelerinde olup olmaması, misafir profilinin uzun ya da kısa süreli konaklama durumu, şehir oteli mi yoksa resort oteli mi, oda satış fiyatı gibi birçok etken

var. Dolayısıyla satın almacı kendi otellerinin durumuna göre talepte bulunmalıdır. Tekstil sektörünün en önemli sorunu, paranın bu günlerdeki maliyetinin kıymetli olması nedeniyle, otellerin son dakikaya kadar ürün ihtiyaçlarını bekletmelerine neden olmasıdır. Firmamız bu gibi durumlara karşı da hazırlıklı olup, uygun fiyat-kaliteli ürün ve hızlı teslimat sloganıyla çalışmaktadır. 2024 yılının bir değerlendirmesini yapacak olursak, yeni kurulan bir firma için oldukça verimli geçtiğini söyleyebiliriz. Müşterimizin memnuniyet oranı son derece yüksek. Şimdi 2025 yılında daha çok noktaya ve en önemlisi 2024 yılında kazandığımız müşterimizle çalışmaya devam etmek arzusundayız. Sürdürülebilirlik için bu çok önemli. Bu sene geçtiğimiz sene olduğu gibi sezon yaklaşırken taleplerin artacağını öngörüyoruz. 2025 yılında da ismimizi pozitif bir şekilde daha çok duyurmak ve müşteri çeşitliliğimizi artırma hedefindeyiz.



Sinem Elbir / Maksimum Contracts /
Firma Sahibi

2024, geçen yıllara göre daha zor bir yıl oldu, renovasyon ve yeni inşaat projeleri ertelendi, projelerde alım zinciri en sona bırakılan kalem olduğu için genel olarak stoklu ürünler tercih edildi, daha önceki yıllara göre yüzde 20 düşme oldu. Maksimum Contracts olarak 2025 yılı hedefimiz, yurt dışı, yurt içi projelerde daha fazla yer almaktır

Otellerde çok fazla sirkülasyon olduğu için, leke ve kir tutmama, kolay temizlenebilen ürünler çok önemli. Perdeler için, ışık geçirime haslığı, yırtılma ve yıpranması kolay olmayan ürünler seçtiyoruz. Yüksek standart oteller özellikle alev almaz, apreli ürünleri tercih ediyorlar. 2024-2025 yıllarında özellikle otellerde yüzde100 blackout tercih edilmeye başlandı. Müşteriler odalarda ışık sızdırmazlığa önem veriyorlar. Ürünlerde, bölgenin sıcak olması dolayısıyla, trendlerden bağımsız daha keten ve ince dokular tercih ediliyor, renkler yılın moda trendleriyle paralel gidiyor. Otellere ürün seçimlerinde, seçilen ürünlerin kolay temizlenebilir olmasını, özellikle dokuma ürün tercih etmelerini (yıkama konusunda), doğal elyaf içeren ürünler kolay yıpranabilirdiği için pes ürünler seçmelerini, ürünün ışık haslığı, martindale / sürtünme, temizleme talimatlarına dikkat etmelerini tavsiye ederiz. Tekstil sektörünün sorunlarına değinecek olursak, pandemi sonrası iplik tedarik

zinciri ve boyahanelerin kapanmasıyla termin sürelerinin uzadığını, fakat otel sektöründe bunun dikkate alınmadığını, tekstil ürünlerinin son alım listelerine alındığını belirtebiliriz. Firmamız, erken tedarik ve satın alma süreçlerinin hızlandırılması için stoklu olabilecek ürünleri otelcilere sunmaya çalışıyor. 2024 yılı hakkında genel bir değerlendirme yapacak olursak, 2024, geçen yıllara göre daha zor bir yıl oldu, renovasyon ve yeni inşaat projeleri ertelendi, projelerde alım zinciri en sona bırakılan kalem olduğu için genel olarak stoklu ürünler tercih edildi, daha önceki yıllara göre yüzde 20 düşme oldu. Otel sektöründe tadilat ve inşaat işlerinde geçen yıllara göre bu yıl daha temkinli gidiliyor, zorunlu olarak yapılması gereken yerlerin bütçe ve icmalleri öncelikli yapılıyor. 2025 yılı hedefimiz, yurt dışı, yurt içi projelerde daha fazla yer almaktır ve satışlarımızı 12 aya yaymaktır.

Sürdürülebilir ve Verimli İklimlendirme Çözümleriyle **OTELLER DAHA KONFORLU**



CLIVET

Soğutma Grupları & Isı Pompaları



FORM

Klima Santralleri



DUNHAM-BUSH

Soğutma Grupları



FORM

Fancoil & Isı Geri Kazanım Üniteleri



LENNOX

Paket Klimalar

FORM



FREVA

Açık & Kapalı Tip
Soğutma Kuleleri



Nazlı Yakın / Otelloji Otel Ekipmanları San. Tic. Ltd. Şti / Satış ve Pazarlama Uzmanı

Otelloji Otel Ekipmanları olarak, otel tekstil ürünleri üretimi ve satış yapan bir firmayız. Ürün yelpazemiz arasında başta otel havluları, bornozlar, nevresimler ve otel terlikleri yer almaktadır. Ürünlerimiz, otellerin konforlu ve kaliteli hizmet sunmalarını destekleyecek şekilde tasarlanmakta ve üretilmektedir. Fabrikamız Denizli’de yer almakta olup, satış ofisimiz İstanbul’da bulunmaktadır. Turizm sektörüne özel tekstil ürünlerimiz bulunuyor. Otellerin konforlu hizmet sunabilmesi adına ürettiğimiz havlular, bornozlar, nevresimler ve otel terlikleri, bu sektöre yönelik sunduğumuz temel ürünlerdir. Turizm sektörü, firmamız için büyük bir önem taşıyor ve cirosal olarak önemli bir paya sahip. Otelere sağladığımız kaliteli tekstil ürünleri ile sektördeki talebi karşılamaya devam ediyoruz. Otel tekstil ürünleri üretiminde, misafir memnuniyetine ve kullanım kolaylığına odaklanıyoruz.

Kumaş sektöründeki deneyimimiz ve tutkumuz, müşterilerimize en iyi kumaşları güncel ve yeni ürünleri sunma konusunda kararlılığımızı desteklemektedir

Argeva Kumaş, 2022 yılında Antalya merkezli kurulmuş bir kumaş mağazasıdır. Kuruluşumuzdan bu yana ev dekorasyonu ve proje işlerinde, stil ve işlevselliği bir araya getirme misyonuyla hareket eden bir firmayız. Kumaş sektöründeki deneyimimiz ve tutkumuz, müşterilerimize en iyi kumaşları güncel ve yeni ürünleri sunma konusunda kararlılığımızı desteklemektedir. Turizm sektöründe özellikle proje işlerimizde leke tutmaz, çevre ve evcil hayvan dostu, su iticilikli, su geçirmezlik özellikli, Recycle ,Fr Sigara yanmazlık, İndoor Outdoor UV ışınlarına karşı etkili, Easy clean, Accoustic ve aşınma ve yıpranmaya dayanıklı ürünler sunuyoruz. Ev, hotel, cafe, restaurant ve ofis projelerinde de uygulamalı çözüm ortağı olabiliyoruz. “Argeva Kumaş, Yaşam Alanlarına Değer Katar, Değerli Hissettirir”

Firmamız için büyük bir önem taşıyan turizm sektörüne tasarladığımız ve ürettiğimiz özel ürünlerimiz arasında başta otel havluları, bornozlar, nevresimler ve otel terlikleri yer almaktadır

Ürünlerimizin kalitesi, dayanıklılığı, konforu ve estetik açıdan otel beklentilerine hitap etmesi çok önemli. Ayrıca, otellerin taleplerine göre özelleştirilmiş ürünler de sunabiliyoruz. Sonuç olarak, otellerin müşteri memnuniyetini artıracak, aynı zamanda uzun süre dayanacak ürünler tasarlamaya özen gösteriyoruz.

Tekstil sektörünün karşılaştığı başlıca sorunlar arasında yüksek üretim maliyetleri, hammadde temininde yaşanan zorluklar ve uluslararası rekabet yer alıyor. Biz de bu sorunlarla başa çıkabilmek için tedarik zincirini güçlü tutmaya, ürün kalitesine odaklanmaya ve sürekli inovasyon yapmaya özen gösteriyoruz. 2025’te müşteri odaklı ürün geliştirmeye devam ederken, sektördeki yenilikleri takip ederek daha kaliteli ve çevre dostu ürünlerle büyümeye devam edeceğiz

Otelere ürün seçimlerinde en önemli tavsiyemiz, kaliteli ve dayanıklı ürünler tercih etmeleridir. Müşteri memnuniyetini artırmak için rahatlık ve şıklık arasında bir denge kurmak gerekir. Ayrıca, hijyen ve kolay bakım özelliklerine sahip ürünler de otellerin işini kolaylaştırır. Otel tekstili konusunda özenli seçimler yapmak, uzun vadede maliyetleri

düşürür ve müşteri memnuniyetini artırır. Tekstil sektörünün karşılaştığı başlıca sorunlar arasında yüksek üretim maliyetleri, hammadde temininde yaşanan zorluklar ve uluslararası rekabet yer alıyor. Biz de bu sorunlarla başa çıkabilmek için tedarik zincirini güçlü tutmaya, ürün kalitesine odaklanmaya ve sürekli inovasyon yapmaya özen gösteriyoruz. Ayrıca, sektördeki trendleri takip ederek, ürün çeşitliliğimizi artırıyoruz. 2024 yılı itibarıyla, hedeflerimiz arasında satışlarımızı artırmak ve müşteri portföyümüzü genişletmek bulunuyordu. Bu hedeflerimize büyük oranda ulaştık. Yeni iş birlikleri kurduk, ürün çeşitliliğimizi artırdık ve müşteri memnuniyetine odaklanarak işimizi büyüttük. 2024 yılı, firmamızın büyüme yolculuğunda önemli bir adım oldu. 2025 yılı için hedeflerimiz arasında, otel tekstil ürünleri pazarındaki büyümeyi sürdürülebilir bir şekilde artırmak, yeni pazarlar keşfetmek ve mevcut müşteri kitlesine daha geniş bir ürün yelpazesi sunmak yer alıyor. Ayrıca, çevre dostu ve sürdürülebilir üretim süreçlerine daha fazla odaklanmayı planlıyoruz. Bu yıl, müşteri odaklı ürün geliştirmeye devam ederken, sektördeki yenilikleri takip ederek daha kaliteli ve çevre dostu ürünlerle büyümeye devam edeceğiz.



Hüseyin Dursun / Argeva Kumaş Tekstil Ltd. Şti. / Firma Sahibi

sloganı ile sürdürülebilirlikli, geri dönüşümlü, kolay temizlenebilir ve dayanıklı ürünlere öncelik tanıyoruz. Hotel müşterilerinin taleplerini dikkate alıyor istedikleri ürünleri tedarik ediyoruz.

Otelere ürün seçimlerinde, mekanlara göre doğru şekilde seçim yapmalarını ve uygulamalarını tavsiye ediyoruz. Argeva Kumaş Tekstil olarak 2025 yılı için hedeflerimiz, oluşan talepler ve ihtiyaçlar doğrultusunda müşterilerimize yeni uygun ürünleri sunmak ve tedarik etmektir

Argeva Kumaş Tekstil olarak otellere ürün seçimlerinde mekanlara göre doğru şekilde seçim yapmalarını ve uygulamalarını tavsiye ediyoruz. Yine mekanlara göre dayanıklı ürünler tercih edilmelidir. Tekstil sektörünün önemli sorunu, rekabetçi piyasa koşullarında,

doğru ürünlerin doğru mekanlara ve olabilir fiyatlamalarda alınmamasıdır. Zamanlama olarak da siparişlerde ve tedarik kısmında geç kalınması diğer bir problemdir. 2024 yılını firmamız bazında değerlendirecek olursak, bizim için yoğun ve keyifli işlerimizin olduğu bir yıl olduğunu söyleyebiliriz. 2025 yılı için hedeflerimiz, oluşan talepler ve ihtiyaçlar doğrultusunda müşterilerimize yeni uygun ürünleri sunmak ve tedarik etmektir.



Didem Nurdoğan / Mien Hotel Textile /
Yönetici Ortak

Mien Hotel Textile olarak, otel tekstil ürünleri alanında uzmanlaşmış, sektörde yenilikçi ve güvenilir bir iş ortağıyız. Faaliyetlerimizin merkezinde yer alan perde üretimi, bizi sektörde farklı bir noktaya taşıyor. Perde üretimindeki gücümüz, makineleşmeye dayalı üretim sistemimizden geliyor. Klasik terzihane usulü perde dikiminden farklı olarak, süreçlerimizi modern ve yüksek kapasiteli makinelerle yürütüyoruz. Bu sistematik yaklaşım sayesinde, hem estetik açıdan kusursuz bir işçilik sunuyor hem de çok yüksek metrajlı projeleri kısa sürede tamamlayabiliyoruz. Büyük otel projelerinde dahi teslim sürelerini kısaltarak müşterilerimize zaman ve maliyet avantajı sağlıyoruz. Ürün gamımızda, otel projelerinin ihtiyaçlarına özel olarak tasarlanmış blackout perdeler, dekoratif tül perdeler, storlar, otomasyonlar gibi birçok ürün bulunuyor. Tüm tasarımlar, otelin kimliğini ve konseptini yansıtacak şekilde kişiselleştirilebiliyor. Ayrıca, tasarım sürecinden montaja kadar her aşamada müşterilerimizle yakın iş birliği yaparak, projelerin eksiksiz bir şekilde hayata geçmesini sağlıyoruz. Sadece perde değil, aynı zamanda kendi reçetemiz ve markamızla ürettirdiğimiz otel yatakları, nevresim takımları, havlular, bornozlar ve yastıklar gibi diğer otel tekstil ürünlerinde de uzmanlığımızı sürdürüyoruz. Ancak, perde üretimindeki profesyonelliğimiz ve sektöre sunduğumuz hızlı, kaliteli ve estetik çözümler, bizi benzersiz kılan en önemli unsurlardır. Her ölçekteki otel projesine yenilikçi ve güvenilir çözümler sunmaya devam ediyoruz. Turizm sektörü, ciromuzun yaklaşık yüzde 70'ini oluşturuyor ve firmamız için en önemli büyüme alanı. Türkiye'nin turizmdeki güçlü konumu, bu sektördeki uzmanlığımızı sürekli geliştirmemiz için bize ilham veriyor. Turizm sektörü bizim için yalnızca bir iş kolu değil, aynı zamanda yenilikçi ürün ve hizmetlerimizi sergilediğimiz bir vitrin niteliği taşıyor. Turizm sektörüne yönelik ürünlerimizde temel kriterimiz, kalite, işlevsellik ve estetiği bir araya getirmektir. Ürünlerimizin otel misafirlerinin konforunu artırırken otelin marka kimliğini de en iyi şekilde yansıttığını hedefliyoruz. Otellerden gelen talepler ve misafir memnuniyeti, ürün gamımızın oluşturulmasında belirleyici bir rol oynuyor. Son moda trendler ise tasarım süreçlerimizin önemli bir parçası. Modern renk paletleri, minimalist desenler ve yenilikçi kumaşlar ile hem günlük

Mien Hotel Textile olarak, faaliyetlerimizin merkezinde yer alan perde üretimiyle birlikte kendi reçetemiz ve markamızla ürettirdiğimiz otel yatakları, nevresim takımları, havlular, bornozlar ve yastıklar gibi diğer otel tekstil ürünlerinde de uzmanlığımızı sürdürüyoruz

trendleri yansıtıyor hem de otellerin misafirleri için göz alıcı bir atmosfer yaratmasına katkı sağlıyoruz. Böylece oteller hem işlevsellik hem de estetik açıdan rakiplerinden ayrışabiliyor. Kısacası, her ürünümüzde sektörün dinamiklerini, otellerin taleplerini ve misafir memnuniyetini bir bütün olarak ele alıyoruz. Bu dengeli yaklaşım sayesinde, sektörde uzun vadeli güven sağlayan işlere imza atıyoruz. Mien Tekstil olarak, otellere ürün seçimlerinde birkaç önemli tavsiyemiz var. Otel tekstil ürünleri, yoğun kullanıma maruz kaldığı için uzun ömürlü ve kaliteli malzemelerden üretilmiş ürünlerden seçilmelidir. Bu hem misafir memnuniyetini artırır hem de işletme için maliyet tasarrufu sağlar. İşlevselliği göz ardı etmeyin. Örneğin, blackout perdeler gibi ışık geçirmez özelliklere sahip ürünler, misafirlerin konforunu artıran detaylardır. Yastık ve nevresim seçimlerinde de rahatlık, hijyen ve kolay bakım kriterlerine dikkat edilmelidir. Otel odalarının ve ortak alanların dekorasyonu, misafirlerin ilk izleniminde büyük rol oynar. Otel konseptine uygun renkler ve tasarımlarla bütünlük sağlamak, otelin marka kimliğini güçlendirecektir. Özellikle tekstil ürünlerinde leke tutmayan, kolay temizlenebilir kumaşlar tercih edilmelidir. Bu, temizlik süreçlerini hızlandırırken ürünlerin kullanım ömrünü uzatır. Her ürün, misafirin konforunu ve deneyimini artırmayı hedeflemelidir. Yumuşak dokulu havlular, kaliteli yatak tekstili ve estetik perdeler gibi ürünler, misafirlerin otele dair olumlu anılarla ayrılmasını sağlar. Son olarak, profesyonel bir iş ortağıyla çalışmanın önemi büyüktür. İş ortamının tecrübesi ve rehberliği, doğru ürünleri seçmenizi ve projelerinizi sorunsuz bir şekilde hayata geçirmenizi için büyük bir avantaj sağlar. Mien Hotel Textile olarak, bu konuda müşterilerimize rehberlik etmekten mutluluk duyuyoruz.

Mien Tekstil olarak, hammadde temininde çözüm odaklı çalışarak, makineleşme ile verimliliği artırarak, enerji verimliliğine odaklanarak ve rekabet gücümüzü kaliteyle arttırarak; sektörün karşılaştığı sorunları fırsata çeviren bir yaklaşım sergiliyoruz ve çözüm odaklı hareket ediyoruz. 2025 yılı bizim için hem büyüme hem de dönüşüm yılı olacak. Sektöre yenilikçi çözümler sunarak, iş ortaklarımıza ve müşterilerimize değer katmaya devam edeceğiz

Tekstil sektörünün yaşadığı başlıca sorunlara değinecek olursak öncelikle hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve ithalata olan bağımlılığın, üretim maliyetlerini doğrudan etkilemesinden söz edebiliriz. Döviz kuru dalgalanmaları da bu sorunu daha karmaşık

hale getiriyor. Tekstil sektöründe tecrübeli ve nitelikli iş gücü bulmak giderek zorlaşıyor. Özellikle modern üretim süreçlerini anlayan teknik personel ihtiyacı önemli bir sorun olarak öne çıkıyor. Enerji maliyetlerindeki artışlar, üretim süreçlerinde büyük bir yük oluşturuyor. Bu durum, fiyatlandırma ve rekabet gücü üzerinde olumsuz etkiler yaratıyor. Çin, Hindistan gibi düşük maliyetli üretim yapan ülkelerle rekabet etmek zor. Ayrıca, damping uygulamaları ve uluslararası piyasalardaki fiyat savaşları, sektörün sürdürülebilirliğini tehdit ediyor. Mien Tekstil olarak, hammadde temininde çözüm odaklı çalışarak, makineleşme ile verimliliği arttırarak, enerji verimliliğine odaklanarak ve rekabet gücümüzü kaliteyle arttırarak bu sorunlara karşı aksiyonlar alıyoruz. Sonuç olarak, sektörün karşılaştığı sorunları fırsata çeviren bir yaklaşım sergiliyoruz ve çözüm odaklı hareket ediyoruz. Bu sayede hem yerel hem de uluslararası projelerde güvenilir bir iş ortağı olarak konumumuzu koruyoruz. 2024 yılı, Mien Hotel Textile olarak hedeflerimize ulaşmada önemli adımlar attığımız bir yıl oldu. Sektör genelinde yaşanan zorluklara rağmen, doğru stratejiler ve müşteri odaklı çözümlerimizle başarılı bir yıl geçirdiğimizi söyleyebiliriz. Belirlediğimiz hedeflere büyük ölçüde ulaştık. Özellikle otel projelerinde gerçekleştirdiğimiz yenilikçi perde çözümleri ve yüksek hacimli teslimatlar, müşteri memnuniyeti açısından önemli geri dönüşler sağladı. Yurt içi projelerdeki başarımızın yanı sıra, uluslararası projelerde de yeni iş birlikleri kurarak büyümemizi sürdürdük. 2025 yılına dair hedeflerimiz ve öngörülerimiz hem sektörel gelişmeleri hem de firma olarak büyüme planlarımızı kapsıyor. Bu yıl, uluslararası pazarda özellikle Avrupa ve Orta Doğu pazarlarında yeni iş birlikleri kurarak global bir marka olma hedefimize adım adım yaklaşıyoruz. Sürdürülebilirlik odaklı üretimle özellikle organik ve geri dönüştürülebilir malzemelerle daha çevreci ürünler sunmayı hedefliyoruz. Üretim hattımızı modernize etmeyi, özellikle perde üretiminde yeni makine yatırımlarıyla kapasitemizi artırarak daha büyük projelere imza atmayı planlıyoruz. Otel projelerinde hızlı teslimat ve kişiselleştirilmiş çözümler sunma noktasında kendimizi daha da geliştirmeyi amaçlıyoruz. 2025 yılında sektör bazında bir talep artışı olacağını, sürdürülebilir ürünlere ilginin çoğalacağını hem yerel hem de uluslararası düzeyde rekabetin artacağını öngörüyoruz. Sonuç olarak, 2025 yılı bizim için hem büyüme hem de dönüşüm yılı olacak. Sektöre yenilikçi çözümler sunarak, iş ortaklarımıza ve müşterilerimize değer katmaya devam edeceğiz.



Bülent Mulcar/ Özhane Tekstil / CEO

Firmamız 2000'li yılların başında pamuklu üretimin merkezi Denizli'de kurulmuştur. Şu anda 200'e yaklaşan çalışanımızla 10.000 metrekare tesisimizde tamamen otellere yönelik, oda tekstili, banyo tekstili, restoran tekstili ve SPA'lara yönelik üretim ve özel tasarımlar yapmaktayız. Tasarım ve özel çalışma olarak geniş bir koleksiyonumuz var. Tüm işletmelere göre kalitemiz var. Tercihe göre ürün tasarlayabiliyoruz. Ürünlerimizi hızlı biçimde istenildiği şekilde gönderebiliyoruz. Kalitemize güveniyoruz. byBulent markasıyla Özhane Tekstil olarak üretim yapıyoruz. Üretimimizin tamamı turizm sektörüne hitap ediyor. Ciro sal anlamda yüzde 60 yurt dışı, yüzde 40 yurt içi satışlarımız var. Yurt dışında SPA ve Laundry'lerde büyük kapasiteli otel projelerinde iyi çalışmalarımız ve imzamız var. Bugün gezginlerin en büyük beklentisi güzel bir kahvaltı ve temiz bir oda. Odaya girdiğimizde gördüğümüz tekstil ürünleri otelin kalitesini yansıtır. 25 yıllık otel tekstili tecrübemizle sektörde önemli işler yapıyoruz. Çalıştığımız oteller de bizlere sürekli yeni ürün geliştirmede katkı sağlıyor. Bu sene yeni koleksiyonlarımızı sergiliyoruz. Bunlar su emiciliği kuvvetli, kullanan kişiyi rahatlatan, yumuşak ve hafif ürünler. Yıkama maliyetleri de düşük olduğu için işletmeler tercih ediyor. Daha çok havlu ve bornozlarda uyguluyoruz.

Otel tekstili, yatırımlarda en son ele alınan unsur olduğu için gerekli özeni göremiyor; özellikle bu son elim yangınında da görüldüğü gibi yanmazlık konusu çok ciddi ele alınması gereken bir konu

Otel tekstili, yatırımlarda en son ele alınan unsur olduğu için gerekli özeni göremiyor. Özellikle bu son elim yangınında da görüldüğü gibi aslında yanmazlık konusu çok ciddi ele alınması gereken bir konu. Çünkü gerçek yanmazlık işlemi hem alevi önler hem de karbonmonoksit gazının çıkmasını ve solunmasını engeller. Eğer speclere uygun yanmazlık işlemi uygulanmazsa sonucunu çok ağır öderiz. Sadece perde ve döşemelikte değil, halı ve döşeme süngerlerinde de yanmazlık kriterlerine uygun ürün kullanılmalı. İlk etapta yüzde 20'lerde bir

byBulent markasıyla tamamen otellere yönelik, oda tekstili, banyo tekstili, restoran tekstili ve SPA'lara yönelik üretim ve özel tasarımlar yapmaktayız

Kalite anlamında üst düzey tc 400 160 tel ve tc 500 200 tel ürünleri de piyasaya sunduk. Çalıştığımız otellerde konaklayan müşterilerden gelen "Şu otelde konakladım, ürünlerinizi çok beğendim ben de almak istiyorum" diyen müşterileri duydukça memnuniyetimiz artıyor. Aynı zamanda sektörde Housekeeperlerimizle ve turizm fakültesi akademisyenleriyle de görüş alışverişinde bulunuyoruz. Onların da tavsiyelerini alıyoruz. Hızlı ve kaliteli servis veriyoruz.

İşletmeler tekstil tekliflerinde istedikleri ürünleri gayet açık profesyonelce yazıyorlar ama çoğunluğu, aldıkları ürün ile istedikleri ürünü karşılaştırmıyor. Bunun en uygun yöntemi herhangi bir test kurumundan aldıkları ürünü test ettirip, iplik kalitesini, ürünün mukavetini kontrol ettirmek olmalı. Özhane Tekstil olarak, 2025 yılına hızlı bir başlangıç yaparak yurt dışı ve yurt içinden anlaşmalarla başladık, geçen yıldan daha iyi olacağını işareti bunlar

Ürün seçiminde oldukça deneyimli olan Housekeeperlerimiz ve satınalma uzmanları var. Bunun yanında sadece alt toplama bakıp karar verenler de azımsanmayacak kadar fazla. İşletmeler genellikle yıllık alım yapıyor. Otellerin kullanacağı ürünlerde, mağaza rafında herkesin ulaşabileceği bir üründen çok, kaliteli iplikten, sık yıkamaya uygun, yıkama maliyetini düşüren daha hafif, daha çabuk kuruyan ürünler seçilmeli. Pandemiye kadar ürün kalitesini geliştirmeye yönelik Ar-Ge çalışmalarımız olurdu. Pandemi sonrası tercihler de değişti. Şu an, ürettiğimiz ürün maliyetlerini nasıl daha uyguna getirebiliriz, diye çalışıyoruz. Üretim yapan işletmelerin bazıları ürünlerin fiyatını düşürmek için, geri dönüşümlü polyester oranı yüksek ipliklerin

olduğu ürünleri üretmeye hız verdi. Sadece alt toplama bakarak alım yapan işletmeler de sezonda kalite kaynaklı sorunlar nedeni ile 1 yerine 2 alım yapmak zorunda kalıyor. İşletmeler tekstil tekliflerinde istedikleri ürünleri gayet açık profesyonelce yazıyorlar ama çoğunluğu aldıkları ürün ile istedikleri ürünü karşılaştırmıyor. Bunun en uygun yöntemi herhangi bir test kurumundan aldıkları ürünü test ettirip, iplik kalitesini, ürünün mukavetini kontrol ettirmek olmalı. Ürünün testinin yapılması, istedikleri ürünü alıp almadıklarının kontrolünü sağlayacağı gibi aynı zamanda bir işletmeye teklif veren firmalar arasındaki fiyat farklarını en aza indirecektir. Çünkü speclerin tam yazmadığı ya da gelen ürünün test yapılmadığı işletmelere bir ürüne bir firma pamuklu Ring ürün verirken, başka bir firma çok daha ucuza geri dönüştürülmüş bir iplikten pamuk polyester fiyat verebilecektir. Bu da haksız rekabete yol açacaktır. Tekstil sektöründe yaşadığımız sorunlara değinecek olursak, firma olarak üretimimizin yüzde 60'ı yurt dışı pazarı. Ürünlerimiz döviz bazında yüzde 50-60 daha pahalı hale geldiği için, uluslararası pazarda büyük kapasiteli işlerde rekabet edemez durumdayız. Bunlar bizim kişisel çabalarımızla aşılabacak durumlar değil. Firma olarak 2024 yılı, beklentilerimizi karşılamakla birlikte 2023'ten daha iyi olduğunu söylemek zor. 2025 yılına hızlı bir başlangıç yaparak yurt dışı ve yurt içinden anlaşmalarla başladık; geçen yıldan daha iyi olacağını işareti bunlar. Ayrıca Anfaş Fuarında İş ortaklarımız ile birlikte yeni projelere imza attık. Hem kapasite anlamında hem de iş anlamında güzel gelişmelerin olacağını umuyorum. Yapısal olarak bakarsanız yeni müşterilerimiz yanında müşterilerimizle uzun yıllardır süren çalışmalar yapıyoruz. Müşterilerimizin memnun olması bizi de motive ediyor.



Ruhan Baykan Özdilek / Demteks Tekstil Dış Tic. Ltd. Şti. / Şirket Sahibi-CEO

tabii ki bu hizmeti alırken gerçekten güvenilir şirketlerle partner olmak ve gerçek raporlarla çalışmayı da esas almak gerekli.

Hızlı, Dayanıklı ve Ekonomik Ürünlerimizle Profesyonel Tekstil Çözümlerinizde Yanınızdayız

odaline
BY
İSMET
ASLIKARA



Ürünlerimiz:

- Linen Grubu
- Masa Örtüsü
- Perde
- Koltuk



Referanslarımızdan Bazıları:
Crowne Plaza İstanbul Kurtköy
Crowne Plaza İstanbul Tuzla
Çekmeköy Inventist
Bodrum Yelken Hotel
Ramada by Wyndham Şile
Ramada Encore By Wyndham Şişli
Shmayaa Hotel Midyat

Demirtaş Dumlupınar OSB Mah. Mustafa Karaer Cad.No:13 Osmangazi – BURSA

Tel: 0224 211 33 20-21 / 0532 284 01 41 / 0530 876 72 00 Mail: info@odaline.com.tr



Hilal Beytekin / Seral Tekstil / Dış Ticaret Uzmanı

Seral Tekstil, köklü geçmişi ve yenilikçi vizyonu ile ev ve otel tekstili sektöründe öncü bir üretici firmadır. 1920'lerde temelleri atılan firmamız, günümüzde 30.000 metrekare kapalı alana sahip üç modern üretim tesisinde faaliyet göstermektedir. 650 kişilik uzman ekibimizle, yorgan, yastık, yatak pedi ve medikal tekstil ürünlerinde kaliteyi, konforu ve dayanıklılığı bir araya getiriyoruz. Ürün gruplarımız, farklı ihtiyaçlara uygun çözümler sunmak üzere tasarlanmıştır. Bamboo, Climate, Soybean ve Visco gibi özel serilerimiz, çevre dostu, inovatif malzemelerle üretilerek müşterilerimizin beğenisine sunulmaktadır. Her biri yüksek kalite standartlarına sahip ürünlerimiz hem iç piyasada hem de uluslararası pazarda büyük ilgi görmektedir. Müşteri memnuniyetini ve sürdürülebilirliği öncelikli hedeflerimiz arasında konumlandırıyor, sürekli gelişim ve yenilikçilikle sektördeki lider konumumuzu güçlendirmeye devam ediyoruz. Seral Tekstil olarak turizm sektörüne özel geliştirdiğimiz ürünlerle, otel ve konaklama işletmelerinin ihtiyaçlarına profesyonel çözümler sunuyoruz. Özellikle otel yorganları, yastıkları ve yatak pedleri hem konfor hem de uzun ömürlü kullanım avantajlarıyla sektörde öne çıkmaktadır. Jakar Deluxe, Comfgel ve Micro Elegance serilerimiz, turizm sektörüne yönelik en çok tercih edilen ürün gruplarımız arasında yer almakta ve misafir memnuniyetini artırmayı hedeflemektedir. Turizm sektörü bizim için sadece bir iş alanı değil, aynı zamanda büyüme stratejimizin temel taşlarından biridir. Yılların getirdiği tecrübe ve kalite anlayışımızla, otel işletmelerine özel çözümler geliştirerek hem yurt içinde hem de yurt dışında güçlü iş birlikleri kurmayı başardık. Ciro açısından turizm sektörü, toplam gelirlerimizin yüzde 40'lık bir kısmını oluşturarak önemli bir paya sahiptir. Bu alandaki başarımız, yüksek kalite standartlarımız ve müşteri odaklı hizmet anlayışımız sayesinde her geçen gün daha da güçlenmektedir. Turizm sektörüne yönelik ürünlerimizde öncelikle konfor, dayanıklılık ve estetik gibi temel kriterlere odaklanıyoruz. Otel işletmelerinin misafirlerine sunduğu kaliteyi en üst seviyeye çıkarmak amacıyla, her üründe uzun ömürlülük ve rahatlık sağlamak bizim için kritik öneme sahiptir. Ürün

Seral Tekstil olarak, üç modern üretim tesisimizde, turizm sektörüne özel geliştirdiğimiz özellikle otel yorganları, yastıkları ve yatak pedleri ürünlerimiz hem konfor hem de uzun ömürlü kullanım avantajlarıyla sektörde öne çıkmaktadır

gamı oluştururken, otellerden gelen talepler, misafir memnuniyeti ve son moda trendler gibi faktörler önemli bir rol oynamaktadır. Otel işletmeleri, özellikle yoğun kullanıma dayanan ve sürekli temizlik gerektiren tekstil ürünlerinde dayanıklılığı ön planda tutmaktadır. Bu nedenle, ürünlerimizin yıkama dayanıklılığı, uzun süreli kullanım performansı ve hijyenik özellikleri gibi etkileri titizlikle göz önünde bulunduruyoruz. Ayrıca, otel misafirlerinin konforunu artırmak için ergonomik tasarımlar ve yüksek kaliteli dolgu malzemeleri kullanmaya özen gösteriyoruz. Bunun yanı sıra, sektördeki son moda trendler ve yeni teknolojiler de ürün geliştirme süreçlerimizde büyük rol oynamaktadır. Örneğin, bamboo ve microgel gibi yenilikçi malzemeler, otel odalarındaki konforu artırırken çevre dostu olma özellikleriyle de öne çıkmaktadır. Trendler, aynı zamanda otel dekorasyonlarına uygun şık tasarımlar oluşturmak için de ilham kaynağımız olmaktadır.

2024 yılı hedeflerimiz arasında sürdürülebilir ürün gamımızı genişletmek ve dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmak yer alıyordu. Bu hedeflere büyük ölçüde ulaşmayı başardık. 2025 yılında yenilikçi ve fonksiyonel ürünler sunarak, otel ve konaklama sektöründeki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz

Otelere ürün seçiminde en önemli tavsiyemiz, konfor ve dayanıklılığı ön planda tutmalarıdır. Misafirlerin rahat bir uyku deneyimi yaşaması için mikrojel gibi destekleyici ve konforlu malzemeler tercih edilmelidir. Ürünlerin uzun ömürlü olması, otellerin sürekli yıkama ve kullanımdan dolayı ekstra maliyetlerden kaçınmalarını sağlar. Ayrıca, bakım kolaylığı sağlayan kumaşlar, operasyonel verimlilik açısından faydalıdır. Hijyen de önemli bir kriterdir, antibakteriyel özelliklere sahip kumaşlar tercih edilerek temizlik standartları yükseltilebilir. Ürünlerin, odaların dekorasyonuna uyum sağlaması da misafirlerin memnuniyetini artırır. Sürdürülebilirlik de günümüzde önemli bir rol oynuyor, bu yüzden çevre dostu malzemeler kullanmak, otellerin yeşil imajını güçlendirebilir. Tekstil sektörü, özellikle son yıllarda bazı zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bunlar arasında hammadde fiyatlarındaki artış, tedarik zinciri sorunları ve çevresel sürdürülebilirlik ile ilgili baskılar öne çıkmaktadır. Ayrıca, iş gücü temini ve teknolojik yeniliklere ayak uydurma gibi konular da sektördeki firmaları etkileyen diğer sorunlar arasında yer alıyor. Seral Tekstil olarak bu sorunlarla başa çıkmak için çeşitli stratejiler geliştiriyoruz. Hammadde maliyetlerini dengeleyebilmek için stratejik

tedarikçilerle iş birliği yaparak daha istikrarlı bir tedarik zinciri oluşturuyoruz. Ayrıca, verimlilik artırıcı teknolojilere yatırım yaparak, üretim süreçlerini optimize ediyor ve iş gücü maliyetlerini azaltıyoruz. Çevresel etkileri minimize etmek amacıyla, sürdürülebilir malzemeler kullanmaya ve geri dönüştürülebilir ürünler üretmeye özen gösteriyoruz. Teknolojik yeniliklere adapte olabilmek için dijitalleşme ve otomatize üretim sistemlerine geçiş yapıyoruz. Bu adımlar, sektördeki zorlukları aşmamıza yardımcı olmaktadır. 2024 yılı hem Seral Tekstil hem de genel olarak tekstil sektörü için önemli bir yıl oldu. Sektördeki zorluklara rağmen, özellikle hammadde temini ve tedarik zinciri yönetimi konusunda yaptığımız iyileştirmelerle verimliliğimizi artırdık. 2024 yılı hedeflerimiz arasında sürdürülebilir ürün gamımızı genişletmek ve dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmak yer alıyordu. Bu hedeflere büyük ölçüde ulaşmayı başardık. Sürdürülebilir malzemelerle ürettiğimiz ürünleri artırdık ve çevre dostu üretim süreçlerini benimseyerek sektördeki çevresel sorumluluğumuzu yerine getirdik. Ayrıca, yenilikçi ürün geliştirme ve global pazarlara açılma hedeflerimiz de büyük ölçüde başarıya ulaştı. Yeni ürün serilerimizle otel ve konaklama sektörü gibi hedef pazarlarımızda ciddi bir büyüme sağladık. Dijitalleşme konusunda attığımız adımlar sayesinde, üretim süreçlerimizi daha verimli hale getirdik ve müşterilerimize daha hızlı hizmet sunabiliyoruz. Bununla birlikte, sektördeki hammadde fiyatlarındaki artış ve çevresel düzenlemelerle ilgili değişiklikler gibi bazı zorluklarla karşılaştık. Ancak, bu zorlukları aşmak için aldığımız aksiyonlarla, hedeflerimize ulaşmada önemli bir mesafe kat ettik ve 2024 yılını başarılı bir şekilde tamamladık. 2025 yılı için öngörü ve hedeflerimiz hem sektördeki gelişmelere hem de Seral Tekstil'in büyüme stratejilerine odaklanmaktadır. Öncelikle sürdürülebilirlik alanında daha da ilerlemeyi planlıyoruz. Çevre dostu malzeme kullanımı ve geri dönüşümlü üretim süreçleri konularında yeni projeler geliştireceğiz. Ayrıca, yenilikçi ve fonksiyonel ürünler sunarak, otel ve konaklama sektöründeki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. Dijitalleşme konusunda da önemli adımlar atmamızı planlıyoruz. Yapay zeka, otomasyon ve veri analitiği gibi teknolojileri üretim süreçlerimize entegre ederek, verimliliğimizi artırmayı ve müşteri memnuniyetini daha da yükseltmeyi hedefliyoruz. Ayrıca, global pazarlara açılma stratejimizi daha da güçlendirerek, uluslararası alanda daha fazla varlık göstermeyi amaçlıyoruz.

Yanmaz Laminat



Now also DIN EN 13501-1 A1 composite boards

deko FireSafe®

NON-COMBUSTIBLE LAMINATE

Certified according to: DIN

EN 13501-1 / A2-s1-d0

Patent-No: 10 2014 116 984



Modern tasarım anlayışı, estetiği ve güvenliği bir arada sunan TOP 100 INNOVATOR ödüllü Dekodur; deko FireSafe®, üstün yangın güvenliği ve zarif tasarım çözümleriyle inovasyon dünyasına öncülük ediyor. EN 13501-1 standartlarına göre A1 ve A2-s1-d0 yangın sınıflarında sertifikalandırılan deko FireSafe® yanmaz özelliği sayesinde yapılarda yangın riskini minimize ederek güvenli alanlar oluşturur.

Dekodur yüksek basınçlı dekoratif yüzey laminatları, otel oda mobilyalarında, televizyon ürünlerinde, valizliklerde, dolap kapaklarında, iç cephe duvar kaplamalarında, asansör kabinlerinde, yemekle temaslı masa ve tezgah yüzeylerinde, otel ve turizm yatırımlarında tavan ve kolon kaplamalarında, otel baffle asma tavanlarında, restoran açık ve kapalı mutfaklarında, kapı kanat ve pervazlarında, resepsiyon ve bar bankalarında, gemi ve yat mobilyalarında, otel genel mahalleri ıslak hacim wc ve duş bölmelerinde, sabit ve hareketli mobilyalarda, hijyenik, antistatik ve darbeden etkilenmeyen yüzey yapısı ile her alanda kullanılır.

BERK®

www.berklaminat.com.tr

Berk Laminat Limited - Kağıthane Caddesi No:19/A, Kağıthane - İstanbul 34403

Tel: +90 212 295 47 55 Whatsapp: +90 536 566 90 52 E-Posta: destek@berklaminat.com.tr



Murat S. Canik / Elvin Tekstil San. Tic. A.Ş.
/ Genel Müdür

Firmamız, 1959 yılından beri tekstil alanında ürünler ve hizmetler vermektedir. Birçok kalite belgemiz bulunmaktadır; bunlar arasında ISO 9001, ISO14001, GRS, MED, OEKOTEX vb. Özellikle perdelik, stor ve döşemelik ürün ihtiyaçlarında çok farklı teknik ve dayanıklılık özelliklerine sahip ürünlerimiz bulunmaktadır. Firmamız aynı zamanda cruise gemisi endüstrisine de hizmet verebilecek sertifikalara sahiptir. Toplam ciromuzun yaklaşık yüzde 30'unu turizm sektörü oluşturmaktadır. Biz özellikle pencere kapatma kumaşları anlamında, perdeden stora kadar birçok farklı ürün

Elvin Tekstil olarak 66 yıldır özellikle perdelik, döşemelik, stor ve outdoor kumaşların üretimini yapmaktayız

grubunun üretimini yapmaktayız. Aynı zamanda dış mekan outdoor kumaşlarının da üretimini yapmaktayız. Hem tente hem döşemelik hem perdelik olarak çok geniş bir ürün portföyümüz bulunmaktadır.

Ürün seçiminde en önemli kriterler olan güç tutuşur özelliği, yıkama çekme dayanımı, leke itici özelliği ve ışıktaki solma değerlerinin testlerini kendi bünyemizde yapmaktayız. 2025 yılının ilk 6 ayının, çevre savaşları ve kur baskısı ile zor geçeceğimizi düşünüyorum. Fakat ikinci yarı faizlerin indirilmesi ile bir miktar rahatlama olabilir

Turizm sektöründe en çok ABD'ye ihracatımız bulunmaktadır. Bunun dışında Avrupa Birliği ülkelerine de ihracatımız vardır. Bu bölgelerde en önemli kriter perdelik ürünlerin güç tutuşur özelliğe sahip olması. Bu yangın güvenlik açısından çok önemli. Bu kriterleri karşılamak için kendi bünyemizde yangın testlerini yaptığımız laboratuvarlarımız bulunmaktadır. Biliyorsunuz en son Bolu Kartalkaya'da meydana gelen yangın yüreklerimizi yaktı. Güç tutuşur özellikli ürünlerin ne kadar

önemli olduğu bir kez daha ortaya çıktı. Diğer önemli bir kriter de yıkama çekme dayanımı ve leke itici özelliklerdir. En son olarak da ışıktaki solma değerlerinin belli bir seviyede olması gerekir. Tüm bu testler kendi bünyemizde yapılmaktadır. Bunun dışında diğer kriterler, modaaya uygun renk ve dokulu yüzeyler tasarlamaktır. Burada firma olarak iç mimarların talebine özel renk ve tasarım geliştirmek de mümkündür. Elvin Tekstil olarak otellere özellikle, güç tutuşurluk, ışık haslıkları ve yıkama çekme değerlerinin performans açısından çok önemli olduğunu ve alım yaparken bu bağlamda şartname oluşturmalarını tavsiye ederim. Tekstil sektörünün ne yazık ki en önemli sorunu kur baskısı. Enflasyonun çok altında kurun olması her sektörde olduğu gibi rekabet koşullarımızı zorluyor. Firmamız bazında satış hacmi olarak fena bir yıl geçirmedığımızı söyleyebilirim. Bir miktar hedefimizin altında da kalsak tolere edilebilir bir seviyeydi. 2025 yılının ilk 6 ayının, çevre savaşları ve kur baskısı ile zor geçeceğimizi düşünüyorum. Fakat ikinci yarı faizlerin indirilmesi ile bir miktar rahatlama olabilir

1991'den bugüne gelen tecrübemizle turizm sektörüne, markaya özel pike ve havlular dizayn ediyor, müşterimizin marka değerini arttırıyoruz

Obateks Otel Tekstil Ürünleri, 35 yılı aşkın tecrübesi ile sektörün önce firmalarından birisidir. Sultanhamam'da, 1991'den bugüne gelen tecrübemizle, değerli müşterilerimize, nitelikli otel ve hastane tekstil ürünleri üretiyoruz. Denizli'de fason üretimini yaptığımız otel ve hastane tekstil ürünlerini, İstanbul Gaziosmanpaşa ve Sultanhamam mağazalarımızda, ayrıca depo ve atölyelerimizde son şeklini verdiğimiz ürünleri web sitemiz aracılığıyla dünyaya pazarlamaktayız. Turizm sektörüne, markaya özel pike ve havlular dizayn ediyoruz hem müşterimizin marka değerini arttırıyoruz hem de rekabeti kendimizle yapmış oluyoruz. Türkiye'nin dünyaya açılan kapısının eşliğinde yer aldığımızı düşünüyorum. Ülkemize gelen turistler ilk bizim ürünlerimiz ile karşılaşılıyorlar; bu durum sorumluluğumuzu bir kat fazla omuzlarımıza yüklüyor. Bu durumun farkında olarak, niteliklerinden ödün vermeden üretimimize devam ediyoruz. Tekstil sektöründe ilk kriter, ürünün nitelikli olmasıdır. Biz müşterinin karşılaşacağı sorunların önceden görüp, buna göre üretim yapıyoruz. Müşteri memnuniyeti birinci prensibimizdir. Müşteri

ürünü tedarik ettikten sonra, ürün ömrünü tamamlayıncaya kadar, aldığı ürünle ilgili hiçbir sorunla karşılaşmamalı; ürün yıkama sonrası performansını ve dayanıklılığı koruyorsa (yumuşaklık, ütütutması) sorun yok demektir.

Sektörümüzün en önemli sorunu haksız rekabettir. 2018'den beri turizm sektörü sıkıntılardan bir türlü kurtulamadı. Bu durum, haliyle kaliteli üründen ödün vermeye sebep oldu. Bu, haksız rekabeti yani taklit ürünü doğurdu. Piyasanın bozulmasına sebep oldu ve işini düzgün yapmaya çalışan firmaları sekteye uğrattı

Otellere en önemli tavsiyemiz, satın alacağı ürünü tanımlarıdır, birinci şart bu olmalı. Son yıllarda enflasyonun etkisiyle piyasa kötü ürünlerin etkisi altında, bu geçici bir durum. Müşteri satın alacağı ürünü tanırsa hem haksız rekabet ortadan kalkar hem de müşteri iyi ürünü ekonomik olarak tedarik etmiş olur. Bunu bizim gibi firmalar, müşteriye doğru ürünün nasıl olması gerektiği hakkında bilgi vererek, gönüllü olarak yapıyor. Sektörümüzün en önemli sorunu haksız rekabettir. 2018'den beri turizm sektörü sıkıntılardan bir türlü



Muharrem Özçelik / Obateks Otel Tekstil Ürünleri Ltd. Şti. / Kurucu

kurtulamadı. Bu durum, haliyle kaliteli üründen ödün vermeye sebep oldu. Bu, haksız rekabeti yani taklit ürünü doğurdu. Piyasanın bozulmasına sebep oldu ve işini düzgün yapmaya çalışan firmaları sekteye uğrattı. Ne yazık ki sonuçta uzun vadede ülkemiz kaybediyor. 2024 yılının bir değerlendirmesini yaparsak, turizm ve bizim açımızdan durağan geçtiğini söyleyebiliriz. 35 yıllık tecrübemize dayanarak 2024 oldukça verimsiz bir yıl oldu, diyebiliriz. Bu daha çok ekonomik sebeplerden kaynaklı; doların düşük kalması, ülkemizde tatili, yabancılar açısından pahalı bir ülke yaptı. Bu durumun en az 1, en fazla 3 yıl süreceğini tahmin ediyoruz.



Tatil deneyimini iyileştiren akıllı teknolojiler

Teknolojik çözümlerimizle insan müdahalesini azaltıyor, daha konforlu ve güvenli bir konaklama hizmeti sunmanıza yardımcı oluyoruz.



Akıllı Kilit Sistemleri

Misafirler ister kendi mobil cihazlarıyla ister kartla odalara giriş yapabiliyor

Kablosuz Ağ İletişim Teknolojileri

Çok sayıda kişinin aynı anda kablosuz ağ kullandığı tesislerde kesintisiz ve hızlı bağlantı sunuyor.

Plaka Tanıma Sistemi

Sisteme tanımlanan misafir araçları otomatik geçiş yapabiliyor, uyarı gereken durumlarda uzaktan anons yapılabilir.

Anahtar Yönetim Çözümü

Özel ve dayanıklı bir kutuda muhafaza edilen anahtarlara sadece yetkisi olan kişiler erişebiliyor.

Uzaktan İzleme Çözümü

Akıllı analiz yeteneğine sahip görüntüleme sistemleri insan gözünden kaçabilecek tüm detayları yakalıyor, proaktif olarak erken müdahale şansı tanıyor.



Ramazan Zoroğlu / Zoroğlu Tekstil San. ve Tic. Ltd Şti. / Firma Sahibi

Zoroğlu Tekstil, 1991 Yılından beri Denizli 'de çeşitli tekstil ürünleri üretimi ve satışı konularında faaliyet göstermektedir. 2015 yılından sonra da otel tekstilinde üretim ve satış yapmaktadır. Otel Tekstili ürün gruplarımızda nevresim, çarşaf, yastık kılıfı, el havlusu, banyo havlusu, ayak havlusu, yatak koruyucu alezler, terlik, şampuan, sabun, duş jeli vb. buklet ürünler, yorgan ve yastık, pike, battaniye ve bornoz gibi ürünler bulunmaktadır. Firmamız, kaliteli, rahat, kullanımı kolay, uluslararası standartlara uygun ürünlerini, uzman kadrosuyla değerli müşterilerine ulaştırmayı ilke edinmiştir. Ana faaliyet konumuzun temelinde turizm vardır. Turizm sektörü tekstil için çok büyük bir öneme sahiptir. Tekstil üretiminde dünyada sayılı ülkelerden biri olduğumuz için, tüketilmesinde de turizm sektörü vazgeçilmez bir konumdur. Zoroğlu Tekstil olarak birinci vazgeçilmezimiz kalitedir. En

Ana faaliyet konumuzun temelinde turizm olan firmamız, kaliteli, rahat, kullanımı kolay, uluslararası standartlara uygun ürünlerini, uzman kadrosuyla değerli müşterilerine ulaştırmayı ilke edinmiştir

iyisini yapmak en önemli ilkemizdir. Otel tekstilinde temizliğin ve saflığın simgesi olan beyaz renk kullanılır. Bundan dolayı otel tekstilinde modanın bir etkisi yoktur. Misafir memnuniyeti birçok kez otelde kalır, bize kadar ulaşmaz. Ama bunun tersine birçok kez şahit olduk. Hatta misafirlerin memnun kaldıkları yastıkları bile otel izniyle götürmek istediklerini duyduk. Bu çok gurur verici bizim için.

Turizm sektörüyle en çok yaşadığımız zorluk, otellerin hangi kalite ürünü satın almak istediklerini bilmemeleridir. Zoroğlu Tekstil olarak, oteller için, kaç yıldız olduğunu, hangi müşteri portföyüne hitap ettiğini sorgulayarak ne alması gerektiğine karar veriyor ve ona uygun kaliteyi tavsiye ederek fiyatlandırıyoruz. 2025'te de firmamız hedeflerini hep daha ileriye koyarak, ilk günkü heyecan ve şevkle çalışmalarına devam edecektir

Turizm sektörüyle en çok yaşadığımız zorluk, otellerin hangi kalite ürünü satın almak istediklerini bilmemeleridir. Otellerde satın almaya bakan arkadaşların bu işte yeterli bilgiye ve donanımına sahip olmalarını isterdim. Bu bizi en çok zorlayan konu. Sağlıklı rekabet ortamını ortadan kaldırıyor. Tam olarak ne istediğini bilmeyen oteller

için, kaç yıldız olduğunu, hangi müşteri portföyüne hitap ettiğini sorgulayarak ne alması gerektiğine biz karar vermek zorunda kalıyoruz ve ona uygun kaliteyi tavsiye ederek fiyatlandırıyoruz. En çok karşılaştığımız da "Siz ürünlerin farklı kalitelerinin fiyatını yazın biz seçelim" söylemi. Bu da ne istediğini bilmemekten kaynaklanıyor. Sektörümüzün en önemli sorunu tabii ki maliyetler. Emek yoğun bir sektördeyiz. Enerji, nakliye, işçilikler vb. Biz firma olarak hammadde ve tedarik ettiğimiz ürünlerin finansmanı konularında hassas davranmaya çalışıyoruz. Müşteri portföyünü de geniş tutarak riski dağıtıyoruz. Finansal anlamda da mümkün olduğunca özsermayemizle işleri yürütüyoruz. Ülke olarak turizmde her geçen sene tesis, kalite ve ziyaretçi sayısı olarak üstüne koyarak ilerliyoruz. 2024'te turizm açısından iyi geçen bir yıl oldu. Ama beklenti her sene daha iyisi. Bizim asıl odaklanmamız gereken kaliteyi ve katma değeri yüksek tutarak, maximum kazanç sağlamak olmalı. Bu paralelde firmamız da hedeflerini hep daha ileriye koyarak, ilk günkü heyecan ve şevkle çalışmalarına devam edecektir. 2025'te inanılmaz bir turizm sezonunun bizi beklediğini düşünüyorum gerçekten. Umutluyuz. En iyi sezon olacak. Bu bir beklenti ama aynı zamanda bir öngörü.

Form Endüstri Tesisleri, Sanayi Bakanlığı onayıyla Ar-Ge merkezi oldu

İklimlendirme sektöründe yerli üretimin öncü firmalarından Form Endüstri Tesisleri, sürdürülebilirlik odaklı üretim anlayışı ve çevre dostu teknolojilere yaptığı yatırımlarla fark yaratıyor. İzmir'in Pancar Organize Sanayi Bölgesi'nde 20.000 m² alanda faaliyet gösteren tesis, enerji verimliliği konusundaki kararlılığıyla dikkat çekiyor. Karbon ayak izi raporunu yayımlayan sektörün ilk firması olarak önemli bir ilke imza atan firma, yıllık elektrik ihtiyacının tamamını güneş enerjisinden karşılayarak sürdürülebilirlik hedeflerini bir adım öteye taşıyor. Ar-Ge Merkezi unvanıyla inovasyonu ve teknoloji odaklı çalışmalarına hız kazandıran Form Endüstri Tesisleri, yıllık gelirin %2'sini

Ar-Ge çalışmalarına ayırarak yenilikçi ürün geliştirme süreçlerinde çevresel sorumluluk bilinciyle hareket ediyor. Bu adım, firmanın global pazarda daha rekabetçi bir konuma ulaşmasını ve sektörde standartları yeniden tanımlamasını sağlıyor. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda Ar-Ge Merkezi unvanı almaya hak kazanan Form Endüstri Tesisleri, bu başarısıyla inovasyon ve teknoloji odaklı çalışmalarını yeni bir boyuta taşıdı. "Daha büyük projeler ve yenilikçi çözümlerle müşterilerimize ve iş ortaklarımıza değer katma yolunda ilerliyoruz" Bu önemli gelişmeyle ilgili olarak değerlendirmelerde bulunan Form Endüstri Tesisleri Genel Müdürü Güray Korun, "Ar-Ge



Merkezi olarak, sürdürülebilirlik ve teknoloji odaklı çözümlerle daha büyük projelere imza atmaya, yenilikçi ürünler geliştirerek hem müşterilerimize hem de iş ortaklarımızla değer katmayı amaçlıyoruz. Bu başarı, global ölçekte daha rekabetçi hale gelmemizi sağlarken, sektörün standartlarını yeniden tanımlama hedefimize de güç veriyor. Teknoloji ve inovasyonu, çevresel sorumluluk anlayışımızla birleştirerek geleceğin ihtiyaçlarına bugünden cevap vermeye devam edeceğiz" dedi.

PROJE AYDINLATMA

Hayalin gücü...

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

www.projeaydinlatma.com



ES PROLINE kayar kapı mekanizması ile 2025'te yeni bir dönem başlıyor

Otomatik kapı sektörü, yeni yılla birlikte devrim niteliğinde bir yeniliğe hazırlanıyor. dormakaba'nın geliştirdiği ES PROLINE akıllı kayar kapı mekanizması, 2025 yılında piyasaya sunuluyor. Yenilikçi tasarımı, üstün performansı ve sürdürülebilir özellikleriyle sektörde yeni bir standart belirleyen ES PROLINE, modern geçiş sistemlerinin tüm ihtiyaçlarına cevap veriyor. ES PROLINE, sektörde fark yaratan bir dizi üstün özellikleri ile dikkat çekiyor:

- Yüksek Dayanıklılık: Direct Drive motor teknolojisi sayesinde 1,5 milyon açma-kapama döngüsüne dayanıklı.
- Hızlı Performans: Geleneksel mekanizmalara göre %20 daha hızlı çalışıyor.
- Sessiz Çalışma: Dişlisiz ve fırçasız lineer motor teknolojisiyle ultra sessiz.
- Uzun Kullanım Ömrü: %50 daha uzun ömürlü bir çözüm sunuyor.
- Yük Taşıma Kapasitesi: 2 x 200 kg'a kadar kapı kanat ağırlığını destekliyor.

Enerji verimliliği sağlayan yapısıyla dikkat çeken ES PROLINE, çevre dostu sertifikalarıyla sürdürülebilir geçiş teknolojilerine öncülük ediyor. Ayrıca Plug & Play sistemi sayesinde hızlı ve kolay kurulum sunarak hem zaman hem de iş gücünden tasarruf sağlıyor. CAN bus bağlantılarıyla ileri teknoloji entegrasyonu sağlayan ES PROLINE, Door Pilot mobil uygulaması sayesinde akıllı cihazlardan kolayca kontrol edilebiliyor. Entegre sensörlerle modern tasarımı tamamlayan bu mekanizma, aynı zamanda dormakaba'nın diğer sistemleriyle sorunsuz entegrasyon imkânı sunuyor. Standart kayar kapılar,



teleskopik kapılar ve acil çıkış kapılarında kullanılabilen ES PROLINE, EN 16005 standartlarına uygun olarak maksimum güvenlik ve performans sunuyor. 2025 yılı, otomatik kapı teknolojilerinde yepyeni bir dönemi beraberinde getiriyor. dormakaba'nın yenilikçi çözümü ES PROLINE, hız, dayanıklılık ve modern tasarımı bir araya getirerek sektöre öncülük etmeye hazırlanıyor.

Daikin, yapay zeka destekli uygulamalarıyla fark yaratıyor



İklimlendirme sektörünün 100 yıllık öncü markası Daikin, kurulduğu günden bugüne geliştirdiği teknolojilerle sektörüne değer katmaya devam ediyor. Misyonu gereği kullanıcılarının en iyi hizmeti alması için çalışmalarını sürdüren marka, iklimlendirme sistemleri için yenilikçi teknolojiler ve sürdürülebilir uygulamalar geliştirerek çevresel etkileri en aza indirirken hava kalitesini de en üst düzeye çıkarmayı amaçlıyor. Yapay zeka teknolojisini de yakından takip eden Daikin, ürün ve hizmetlerine bu teknolojiyi entegre ederek kullanıcı deneyimini en üst düzeye çıkarma hedefiyle ilerliyor. Buluşları ve patentleriyle sektörüne öncülük eden Daikin, ürünlerinde gelişmiş dijital teknolojilerin yanı sıra Daikin mAP, Daikin Eye, Daikin Cloud, IEQ Sensor gibi birçok yapay zeka destekli uygulamayla birlikte uzaktan ve akıllı kontrol sistemlerini de yoğun olarak kullanıyor. Daikin kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla geliştirdiği teknolojik ve yapay zeka destekli uygulamalarla iklimlendirme deneyimini konforlu ve kolay hale getirmeye devam ediyor. Bu kapsamda geliştirilen Onecta uygulaması, klimaların akıllı telefonlardan kontrol edilmesine imkan tanırken, sesli kontrol

özelliğiyle de hızlı ve kolay kullanım imkanı sunuyor. Daikin'in klimalara özel bir diğer özelliği Daikin Eye, hareket algılama sensörleri kullanarak verimlilik ve konforu en üst düzeye çıkarıyor. Daikin Eye'da bulunan varlık sensörü yani odadaki hareketi algılayan sensör, odada kimseyi belirlemezse ayar noktasını ona göre ayarlayarak kullanıcıya yüzde 27'ye varan tasarruf sağlıyor. Ayrıca hava akışını otomatik olarak insandan uzağa doğru yönlendirdiği için konfor düzeyini artırıyor, tavan ile zemin arasında eşit sıcaklık dağılımı sağlıyor. Bir diğer hayat kolaylaştırıcı ürünü Madoka Assistant, akıllı telefonlar üzerinden klimalara gelişmiş ayarlar yapmaya olanak tanıyarak sistemi daha ayrıntılı yönetme becerisi sağlıyor. Daikin tarafından kombilerinde kullanılan yapay zeka destekli Daikin D-Sense Online Modülasyonlu Termostat ise kombinin uzaktan kontrolüne olanak tanırken, pencere açık kaldığında kombiyi kapatabiliyor ve pek çok özelliğinin yanı sıra hata sinyallerini cep telefonuna bildiriyor. Daikin, geniş ürün yelpazesıyla her türlü iklimlendirme ihtiyacına yanıt veren çözümler sunuyor. Ev ortamları için tasarlanan kompakt cihazlardan büyük ölçekli ticari sistemlere kadar geniş bir ürün gamına sahip olan Daikin, tüm ürünlerini son teknoloji ve yapay zeka destekli akıllı uygulamalarla donatıyor. Kullanıcı dostu özelliklerle zenginleştirilen bu ürünler, müşterilere en üst düzeyde konfor, verimlilik ve enerji tasarrufu sağlamayı hedefleyerek sektörde fark yaratıyor. Soğutucular ve Air Handling Units'lar (AHU/Klima Santralleri) için geliştirilen yeni mobil uygulama Daikin mAP,

ünite kontrolcüsüne doğrudan erişerek iletişim ve kontrol sağlıyor. Bir diğer Daikin uygulaması Daikin iCM, soğutma grubu kapasitesini ve yükünü çalışma talebine göre kontrol ederek enerji tasarrufu sağlıyor. A'dan Z'ye eksiksiz bir kontrol sistemiyle maksimum performans ve güvenilirliğin yanı sıra, uzaktan takip ve kontrol imkanı da veriyor. Bulut tabanlı bir uzaktan izleme ve kontrol sistemi olan Daikin on Site uygulaması sayesinde kullanıcılar, soğutma grupları ve klima santrallerine istedikleri zaman istedikleri yerden erişebiliyor. Daikin, kullanıcılarının konforunu sağlamak ve bina yaşam döngüsü boyunca çevresel performansı optimize etmek için HVAC sistemlerini uzaktan kontrol etmelerini sağlayan web tabanlı bir uzaktan izleme ve servis çözümü olan Daikin Cloud Plus'ı oluşturdu. Daikin Cloud Plus, kullanıcıların HVAC sistemlerini her yerden yönetmesine, optimize etmesine ve kontrol etmesine olanak tanıyor. Yapay zeka destekli teknolojilerle donatılan Daikin ürünleri, enerji verimliliğini artırırken sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunuyor. Daikin, akıllı uygulamalarıyla kullanıcıların günlük yaşamlarına kolaylık, tasarruf ve konfor sağlarken; çevre dostu çözümleriyle de sektörün lideri olma konumunu sürdürüyor. Yaşam alanlarını daha akıllı hale getirerek kullanıcılarına uzun vadeli değer sunuyor. İklimlendirme ihtiyaçlarına en uygun çözümleri sunma hedefiyle ilerleyen Daikin, kullanıcılarına sunduğu değerle sektörde fark yaratmaya devam ederken sunduğu yapay zeka destekli ürünlerle sektörde liderliğini sürdürüyor.

Form Şirketler Grubu, 2024'te yüzde 15 büyüdü



Türkiye iklimlendirme sektöründe 60 yıllık köklü geçmişe sahip Form Şirketler Grubu, 2024 yılında başarılı bir performans sergileyerek dolar bazında yaklaşık yüzde 15 büyümeye ve 161 milyon dolar ciro elde etti. Bu büyümede, grubun güçlü bayi ve distribütör ağı, genişleyen ürün gamı ve sürdürülebilirlik stratejilerine olan bağlılığı önemli bir rol oynadı. Özellikle ihracatta elde ettiği başarılar ile dikkat çeken Form Grup, toplam cirosunun yüzde 17'sini ihracattan elde etti. Türki Cumhuriyetler, Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Avrupa gibi stratejik bölgelerde de güçlü iş ortaklıkları geliştirerek önemli bir ivme yakaladı. 2025 yılında dolar bazında %10 büyümeye ile 177 milyon dolar ciro hedefleyen ve sürdürülebilirlik alanında '2030 yılına kadar karbon sıfır' hedefiyle faaliyetlerini

sürdüren grup; üretim tesislerinde şu anda yıllık elektrik ihtiyacının tamamını yenilenebilir enerji kaynaklarından elde ediyor. 2024 yılına ilişkin değerlendirmelerde bulunan Form Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Korun, şu ifadeleri kullandı: "Form Şirketler Grubu olarak, sürdürülebilirlik ve inovasyon odaklı hedeflerimizi somut adımlarla hayata geçirmeye devam ediyoruz. Bu doğrultuda İzmir'deki fabrikamızda Ar-Ge merkezi olduk. Ar-Ge bütçesiyle mevcut cihazlarımızı geliştirmeye ve ısı pompası, klima santrali gibi konularda yeni ürünler tasarlamaya odaklanıyoruz. Mevcut fabrikamızı daha efektif kullanabilmek için önemli yatırımlar yaptık. Sürdürülebilirlik ve çevre konusundaki hedeflerimiz doğrultusunda 2024 yılında ilk karbon ayak izi raporumuzu yayınladık. 2030 yılına kadar ise karbon emisyonumuzu nötrlemeyi hedefliyoruz." Tunç Korun 2025 yılında Mitsubishi Heavy Industry (MHI) markasıyla son tüketiciye ulaşan yenilikçi, teknolojik ve konforlu klima sistemlerine odaklanacaklarını belirtti. Korun: "Ayrıca Mitsubishi Heavy markası altında yeni nesil çevreci R32 gazlı VRF merkezi klima sistemlerini sene sonunda doğru piyasaya sunmayı

planlıyoruz. MHI tarafında bulunan mevcut 238 servis noktasını, 2025'te 30 yeni eklemeye genişletmeyi, 2027 yılında ise bulunmadığımız coğrafi bölgelerde açacağımız yeni servislerle bu sayıyı 350'ye çıkarmayı hedefliyoruz. Mevcutta 105 olan bayi sayımızı ise 2025'te 125'e, 2027'de ise 150'ye yükseltmeyi planlıyoruz" dedi. Artan maliyetler, düşük kurlar ve yüksek faiz oranlarının yarattığı finansal baskılara karşı, yerli üretim ve ihracat odaklı bir yaklaşım benimsediklerinin altını çizen Korun: "Özellikle lisanslı üretimini gerçekleştirmekte olduğumuz Lennox paket klimalar, yine yerli ürettiğimiz Form markalı klima santrali, ısı pompası, fancoil, ısı geri kazanım cihazları ve Freva markalı soğutma kuleleri ile ihracat pazarlarımızı geliştirmeyi ve yeni iş ortaklıkları oluşturmayı hedefliyoruz. 2025 yılında mevcut kaynaklarımızı etkin bir şekilde kullanarak hem ürün kalitemizi artırmayı hem de müşteri erişimini güçlendirmeyi düşünüyoruz. Ek olarak, hızlı strateji değişiklikleriyle değişken yatırım ortamına uyum sağlayarak, 2026'dan itibaren yatırımlarımıza yeniden hız vermeyi planlıyoruz" açıklamasında bulundu.

Hitit, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde işlem görmeye başladı

Havayolu ve seyahat teknolojileri alanında 30 yılı geride bırakan Hitit (HTTBT), kurumsal sürdürülebilirlik performansları yüksek olan şirketlerin yer aldığı Borsa İstanbul (BIST) Sürdürülebilirlik Endeksi'nin en yeni üyesi oldu. Kurumsal yapısı, iş yapış şekilleri ve sosyal sorumluluk projeleriyle çevresel, sosyal ve yönetimsel kriterleri kapsayan Refinitiv değerlendirmesini başarıyla tamamlayan Hitit, 1 Ocak 2025 itibarıyla Sürdürülebilirlik Endeksi'nde işlem görmeye başladı. Sürdürülebilirliği iş stratejilerinin merkezine alan Hitit'in, çevre, iklim değişikliği, biyoçeşitlilik, insan hakları ve yönetim yapısı gibi öncelikli kriterlere odaklanmaya devam edeceğini vurgulayan Genel Müdür Nevra Onursal Karaağaç, "Sürdürülebilirlik, havayolu ve seyahat sektörünün en önemli konularından biri. Esasında havacılık, sürdürülebilirlik konusunda yüzde üç gibi küçük bir paya sahip olsa da kamuoyundaki algı bu yönde değil. Bu nedenle IATA, 2050 yılı için NetZero hedefi ve havayolu şirketlerinin karbon emisyonlarını sıfıra indirme yönünde bir karar aldı. Bu nedenle havayolu şirketleri karbon emisyonlarını azaltmak için çok ciddi çalışmalar yapıyor. Hitit'in geliştirdiği maliyet muhasebesi çözümü olan Crane.CA, havayolu şirketlerinin 2050 hedeflerini yakalamalarına önemli katkılar sağlayacak. Sektörümüzün sürdürülebilirlik çabalarında iş ortaklıklarını da önemsiyoruz; Türk Hava Yolları, Boeing ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan Sürdürülebilir Havacılık Platformu'nun

üyyesi olarak, Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı (SAF) yol haritasının oluşturulmasına katkı sağlıyoruz" şeklinde konuştu. Hitit'in, kendi sürdürülebilirlik yolculuğu için de ciddi adımlar attığını kaydeden Karaağaç, şirketin karbon salımı ve çevresel etki ayak izini ulusal ve uluslararası standartlara uygun olarak değerlendirdiğini vurguladı. Karaağaç, şirket için yapılan çalışmaları şöyle özetledi: "Kapsam 1 ve Kapsam 2 verilerinin analizine ek olarak, Kapsam 3 verilerinin doğru şekilde tespiti için partnerlerimizle ortak hareket ediyoruz. Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amacı ile faaliyetlerimizi uyumlu hale getirmek, tüm iş ve sosyal süreçlerimizin temel motivasyon kaynağı. Tüm faaliyetlerimizi, toplumsal cinsiyet eşitliği, sorumlu tüketim ve üretim, nitelikli eğitim, sağlıklı yaşam, eşitsizliklerin azaltılması, temiz su ve sanitasyon gibi alanlara fayda sağlayacak şekilde yürütüyor, bu sayede sürdürülebilirliği yaşamın her alanında var etmeye çalışıyoruz. Çeşitlilik ve kapsayıcılık kuruluşumuzdan bugüne şirket kültürümüzün en temel prensibi oldu. Çalışanlarımızın yüzde 38'i, Yönetim Kurulumuzun yüzde 50'si ve Yönetici Kadromuzun yüzde 60'tan fazlasının kadın olması ile iş yerlerindeki cinsiyet çeşitliliğinde dünya ortalamalarının üzerine çıkıyoruz. Bu duruşumuz, istihdam politikalarımıza, sosyal sorumluluk projelerimize ve IATA'nın havacılık endüstrisinde kadınların temsilini 2025 yılına kadar en az yüzde 25'e çıkarmayı amaçlayan



"25by2025 Projesi" gibi sektör çapında girişimlerdeki aktif varlığımıza da yansıyor. 2018 yılından bu yana devam ettirdiğimiz ve Türkiye'nin ilk sürdürülebilir masa tenisi projesi olan "Uçan Raketler" ile de cinsiyet ayrımı yapmadan 411 devlet okulunda 160 binden fazla öğrenci ve 430 öğretmeni masa tenisi ile buluşturduk. Ayrıca nitelikli eğitime ve eğitimde cinsiyet eşitsizliklerinin azaltılmasına yönelik çalışmalarımızda da üniversitelerle akademik iş birlikleri yapıyoruz. Özellikle kalifiye iş bulmakta zorlanan meslek lisesi öğrencilerinin teknik becerilerini geliştirip havacılık yazılımı alanında istihdam edilebilir hale gelmelerine yönelik çalışmalarımız var. Anadolu'da ihtiyaç sahibi okullara teknolojik ekipmanlarımızı başışlayarak, dijital uçurumu kapatmaya yönelik adımlar atıyoruz. Bundan sonra ivmesini giderek artıracığımız çalışmalarla da BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nin daimi üyelerinden biri olmak için çalışacağız."

Bonna'nın çatı markası Kar Porselen Özbekistan'da fabrika açıyor



Türkiye'nin ihracat şampiyonu Bonna'nın çatı markası Kar Porselen, yeni yatırımını Orta Asya'nın en büyük iç pazarlarından Özbekistan'da yapıyor. Kar Porselen, Taşkent'te sanayi bölgesinde 56 dönümlük bir alanda konumlanan yeni fabrikası için toplamda 25 milyon doların üzerinde yatırım yapacak. Bu yatırımla Orta Asya, Rusya ve çevre ülkelerin sofrası üstü porselen ihtiyaçlarına karşılık vermeyi hedefleyen marka, kaliteli Türk porselenini Orta Asya ile tanıştıracak. Türkiye'nin ilk %100

HoReCa markası Bonna'nın çatı markası Kar Porselen, yeni yatırımı için Özbekistan'ı tercih etti. Taşkent'te 29.000 metrekare kapalı alan olmak üzere, 56 dönümlük bir arazide kurulu bir fabrika satın alan marka, Orta Asya, Rusya ve çevre ülkelerin sofrası üstü porselen ihtiyaçlarına karşılık vermeyi hedefliyor. Özbekistan fabrikası için toplamda 25 milyon doların üzerinde yatırım yapacak olan Kar Porselen, bu sayede bölgedeki komşu pazarlara açılacak. Yaklaşık 36 milyonluk nüfusuyla Orta Asya'nın en büyük iç pazarlarından olan Özbekistan'da üç yüzün üzerinde istihdam sağlayacak olan porselen markası, fabrika tam kapasiteyle üretime ulaştığında ayda yaklaşık 1.5 milyon adet ürünün sektöre sunacak. Bu yeni yatırımla Orta Asya,

Rusya ve çevre ülkelerin sofrası üstü porselen ihtiyaçlarına karşılık verip, bölgede önemli bir oyuncu olmayı hedeflediklerini aktaran Bonna Genel Müdürü Erbil Aşkan, "Yaklaşık 36 milyonluk nüfusuyla Orta Asya'nın en büyük iç pazarlarından olan ve Orta Asya'nın tam kalbinde yer alan Özbekistan, oldukça stratejik bir konuma sahip. Gerek üretim gerekse bölgenin diğer ülkelerine ulaşımı kolaylaştıran lojistik avantajları sebebiyle komşu pazarlara açılmak için önemli bir merkez. Özellikle son yıllardaki ekonomik reformlarla yatırımcı dostu bir yaklaşım içinde olan Özbekistan'a yatırım yaparak, kaliteli, estetik ve sıra dışı ürünlerimizi çok daha fazla ülkeye ulaştıracak ve Orta Asya pazarının önemli bir oyuncusu olacağız" dedi.

Gree'nin Türkiye Temsilcisi TLC Klima, 2024 yılında yüzde 100 büyüdükü



Sema Tunar

Gree Türkiye Temsilcisi TLC Klima, 2024 yılı büyüme oranlarını açıkladı. TLC Klima, 2024 yılında dolar bazında yüzde 100 büyüdükü. Türkiye pazarında Gree markasının bilinirliğini artırmayı başaran şirket hem bireysel hem de ticari segmentlerdeki büyüme hedeflerini gerçekleştirdi.

Gree Klima'nın Türkiye temsilcisi TLC Klima'nın Yönetici Ortağı Sema Tunar, "Gree Klima'nın dünya çapındaki teknoloji ve inovasyon gücünü Türkiye'ye taşıyarak müşterilerimize enerji verimliliği yüksek, çevre dostu çözümler sunduk. 2025 yılında da daha yüksek hedeflere ulaşarak sektördeki güçlü konumumuzu pekiştirmeyi amaçlıyoruz" dedi. 2024 yılında TLC Klima, ürün kategorilerinde geçen seneye göre dikkat çekici büyüme oranlarına ulaştı. Split ürün gamında %100, ticari ürünlerde %63, multi klimalarda %80, VRF sistemlerinde %44 ve ısı pompalarında %49 büyüme sağlayan Gree'nin Türkiye Temsilcisi TLC Klima, bu sonuçlarla sektördeki öncü konumunu pekiştirdi. TLC Klima, bu başarılarla birlikte 2025 yılında da sektöre yön veren markalardan biri olmayı ve katma değerli çözümlerle fark yaratmayı hedefliyor. TLC Klima'nın teknoloji ve fiyat-performans odaklı stratejileri, şirketi hem bireysel hem de kurumsal müşteriler nezdinde güvenilir bir marka konumuna taşıdı. Bu başarılar, şirketin 2025 yılı için belirlediği daha büyük hedeflere ulaşma yolunda güçlü bir temel oluşturuyor. TLC Klima'nın Yönetici Ortağı Sema Tunar, "2024 yılı, TLC Klima olarak hem yeniden yapılanma sürecimizi başarıyla tamamladığımız hem de sektörde büyümeyi sürdürdüğümüz bir yıl oldu. 2024 yılında, dolar bazında ciromuzda yüzde 100 oranında büyüme kaydettik. Bu güçlü performans, 2023 yılına kıyasla finansal başarılarımızı ve istikrarlı büyüme trendimizi net bir şekilde ortaya koyuyor. Aynı zamanda 2024 yılında ürün satış adetlerimiz, 2023 yılına göre yüzde 89 oranında artış gösterdi. Bu güçlü büyüme, ürünlerimize olan yüksek talebin ve pazardaki etkili stratejilerimizin bir göstergesidir. Özellikle enerji verimliliği ve fiyat-performans odaklı çözümler sunma konusundaki kararlılığımız, büyüme oranlarımıza yansdı. 2024 yılı, şirketin ürün kategorilerinde kayda değer büyüme oranlarına ulaştığımız bir yıl oldu. 2025 yılında da müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik katma değerli ürün ve hizmetler sunarak sektördeki öncü konumumuzu daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz. Bu yıl içinde Home ürün grubumuza dahil edeceğimiz yeni ürünlerimiz olacak. Bu ürünler ile müşterilerimizin günlük yaşamına pratik ve yenilikçi dokunuşlar katmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki dönemde, hayatı kolaylaştıracak farklı ürünlerimizi de kullanıcılarımızla buluşturmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz." açıklamalarında bulundu.

Yapay görü ve üretken yapay zeka kategorileri güçlenirken girişim sayısı 379'a ulaştı

Yapay zeka teknolojileri dünya genelinde ilerleyişini hızla sürdürürken, Türkiye bu alanda güçlü ve rekabetçi bir ekosistem oluşturmak adına önemli adımlar atmaya devam ediyor. Türkiye Yapay Zeka İniyatifi'nin (TRAI), 2017 yılından beri düzenli olarak güncellediği 'Yapay Zeka Girişim Haritası'nın 2024 son çeyrek verilere göre, yeni güncellemelerle farklı kategorilerden eklenen 19 yeni yapay zeka



Can Sinemli

girişimi ile birlikte yapay zeka ekosistemindeki girişim sayısı 379'a ulaştı. Yeni eklenen girişimler, haritada 7 farklı kategoride kendine yer buldu. Bu çeşitlilik, yapay zeka teknolojilerinin farklı alanlarda yaygın şekilde kullanılmaya devam ettiğini ortaya koydu. 2024 üçüncü çeyrek ve 2024 son çeyrek güncellemeleri karşılaştırıldığında ise kategoriler bazında dikkat çekici değişimler göze çarptı. Yapay Görü, Üretken Yapay Zeka, Öngörü ve Veri Analitiği, Nesnelere İnterneti (IOT), Doğal Dil İşleme, Akıllı Platformlar, Chatbot ve Diyalogsal Yapay Zeka kategorilerinde önemli artışlar gözlemlendi. Bu artışın etkisiyle birlikte, 89 girişim ile 'Yapay Görü' ve 68 girişim ile 'Üretken Yapay Zeka' toplam girişim sayısında lider konumda kalmayı sürdürdü. Yapay Görü alanındaki büyüme, sağlık ve güvenlik gibi kritik sektörlerdeki uygulamalara olan talebi yansıtırken, Üretken Yapay Zeka'nın öne çıkışı, yaratıcı süreçlerin dijital dönüşümüne olan ilgisini artırdı. Yeni eklenen 19 girişimin ise 5'i Yapay Görü ve 5'i Üretken Yapay Zeka kategorisinde yer alarak, bu iki alandaki yükselen trendleri ortaya koydu. Hem görüntü işleme teknolojilerindeki ilerleme hem de yaratıcı yapay zeka çözümlerine yönelik artan ilgi, bu teknolojilerin Türkiye ekosisteminde de dünya ile uyumlu şekilde stratejik bir rol oynadığını ortaya koydu. 2025 yılının öne çıkacak trendlerinden birinin de Yapay Zeka Ajanları olduğunu belirten TRAI Direktörü Can Sinemli şu değerlendirmelerde bulundu: "Belirli bir görev veya amaca yönelik tasarlanan ve çevreleriyle aktif şekilde etkileşime geçebilen yazılım sistemleri olan bu ajanlar; algılama, karar alma ve eyleme geçme yeteneklerine sahip. Yapay Zeka Ajanları; müşteri hizmetleri, oyun, üretim, sağlık, finans ve ulaşım gibi pek çok sektörde uygulama alanı buluyor ve operasyonel verimliliği artırıyor. Yapay Zeka Girişimleri Haritası'nın 2024 son çeyrek güncellemesinde de bu alanda girişimlerin yer aldığını görüyoruz ve önümüzdeki dönemde bu tür girişimlerin sayısının artmasını bekliyoruz."

Otellerin tekstil ihtiyaçlarında, günün koşulları ve otelin konseptine göre kurumsal çözümler üretip danışmanlık hizmeti veriyoruz



otelloji
HOTEL EQUIPMENTS

+90 212 886 23 86 +90 533 618 68 35 info@otelloji.com www.otelloji.com

Mövenpick Resort Antalya'da İnoksan Farkı



Mövenpick Resort Antalya, mutfaklarında İnoksan'ın yenilikçi çözümlerini tercih ederek konuklarına en iyi gastronomi deneyimini sunuyor. Türkiye'nin lider mutfak ekipmanı

üreticisi İnoksan, otelin mutfak operasyonlarını verimli hale getirirken şeflere modern, sürdürülebilir ve yüksek performanslı ekipmanlar sağlıyor. İnoksan'ın yüksek standartlardaki mutfak çözümleri, otelin profesyonel mutfak ekibine hız ve verimlilik kazandırırken, enerji tasarrufu sağlayan teknolojileriyle de sürdürülebilirlik anlayışına katkıda bulunuyor. Bu özel iş birliği, Mövenpick Resort Antalya'nın mutfak süreçlerini

optimize ederek misafirlerine kusursuz hizmet sunmasına yardımcı oluyor. Turizm sektöründe kaliteyi ve mükemmeliyeti ön planda tutan İnoksan, Mövenpick Resort Antalya'daki mutfak altyapısıyla fark yaratmaya devam ediyor. Otel yatırımcıları ve profesyonel mutfak işletmecileri için ideal çözümler sunan İnoksan hakkında daha fazla bilgi almak için web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.

Yanlış seçilen doğalgaz baca sistemleri, yangına davetiye çıkarıyor



Yapılardaki; gaz ocaklarının, ısıtma ve sıcak su sistemlerinin yanma sonucu oluşan atık gazlarını atmosfere yönlendiren doğalgaz baca sistemleri, doğru seçilmediğinde hem insan sağlığını hem de yapı güvenliğini tehdit edebiliyor. "Doğalgaz baca sistemlerinin, doğalgazlı cihazlardan çıkan atık gazları, güvenli bir şekilde dışarıya yönlendirerek yapılardaki iç

mekân hava kalitesini koruması ve yangın tehlikesini bertaraf etmesi gerekiyor" diyen Ekomaxi Yönetim Kurulu Başkanı Osman YAĞIZ, sistem seçiminde dikkat edilmesi gereken hususları paylaştı. Konutlarda, ticari binalarda ve sanayide yaygın olarak kullanılan doğalgaz, gerekli önlemler alınmadığı takdirde insan ve çevre sağlığı ile yapı güvenliğini tehdit edebiliyor. Bu nedenle doğalgazın yanması sonucunda ortaya çıkan atık gazları, doğru baca sistemleri ile hem atmosfere hem de binada yaşayan insanlara zarar vermeyecek şekilde dışarıya atmak gerekiyor. "Doğalgaz baca sistemlerinin, doğalgazlı cihazlardan çıkan atık gazları, güvenli bir şekilde dışarıya yönlendirerek, yapılardaki iç mekân hava kalitesini koruması ve yangın tehlikesini bertaraf etmesi gerekiyor" diyen Ekomaxi Yönetim Kurulu Başkanı Osman Yağız, sistem seçiminde dikkat edilmesi gereken hususları paylaştı: "Doğalgaz baca sistemleri, yapılardaki gaz ocaklarının, ısıtma ve sıcak su sistemlerinin yanma sonucu oluşan atık gazlarını atmosfere yönlendiren önemli yapı bileşenleri arasında yer alıyor. **Zehirlenmelere ve yangına neden oluyor:** Doğal gaz baca sistemlerinin; projelendirme, ürün seçimi ve uygulama çalışmalarının işinin uzmanı firmalar tarafından yapılması, insan sağlığı ve yapı güvenliği açısından kritik önem taşıyor. Doğalgazın yanması sonucu açığa çıkan karbon monoksit gibi zehirli gazların, yaşam alanlarında birikmesini engelleyerek, zehirlenme gibi sağlık sorunları yaşanmasını ve aynı zamanda yangın riski oluşmasını önüyor. Ayrıca doğru doğalgaz bacası, ısıtma sisteminin yüksek verimli bir şekilde çalışmasını sağlayarak, yakıt sarfiyatını da düşürüyor. Ancak güvenlik ve tasarruf kriterlerinin sağlanabilmesi için doğalgaz bacasının seçiminde bazı hususlara dikkat etmek gerekiyor. **AISI 316 L paslanmaz çelik malzeme ile üretilmeli:** Doğalgaz baca sisteminin, AISI 316 L paslanmaz çelik malzeme kullanılarak üretilmesi, ısıya ve yangına karşı yüksek dayanım sağlıyor. **Tam sızdırmazlık sağlanmalı:** 50 mm'lik muf genişletme bağlantısı ile bacadan stabil durması ise tam sızdırmazlık ve montaj kolaylığı sağlıyor. Örneğin 50 mm'lik muf genişletmesi yapılmış olan baca bağlantı noktalarında 80 mm'lik geniş bağlantı kelepçe sistemi kullanılması, bacaları birbirine bağlarken tam sızdırmazlık sağlanması anlamına geliyor. Ekomaxi olarak, doğal gaz baca sistemlerinin üretiminde kurulumunda bu hususlara önem veriyoruz. Hatta Türkiye'de pozitif ve negatif bacalarda çift conta sistemini uygulayan tek firmayız. Standart olarak sunduğumuz iki kanatçıklı ikiz conta sistemi sayesinde, yoğun ve kaskad sistemlerde mükemmel sızdırmazlık sağlıyoruz. **Kalite belgelerine dikkat edilmeli:** Doğalgaz baca sisteminin seçiminde ürünün sahip olduğu kalite belgelerine de dikkat etmek gerekiyor. Ekomaxi olarak, 50 mm ile 1200 mm çap aralığında ürettiğimiz baca sistemlerimizin kalitesini, CE ve TSE belgeleri ile tescilliyoruz" dedi. **Periyodik bakım yaptırılmalı:** Osman Yağız, doğal gaz baca sistemlerinin dizaynı ve kurulumu sonrasında, sistemin güvenli ve verimli bir şekilde çalışması için de periyodik bakımın ihmal edilmemesi gerektiğinin altını çizdi.

Daikin Türkiye Akademi'nin ısı pompası eğitimleriyle sektör geliyor

İklimlendirme sektörünün 100 yıllık tecrübeli markası Daikin, eğitim faaliyetleriyle paydaşlarının kişisel gelişim, mesleki deneyim ve iş yapma kalitesini artıracak eğitimler düzenlemeye devam ediyor. 2013 yılında faaliyete geçen Daikin Türkiye Akademi ile sektör çalışanlarının gelişimini destekliyor. Öğrenme kültürünü yaygınlaştırarak, gelişimi sürdürülebilir kılmak misyonuyla faaliyetlerine devam eden Daikin Türkiye Akademi, yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirdiği yoğun eğitimlerle, sektör çalışanlarının gelişimine katkıda bulunuyor. Daikin Türkiye'nin son eğitim serisi, ısı pompası ve diğer ısıtma grubu ürünlerine odaklandı. Eğitimler, ürünlerin teknik detayları, satış stratejileri ve sektördeki rekabet avantajları gibi konuları kapsadı. Katılımcılara ürünlerin bilinmeyen özelliklerini keşfetme ve bu bilgileri iş süreçlerinde nasıl kullanabileceklerini öğrenme fırsatı sunuldu. Aynı zamanda ticari faaliyetlerde karşılaşılan sorunlara yönelik çözümler geliştirildi. Bayiler, teknik bilgi seviyelerini artırırken müşteri odaklı hizmet anlayışlarını güçlendirdi. 2024 yılının temmuz ayında başlayan eğitim programı, Türkiye'nin 10 farklı şehrinde düzenlenerek geniş bir katılımcı ağına ulaşmayı başardı. Eğitimlere İstanbul, İzmir, Bursa, Antalya, Bodrum, Çanakkale, Ankara, Diyarbakır, Trabzon ve Adana gibi şehirler ev sahipliği yaptı. Katılımcılar, Daikin ve Airfel markalarına ait ısıtma ürün gamındaki yenilikler hakkında detaylı bilgiler edinme fırsatı buldu. Havadan suya ısı pompalarının mucidi Daikin tarafından düzenlenen eğitim programlarında ısı pompaları hakkında detaylı bilgiler verildi. ısı pompaları, sürdürülebilirlik ve düşük karbon emisyonu hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynayan yenilikçi iklimlendirme çözümleri arasında yer alıyor. Enerji verimliliğiyle dikkat çeken bu teknolojiler, doğadaki ısıyı kullanarak mekanların ısıtma ve soğutma ihtiyaçlarını karşılıyor. Geleneksel sistemlere kıyasla enerji tüketimini minimize eden ısı pompaları, çevre dostu bir alternatif sunuyor. Bu teknoloji, sadece kullanıcıların enerji maliyetlerini azaltmakla kalmayıp aynı zamanda karbon ayak izini de önemli ölçüde düşürüyor. Daikin Türkiye'nin eğitimleri, bayilere bu ürünlerin teknik avantajlarını öğretirken, aynı zamanda sürdürülebilir bir geleceğe katkı sağlama konusunda farkındalık oluşturmayı amaçlıyor. Daikin Türkiye Akademi'nin alanlarında uzman ekipleri tarafından titizlikle hazırlanan eğitim programları, katılımcıların eğitimden en yüksek verimi almasını amaçlıyor. Eğitim programları bayilerin ticari başarısını desteklerken aynı zamanda sektörü de bilgilendiriyor. Daikin Türkiye, önümüzdeki dönemde de eğitim programlarını sürdürerek hem kendi iş ortaklarının hem de sektör çalışanlarının gelişimine destek vermeye devam edecek.



Advanced water treatment technology for sustainable buldings

Sürdürülebilir tesisler için ileri teknoloji ile su iyileştirme

Swiss Technology
İsviçre Teknolojisi

IP65 protection standards
IP65 koruma sınıfı

Unlimited flow rate
Limitsiz debi

No service, spare part and maintenance
Bakım, servis ve yedek parça ihtiyacı yoktur

No waste water
Atık su yoktur

Very low operation cost
Çok düşük işletme maliyeti

- Etkin su kullanımı ile su tasarrufu (~40%)
- Tuzlu ve acı sular ile sulama imkanı
- Suda ve toprakta tuzluluk yönetimi
- Toprakları rehabilite etmek
- Tıkanmaları önleme, şebekeyi koruma
- Biofilm ve kireç oluşumunda sistemlerin korunması
- Gübre emilimini arttırma, gübreden tasarruf
- Bitki sağlığının iyileştirilmesi



www.aqua4d.com.tr

SWISS TECHNOLOGY 



AQUA4D®

Ayhan Sarı / Aysar Tekstil / Genel Müdür

Güçlü bir paya sahip olduğumuz, yıllık ciromuzun 4 milyon USD olarak seyrettiği 'Aysar Work' markamızla, turizm sektöründe otellere, kaliteli, dayanıklı ve şık iş kıyafetleri üretiyoruz

Aysar Tekstil, kadın ve erkek giyim üretimi yapan köklü bir firma olarak, dünya çapında birçok büyük markaya ihracat yapıyor. 'Aysar Work' markasıyla yurt içinde ve yurt dışında geniş kapsamlı otel personeli kıyafetlerinin ihracatını gerçekleştirirken; l'INN markası ise lüks giyime yeni bir bakış açısı getiriyor. 2025 yılında yatırımlarını ve gelişim hedeflerini birleştirerek, 7500 metrekairelik yeni fabrikalarının inşasına başlayan, başarılarının temelinde yer alan iki etkenin kalite ve hızlı geri dönüşler olduğunu vurgulayan Aysar Tekstil Genel Müdürü Ayhan Sarı ile Turizm Proje Dergisi olarak bir röportaj gerçekleştirdik.

Firmanız kısaca tanıtarak ürünleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Aysar Tekstil'i, 2017 yılında kurduk. Başlangıcımızdan bu yana kalite ve müşteri odaklı yaklaşımımızla sektörde güçlü bir yer edindik. Ürün yelpazemizle bay ve bayan giyim, otel personeli kıyafetleri, dayanıklı iş kıyafetleri gibi farklı alanlara hitap ediyoruz. Her zaman yenilikçi, hızlı ve kaliteli çözümler sunarak müşterilerimizin beklentilerini karşılamayı ön planda tutuyoruz. Kadın ve erkek giyim üretimi yapan köklü bir firma olarak, dünya çapında birçok büyük markaya ihracat yapıyoruz. Bayi ve ihracat ağıımızı genişleterek özellikle Rusya'da Melon Grup ile güçlü ve istikrarlı bir iş birliği sürdürüyoruz. Almanya, İsveç, İngiltere, İspanya ve Polonya gibi önemli pazarlara ihracat üretimlerimiz, toplam kapasitemizin yüzde 75'ini kapsıyor. Başarımızın temelinde iki ana faktör var: Kalite ve hızlı geri dönüşler. Müşterilerimizin tüm taleplerini en kısa sürede, en doğru şekilde yerine getirmek için, alanında uzman ve deneyimli bir ekibimiz var. Her bir müşterimizin isteklerine özenle yaklaşarak onların beklentilerine karşılık veriyoruz.

Turizm sektörüne özel olarak sunduğunuz ürünleriniz var mı? Turizm sektörü, sizin için ne ifade ediyor, ciroasal anlamda ne kadarlık bir paya sahip?

Turizm sektörü, özellikle otel personeli kıyafetleri üretiminde güçlü bir paya sahip olduğumuz bir alan. 'Aysar Work' markasıyla otellere yönelik kaliteli, dayanıklı ve şık iş kıyafetleri üretiyoruz. Bu alanda müşteri taleplerine hızla cevap vererek, turizm sektörünün ihtiyaçlarına yönelik özel ürünler geliştirdik. Ciroasal olarak turizm sektörü, bizim için önemli bir paya sahip ve bu alanda daha fazla büyümeyi hedefliyoruz. Aysar Work departmanımız, 2017 yılından bu yana önemli bir yükseliş gösterdi ve bu başarıdan gurur duyuyoruz. Personel kıyafeti ve otel sektörü üzerine geliştirdiğimiz yenilikçi çözümlerle hem yurt içinde hem de yurt dışında pek çok talebi başarıyla karşılıyoruz. Otel personeli kıyafet üretiminde, sektördeki gelişmeleri takip ederek ve büyük markaların ihtiyaçları doğrultusunda sürekli bir ilerleme kaydediyoruz. Yurt içi otel ve benzeri işletmelerimiz dışında Almanya, Dubai ve Katar gibi ülkelere de geniş kapsamlı

üretimler gerçekleştirilmekteyiz. Bu doğrultuda 'Aysar Work' olarak gerçekleşen yıllık ciromuz 4 milyon USD olarak seyrediyor. Fakat yeni atılımlarımızla cirolarımızı istikrarlı bir şekilde yükseltmeyi hedefliyoruz.

Turizm sektörüne yönelik ürünlerinizde baz aldığınız kriterleriniz nelerdir? Sektör için ürün gamı oluştururken, otellerden gelen taleplerin ve son moda trendlerin rolü ne oluyor?

Turizm sektöründe özellikle fonksiyonellik, konfor ve şıklık öne çıkıyor. Otellerden gelen talepleri dikkate alarak, çalışanların uzun süreli kullanımına uygun, estetik ve rahat tasarımlar oluşturuyoruz. Son moda trendleri de takip ederek, otel konseptlerine uyum sağlayacak modern tasarımlar sunmaya özen gösteriyoruz. Ürünlerimizin dayanıklılığı, iş güvenliği standartlarına uygunluğu ve kalite beklentileri sektörümüzün en önemli kriterleri arasında yer alıyor.

Otellerde ürün seçimlerinde tavsiyeleriniz neler olur?

Otellerde, personel kıyafetleri seçiminde öncelikle iş güvenliği ve konforu göz önünde bulundurmalarını öneriyorum. Çalışanlar için rahatlık ve fonksiyonellik oldukça önemli. Ayrıca, otel konseptiyle uyumlu, şık ve profesyonel görünümlü kıyafetler tercih edilmeli. Estetik ve işlevselliği bir arada sunarak hem çalışanların hem de misafirlerin memnuniyetini artırabilirsiniz.

Firmanız açısından 2024 yılının bir değerlendirmesini yapar mısınız?

Belirtediğiniz hedeflere ulaşabildiniz mi?
2024 bizim için çok önemli bir yıl oldu. Hem markamızı güçlendirdik hem de global pazara açılma yolunda büyük adımlar attık. 'l'INN' markamızla hedeflediğimiz imajı yaratmak ve kaliteli Türk tekstilini dünya çapında tanıtmak için önemli yatırımlar yaptık. Genel olarak hedeflerimize büyük oranda ulaştık ve her geçen gün daha da büyüyoruz. 2024 yılı, Aysar Tekstil için çok heyecan verici bir dönemeçti. l'INN markasını kurarak global alanda tanınan bir marka yapma hedefimiz doğrultusunda önemli adımlar atıyoruz. l'INN markasının tasarım ve



üretim süreçlerinde dünya standartlarında kaliteyi hedefliyoruz ve markayı hızla uluslararası pazarda tanınan bir konuma getirmek istiyoruz. Türk tekstil sektöründe daha güçlü bir şekilde yer almak ve uluslararası pazarda varlık göstermek istiyoruz. Amacımız sadece Türkiye'de değil, dünya çapında tanınan bir marka olmak. Global pazarda kaliteli Türk markalarını görmek beni çok heyecanlandırıyor ve biz de bu vizyonu kendimize bir hedef olarak koyduk.

2025 yılına dair öngörü ve hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?

2025 yılı için büyük hedeflerimiz var. Hem Türk pazarındaki hem de global pazardaki büyümemizi sürdüreceğiz. Özellikle inovasyon ve Ar-Ge yatırımlarına daha fazla odaklanarak, sektördeki liderliğimizi pekiştirmeyi amaçlıyoruz. Ayrıca, daha fazla sektöre hitap eden ürünler sunarak, üretim kapasitemizi artırmayı planlıyoruz. Bu süreçte yatırımlarımızı ve gelişim hedeflerimizi birleştirerek, 7500 metrekairelik yeni fabrikamızın inşasına başladık. Bu fabrikamız, tam donanımlı ve ileri üretim gücüne devasa üç firma gibiyiz ve her biri birbirine bağlı ilerlemektedir, Aysar Work iş personel kıyafetleri ve l'INN markamız lüks giyime yeni bir bakış açısı getirmektedir.

Ekleme istedikleriniz?

Aysar Tekstil olarak, her zaman kaliteyi ve müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, sektördeki dönüşümlere ayak uydurmayı sürdürüyoruz. Geleceğe dair vizyonumuz, tüm genç enerjimiz ile sadece Türkiye'de değil, dünyada tanınan bir marka haline gelmek. Ekibimizle birlikte bu hedef doğrultusunda emin adımlarla ilerliyoruz. Bir şirketin başarısı, ekibinin kalitesine ve uyumuna dayanır. Aysar Tekstil olarak, her bireyin kendi alanında profesyonel ve deneyimli olduğu bir kadroya sahibiz. Birlikte çalıştığımız güçlü ekibimizle her projede başarılı sonuçlar elde etmek için kararlı bir şekilde ilerliyoruz. Bu profesyonel yapı, şirketimizin en büyük güç kaynağını oluşturuyor.

İşletmelerin bakım işlemlerini kolaylaştıran ve optimize eden gelişmiş bir bakım yönetim sistemi olan Task360, mobil uygulama ve yapay zeka destekli bir yazılımdır

Task360 yazılım programı, işletmelere, planlı/önleyici bakıma geçişle birlikte bakım maliyetlerinde %20'ye varan azalma, hizmet kalitesi ve iş güvenliğinde iyileştirme, veri odaklı hızlı ve bilinçli kararlar alınmasına olanak tanıma, proje izlenebilirliği, tesislerdeki tüm makina ve ekipmanların, tüm özelliklerini, konfigürasyonunu ve performansının gerçek zamanlı olarak takibi, denetim kolaylığı, şikayetlerin ve geri bildirimlerin izlenmesini sağlayarak müşteri memnuniyetini artırılması konularında çok önemli avantajlar sağlıyor. Turizm Proje Dergisi olarak, Task360'ın kurucusu Berkhan Esmer ile bir röportaj gerçekleştirdik.

Task360'ın kuruluş hikayesinden ve sunduğu çözümlerden bahsedermisiniz?

Corona salgını sırasında, otel misafirlerinin, konaklamaları sırasında istek ve şikayetlerini iletmeleri için GuestService isimli yazılımımızı sunmuştuğumuz pazara. Misafirler, tesislere ulaştıklarında, Mobil Uygulama Kütüphaneleri Google Play ve AppStore'dan uygulamamızı indirip, ilgili otel yönetimine, tüm isteklerini cep telefonu uygulaması üzerinden iletebiliyorlardı. Bu uygulama hem konaklama yapan misafirler tarafından hem de sektörün teknik uzmanları tarafından çok beğenildi. Hoteltech Review tarafından en başarılı ve kolay kullanımlı uygulama olarak ödül aldı. Bu uygulamada yakaladığımız başarı, ihtiyacın talep alınıp, yerine getirilmesi için ilgili birimlerin harekete geçirilmesi olarak ele alındığında, her sektörden her firma için kullanılabilirliği fikrini oluşturdu. Bu uygulamanın temel mantığı üzerine ister üretim ister hizmet kuruluşlarında kullanılabilir, mobil uygulama ve yapay zeka destekli bir yazılım ortaya çıkardık. Tabii Guest Service üstüne oldukça fazla geliştirme yaptık. Kurumdaki lokasyonlar, lokasyonlardaki makine, ekipman, cihazlar vb. diğer varlıklar tanımlanabiliyor. Bu varlıklar için yapılması gerekli planlı bakımlar, adımları, malzemeleri, bakımı gerçekleştirecek ekip ya da kişi, bunların yetkinlikleri, olası süreleri sisteme tanımlanabiliyor. Planlı bakım süresi gelince ya da arıza bildirimleri geldiğinde iş emri açılıyor. İş emri içinde hangi varlık için açıldığı, neler yapılacağı, malzeme kullanımları ve harcanan işçilik süreleri girilebiliyor. Tüm bu bilgiler sistem tarafından saklanıp, analiz edilerek, planlı bakım süre ve içeriği hakkında güncelleme tavsiyeleri oluşturabiliyoruz. Bu tavsiyelere göre gereksiz bakım ya da ileride büyük arızalara dönüşebilecek semptomları yakalayabiliyoruz.

Şirketlerin bakım süreçlerini dijitalleştirmenin avantajları nelerdir?

Şirketlerin elde edeceği faydalar: Bakım tarihçesini tutarak, kurumsal hafızayı saklamak, personel değişse bile geçmişte yapılan bakım ve onarımların sistem tarafından önerilebilmesi. Periyodik bakım ile sonrasında gerçekleşen arızaları takip ederek, arıza sayıları çok azaldıysa periyodik bakım içeriğini ya da periyodunu azaltarak maliyetlerin düşürülebilmesi; arıza sayıları artıyorsa periyodu ya da içeriği değiştirilerek daha az arızaya maruz kalarak üretim ya da hizmet saatlerinin azalmasının engellenmesi. Yapılması gereken kontrollerin sisteme tanıtılarak, kontrolü yapacak personellerin mobil cihaz ya da telefonlarına görevlendirme atanarak, tüm süreç kayıt altına

alınması. Turizm sektörünü düşünürsek olursak, klimalar, havuzlar, mutfak, oyun alanları, odalardaki buzdolapları, dijital ürünler vb. tesis içinde ya da misafirleri karşılamak için kullanılan araçlar varsa, elektrikli ya da fosil yakıtlı bunların bakımlarının takip edilebilmesi. Cihazların tüm konfigürasyonu sisteme tanıtılarak, yapılan tüm bakım ve tamir işleri kayıt altına alınır ve ileride ortaya çıkacak sorunlarda bu kayıtlara bakılarak daha kısa zamanda arızanın giderilmesi. Belli periyotlarda yapılan büyük bakım faaliyetlerinin şablon olarak sisteme tanıtılarak, bakım kararı çıktığında tüm iş emirlerinin bir seferde açılabilmesi. Sezon sonlarında yapılacak sezonluk büyük bakımlar bir şablon olarak saklanır ve her sene, deneyimli personel değişmiş olsa bile, kurumsal hafıza sisteminde kalır. Eskiden yapılan ve not edilen her türlü bilgi güncel olarak sistemde kalır ve yeni personele aktarılmış olur.

Task360'ın işletmelere sağladığı en önemli avantajlar nelerdir?

Task360'ın işletmelere sağladığı en önemli avantajlar: Müşteri Memnuniyeti: Ekipman arızalarını azaltarak verilen hizmetin aksamamasını ve misafirlerin konaklamaları ya da seyahatleri boyunca üst düzey memnuniyet yaşamasını sağlar. Maliyet Azaltımı: Planlı/önleyici bakıma geçişle birlikte bakım maliyetlerinde %20'ye varan azalma sağlanır. Ani ve pahalı arızalar önlenir. Kalite ve Güvenlik: ISO 9001 ve ISO 45001 standartlarına uygun süreçler sayesinde hizmet kalitesi ve iş güvenliğinde iyileştirme sağlar. Veri Odaklı Karar Verme: Gerçek zamanlı raporlama ve analiz araçları ile yöneticilerin daha hızlı ve bilinçli kararlar almasına olanak tanır. Proje İzlenebilirliği: Tesislerde yapılacak büyük tadilat ya da bakımlarda, proje ilerlemesini izlemek ve tüm verilerin merkezi bir platformda tutulması sağlanır. Varlık Yönetimi: Tesislerdeki tüm makina ve ekipmanların, tüm özelliklerini, konfigürasyonunu ve performansını gerçek zamanlı olarak takip eder. Denetim Kolaylığı: Düzenleyici gerekliliklere uyumu izler ve raporlayarak denetim süreçlerini kolaylaştırır. Müşteri Geri Bildirim Yönetimi: Şikayetlerin ve geri bildirimlerin izlenmesini sağlayarak müşteri memnuniyetini artırır.

Task360'ın bakım maliyetlerini düşürme yöntemleri nelerdir?

Öncelikle müşteri memnuniyetini düşürecek arızaları azaltarak, ilgili kurum ve tesislerin müşteri memnuniyetini artırarak, hizmetleri için sunduğu ücretleri artırabilir. Geliri artırabilecek ek hizmetler sunuyorsa, faturalanabilir zamanı



artırarak, ek hizmet gelirleri artacaktır. Planlı bakımlar ile arızalar arasındaki korelasyonu takip ederek, gereksiz bakımlar engellenmeye çalışılır. Aynı şekilde az bakım nedeniyle, arıza duruşlar artıyorsa, planlı bakımları tasarlayarak arıza sayısını düşürmeye çalışılır. Hem zamanında yapılmayan bakım ileride çok maliyete sebep olabilir hem de gereğinden fazla yapılan bakım ek maliyet oluşturur. Bu dengeyi bulmak ve korumak önemlidir. Eğer veriyi sisteme kolayca girebilecek task360 gibi bir uygulamanız varsa, sahadan her türlü veriyi kaydederek, yapay zekanın bunu analiz etmesini sağlayarak, en optimum noktayı bulabiliriz. Bakım yapan personelin yetkinliğini takip ederek, en hızlı ve kaliteli şekilde bakım ve tamir yapılması için personel eğitimini sağlar. Ortaya çıkan işlerin ne çok vasıflı ve maliyetli personel tarafından yapılmasına ne de önemli işlerin vasıfsız elemanlar nedeniyle geç ya da yanlış yapılmasına sebep verir. Personel maliyetini, gerekli yetkinlikler ile eşleyerek optimize eder. Malzeme stoklarını ve geçmiş kullanımlarını inceler. Arıza süresini uzatacak malzeme eksikliğini önlemeye çalışır. Tarihçeye bakarak malzeme eksikliğinden kaynaklı uzayan tamir süreleri varsa, o malzemelere emniyet stoğu tanımlatarak, tamir süresini düşürür.

Yapay zekanın iş güvenliği açısından önemi nedir?

Yapay zeka, görsel işleme teknikleri ile birlikte yapılacak iş, o işin yapılması için gerekli yetkinlik, yapılacak işin kapsamı noktasında alınması gereken tedbirleri iş emrine ekleyebilir. Gerekli malzemeler iş emri ile personele iletilir, kameralar ile personel ve bakım ortamları izlenerek, uygun ekipman ve kıyafette sahaya inilip inilmediğini kontrol edilir. Açılan iş emirlerinin gerçekleştirilmesi sırasında, ya da sisteme girilen bir arıza kaydının içeriğine göre, geçmiş dönemde bir iş kazası yaşandıysa, iş emrine o kayıt ve yapılan hatalar getirilerek, bu konulara özel önem verilmesi istenir. Tesis içinde kullanılan kameraların kabiliyetine göre, görseller işlenerek, yapay zeka tarafından tehlikeli durum kontrolü yapılabilir. Bu hem bakım yapan, kontrol yapan, oda temizliği yapan personel için hem de misafirler için ek güvenlik sağlayabilir. Canını tehlikeye atabilecek misafir davranışları algılanarak, ilgili personel uyarılabilir. Ancak bu tür kazanımlar için kameraların kalitesi çok önemlidir.

projeler



İç Anadolu Bölgesi'ne, 7 binin üzerinde yatak kapasitesine sahip 30 yeni otel daha geliyor

Turizm Proje Dergisi olarak, İç Anadolu Bölgesi için yaptığımız yeni otel projeleri araştırmamıza göre 2025 yılı ile 2026 ve sonrasında, bugün itibarıyla toplam 30 yeni otel daha bölge turizmindeki yerini alması bekleniyor. Ocak 2025 tarihinde son güncellemelerini yaparak hazırladığımız bilgilere göre, İç Anadolu Bölgesi'nde, 10'u 5 yıldız, 11'i 4 yıldız, 3'ü 3 yıldız, 6'sı ise butik otel kategorisinde olmak üzere 30 yeni otel, toplamda 7 bin 392 yatak kapasitesi ile hizmet vermeye başlayacak.

Türkiye'nin yüzölçümü bakımından ikinci büyük bölgesi olan İç Anadolu Bölgesi, Ankara, Konya, Kayseri, Eskişehir, Sivas, Kırıkkale, Aksaray, Karaman, Kırşehir, Niğde, Nevşehir, Yozgat ve Çankırı illerimizi kapsamaktadır. İç Anadolu Bölgesi denince ilk olarak hiç şüphesiz, Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti Ankara ve ziyaret edilecek ilk yer olarak Büyük Önder Atatürk'ün ebedi istirahatgahı Anıtkabir gelir. Ziyaret edilecek diğer yerler olarak, Cumhuriyet tarihini temsil eden Eski Meclis, Ankara Palas Oteli, İsmet İnönü'nün Pembe Köşk'ünü sayabiliriz. Bölgenin turizm merkezleri olarak, tabii ki doğal güzellikleri ve mistik atmosferi ile dünyaca ünlü Kapadokya peri bacaları en çok turist ağırlayan destinasyonlardan olarak yerini alır. Nevşehir'de bulunan Göreme

Açık Hava Müzesi, doğayla tarihi buluşturan ve muhteşem bir manzaraya sahip İhlara Vadisi, tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan Ankara Kalesi, Türkiye'nin Venedik'i olarak bilinen Eskişehir, Odunpazarı, Porsuk Çayı, özellikle flamingolar olmak üzere yüzlerce kuş türüne ev sahipliği yaparken, endemik bitkileriyle de dikkat çeken Tuz Gölü'nün bulunduğu Aksaray, Divriği Ulu Camii'nin bulunduğu Sivas, Unesco Dünya Kültür Mirası içinde yer alan Çatalhöyük'ü ve Mevlana Müzesi'ni bünyesinde barındıran, kültür mirası ile öne çıkan gastronomisi ile ünlü Konya önemli turizm merkezlerindedir. Kayseri ilimizde yer alan Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezi ise kış turizminin vazgeçilmez adreslerinden biri haline gelmiştir. Yozgat ve Sivas illerimiz ise termal turizm faaliyetleri

| 2025'TE AÇILACAK YENİ OTELLER | | |
|--|--------------|--------------|
| Yıldız | Tesis Sayısı | Yatak Sayısı |
| 5* | 4 | 982 |
| 4* | 8 | 1670 |
| 3* | 3 | 498 |
| Butik | 3 | 250 |
| Toplam | 18 | 3.400 |
| 2026 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER | | |
| Yıldız | Tesis Sayısı | Yatak Sayısı |
| 5* | 6 | 3078 |
| 4* | 3 | 752 |
| Butik | 3 | 162 |
| Toplam | 12 | 3.992 |

2025'TE AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

| Şehir | 5 Yıldızlı | 4 Yıldızlı | 3 Yıldızlı | Butik | Toplam Tesis Sayısı | Yatak Sayısı |
|-----------|------------|------------|------------|-------|---------------------|--------------|
| Ankara | 1 | 3 | 2 | 1 | 7 | 1030 |
| Eskişehir | 1 | 1 | | | 2 | 432 |
| Kayseri | | 1 | | 2 | 3 | 546 |
| Konya | | 3 | | | 3 | 738 |
| Nevşehir | 2 | | 1 | | 3 | 654 |

2026 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

| Şehir | 5 Yıldızlı | 4 Yıldızlı | 3 Yıldızlı | Butik | Toplam Tesis Sayısı | Yatak Sayısı |
|----------|------------|------------|------------|-------|---------------------|--------------|
| Ankara | | 2 | | | 2 | 656 |
| Kayseri | 1 | | | 1 | 2 | 610 |
| Konya | 4 | | | | 4 | 1328 |
| Nevşehir | 1 | | | 2 | 3 | 1302 |
| Sivas | | 1 | | | 1 | 96 |



açısından zengin potansiyele sahiptir.

Bölgede, 2025 yılı ile 2026 ve sonrasında toplam 30 yeni otel projesi daha turizme kazandırılacak

Turizm sektörünün turist sayısı ve gelirler bakımından 2024 yılını beklentiler doğrultusunda kapatmasına rağmen gerek döviz kurunun baskılanması gerekse maliyetlerdeki artış otellerin karlılıklarına olumsuz yönde yansdı.



Aynı zamanda otel yatırımlarının da önemli bir kısmı ya beklemeye alındı yada tamamen iptal edildi. Fakat bu yılın özellikle ikinci yarısından itibaren döviz kurunda ve fiyatlarda nispeten bir dengelenme olacak beklentisiyle yeni ve yenileme otel yatırımlarında bir hareketlilik yaşanması bekleniyor. Turizm Proje Dergisi olarak İç Anadolu Bölgesi için yaptığımız yeni otel projeleri araştırmamıza göre bölgede, an itibarıyla 2025 yılı ile 2026 ve sonrasında toplam 30 yeni otel projesi daha turizme kazandırılacak. Bu otellerin 18'si 2025'te, 12'si ise 2026 yılı ve sonrasında hizmete girecek. Söz konusu otellerin 10'u 5 yıldız, 11'i 4 yıldız, 3'ü 3 yıldız, 6'sı ise butik otel kategorisinde bulunuyor. Tüm bu tesislerin toplam yatak kapasitesi ise 7 bin 392 adeti buluyor.

Tesis sayılarına göre Ankara ilimiz 9 otel ile ilk sırada yer alıyor

Tesis sayılarına göre Ankara 9 otel ile ilk sırada yer alıyor. Konya ilimiz ise 7 otel ile listenin ikinci sırasında bulunuyor. Konya'yı sırasıyla Nevşehir 6, Kayseri 5, Eskişehir 2 ve Sivas 1 yeni otel projesi ile takip ediyor. Ankara'da yapımı devam eden otellerin biri 5 yıldız,



beşi 4 yıldız, ikisi 3 yıldız ve biri butik otel kategorisinde bulunuyor. Konya'da dördü 5 yıldız, üçü 3 yıldız kategorisinde olmak üzere 7 yeni otel projesinin yatırımı devam ediyor. Nevşehir'de ise üçü 5 yıldız, biri 3 yıldız ve ikisi butik olmak üzere 6 yeni otel yatırımı bulunuyor. Kayseri'de biri 5 yıldız, biri 4 yıldız, üçü butik olmak üzere toplamda 5 otel projesi, Eskişehir'de biri 5 yıldız, biri 4 yıldız olmak üzere 2 otel ve Sivas'ta bir adet 4 yıldızlı otelin inşaat süreçleri devam ediyor.

Bölgede, yatak sayıları bakımından yapılan sıralamada, Konya 2 bin 66 yatak ile ilk sırada bulunuyor

Toplam da 7 bin 392 yeni yatak bölge turizmine kazandırılacak. Yatak sayıları bakımından yapılan sıralamada ise Konya 2 bin 66 yatak ile ilk sırada bulunuyor. Bu ilimizi 1.956 yatak ile Nevşehir izliyor. Bu şehirlerimizi ise sırasıyla; 1.686 yatak ile Ankara, 1.156 yatak ile Kayseri, 432 yatak ile Eskişehir ve 96 yatak ile Sivas ilimiz takip ediyor.



Continent Hotel Kahramanmaraş yenilenen yüzü ile açıldı



Türkiye'yi yurt dışında başarı ile temsil eden ve yurt dışında en hızlı büyüme ivmesine sahip olan otel markalarını bünyesinde bulunduran franchise ve yönetim firması Continent Worldwide Hotels, Türkiye içinde de hız kesmeden büyümeye devam ediyor. Açılışından sonra iki yıl boyunca bölgenin en sevilen ve beğenilen otellerinden biri olarak hizmetlerine devam eden Continent Hotel Kahramanmaraş 6 Şubat depremlerinin ardından otelin yatırımcısı, bölgenin sevilen ve başarılı iş insanı Orhan Akkoyun tarafından, kapatılarak, güçlendirilmiş ve aynı zamanda da tüm iç dekorasyonu yenilenmeye başlamıştı. 18 Ocak 2025'te düzenlenen törenle hizmete açılan otelin konaklama hizmeti haricinde, 2 düşün salonu ve 1000 kişilik ile 300 kişilik iki konferans salonu, giriş katında ise yine Antalya'da bulunan Caldeza Coffee & More ismi ile çalışan bir kahve dükkanı bulunuyor. Continent Hotel Kahramanmaraş, işletme sahibi Orhan Akkoyun, "Kahramanmaraş Güney Çevre Yolu, Hal Kavşağı'nda daha önce de faaliyet gösteren otelimiz, deprem sonrası yenilenerek yine Continent markası altında 4 yıldızlı bir tesis olarak şehrimizin hizmetine geri kazandırıldı. Açılışımıza katılan değerli misafirlerimize teşekkür ediyorum" dedi. Açılış törenine, Kahramanmaraş inşaat sektörü ve sanayicilerinin yanı sıra MÜSİAD Genel Başkanı Mahmut Asmalı, AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Mustafa Elitaş, eski Tarım ve Orman Bakanı Vahit Kirişçi, AK Parti Kahramanmaraş Milletvekilleri Ömer Oruç Debgici, Mehmet Şahin, Tuba Köksal, AK Parti İl Başkanı M. Burak Gül, ilçe belediye başkanları, MÜSİAD Kahramanmaraş Şube Başkanı Şerafettin Özcan, Kahramanmaraş Müteahhitler Birliği Başkanı Mehmet Kaya ve çok sayıda davetli katıldı.

Bölgede yeni yatırımlar yolda

Continent Worldwide Hotels Yönetim Kurulu Başkanı Ethem Zağıkyan, "Otelimizin yeniden kapılarını açması bizleri çok memnun etti. Kısa sürede kapasitemizi 100 oda daha artıracak ve inşaatı tüm hızla devam ettirmekte olan ek binamızın açılışını da yapmayı planlıyoruz. Ayrıca yatırımcımız Sayın Orhan Akkoyun ile yaptığımız görüşmeler neticesinde önümüzdeki 1-2 yıl içinde Kahramanmaraş'a bir otel daha kazandırmayı hedefliyoruz" açıklamasında bulundu. Yine açılış törenine, civar şehirlerden halihazırda Continent Worldwide Hotels ile yatırımlarını markalamak konusunda mutabakata varmış ve de yatırım yapmayı planlayan otel yatırımcıları da katıldı.

NG Tasarım Otelcilik'ten, Afyonkarahisar'a 3 yıldızlı otel projesi

Afyonkarahisar ili, Merkez ilçesi Erkmen / Hürriyet Mahallesi, 183 Ada, 10 Parsel mevkiindeki NG Tasarım Otelcilik ve Turizm A.Ş. tarafından yapılması planlanan 90 oda kapasiteli otel projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. NG Tasarım tarafından kurulması ve işletilmesi planlanan 3 yıldızlı otelin, toplam 90 oda, 270 yatak kapasiteli olması planlanıyor. Hazırlanan proje kapsamındaki otel, bodrum kat ve zemin kat olarak planlandı. Otelin zemin katında; yatak odaları, bekleme alanı, kahvaltı salonu, lobi boşluğu, yangın merdivenleri üniteleri bulunuyor. Otelin bodrum katında otopark, diğer yardımcı üniteler (klima merkezi vb.) yer alıyor. İşletmenin çalışma süreleri 365 gün olarak planlandı. Ayrıca tesisinin faaliyete geçmesiyle birlikte otelde 270 kişinin konaklaması planlanıyor. Söz konusu proje kapsamında planlanan 3 yıldızlı otelin, proje alanı etrafında bulunan diğer turizm işletmelerinden bağımsız olarak kurulması ve işletilmesi planlanıyor. Proje Bedeli 254.000.000 TL olarak belirlendi.



Dorubey Turizm'den, Alanya'ya 4 yıldızlı otel projesi



Antalya ili, Alanya ilçesi, Oba mahallesi, Göl mevki, 2303 parsel mevkiindeki Dorubey Turizm İşletmecilik İnşaat Emlak Taahhüt ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Dorubey Turizm İşletmecilik İnşaat Emlak Taahhüt ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından toplam 2.868 metrekare alanda 190 oda, 380 yatak kapasiteli "Turizm Konaklama Tesisi" faaliyeti yapılması planlanıyor. Projenin inşaat aşamasına geçebilmek için, mevcut yapıların yıkımının sırasıyla gerçekleşmesi, yıkım bittikten sonra yeni inşaat çalışmalarına başlaması planlanıyor. 4 yıldızlı otel kategorisinde olan proje, Alanya ilçe merkezine kuş uçuşu 3,1 kilometre mesafede bulunuyor. Proje Bedeli 266.885.250 TL olarak belirlendi.

"BWH Hotels Türkiye ve OTS olarak, 2025 ve 2027 yılları arasındaki iddialı hedefimiz 40 oteli aşmaktır"



BWH Hotels Türkiye ve OTS, bölgesel yeniden yapılanma girişiminin bir parçası kapsamında Ocak 2022'de üstlendiği misyonun iki yılını tamamladı. BWH Hotels Ülke ve Bölge Direktörü konuya ilişkin şu açıklamalarda bulundu; "Ülke genelinde sadece altı otelle başladığımız bu süreçte, İstanbul, İzmir, Trabzon, Antalya ve Sakarya'daki yeni tesislerimizle birlikte 17 tesise ulaştık. İleriye baktığımızda, 2025 ve 2027 yılları arasındaki dönem için iddialı hedefimiz 40 otel aşmaktır. Uzun vadeli hedefimiz, markamızın güzel Türkiye'mizin her ilinde en az bir tesisle temsil edilmesidir. L Collection, MY Hotel Consultancy ve diğer güvenilir işbirlikçilerimiz de dahil olmak üzere değerli çözüm ortaklarımızın desteğiyle bu hedeflere ulaşacağımızdan eminiz. BWH Hotels (Best Western), dünya çapında yaklaşık 4.500 tesisi, yaklaşık 60 milyon üyeye sahip güçlü BW Rewards sadakat programı ve her kategoriye yayılan 19 markadan oluşan etkileyici portföyü ile dünyanın ilk 10 otel markası arasında yer almaktadır. Ayrıca, BWH Hotels beş yıllık sözleşme sunan tek büyük markadır ve bu şartlardaki esnekliği göz önüne alındığında yatırımcı dostu bir marka olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz."



Mükemmelliğin standartlarını belirliyoruz

Uzun yıllara dayanan deneyimi ve profesyonelliği ile Aysar Tekstil, özellikle otel, iş elbiseleri ve medikal önlük işletmeleri için özel tasarlanmış kıyafetlerin lider üreticisi konumundadır.

AYSAR
TEXTILE

+90 224 262 90 96 info@aysartekstil.com www.aysartekstil.com



Ali Can Aksu / Turizoom Int. Hotel Yönetim Kurulu Başkanı Yeni otel yatırımlarında butik anlayış ve markalaşma

Turizm sektöründe değişen trendler, yeni otel yatırımlarında butik anlayış ve markalaşmanın önemini her zamankinden daha fazla ortaya koyuyor. Modern gezginler, sıradan deneyimlerden uzak, kişisel ve unutulmaz konaklamalar ararken, butik oteller ve güçlü bir marka kimliği bu beklentilere en iyi yanıtı veren stratejiler olarak öne çıkıyor.



Otelcilikte butik anlayış ise;

Butik oteller, standartlaşmış hizmetler yerine, yerel dokuyu yansıtan ve misafirlerin kendilerini özel hissetmesini sağlayan özgün deneyimler sunar. Bu otellerin: Yerel kimliği ve mimariyi yansıtmaması, misafirlerin destinasyonu daha yakından hissetmesini sağlar. Kişiselleştirilmiş hizmet anlayışı, her bir misafire özel deneyimlerle bağlılık oluşturur. Esneklikleri, pazar şartlarına ve misafir geri bildirimlerine hızlı uyum sağlamalarına imkân tanır.

Markalaşmada ise öne çıkan düşünce, “Rekabette öne geçmenin anahtarı olmaktan geçer”

Güçlü bir marka, misafirlere sadece bir konaklama değil, bir değer ve hikâye sunar. Yeni yatırımların markalaşma stratejileri sayesinde ise güven ve kalite algısı oluşturularak, misafirlerin oteli tercih etme olasılığı artar. Sadakat programları ve kişiselleştirilmiş deneyimlerle tekrar eden ziyaretler teşvik edilir. Dijital pazarlama kanallarında öne çıkan bir marka, sosyal medya ve online platformlarda daha fazla etkileşim ve görünürlük kazanır. Fiyatlama avantajı elde edilerek, premium hizmet sunan otellerin ödeme beklentisi artar.

Sonuç olarak; Otelcilikte uzun vadeli değer yaratma

Butik anlayış ve markalaşmanın ortak bir hedefi vardır. Farklılaşarak uzun vadeli başarıya ulaşmak. Bu iki unsur, yeni otel yatırımlarını kalabalık pazar içerisinde öne çıkarırken, misafir sadakatini ve memnuniyetini maksimum seviyeye taşır. Turizm sektörünün geleceğine yatırım yapanlar için butik otelcilik ve markalaşma, artık bir tercih değil, başarının temel anahtarlarıdır. Yatırımcıların bu stratejilere odaklanması hem misafirlerin hem de sektörün kazancını artıracak bir adım olacaktır.

Balıkesir’in, Erdek ilçesine 306 milyona 5 yıldızlı otel projesi

Balıkesir ili, Erdek ilçesi, Halitpaşa Mahallesi, 44 ada, 72 parsel mevkiindeki 3.587 m2'lik alanda Gülmüş Nakliyat İnş. Taah. Turz. Tic. Ve San. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan 66 oda 150 yataklı kapasiteli



5 yıldızlı otel projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Söz konusu proje ile yapılması planlanan 5 yıldızlı otel, zemin altı 1 ve 2 kat (- 1.Kat ve - 2. Kat), zemin kat, zemin üstü 3 kattan (1. Kat, 2. Kat ve 3. Kat) ve çatı katından oluşuyor. 5 Yıldızlı otelin; 2 yataklı 57 adet oda ve 4 yataklı 9 adet oda bulunması ve toplamda 66 oda ve 150 yataklı kapasitesinde hizmet vermesi planlanıyor. Projenin tamamlanma süresi ortalama 24 ay olarak planlanıyor. Proje alanının yaklaşık 83,77 km güneyinde Balıkesir il merkezi, yaklaşık 950 m güneydoğusunda Erdek ilçe merkezi bulunmakta olup proje alanının etrafında turistik tesisler ve yazlık evler bulunuyor. Proje Bedeli 306.509.766 TL olarak belirlendi.

İstanbul Kağıthane’ye Park Inn By Radisson Otel geliyor



İstanbul ili, Kağıthane ilçesi, Çağlayan Mahallesi Zengin Sokak No:1 (5837 Ada 11 Parsel, 612.56 M2) mevkiindeki Elmas Otomotiv İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan Park Inn By Radisson Otel (88 Oda) projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Projeye esas olan 612,56 m2 alana sahip 5837 ada 11 parsel içerisinde 4 Bodrum Kat + Zemin Kat + 5 Normal Kat + 1 Çatı arası katı olmak üzere toplam 11 kattan oluşan 1 adet otel bloğu yer alması planlanıyor. Proje sahasındaki 88 adet odanın, bunların 7 adedi süit oda ve 81 adet standart oda şeklinde olması planlanıyor. Planlanan otel bloğunda havuz yer almıyor. 1. Bodrum katta 3 adet toplantı salonu ve spor (fitness) salonu, zemin katta ise kahvaltı salonu, bar, kafeterya, açık ve kapalı mutfak alanları, açık büfe servis alanı vb bölümler bulunuyor. Proje kapsamında tümü kapalı 28 araçlık otopark planlandı. Saha L şeklinde olup, 3 cephesi yol, 3 cephesi ise konut alanına bitişik durumda bulunuyor. Haliç kıyısı proje alanına 2,6 km mesafede bulunuyor. Proje Bedeli 175.614.138 TL olarak belirlendi.

Erzurum’a, Palandöken Holiday Inn Otel geliyor



Erzurum ili, Palandöken ilçesi, Solakzade Mahallesi, Hanımlar Kehriz mevkii, 12579 Ada 3 Nolu Parsel mevkiindeki, mülkiyeti faaliyet sahibine ait olan 2.240,915 m2 lik alanda, Reysaş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. tarafından yapılması planlanan 108 Oda Kapasiteli Otel (Palandöken Holiday Inn Otel) projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Otelin adı Palandöken Holiday Inn Otel olarak belirlendi. Otelin, 4 yıldızlı, 108 oda, 216 yataklı kapasiteli bir şehir oteli olması planlanıyor. Otel; 2 adet bodrum kat, 1 adet zemin kat, 5 adet normal kat ve 1 adet çatı katı olmak üzere tek bloktan oluşuyor. Proje kapsamında; 108 oda, 216 yataklı, kapalı ve açık otopark, toplantı salonu, restaurant, çocuk oyun alanı, kayak odası, bay/bayan kuaför, kafeterya, kapalı ve açık havuz, fitness salonu, sauna, spa, buhar odası vb. alanların bulunması öngörülmüyor. Proje alanı kış turizminin gerçekleştirildiği alana ayrıca ticaret merkezi, iş yerlerine yakın bir lokasyonda bulunuyor. Projenin Bedeli 450.000.000 TL olarak belirlendi.



INVERTER MINIBAR

*DÜNYANIN İLK INVERTER MİNİBARI

TÜM MİNİBAR ÜRÜNLERİNDE 5 YIL GARANTİ

WWW.MINIBAR.COM.TR

@KLEOMINIBAR

@KLEOMINIBAR

KLEO
refrigeration

Cappadocia Marriott Hotel kapılarını açtı



30'dan fazla otel markasını barındıran olağanüstü portföyü ile Marriott Bonvoy'un adını taşıyan Marriott Hotels, Cappadocia Marriott Hotel'in açılışını ilan etti. Kapadokya'nın ay ve doğa manzaraları içinde konumlanan bu tesis, bölgedeki en büyük ve en yeni otel olarak, gezginlere bu tarihi destinasyona bir giriş kapısı sunuyor. Göreme beldesi yakınında güzel bir konuma sahip olan otelde, misafirler UNESCO listesinde bulunan Göreme Milli Parkı, Açık Hava Müzesi ve meşhur yeraltı şehirleri de dahil olmak üzere Kapadokya'nın en önemli çekim merkezlerini kolaylıkla keşfedebilecekler. Otelin avantajlı konumu sayesinde misafirler, meşhur sıcak hava balonu kalkış alanlarına yakın olacağından, muhteşem manzaraları kuş bakışı deneyimleyebilecekleri, nefes kesen bir fırsata sahip olacaklar. Marriott International Avrupa, Orta Doğu & Afrika Premium ve Seçili Markalar Başkan

Yardımcısı Sandra Schulze-Potgieter; "Eşsiz güzelliği ve kültürel önemiyle rağbet gören meşhur Kapadokya'daki ilk Marriott Hotel'i sunmanın heyecanını yaşıyoruz. Bu tesis, Kapadokya'daki ilk tesisimiz olmasının yanı sıra, Marriott International'ın Türkiye pazarına yönelik süregelen bağlılığının da altını çizmektedir. Misafirlerimiz, Marriott Hotels'ı tanımlayan samimi hizmetimizi, üst düzey deneyimleri ve zamansız misafirperverliğimizi deneyimlemeyi umabilirler. Gezginleri, eşsiz tarih, muhteşem manzara ve çeşitli deneyimlere davet ederek, unutulmaz konaklama deneyimleri yaratmayı hedefliyoruz" şeklinde konuştu. Cappadocia Marriott Hotel'in mimarisi ve tasarımında, bölgenin kendine has görüntüsünden derinlemesine ilham alındı. Bölgeden yerel olarak temin edilen doğal taşlar kullanılarak inşa edilen otelin renk paleti, terakota, açık bej ve yumuşak yeşil tonlarıyla, çevresindeki toprak tonlarını yansıtarak bir sakinlik duygusu uyandırmakta ve misafirler için sıcak bir ortam sunmaktadır. Venessa Seramik'in eşsiz bir koleksiyonu da dahil olmak üzere, yerel zanaatkarların el yapımı eserleri, Kapadokya'nın zengin kültürel mirasına bağlanmaya yardımcı olup hem sofistike hem de geleneksel, samimi bir atmosfer

yaratıyor. Marriott Hotels'in süregelen gelişimini yansıtmak üzere, misafirlerin sosyalleşebilecekleri ve dinlenebilecekleri şık bir bağlantı noktası olan Büyük Salon başta olmak üzere, sofistike ve rahat alanlarda ağırlanacaklar. Otelde, her biri modern konfor öğelerini çağdaş tasarımlarla birleştiren, 298 adet güzel tasarlanmış misafir odası bulunuyor. Maceraları süresince rutinlerini sürdürmek isteyen misafirler için, 24 saat hizmet veren tam donanımlı fitness merkezi, canlandırıcı egzersizlere olanak tanırken, kendi tercihlerine göre seçebilecekleri açık ve kapalı havuzlar da mevcut. Rahatlamak ve enerji toplamak için, Türk hamamı ve masajları da içeren kapsamlı bir spa menüsü sunan The Health Club & Spa, misafirleri keşifle geçen bir günün ardından gevşemeye ve gençleşmeye davet ediyor. Cappadocia Marriott Hotel; toplantı, düğün ve özel buluşmalara yönelik 3300 metre kareden daha büyük bir alana yayılan çok çeşitli imkanlar sunuyor. Otelde bulunan yedi adet çok işlevli toplantı odaları, her türlü etkinliğe uyum sağlayabilmesi adına 11 farklı şekilde düzenlenebiliyor. Büyük toplantılar veya gösterişli kutlamalar için ideal olan, en son teknoloji ve tasarımla donatılmış 1200 metrekarelik sütsüz balo salonu, merkezi oluşturuyor.

Kuşadası'na, 537 milyona 5 yıldızlı otel projesi planlanıyor

Aydın ili, Kuşadası ilçesi, Türkmen Mah., Tapunun 2925 Ada, Nolu Parselinde 7.443 m 2 parsel alanında, Avcılar İnşaat



Gayrimenkul Geliştirme Yatırım A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (188 Oda Kapasiteli Otel) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. 5 yıldızlı otel projesi olarak planlanan tesiste toplamda 376 yatak kapasiteli 188 adet oda yer alıyor. Proje kapsamında ayrıca kurulması planlanan otelde; -3 bodrum katında 1 adet sığınak, havuz, lokanta, spor salonu, kahvaltı salonu, çok amaçlı salon, lobi bar, toplantı salonu, konferans salonu ve iş merkezi gibi sosyal kullanım alanları da yer alıyor. Söz konusu faaliyet kapsamında parsel alanı civarında turizm tesisleri ve yazlık konutlar ile Kuşadası Yat Limanı bulunuyor. Proje Bedeli: 537.537.141 TL olarak belirlendi.

Liva Ticaret Turizm'den Manavgat'a 488 milyona otel projesi



Antalya ili, Manavgat ilçesi, Çeşer Mahallesi, 248 Ada, 2 Nolu Parsel mevkiindeki Liva Ticaret Turizm A.Ş. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Projeye konu edilen 15.000 metrekare yüzölçümlü 248 ada, 2 nolu taşınmaz, faaliyet sahibi olan Liva Ticaret Turizm A.Ş. adına tescillidir. Liva Ticaret Turizm A.Ş. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisinde 2 bodrum kat + zemin kat + asma kat + 3 normal kat yer alması planlanıyor. 5 yıldızlı otel statüsünde tasarlanmış turizm konaklama tesisi, 246 standart oda (2 yatak) ve 2 bedensel engelli odası (2 yatak) olmak üzere toplam 248 oda (496 yatak) kapasiteli olarak planlanıyor. Projeye konu 15.000 metrekare yüzölçümlü parselin, yaklaşık 4.000 metrekarelik kısmında otel binası, yaklaşık 196 metrekarelik kısmında ise havuz yer alması planlanıyor. Alanın güney ve kuzeydoğu yönünde tatil siteleri bulunuyor. Proje Bedeli: 488.100.000 TL olarak belirlendi.

İlkem Yapı'dan Mersin'e 163 odalı otel yatırımı



Mersin ili, Mezitli ilçesi, Mezitli Mahallesi, 5 Ada, 12 Parsel mevkiindeki İlkem Yapı Lüks İnşaat Turizm Mobilya Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi kapasite artışı (Mevcut:40 Oda + Artış:123 Oda = Toplam:163 Oda) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Alınan kapsam dışı kararına istinaden 40 odaya 123 oda ilave edilerek toplam 163 odalı 1 Adet Otel yapılması planlanıyor ve projenin inşaat faaliyetleri başlamış bulunuyor. Söz konusu 5 Ada / 12 Nolu Parsel alanı 3.160 m2 olup parsel alanının tamamı ÇED alanı olarak belirlendi. İnşaat alanı toplamı 9.720 metrekare olup, inşaat çalışmalarının 300 gün sürmesi planlanıyor. Proje, Mersin İl Merkezine yaklaşık 10 km mesafede bulunuyor. Proje Bedeli 181.764.000 TL olarak belirlendi.

Paloma Hotels portföyünü büyütüyor



Paloma Hotels, 2024'ü kapatırken 2025 yılı stratejik yatırım planı kapsamında Belek bölgesindeki yeni yatırım haberini partnerleriyle paylaştı. Grubun, 24 Aralık 2024 tarihinde resmi olarak devraldığı Cornelia De Luxe, Paloma Sencia adıyla Paloma Hotels markasının hizmet anlayışı ve konseptiyle birleşerek hem yaz hem de kış sezonunda misafirlerine hizmet verecek. 2025'te 45. Hizmet yılı olacak Paloma Hotels Grubu'nun 3 marka altında Türkiye genelinde 10 binin üzerinde yatak kapasitesi bulunuyor, bu yatırımla birlikte Antalya Belek'teki ikinci resort yatırımını hayata geçirmiş olacak. 65,000 m²'lik geniş bir alana yayılan Paloma Sencia, 35 m² ile 120 m² arasında değişen 358 odası ve havuza doğrudan erişimli oda konseptiyle misafirlerini ağırlamaya hazır. Resort, bir ana restoran ve beş à la carte restoran ile hem yetişkinlere hem de genç ailelere yıl boyunca tatil imkanı sunuyor. Ayrıca, 1700 kişi ağırlanabilen geniş gala salonları ve toplantı odaları ile gruplara da kapsamlı seçenekler sağlıyor. Paloma Sencia, 15 Şubat 2025 tarihi itibarıyla yaz-kış açık olacak şekilde yıl boyu misafirlerini ağırlamaya başlayacak. Grup, tesisin sahip olduğu cazibeyi ve zamanının ötesindeki yaklaşımı Paloma Hotels konseptiyle zenginleştirilmeyi ve şimdinin ruhuyla besleyerek misafirlerine kusursuz deneyim yaşatmayı planlıyor.

Tiamat Otelcilik'ten kapasite artışı



Mersin ili, Erdemli ilçesi (280 Ada 10 No'lu Parsel) mevkiindeki Tiamat Otelcilik Turizm İnşaat Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan 61 oda (130 yatak) kapasiteli turizm konaklama tesisi kapasite artışı projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Tiamat Otelcilik Turizm İnşaat Ticaret Limited Şirketi tarafından, toplam 3.051 metrekarelik alan içerisinde "61 Oda (130 Yatak) Kapasiteli Turizm Konaklama Tesisi Kapasite Artışı" faaliyetinin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Mevcut durumda "45 Odalı Otel" faaliyetine devam eden otel işletmeciliğinde zemin + 1.kat kullanılmakta olup, planlanan proje kapsamında bodrum + teras katı eklenerek proje alanı içerisinde Bodrum + Zemin + 1.Kat + Teras Katı olarak yapılacak olup, 130 yatak kapasiteli 61 odalı turizm konaklama tesisinde kapasite artışının gerçekleşmesi planlanıyor. Proje alanı, doğu yönünde bulunan Mersin İl merkezine 36.48 kilometre mesafesi bulunuyor. Projenin Bedeli: 22.250.000 TL olarak belirlendi.

İnegöl'ün ilk markalı oteli 'Elite World GO İnegöl' kapılarını açtı

Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels & Resorts yurt içi ve yurt dışında yeni otellerle büyümeye devam ediyor. Bu kapsamda mobilyacılık sektörünün ülkemizdeki önemli merkezlerinden Bursa İnegöl'de,



yatırımcı firma İnegöl Otelcilik Turizm A.Ş. iş birliğiyle hayata geçirilen Elite World GO İnegöl, 25 Ocak itibarıyla misafirlerini ağırlamaya başladı. Elite World GO İnegöl 41 odası, toplantı salonu ve restoranıyla bölgedeki turizm hareketlerini canlandırmaya hazırlanıyor. Misafirlerin tüm dinamik ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde hayata geçirilen otel, güncel trendleri ve son teknolojiyi kaliteden ödün vermeden sunduğu hizmetlerle harmanlayan Elite World Hotels & Resorts'un yıllara dayanan deneyimini yansıtıyor. Elite World Hotels & Resorts Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, "Elite World kalitesi ve deneyimini Türkiye ve dünyanın dört bir yanına taşımak için çalışıyoruz. Bu kapsamda ülkemizin nadide şehirlerinden Bursa İnegöl'ü Elite World markamız ile tanıştırmak bölgedeki turizm hareketlerini canlandırmayı hedefliyoruz. İnegöl Otelcilik Turizm A.Ş.'ye bize olan güvenlerinden dolayı teşekkür ediyor, birlikte bölge turizmine hareket katmayı umuyoruz" dedi. Elite World Hotels & Resorts CEO'su Orkun Petekçi ise "2024'te franchise iş modeliyle büyüme hedeflerimiz çerçevesinde oldukça hareketli bir dönem geçirdik. Bu kapsamda anlaşmasını geçen yıl imzaladığımız Elite World GO İnegöl otelimizi hızlı bir şekilde tamamlayarak 2025'in ilk günleri itibarıyla bölgenin ve Türk turizminin hizmetine sunmanın gururunu yaşıyoruz. Büyüme stratejimize bu yıl da emin adımlarla ilerlemeye devam ediyor, 2030 yılına kadar 50 otele ulaşma hedeflerimize her gün daha da yaklaşıyoruz. Yatırımını Elite World çatısı altında değerlendirmek isteyen yatırımcılarımızla buluşmaya ve ülkemizin ve dünyanın dört bir yanına markamızı taşımaya kararlılıkla devam edeceğiz" şeklinde konuştu. İnegöl Otelcilik Turizm ortağı Dündar Köktan ise "Mobilya sektörünün başkenti durumundaki İnegöl, büyük şehirlere yakın konumuyla hem iş hem de turistik seyahatler için önemli bir avantaja sahip. Biz de bölgemizin bu avantajını Elite World markasının gücü ve hizmet kalitesiyle birleştirerek turizm sektörüne katkı sağlamayı amaçlıyoruz. İnegöl'ün ilk markalı oteli olacak Elite World GO İnegöl ile bölgemizin konaklama alanındaki ihtiyacını karşılayarak turizme canlılık katmayı hedefliyoruz" diye konuştu.

Mersin Erdemli'ye 483 milyona yeni otel yatırımı

Mersin ili, Erdemli ilçesi Ayaş Mah., 620 Ada, 15 nolu parsel mevkiindeki Sinanoğlu İnşaat Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi (221 oda) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki



Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Mersin ili, Erdemli ilçesi, Ayaş Mahallesi, 620 ada, 15 nolu parselde 21.02.2018 tarih ve 82 nolu 128 adet Mesken (Konut) için Yapı Ruhsatı alındı. Söz konusu yapı ruhsatı kapsamında söz konusu parsel içerisindeki eski yapılar yıkıldı. Ayrıca parselde temel ve üst yapı inşaatına başlandı. Konut inşaatından vazgeçilerek 221 odalı otel yapılması planlanıyor. Kat Adedi: Bodrum + Zemin + 13 kat olarak planlandı. 300 gün sürecek inşaat çalışmaları ardından otelin müşteri kabulüne başlaması planlanıyor. Proje, Mersin İl Merkezine yaklaşık 50 km, Erdemli İlçe Merkezine yaklaşık 15 km mesafede yer alıyor. Proje Bedeli 483.497.100 TL olarak belirlendi.

Mercure Ankara Kızılay kapılarını açtı



Accor markasıyla hizmet vermeye başlayan 72 odalı otel, iş ya da tatil amaçlı seyahat eden konuklar için keyifli bir konaklama sunuyor. Mercure Ankara Kızılay,

hareketli alışveriş caddelerinden, kültürel simge yapılarına ve iş merkezlerine kadar şehrin en popüler noktalarına kolay erişim imkanı ile öne çıkıyor. Otelin gastronomi alanındaki seçenekleri, Shine Restaurant, samimi bir atmosferde açık büfe kahvaltı sunarken; Kentro Café, iç ve dış mekan seçenekleriyle hafif atıştırmalıklar ve içecekler için ideal bir ortam sağlıyor. Shine Bar ise öğlen saatlerinden gece geç saatlere kadar hizmet vererek, sosyal etkinlikler veya yoğun bir günün ardından dinlenmek için rahat bir atmosfer sunuyor. Accor'un Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomik Oteller Bölümü COO'su Paul Stevens, açılışa ilgili olarak: "Mercure Ankara Kızılay'ın açılışı, Türkiye'nin başkentindeki varlığımızı genişletme yolculuğumuzda heyecan verici bir adımı temsil ederken, bu canlı semtin dinamizmine ve büyümesine katkıda bulunuyor. Markanın ruhuna sadık kalarak, otel, destinasyonun benzersiz karakterini keşfetmek, bağ kurmak ve deneyimlemek için misafirlerine sıcak bir davet sunuyor" paylaşımında bulundu. Mercure Ankara Kızılay Genel Müdürü Abidin Akpınar ise şunları söyledi: "Mercure Ankara Kızılay'ın kapılarını açmaktan ve bu özel semtin enerjisini misafirlerimize sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Yerel kültürü yansıtan özgün bir deneyim sunmaya kararlıyız. Otelimizde yerel ürünleri öne çıkararak hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden konuklarımızın kendilerini evlerinde gibi hissetmelerini sağlamayı hedefliyoruz" dedi.

ArsaVev ile Mövenpick 'Çiftlikköy Projesi' için anlaştı

ArsaVev Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Öztürk, Çiftlikköy Projesi için Mövenpick ile imza attıklarını duyurdu. "Sektörde bir ilki daha gerçekleştiriyoruz" diyen Bülent Öztürk; "Yalova Çiftlikköy'de 39 bin



746 metrekare alanda gerçekleştirdiğimiz, doğa ile uyumlu, içinde çocuk kulübünden tarım, sanat atölyelerine kadar hayata değer katacak sosyal donatılar bulunan projemizde olağanüstü bir iş birliği yapıyoruz. Projemiz içinde 6 bin metrekare alana inşa edeceğimiz 80 odalı otelimiz, dünya turizm devi Accor'un Mövenpick markasını taşıyacak" şeklinde konuştu. İş birliğine dair değerlendirmelerde bulunan Accor Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomik Segmentler Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Operasyon Direktörü Paul Stevens, "Accor olarak, bu dikkat çekici projede arsaVev ile ortaklık yapmaktan gurur duyuyoruz. Mövenpick Living Yalova, sürdürülebilir uygulamalar ve yenilikçi tasarımıyla, doğal çevresiyle uyum içinde olacak şekilde titizlikle tasarlandı. Mövenpick'in sürdürülebilirlik konusundaki bağlılığını yansıtan bu proje hem tatil hem de iş amaçlı konaklamalar için özel bir deneyim sunacak. Gastronomiden sosyal alanlara, etkinlik mekanlarından rekreasyonel olanaklara kadar her detay Mövenpick markasının kalitesini ve sürdürülebilirlik anlayışını yansıtarak topluma değer katacak" dedi.

Tarsus'a 175 milyona yeni otel projesi

Mersin ili, Tarsus ilçesi Fevzi Çakmak Mahallesi (Tapuda 4808 Ada, 1 Nolu Parsel) mevkiindeki Gueen Ottoman İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (135 Oda Kapasiteli Otel) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. 1.999 metrekare alana sahip 4808 ada 1 parsel Gueen Ottoman İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi adına kayıtlı bulunuyor. Bu parsel üzerinde kurulması planlanan 135 odalı otel projesinin toplam inşaat alanının 9.404 metrekare olması planlanıyor. Bodrum Kat: Sığınak, Enerji Odası, Sistem Odası, Yangın Güvenlik Holü, Asansör, Acil Durum Asansörü, Servis Asansörü, Tesisat Odası. Zemin Kat: Otel Giriş Lobisi, Kahvaltı Salonu, Ofis 1. Kat Fitness, Ofisler 2. Kat Toplantı Odaları, Ofisler ve diğer katlarda yer alan odalarla birlikte toplam Kat Adedi: Bodrum + Zemin + 13 kat= 15 Kat olarak planlandı. Proje Bedeli 175.854.800 TL olarak belirlendi.



Ibis Styles İstanbul Kurtköy, İstanbul'un gelişen iş bölgesinin kalbinde misafirlerini ağırlıyor

Uygun fiyatların eğlenceli tasarımla buluştuğu ekonomik bir marka olan ibis Styles, ibis Styles İstanbul Kurtköy'ün açılışını gerçekleştirdi. Ticaret ve küresel ulaşımın kesiştiği noktada stratejik bir konuma sahip olan otel, rahatlık, uygun fiyat ve bireyselliğin kusursuz uyumunu yakalamak isteyen meraklı gezginler için cesur ve yaratıcı bir liman sunuyor. İş ve seyahatin hızlı ritminden sakın bir kaçış arayan konuklar için tasarlanan ibis Styles İstanbul Kurtköy, ferah, havadar ve işlevsel odalarıyla huzurlu bir konaklama deneyimi sunuyor. Doğadan ilham alan otel, çevre dostu mimarisi yine doğadan esinlenen iç mekânlarla harmanlayarak İstanbul'da dinç bir inziva alanı sunuyor. Otelin Standart'tan Superior'a ve Aile Süitlerine kadar değişen 164 odasının her biri, canlı tasarımı ve özenli işlevselliğiyle bireyselliği öne çıkarırken dinlendirici bir inziva sağlamak üzere özenle tasarlandı. İş toplantıları ve kurumsal etkinlikler için gün ışığıyla aydınlatılan, son teknolojiyle donatılmış 2 ayrı toplantı salonu, kusursuz organizasyonlara ev sahipliği yapıyor. Modern iş dünyasının ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran ibis Styles İstanbul Kurtköy, uzaktan çalışan ya da işlerini konforlu bir ortamda tamamlamak isteyen misafirler için de ilham verici ve modern çalışma alanları sunuyor. Accor Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Bölümü Operasyon Direktörü Paul Stevens şu değerlendirmede bulundu: "ibis Styles İstanbul Kurtköy, yaratıcı ve tasarım odaklı bir kaçış sunarken İstanbul'un ruhunu da yansıtıyor. Bu açılış, konukların konfor ve işlevselliğin tadını çıkarırken kendilerini gerçekten ifade edebilecekleri alanlar sağlama konusundaki kararlılığımızı güçlendiriyor. İstanbul, her yıl milyonlarca ziyaretçiyi ağırlayan bölgenin en önemli destinasyonlarından biri. ibis Styles İstanbul Kurtköy'ün bu dinamik merkezinin hem iş seyahati hem de tatil amaçlı ziyaret edenlere hitap edeceğinden eminiz. Yaratıcı ve konforlu bir konaklama deneyimi sunarak İstanbul'daki konaklama ortamına katkıda bulunmaktan gurur duyuyoruz." ibis Styles İstanbul Kurtköy Genel Müdürü Eda Sezgin Aykuter: "Havaalanı yakınındaki elverişli konumumuzla, yaratıcılık ve etkileşim için bir alan sunuyoruz. Eşsiz tasarımıımızdan Heartist'lerimizin sıcak karşılmasına kadar her fırsatta konuklarımızı şaşırtmayı ve memnun etmeyi amaçlıyoruz. Gelişen şehrimizin canlı bir parçası olmak ve konuklarımızı sıcak misafirperverliğimizle evlerinde hissetmeye davet etmek için sabırsızlanıyoruz." paylaşımında bulundu.





Türkiye

HOSTECH

by TUSİD İSTANBUL

Otel, Restoran, Kafe, Pastane
Ekipmanları ve Teknolojileri Fuarı

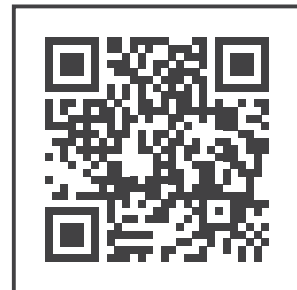
27 - 31 Mayıs 2025



www.hostechbytusid.com



TÜYAP FUAR VE
KONGRE MERKEZİ | BÜYÜKÇEKMECE
İSTANBUL



Dedeman, Akdeniz Bölgesi'ndeki otellerinin açılışını gerçekleştirdi



Dedeman Adana kapılarını misafirlerine açtı

Dedeman Hotels & Resorts International'ın Adana'da Turin A.Ş. ile yapılan franchise anlaşmasıyla hayata geçen Dedeman Adana'nın resmi açılış töreni yapıldı. Açılış törenine Adana Valisi Yavuz Selim Köşger, Adana Büyükşehir Belediye Başkanı Zeydan Karalar, Turin A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Kenan Şenbayrak, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Burç Şenbayrak, Dedeman Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Banu Dedeman, DHRI Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray, Başkanvekili Murat Özmestçi, Adana basını, turizm sektör basını ve temsilciler katıldı. Açılış töreninde Turin A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Kenan Şenbayrak: "Adana'daki ikinci turizm yatırımımız için Türkiye'nin en büyük yerli otel zinciri Dedeman markası ile yaptığımız iş birliği bizler için çok önemli. Dedeman Adana, beş yıldızlı hizmet kalitesiyle başta Adana'mız olmak üzere, bölgeye ve ülkemize turizm yönüyle büyük katkılar sunacak." paylaşımında bulundu. DHRI Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray ise: "İyi ki böyle bir güzel şehirde, böyle bir güzel otel açılışında birlikteyiz. Değerli yatırımcımız Kenan Bey, böyle güzel bir projeyi hayata geçirirken çok titiz davrandı. Artık kendileri de Dedeman Ailesi'nin bir parçası. Adana ilimiz, her ilimiz gibi çok önemli. Havaalanından, otoyurumuzdan başlayarak, şehre girişten çıkışa kadar esnafımız, otellerimiz, taksicilerimiz olarak hepimiz farklılıklarımızı zenginliğimiz olarak kabul etmeli ve buraya gelen herkesi baş üstünde tutmalıyız. Misafirlerimizi güzel ağırlayacağız, güzel yolcu edeceğiz ki bu şehrimiz daha da gelişsin, daha da büyüsün. Bu güzel şehir bunu fazlasıyla hak ediyor. Ben şimdiden turizme tüm emek verenlere teşekkür ediyorum" açıklamasını yaptı. Adana Büyükşehir Belediye Başkanı Zeydan Karalar konuşmasında: "Adana çok şey hak ediyor, etmeye de devam edecek. Valimiz, Adanalıdan çok daha Adanalı. Adana'yla ilgili bir problem, bir güzellik olduğunda bize öncülük ediyor. Valimizin öncülüğünde Adana'yı bir turizm başkenti yapma hedefimiz, amacımız, gayretimiz var. Bunun da aslında sonuçlarını alıyoruz. Artık mevcut oteller Adana'ya özellikle önemli etkinlik dönemlerimizde yetmiyor. Adana kabuğunu kırmaya başladı. Ciddi bir biçimde yükselmeye başladı. Bugün açılışını gerçekleştirdiğimiz Dedeman Adana il turizmimize katkı sağlayacaktır. İnanın yakında bu otel de yetmeyecek. Oteller zinciri açılmaya devam edecek. Çünkü Sayın Valimle birlikte Adana'yı 'Gastronomi Kenti' yapacağız. Ben inanıyorum ki Adana tekrar eskisi gibi bölgenin incisi, lideri ve öncüsü olacak" açıklamasında bulundu. Dedeman Adana'nın bünyesinde 138 oda, 285 yatak kapasitesi, kapalı havuz, fitness merkezi, hamam, sauna, buhar odası, masaj odaları barındıran bin 200 metrekare büyüklüğündeki spa alanı, 800 metrekare balo salonu, 3 adet toplantı salonu, kafe-restoran, kuaför salonu ve kapalı otopark yer alıyor.

Park Dedeman Mersin Marina, misafirlerini ağırlamaya başladı

Dedeman ile NŞ İnşaat arasında yapılan franchise anlaşmasıyla Park

Dedeman Mersin Marina'nın resmi açılış töreni yapıldı. Açılışa Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Vahap Seçer, Yenişehir Belediye Başkanı Abdullah Özyiğit, NŞ İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Şahin, Dedeman Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Banu Dedeman, DHRI Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray, Başkan Vekili Murat Özmestçi, turizm sektör basını ve temsilciler katıldı. NŞ İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Şahin yaptığı açılış konuşmasında: "Sahip olduğu deneyim ve global ölçekteki başarılarıyla ülkemizi gururlandıran Dedeman markası ile iş birliği yapmaktan büyük gurur duyuyoruz. Dedeman markasını Mersin'e kavuşturmuş olmaktan, Mersin'deki vatandaşlarımıza ve gelecek tüm konuklarımıza Dedeman markası ile hizmet sunuyor olmaktan sonra derece mutluyuz" dedi. DHRI Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray konuşmasında: "Mersin'in çok büyük potansiyeli olduğunu düşünüyorum. Markalarla birlikte Mersin gerçekten hak ettiği değeri fazlasıyla bulacak. Mersin'e çok güzel bir liman yakışır diye düşünüyorum. Cruise gemilerini getirmek için bir liman yapılsa, Mersin'in her şeyi çok farklılaşır. Sahip olunan müthiş bir tarih var. Bunu çok daha fazla tanıtmamız lazım. Yılda yaklaşık 3,5 milyon insan Dedeman otellerinde kalıyor. Şimdi bu vesileyle inşallah 3,5 milyon kişi daha Mersin'de bir otelimiz olmasından dolayı burayı merak edecek, takip edecek, gelip burada konaklayacak. Mersin'e bir katma değer katacak. Dün Adana'daki otelimizi açtık. Bugün Mersin'deyiz. Biz bu güzellikleri tanıtmak için elimizden gelen her şeyi yapacağız. Sizlere de yaptıklarınız için çok teşekkür ediyoruz" açıklamasını yaptı. Yenişehir Belediye Başkanı Abdullah Özyiğit: "Kentimiz gerçekten de bunu hak ediyor. Merkezde kaliteli yatırımlara ihtiyaç var. Yakından bildiğimiz Dedeman markasının Mersin'de hizmet verecek olmasının, Mersin'e değer katacağına, kalite katacağına olan inancım tam" dedi. Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Vahap Seçer ise: "Mersin gelecek vadeden bir kent. Yatırımcıların hiçbir endişe taşımadan Mersin'de yatırım yapmasını arzu ediyoruz." diyerek, Yatırımcıların hiçbir endişe duymadan yatırım yapmasını arzu ediyoruz. Kent otelleri konusunda fakir bir kentiz. Burada marka otel eksiklerimiz var. Yeni bir otel yapmak isteyen yatırımcı için arazi sıkıntımız yok. Turizm yatırımcılarına farklı ve pozitif bakıyoruz. Park Dedeman'ın Mersin'e değer katacağına inanıyoruz" paylaşımında bulundu. Park Dedeman Mersin Marina bünyesinde bulunan 90 oda, a la carte restoran, toplantı ve etkinlikler için toplantı salonlarıyla misafirlerini, ağırlayacak.



“2025 yılı kruvaziyer turizmde rekorlar ve sektörel sorunlara çözümler yılı olacak”

2024 yılı, Türkiye kruvaziyer turizmi için önemli bir dönüm noktasıydı. Sektör, zorlu süreçlere rağmen büyük bir ilerleme kaydederek hem yerel hem de uluslararası alanda dikkat çeken başarılarla imza attı. 2025 yılı için daha büyük hedefler belirlediklerini ve Türkiye'ye 2,5 milyon kruvaziyer turist beklediklerini açıklayan Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, “2024, hem şirketimiz hem de Türkiye turizmi açısından kritik bir yıldır. Şimdi ise turizmin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlamanın yanı sıra, nitelikli personel bulma konusu ve yıpranma hakkının geri verilmesi gibi zorluklara çözüm üretmek için çalışmalarımıza devam edeceğiz” dedi.

Dünyanın en önemli turizm destinasyonlarından biri konumda bulunan Türkiye, 2024 yılını rekorla kapattı. Küresel ekonomik zorluklar ve pandemi sonrası toparlanma süreci gibi engellerle karşı karşıya kalan sektör, yılı büyük bir başarıyla tamamladı ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağladı. Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, denizcilik sektörünün karşı karşıya olduğu ciddi zorluklara da dikkat çekerek nitelikli personel bulma konusundaki sıkıntıları dile getirdi. Çavuşoğlu, özellikle yıpranma hakkının geri verilmesi ve sektörün çalışma koşullarının gençleri denizcilik mesleğinden uzaklaştırdığını vurguladı. Türkiye kruvaziyer turizmi, 2024 yılında elde edilen verilerin ışığında 2025 yılına yönelik büyük hedefler belirledi. 2025 yılında Türkiye'nin kruvaziyer turizmi pazarında daha parlak bir döneme gireceğini ve sektördeki büyümeyi sürdüreceğini belirten Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, “Erken rezervasyonlarda 2023'e göre önemli bir yükseliş trendi gördük. Bu da gösteriyor

ki, Türkiye kruvaziyer turizmi 2025 yılında daha parlak bir dönem geçirecek. Türkiye'nin bilinmeyen ve gizli kalmış güzelliklerini keşfetmek isteyen turistlere yeni rotalar sunarak ülkemizin tanıtımını artıracaktır. Bu artış, sadece turizmin genel gelişimiyle değil, aynı zamanda turizm alanında yapılacak yatırımların da etkisiyle gerçekleşiyor. Sektöre yapılan yatırımlar hem turistlerin deneyimlerini iyileştiriyor hem de Türkiye'yi birinci sınıf bir kruvaziyer destinasyonu olarak ön plana çıkarıyor.” açıklamasını yaptı. Türkiye'nin denizcilik sektörü, ekonomik katkıların yanı sıra, uluslararası alanda büyük bir rekabet gücüne sahip. Ancak, denizcilerin fiziksel ve psikolojik olarak yaşadığı zorluklar, sektörün sürdürülebilirliğini tehdit eden bir boyut almış durumda. Denizcilerin uzun süren deniz yolculukları, zorlu çalışma koşulları ve sürekli değişen hava koşulları gibi etkenlerle karşılaştıkları yıpranmanın, profesyonel hayatta ciddi sağlık sorunlarına yol açabileceğini belirten Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, “Denizcilere geçmişte tanınan yıpranma hakkının kaldırılması, denizcilik mesleğini sürdürülebilir olmaktan uzaklaştırdı. Teknik ve kalifiye personel bulmakta zorlanıyoruz çünkü genç nesiller bu mesleği cazip bulmuyor. 2025 yılında, sektör temsilcileriyle birlikte yıpranma hakkının yeniden tanınması için bir farkındalık kampanyası başlatacağız.” dedi. Kruvaziyer turizminin teknik uzmanlık gerektiren birçok alanı olduğunu belirten Çavuşoğlu, gemi mühendislerinden makine teknisyenlerine, elektronik uzmanlarından kaptanlara kadar birçok alanda nitelikli eleman sıkıntısı yaşandığını söyledi. Çavuşoğlu, “Gemi operasyonlarının sorunsuz yürütmesi için yüksek bilgi birikimine sahip ekip arkadaşlarına ihtiyacımız var. Ancak



sektördeki bu sıkıntı, büyümemizi ve ülkemize daha fazla katkı sağlama hedeflerimizi zorluyor. 2025 yılında denizcilik meslek okullarıyla iş birliği yaparak gençleri sektöre kazandırmayı hedefliyoruz. Denizcilik mesleğinin önemini anlatmak ve cazibesini artırmak için kapsamlı projeler geliştireceğiz.” ifadelerini kullandı. Çalışma şartlarının iyileştirilmesinden gençlere yönelik eğitim desteklerine kadar birçok konuda atılması gereken adımlara dikkat çeken Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, sektörün geleceği için somut bir yol haritası sundu. Denizciliğin hem Türkiye ekonomisi için stratejik bir sektör olduğunu hem de gençler için önemli bir kariyer alanı sunduğunu belirten Çavuşoğlu, “Denizcilik sektörü, zorlu çalışma şartlarına rağmen büyük bir potansiyele sahip. Ancak bu potansiyeli tam anlamıyla kullanabilmek için hem mevcut çalışanların haklarını iyileştirmemiz hem de yeni nesilleri bu sektöre kazandırmamız gerekiyor. Bu noktada, çözüm önerilerimizi üç ana başlıkta topladık: yıpranma hakkının genişletilmesi, eğitim desteklerinin artırılması ve gençlere yönelik tanıtım kampanyaları. Denizcilik okullarını ve kurslarını teşvik etmeli, staj programlarını yaygınlaştırmalı ve öğrencilere burs imkanları sunmalıyız. Bu adımlar, nitelikli iş gücü yetiştirmek ve sektörün geleceğini güvence altına almak için kritik öneme sahip. Ulusal çapta düzenlenecek tanıtım kampanyaları ile gençlerimize sektörümüzün cazibesini göstermeyi hedefliyoruz” dedi.

AJET, Moskova uçuşlarıyla uçuş ağını genişletiyor



İstanbul'dan Moskova'ya Ankara aktarmalı seferler düzenleyen AJet, yeni uçuş ağını devreye aldı. Havayolu şirketi 23 Ocak'ta İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı ile Moskova Vnukovo Havalimanı seferlerine başladı. Her gün düzenlenecek Moskova seferleriyle yolcular avantajlı fiyatlarla bilet alabilecek. AJet, İstanbul-Moskova hattı biletlerini 99 dolardan başlayan fiyatlarla satışa çıkardı. İlk uçuşunu 31 Mart 2024 tarihinde AJet olarak yapmasından, bu yana yurt dışı uçuş ağına 12 yeni dış hat ekledi. Yeni yılda ilk rotasını, İstanbul-Cezayir uçuşları olarak belirleyen AJet, 23 Ocak'ta Moskova'ya ilk seferini yaptı.

Atalay Gümrah, İGA Holding'in CEO'su oldu

Dünya havacılık sektörünün öncü markalarından olan ve küresel aktarma merkezi unvanını her geçen gün güçlendiren İGA İstanbul Havalimanı'nın Mart 2024'te kurulan çatı kuruluşu İGA Holding A.Ş.'nin CEO'luk (Üst Yönetici) görevine Atalay Gümrah atandı. Gümrah, yeni görevine 15 Ocak 2025 tarihi itibarıyla başladı. Galatasaray Lisesi'nden mezun olduktan sonra lisans ve yüksek lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde tamamlayan Gümrah; profesyonel hayatına 1992 yılında Eczacıbaşı Topluluğu'nda başladı. Gümrah, Eczacıbaşı Topluluğu'ndaki grup şirketlerinden Ekom, Vitra UK, Rusya'daki EBM Jsc ve İntema'da çeşitli pozisyonlarda önemli sorumluluklar üstlendi. Gümrah, Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu'nun şirketlerinde üst düzey yönetici olarak yer aldıktan sonra Şubat 2017 - Aralık 2024 tarihleri arasında Eczacıbaşı Topluluğu ve Eczacıbaşı Holding A.Ş. Genel Müdürü olarak görev yaptı. İngilizce, İtalyanca ve Fransızca bilen Gümrah, evli ve iki çocuk babası. Mart 2024 tarihinde kurulan İGA Holding A.Ş.; İGA Havalimanı İşletmesi A.Ş. ve diğer tüm grup şirketleriyle birlikte uluslararası alanda çok daha etkin bir konuma gelmeyi hedeflemektedir.



TatilBudur'un yüzde 99,98'i İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı'nın oldu



Türkiye'nin önemli online seyahat platformlarından olan TatilBudur'un yüzde 35,83 oranındaki hissesinin Türkiye İş Bankası'nın iştiraklerinden İş Girişim Sermayesi'ne devredilmesiyle birlikte

İş Girişim yüzde 99,98'lik pay ile şirkette hakim ortak konumuna geldi. TatilBudur'da Yönetim Kurulu Üyesi olan kurucu Bülent Kuş'a ait yüzde 35,83 oranındaki hissenin İş Bankası iştiraklerinden İş Girişim Sermayesi'ne devriyle ilgili süreç tamamlandı. 1997 yılında Bülent Kuş'un girişimiyle kurulan ve dijital platformlarda yıllık 60 milyonun üzerinde ziyaretçi, 1 milyonun üzerinde müşteriye ulaşan, 60'a yakın ilde 500'den fazla acente ve 2 bin 500 seyahat danışmanı ile sektörün önemli oyuncularından olan TatilBudur, yenilikçi yaklaşım ve müşteri odaklı hizmet anlayışıyla kısa sürede büyüyerek sektörün en prestijli markalarından biri haline geldi. 27 Ocak 2025 tarihinde tamamlanan hisse devriyle birlikte TatilBudur'un yüzde 35,83 oranındaki hissesi 1 milyar 775 milyon TL bedel ile İş Girişim Sermayesi'ne devredildi ve bu devir işlemiyle İş Girişim Sermayesi Tatilbudur'da hâkim ortak konumuna gelirken hisse devriyle birlikte, TatilBudur'un büyüme ve modernizasyon yolculuğunda yeni bir dönem başlamış olacak. İş Girişim Sermayesi'nin Tatilbudur'daki ortaklığı, ilk olarak 2015 yılında gerçekleşen yatırım ile başladı. 2020 ve 2024 yıllarında gerçekleşen hisse alımları ile güçlenen ortaklık, şirketin operasyonel gücünü artırırken, teknoloji altyapısının geliştirilmesinde de büyük bir ivme kazandırdı. İş Girişim Sermayesi Genel Müdürü Kubilay Aykol, son hisse devriyle birlikte, Türkiye İş Bankası'nın girişim sermayesi yatırım ortaklığı olan İş Girişim Sermayesi'nin, sektörün önemli oyuncularından olan Tatilbudur'da hâkim pay sahibi olduğunu vurguladı. İş Girişim'in şirketin gelişimine ve büyümesine bundan sonra da aktif olarak katkı sağlamaya devam edeceğini belirten Aykol, bu adımın aynı zamanda İş Bankası'nın önceliklendirdiği sektörler arasında yer alan turizm alanındaki hedefleriyle de örtüştüğünü ifade etti. TatilBudur CEO'su Onur Otruş, hisse devriyle ilgili yaptığı açıklamada, "Bülent Kuş'un vizyoner liderliği ile temelleri atılan TatilBudur, 27 yıllık başarı hikayesinin ardından bugün yeni bir döneme adım atıyor. İş Girişim Sermayesi'nin yönetiminde ve İş Grubu çatısı altında bizler, Bülent Bey'in bize bıraktığı güçlü temellerin üzerine daha fazlasını ekleyerek, TatilBudur'u çok daha ileriye taşımayı hedefliyoruz. İş Girişim Sermayesi'nin yıllardır süregelen ortaklığı, operasyonel gücümüzü artırırken, müşteri memnuniyeti odaklı büyüme stratejilerimizi gerçekleştirmemize olanak sağladı. Bu son devir ile teknoloji altyapımızı güçlendirerek sektördeki konumumuzu pekiştirecek yeni projelere odaklanacağız." ifadelerini kullandı.

Jet2 Holidays 2025 Antalya uçuşlarını artırdı

İngiliz tur operatörü Jet2 Holidays, 2025 yaz sezonunda Antalya'ya yönelik uçuş kapasitesini artıracığını duyurdu. Airporthaber'de yer alan habere göre operasyonlarını kendi hava yolu şirketi Jet2 Hava Yolları ile gerçekleştiren şirket, özellikle Antalya'ya olan uçuşlarda önemli bir artış planlıyor. Glasgow-Antalya hattındaki haftalık uçuş sayısı 6'dan 7'ye çıkarılacak. Manchester-Antalya hattında haftada 18 uçuş yapılacak. Newcastle-Antalya hattındaki haftalık uçuş sayısı ise 9'a yükseltilecek. Bu düzenlemeler, İngiliz turistlerin yoğun ilgi gösterdiği Antalya bölgesine ulaşımı daha da kolaylaştıracak. Jet2 Holidays, yalnızca Türkiye değil, Yunanistan kapasitesini de artırdı. Manchester'dan Kos ve Rodos adalarına yeni uçuşlar eklenirken, Newcastle'dan Girit adasına yeni bir hat açıldı. Şirket, artan talebe karşılık yaz sezonu için hem Türkiye hem de Yunanistan destinasyonlarında hizmetlerini genişleterek, tatilciler için daha fazla seçenek sunmayı hedefliyor.

Global Ports Holding, Almanya'daki ilk kruvaziyer limanında operasyonlara başladı

Global Yatırım Holding'in iştiraki ve dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH), Kuzey Denizi'nin en önemli kruvaziyer limanlarından olan Bremerhaven'da operasyonlarına başladı. Global Ports Holding, Bremerhaven Kruvaziyer Limanı'nı



Timo Schön

5 yıl uzatma opsiyonuyla birlikte 10 yıl süreyle işletecek. İskandinav ve Baltık Denizi güzergahları için ideal bir konuma sahip Bremerhaven Kruvaziyer Limanı Bremenports, GPH'nin bu bölgedeki stratejik hedefleri doğrultusunda attığı önemli bir adım olarak öne çıkıyor. Bremerhaven Kruvaziyer Limanı'nı 2025 sezonunda yaklaşık 300 bin yolcunun ziyaret etmesi bekleniyor. Global Ports Holding'in operasyonlarının başladığı hafta iki ayrı kruvaziyer gemisini de ağırlamanın heyecanını yaşadıklarını kaydeden Bremerhaven Kruvaziyer Limanı Genel Müdürü Timo Schön, "Global Ports Holding ailesine katılarak heyecan verici bir döneme başladık. Bremerhaven, denizcilik mirasını yansıtan müzeleri ve tarihi yapılarıyla zengin bir geçmişe sahip. Ayrıca kültürel ve tarihi önemiyle bilinen Bremen şehrine açılan bir kapı konumunda. Global Ports Holding'in uluslararası tecrübesi ve vizyonuyla birlikte misafirlerimize üstün bir deneyim sunarak Bremerhaven'i bölgenin önde gelen ana limanlarından biri haline getirmek için çalışmalarımıza devam edeceğiz" dedi.

Online seyahat platformu Bilet Dükkanı'nda üst düzey atama



Kadir Tanrısever

Turizm sektöründe 35 yılı aşkın deneyimi ve teknolojik yeniliklere olan hakimiyetiyle sektörde fark yaratan Bilet Dükkanı'nda, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak önemli başarılarla imza atan Kadir Tanrısever Genel Müdürlük görevine atandı. Bilet Dükkanı bünyesinde farklı pozisyonlarda edindiği derin tecrübesi ve güçlü liderlik vasıflarıyla tanınan Tanrısever, yeni görevinde şirketin yenilikçi vizyonunu daha da ileriye taşımayı hedefliyor. Kadir Tanrısever, kariyerine Hartur'da Acente Müdürü olarak adım attı ve bu süreçte birçok başarılı projeye liderlik etti. Seyahat ve turizm alanındaki tecrübesiyle Bilet Dükkanı'nda Genel Müdür Yardımcısı görevini üstlenerek şirketin operasyonel ve stratejik hedeflerine değerli katkılarda bulundu. Son olarak Bilet Dükkanı'ndaki kariyer yolculuğuna Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak devam eden Tanrısever, bu pozisyonda da yönetim mekanizmasında kritik roller üstlendi. Şimdi ise Genel Müdür olarak Bilet Dükkanı'nda yeni bir dönemin kapılarını aralamaya hazır. Bilet Dükkanı Genel Müdürü Kadir Tanrısever, şirketin geleceği hakkında şöyle konuştu: "Bilet Dükkanı olarak, teknoloji ve turizmi birleştirerek sektörde yeniliklere öncülük ediyoruz. Uçtan uca seyahat çözümlerimiz ve dijital hizmetlerimizle hem bireysel hem de kurumsal müşterilerimize eşsiz bir deneyim sunuyoruz. Global pazarda gücümüzü artırarak, Bilet Dükkanı'nı teknoloji odaklı bir dünya markasına dönüştürme hedefimizi kararlılıkla sürdüreceğiz."

Emitt

ufi
Approved
Event

28. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı

5 - 7 ŞUBAT 2025

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi
Büyükkçekmece / İSTANBUL



Çeyrek Asırdır Dünya Turizminin Buluşma Noktası



Yerinizi Ayırttınız mı?

www.emittistanbul.com

İş Ortakları

TÜROFED
Türkiye Otelciler Federasyonu
Turkish Hotels Federation

TTTD
TÜRKİYE TURİZM VE SEYAHAT ÖZELİĞİ VE TURİZM
TÜRKİYE TURİZM VE SEYAHAT ÖZELİĞİ VE TURİZM

Organizatör



2024, uluslararası turizmin tarihindeki en kötü krizden kurtulma yılı oldu



Küresel çapta 1,4 milyar uluslararası turist varışının kaydedildiği 2024, uluslararası turizmin sektörün tarihindeki en kötü krizden kurtulma yılı oldu. Destinasyonların çoğu 2024'te pandemiden önce olduğundan daha fazla uluslararası turisti ağırlarken, ziyaretçi harcamaları da güçlü bir şekilde büyümeye devam etti. BM Turizm'in son Dünya Turizm Barometresi'ne göre, 2024'te tahmini 1,4 milyar turist uluslararası seyahat etti ve bu da pandemi öncesi seviyelerin sanal bir toparlanmasına (%99) işaret ediyor. Bu, 2023'e göre %11'lik bir artışı veya 140 milyon daha fazla uluslararası turist varışını temsil ediyor ve sonuçlar, pandemi sonrası güçlü talep, büyük kaynak pazarlarından gelen sağlam performans ve Asya ve Pasifik'teki destinasyonların devam eden toparlanmasıyla yönlendiriliyor.

Orta Doğu, Avrupa ve Afrika, 2019'a kıyasla 2024'te en güçlü sonuçları görüyor

Orta Doğu (95 milyon varış) 2019'la karşılaştırıldığında en güçlü performans gösteren bölge olmaya devam etti; uluslararası varışlar 2024'te pandemi öncesi seviyelerin %32 üzerinde, ancak 2023'e kıyasla %1 daha yüksek oldu. Afrika (74 milyon), 2019'a göre %7, 2023'e göre ise %12 daha fazla göçmeni ağırladı. Dünyanın en büyük varış bölgesi olan Avrupa, 2024'te 747 milyon uluslararası varış gördü (+2019 seviyelerinin %1 üzerinde ve 2023'ün %5 üzerinde) ve güçlü bölge içi taleple desteklendi. Tüm Avrupa alt bölgeleri, birçok varış noktasının hala Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik saldırılarından kalıcı etkilerinden

muzdarip olduğu Orta ve Doğu Avrupa hariç, pandemi öncesi seviyeleri aştı. Amerikalılar (213 milyon) pandemi öncesi gelenlerin %97'sini geri kazandı (-2019'a göre %3), Karayipler ve Orta Amerika ise 2019 seviyelerini çoktan aştı. 2023'e kıyasla bölge %7 büyümeye gördü. Asya ve Pasifik (316 milyon) 2024'te hızlı bir toparlanma yaşamaya devam etti, ancak varış sayıları hala pandemi öncesi seviyelerin %87'siydi ve 2023 sonundaki %66'dan bir iyileşme oldu. Uluslararası varışlar 2024'te %33 büyüdüyü ve 2023'e göre 78 milyon arttı. Alt bölgelere göre, Kuzey Afrika ve Orta Amerika, pandemiden önceye göre %22 ve %17 daha fazla uluslararası varışla 2024'te en güçlü performansı gördü. Güney Akdeniz Avrupası (+%8) ve Karayipler (+%7) de Kuzey Avrupa (+%5) ve Batı Avrupa (+%2) gibi güçlü bir büyüme yaşadı. BM Turizm Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili şunları söyledi: "2024'te küresel turizm pandemiden kurtulmayı tamamladı ve birçok yerde turist varışları ve özellikle kazançlar 2019'dan daha yüksek. Büyümenin 2025 boyunca devam etmesi bekleniyor ve bu büyüme hem olgun hem de gelişmekte olan destinasyonların sosyoekonomik gelişimine katkıda bulunan güçlü taleple destekleniyor. Bu, bir sektör olarak dönüşümü hızlandırma, insanları ve gezegeni turizmin gelişiminin merkezine yerleştirme konusundaki muazzam sorumluluğumuzu hatırlatıyor."

Destinasyonların çoğunluğu 2024'te varış rakamlarının pandemi öncesi seviyelerin çok üzerinde olduğunu bildirdi

Aylık veri bildiren çoğu destinasyon 2024'te güçlü sonuçlar elde etmeye devam etti ve çoğunluğu pandemi öncesi seviyeleri aştı. 2024'ün ilk 10 ila 12 ayına ait mevcut veriler, birkaç destinasyonun 2019'a kıyasla çift haneli büyüme bildirdiğini gösteriyor: El Salvador

(+%81), Suudi Arabistan (+%69), Etiyopya (+%40), Fas (+%35), Guatemala (+%33) ve Dominik Cumhuriyeti (+%32), 2024'ün tam on iki ayında pandemi öncesi seviyelerin çok üzerinde seyretti. Katar (+%137), Arnavutluk (+%80), Kolombiya (+%37), Andorra (+%35), Malta ve Sırbistan (her ikisi de +%29), 2019'un aynı on veya on bir ayına kıyasla Ekim veya Kasım 2024'te güçlü bir büyüme yaşadı. Uluslararası turizmin 2024'te tam olarak toparlanması, diğer endüstri göstergelerinin performansına da yansıyor. BM Turizm Takipçisine göre hem uluslararası hava kapasitesi hem de hava trafiği Ekim 2024'e kadar pandemi öncesi seviyelere neredeyse tamamen toparlandı (IATA). Konaklama için küresel doluluk oranları Kasım ayında %66'ya ulaştı, bu da Kasım 2023'teki %69'un biraz altında (STR verilerine göre).

Turizm ihracatı 2024'te rekor kırarak 1,9 trilyon dolara ulaştı

Uluslararası turizm gelirleri, enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları dikkate alındığında, 2023 yılında pandemi öncesi seviyelere neredeyse ulaşmış olmasının ardından, 2024 yılında güçlü bir büyüme kaydetti. Ön tahminlere göre, 2024 yılında gelirler 1,6 trilyon ABD dolarına ulaşacak; bu, 2023'e göre yaklaşık %3, 2019'a göre ise (reel olarak) %4 daha fazla olacak. Büyüme istikrara kavuşturulmuş, ortalama harcama yavaş yavaş pandemi öncesi değerlere dönüyor; 2020 ve 2021'de uluslararası varış başına yaklaşık 1.400 ABD dolarından, 2024'te tahmini 1.100 ABD dolarına çıkıyor. Bu, hala pandemiden önceki 1.000 ABD doları ortalamasının üzerinde. Ön tahminlere göre, turizmden (yolcu taşımacılığı dahil) yapılan toplam ihracat, pandemi öncesine (reel) göre yaklaşık yüzde 3 artarak 2024 yılında rekor seviye olan 1,9 trilyon dolara ulaştı.

Lüks turizm deneyimi arayan gezginler için 7 destinasyon

Virtuoso 2025 Lüks Raporunu Açıkladı. Lüks turizm deneyimi sunacak 7 destinasyon: Ljubljana, Slovenya; Avrupa ülkesi olarak macera tutkunlarının cennetidir. Gezginler, Soča Nehri'ne uçurumdan atlayabilir, Bled Gölü kıyılarında kürek çekebilir ve Postojna Mağarası'nın derinliklerini keşfedebilir. Kar yağdığında, Kravec ve Vogel yamaçlarına çıkmak harika bir seçenek gibi görünüyor. Slovenya'nın doğal termal kaynaklarından birinde rahatlatıcı bir banyo da yapılabilir. Amazon'da dijital detoks yapın: Gezginler dijital dünyayı geride bırakıp Amazon'un yağmur ormanlarını deneyimleyecek. Lüks gezginlerin yüzde 57'sinin bir seyahat plantarken en önemli duygusal itici güç olarak doğadan etkileniyor. Dikkat dağıtıcı olan Wi-Fi gibi tüm teknolojik cihazların fişini çekip ruhunuzu doğaya teslim edin. Portekiz'e Olá deyin: Dünya gezginleri aşırı kalabalık ve pahalı Avrupa merkezlerinden uzaklaşmak istiyor. Lüks Raporu 2025'te izlenecek en önemli

destinasyon olarak Portekiz öne çıkıyor. Ülke, sıcak bir misafirperverlik ve ılıman bir iklim sunuyor. Moğol çadırında konaklayın: Sıra dışı şeyler yapmak isteyenler, Moğol çadırında konaklayıp, engibeli doğanın tüm inceliklerini deneyimliyor. Dijital göçebeler, bu çadırlarda geleneksel göçebe yaşam tarzını deneyimlemeyi tercih ediyor. Yerel geleneklerle etkileşime girip, uçsuz bucaksız bozkırın güzelliğini otantik yolla keşfediyor. Kanallarda yolculuk yapın: Rapora göre, nehir yolculuğu 2025'te tek başına yola çıkanlar için en önemli trendlerden biri haline gelecek. Avrupa'nın en iyilerini keşfedip, efsanevi su yollarında manzaralı bir yolculuktan daha iyi bir yolu bulunuyor. Gezginler, Amsterdam'dan Bükreş'e yolculuk yaparak, diğer gezginlerle bağlantı kurarken veya yalnız onların tadını çıkarırken ikonik yerleri ziyaret etmeyi tercih edecekler. Yaban hayatında rahatlayın: İki yıldır yaban hayatı koruma ve harika yaratıklarla etkileşim, sürdürülebilir turizm eğilimlerinde



öne çıkıyor. Maceracılar, doğal yaşam alanlarında iklim değişikliğinin etkileriyle karşı karşıya kalan değerli yaban hayatını gözlemlemek için kutup bölgelerine gidiyor. Kutup safarileri, Antarktika'da penguenler, Güney Georgia'da kutup ayıları ve Kanada'da narvallarla buluşmalar, ortamlarının korunmasına yardımcı olan hayati koruma çabalarını da destekliyor. Özel jetle seyahat edin: Korkusuz gezginler dünyayı tek bir olağanüstü yolculukta dolaşmaya hazır. Özel jetle seyahat etmek, kişiye özel güzergahlar ve birinci sınıf hizmetle hız, esneklik ve ayrıcalık anlamına gelir. Her şey dahil lüks ve okyanus manzaralarıyla birleştirilerek daha rahat, derinlemesine bir deneyim sunuyor.

2025'te "Nocturism" ve "Vintage" seyahatler trend olacak

2025 yılında yıldız gözlemciliği, gece gökyüzünü izleme "Nocturism", gardırobunu ikinci el eşyalarla yenilemeyi içeren "Vintage" seyahatler trend olacak. Booking.com'un 33 ülkede 27 bini aşkın gezginin yanıtlarına dayanan "2025 Seyahat Tahminleri" anketinden derlediği bilgilere göre, bu yıl seyahatlerde dokuz trend öne çıkacak. Söz konusu anketi sizin için şöyle özetledik:

Göksel deneyimler sunan yıldız gözlemciliği "Nocturism": Bu eğilim gece turizmi, gece gökyüzünü izleme, kuzey ışıklarını izlemek için yapılan seyahatleri ifade ediyor. Ankete katılanların yüzde 62'si yıldız gözlemlemek, yüzde 72'si yıldız banyosu yapmak, yüzde 59'u da yıldız gözleme veya kozmik olayları deneyimlemek istedikleri belirtti.

"Vintage Seyahat" Trendi: Ekonomik sıkıntılardan dolayı, seyahat edenler tasarruf mağazalarını tercih etmeye başladı. Bu sadece stilden kaynaklanmıyor. Tam tersine hem maliyet hem de iklim değişikliği farkındalığından kaynaklanıyor. Gezginlerin yüzde 51'i tatil kıyafetlerini varış yerlerinde satın almakla ilgileniyor, bu rakam Z Kuşağı arasında yüzde 63'e yükseliyor. Uzmanlar Vintage meraklısı gezginlere, yerel el sanatları veya antika dükkanlarının önerilebileceğini söylüyor.

Yaşlı gezginlere aksiyon dolu maceralar: Baby boomer'lar (1946 ile 1964 arasında doğanlar) yetişkin olarak seyahat etmenin ne anlama geldiğini yeniden tanımlayacak. Aksiyon dolu maceraları tercih edecek bu neslin yüzde 23'ü paraşütle atlama, dünyanın en büyük nehirlerinde kano ve dağ sıralarında yürüyüş gibi adrenalin pompalayacak

aktivitelerle ilgilendiklerini söyledi.

Uzun vadeli sağlığa odaklanan konaklamalar: 2025'te yoga, yeşil meyve suları sunup uzun ömürlülüğe odaklanan konaklamalar trend olacak. Katılımcıların yüzde 60'ı bu seyahat türüyle ilgilendiklerini ve kısa vadeli bir gençleşmeden ziyade uzun vadeli sağlık ve canlılıklarını artırmayı amaçlayan kaçamaklar planladıklarını söyledi.

Sürdürülebilir seyahat seçenekleri aranıyor: Seyahat edenler, yerel topluluklarla daha derin bağlantılar kurup, daha sürdürülebilir seçimleri destekleyen kişiselleştirilmiş seyahat planları oluşturuyor. Katılımcıların yüzde 67'si, popüler seyahat noktalarına yük bindirmemek için daha az trafiğe sahip alternatif seyahat noktaları bulmak için teknolojiyi kullanacaklarını söyledi.

Cümbür cemaat seyahatler aratacak: 2025'te aileler gelecek için tasarruf etmeye odaklanmayı bırakıp bunun yerine birlikte seyahat ederek sonsuza dek sürecek ortak anılar yaratmayı tercih edecekler. Seyahat edenlerin yüzde 46'sı miras bırakmaktansa hayalindeki seyahate para harcamayı tercih ederken, daha yaşlı seyahat edenler çocuklarının edenlerin yüzde 80) ve torunlarının edenlerin yüzde 78) seyahatlerinin parasını ödemek istiyor.

Erkekler özel turlar: Anketten çıkan sonuçta göre, sağlıklı yaşama odaklanan sadece erkekler özel konaklama yerleri daha popüler hale gelecek. Ankete katılan gezginlerin neredeyse yarısı (yüzde 47), çevresindeki erkekleri yalnızca erkekler için seyahate çıkmaya teşvik ederken, bu sayı Z kuşağı için



yüzde 65'e ve milenyum kuşağı için yüzde 58'e çıkıyor.

Nöro çeşitliliğe uygun aktiviteler aranıyor: Ankete katılan nöro çeşitli gezginlerin neredeyse yarısı (yüzde 49) olumsuz bir deneyim yaşadıklarını söylerken, yüzde 50'si seyahat seçeneklerinin kapsayıcılık eksikliğinden dolayı sınırlı olduğuna inanıyor. 2025'te nöro çeşitli gezginler dünyayı deneyimleme biçimlerini dönüştürmek için yeni araçlar kullanacaklar. Gerçek zamanlı seyahat güncellemeleri ve duyuşsal dostu ortamlar sağlayan teknoloji, bu sorunları ele almalarına yardımcı olacak.

Havalimanında geçen süreyi keyifli hale geliyor: 2025'te seyahat edecekler. Havalimanlarında geçirecekleri sürenin daha keyifli hale gelmesini talep ediyor. Katılımcıların yüzde 60'ı, uçuşlarından önce kullanabilecekleri daha geniş bir yelpazede olanaklar arıyor. Genç gezginlerin yüzde 43'ü, uyku kapsülleri ve spalar gibi havaalanı deneyimlerini yaşamak istiyor. Geçen yılın seyahat trendi araştırmasından, küresel yolcuların yüzde 24'ünün bu hizmet için ekstra ödeme yapacağı sonucu çıkmıştı. Uzmanlar, girişimcilere gezginlere böylesi deneyimler yaşatacak yatırımlara yönelmelerini öneriyor.

Dünyanın en iyi eğlence markası ödülü ilk kez Türk markası Hupalupa'nın oldu



Türk markalarının yurtdışı açılımlarını güçlendirmek için önemli bir adım olan MAPIC 2024, 75'ten fazla ülkeden 4500 ziyaretçi ile Fransa'nın Cannes şehrinde 29. kez düzenlendi. Perakende sektörünün Oscarları olarak kabul edilen MAPIC 2024, Palais des Festivals'da, yerli ve milli markamız Hupalupa "Yılın Eğlence Markası" ödülünü kazanarak, başarılarını uluslararası platformda da taçlandırmayı başardı. Böylelikle bu ödülü alan ilk Türk markası olarak tarihi bir başarıya da imza atılmış oldu.1996 yılından itibaren sahipleriyle buluşan, perakende sektöründe mükemmelliği, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ödüllendirerek, sektörün en faydalı, sürdürülebilir ve vizyoner projelerini belirleyen MAPIC Ödülleri, 13 farklı kategoride yarışan markaların performanslarını,

gelişimlerini ve inovasyondaki çözümlerini mercek altına alarak, kazananları belirledi. Küresel çapta olağanüstü eğlence deneyimleri sunan Yılın Eğlence Markası kategorisinde ise kazanan Türk Markası Hupalupa oldu. Hupalupa yönetim kurulu üyeleri ödülü ECE Almanya yöneticisi Steffen E. Friedlein'in elinden aldı. Hupalupa Yönetim Kurulu Başkanı Merve Timurlenk Şengül, ödülle ilgili hislerini şu sözlerle ifade etti: "Bu ödül, Hupalupa'yı global bir marka haline getirme yolunda attığımız kararlı adımların bir sonucudur. Alt markalar geliştirmeye yeteneğimiz ve hem çocuklar hem de ebeveynleri için kesintisiz, bütünsel bir deneyim sunmamız bizi rakiplerimizden ayırıyor. Ekibimizin özverisi, yaratıcılığı ve tutkusu bizi bugün bulunduğumuz noktaya getirdi. Bu ödül, sadece bir başarı değil, aynı zamanda gelecekteki hedeflerimiz için bir motivasyon kaynağı. Bu global başarı, Hupalupa'nın küresel pazarlara açılma hedefini daha da güçlendirerek, dış pazarlarda marka bilinirliği

oluşturma yolunda çok önemli bir mesafe alınmasına olanak tanıdı" açıklamasında bulundu. Bir eğlence merkezinden çok daha fazlası olmak için, kurulduğu günden bu yana doğru ve emin adımlarla ilerleyen ve sürekli gelişen Hupalupa, yalnızca eğlence odaklı olmakla yetinmeyip, tüm ziyaretçilerinin sosyal bağlarını güçlendirmeyi, yaratıcılığa teşvik etmeyi, farklı ve yeni deneyimlerle ziyaretçilerini buluşturmayı sürdürüyor. Geliştirdiği tüm projelerde sürdürülebilir uygulamalar ve ileri kapsamlı çözümleri bir araya getirerek, yerel pazardaki rakiplerine rehberlik ederken; küresel ölçekte etki yaratma hedefiyle gelişmeye devam ediyor. Bu prestijli ödül, Hupalupa'nın yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve müşteri odaklı mükemmeliyetçilik ilkelerinin yanı sıra, Hupalupa Expo, Hupalupa Go ve Hupalupa Store alt markalarını oluşturarak 360 derece bir deneyim sunma vizyonunu da başarıyla hayata geçirdiğinin bir kanıtı olarak sektördeki liderliğini bir kez daha pekiştirdi.

Avrupa Kış Turizmi Pazarı 2032'de 322 milyar doları aşacak



Future Market Insights'tın Avrupa Kış Turizmi Pazarı Raporu'ndan derlediği bilgilere göre, Avrupa Kış Turizmi Pazarının 2032 yılına kadar 322 milyar doları aşacağı tahmin ediliyor. Future Market Insights'tın (FMI) raporunda Avrupa'da kış turizminin, artan rekabet, sürdürülebilirlik eğilimleri ve macera ile kültürel deneyimlere olan talebin artmasıyla birlikte büyümesinin beklendiği görüşüne yer veriliyor. 2022 yılında toplam hacmi 180 milyar dolara ulaşan Avrupa Kış Turizmi pazarının, 2032 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 6'lık büyümelerle 322,35 milyar dolar seviyesine ulaşması bekleniyor. Kış turizminin tek başına birkaç Avrupa ülkesinin GSYİH'sine yüzde 1 ila 2 oranında katkıda bulunarak bölge ekonomisindeki hayati bir rolü olduğu belirtiliyor. Avrupa Kış Turizmi pazarı, tarihi şehirler, kış sporları

aktiviteleri ve kıtanın ünlü manzaralarının cazibesi gibi sunulan zengin teklifler nedeniyle gelişmeye devam etti. İsviçre, Avusturya, Fransa ve İskandinav ülkeleri gibi ülkelerde hem macera hem de kültürel deneyimler arayan uluslararası turist sayısı artıyor. Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC), İskandinav ülkelerini başlıca kış turizmi destinasyonları olarak tanıtmaya önemli bir vurgu yapıyor. ETC tarafından başlatılan kampanya, birçoğu COVID-19 salgınından olumsuz etkilenen bu bölgelerden turizmi canlandırmayı amaçlıyor. Kampanya, dağlardan ve buzullardan bozulmamış plajlara kadar İskandinav manzaralarının güzelliğini vurgulayıp, macera arayan gezginler için kayak, buz pateni ve arazi bisikleti gibi aktiviteleri sergiliyor. İnovasyon da İskandinav ülkelerinde turizmin temel taşı olarak öne çıkıyor. Nordic Innovation girişimi, turizm istatistikleri için mobil veri toplama, liman kasabalarında sürdürülebilir turizmi teşvik etme ve Nordic Travel Tech Network'ün oluşturulması gibi projeleri finanse etti. Dağ turizmi, UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) ve Andorra Turizm Bakanlığı gibi uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenen önemli bir trend olmaya devam ediyor. Son Dünya Kar ve Dağ Turizmi Kongresi'nde, İtalya, Fransa ve Birleşik Krallık gibi büyük Avrupa ülkelerinden katılımcıların

katılımıyla dağ turizminde inovasyon ve sürdürülebilirliğin önemi sıkça vurgulandı. Büyüyen bu segment, karla kaplı dağları deneyimlemek, eşsiz manzaraları keşfetmek ve açık hava aktivitelerine katılmak isteyen turistleri çektiği gibi, kış turizmi türünün de en önemli segmenti haline geliyor. Çeşitli turizm türleri arasında en gözdeleleri ekolojik ve sürdürülebilir turlar oluşturuyor. Avrupa'nın engibeli arazilerinde yürüyüş ve yaban hayatı keşfi gibi çevre dostu, doğa temelli seyahat deneyimlerine olan tercih hızla artıyor. Kentsel yaşamdan kopup, kendilerini bozulmamış ortamlara kaptırmak isteyen gezginler, Avrupa ülkelerinin doğal güzelliklerini tercih ediyor. Bu arada turizm sektörü geliştikçe, dijital platformlara doğru kaymalar da artıyor. Çevrimiçi rezervasyon platformları, Avrupa'ya seyahatlerini organize eden turistler için baskın seçim olarak karşımıza çıkıyor. Tur operatörleri, kişiselleştirilmiş paketler ve sorunsuz rezervasyon deneyimleri sunmak için internetin gücünden yararlanıyor. Raporda Avrupa Kış Turizmi pazarın önde gelen oyuncularını şöyle sıralanıyor: The Natural Adventure Company, Topdeck, G Adventures, Intrepid; GJ Travel, Shamrock Adventures, Exodus Travel, On Go tours, Tauck, Expat Explore Travel, Thomas Cook Travels, Trafalgar, Wingbuddy ve Euroventures.

Turizmde yapay zekâ pazarının 2030'da 13 milyar doları aşacağı tahmin ediliyor

Research And Markets'in konuyla ilgili raporundan derlediği bilgilere göre, 2024 yılında hacmi 2,95 milyar dolara ulaşan yapay zekâ pazarının 2030'a kadar yıllık ortalama yüzde 26,7'lik büyümelerle 13,38 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin ediliyor. Yapay zekâ (YZ), turizm sektöründeki mobilite çözümlerini başta yolculuk paylaşımı ve hizmetleri olmak üzere büyük ölçüde iyileştirdi. Veri analitiği ve makine öğrenimi algoritmaları, seyahat süresini ile maliyetlerini azaltıyor. Bunun için en verimli rotaları izleyen araçlara ilişkin trafik verilerinin ve geçmiş verilerinin gerçek zamanlı analizine dayalı olarak rota seçimini iyileştiriyor. Operasyonel verimliliği arttırdığı gibi, bekleme süresini azaltıp, varış tahminlerini doğrulayarak daha iyi müşteri deneyimleri sunuyor. Tüm ulaşım araçlarında gerçek zamanlı kullanılabilirlik ve tahmini bakım sağlamak için yapay zekâ (YZ) odaklı çözümlerden yararlanılıyor. Denizcilik endüstrilerinde, yolcu gemileri ve feribot hizmetleri, analitik yoluyla rota planlamasını, gemideki deneyimleri ve hatta bir güvenlik senaryosunun olasılıklarını geliştirmek için YZ kullanıyor. Havyacıları, sohbet robotları biçiminde müşterilere otomatik

hizmet yoluyla YZ'den yararlanıyor. Uçuşların iyileştirilmesi, bagaj takibi ve diğer ilgili şeylerin tümünün daha kaliteli bir deneyime dönüşmesini sağlıyor. Demiryolu ve karayolu seyahati, planlama için YZ kullanımı, yolcularla iletişim ve sağlık güvenlik önlemlerinin uygulanmasını kullanıyor. Turizm sektöründe, araç kiralama ve mobilite sağlayıcıları gibi son kullanıcılar, müşteri hizmetlerinde deneyimi ve verimliliği iyileştirmek için giderek daha fazla yapay zekâyı kullanıyor. Talep tahmini, araç kullanılabilirliği yönetimi ve piyasa koşullarına bağlı olarak fiyatlandırma stratejilerinin otomasyonu yoluyla filo yönetimi, yapay zekâ teknolojileri aracılığıyla elde edilebiliyor. Yapay zekâ tabanlı uygulamaların diğer avantajlarından bazıları, seyahati sorunsuz ve verimli hale getirmek için kullanıcılara özel araç seçimleri, rotalar ve gerçek zamanlı trafik güncellemeleri sağlamayı içeriyor. Yapay zekâ sohbet robotları ve sanal asistanlar ile otomobil kiralama şirketleri arasında müşteri desteği sağlayabilir, olası tüm soruları yanıtlayabilir ve daha düşük işletme maliyetleriyle rezervasyon yapabiliyor. Sorunsuz bir mobilite çözümüne olan talebin artmasıyla, yapay zekanın araç kiralama hizmetine



entegrasyonu, şirketlerin müşterilerini memnun etmelerine yardımcı olurken, aynı zamanda bu tür hızlı hareket eden pazarlarda eğrinin önünde olmalarına da yardımcı olacaktır. Raporda bu alanın büyük oyuncularını hakkında şu bilgilere yer veriliyor: "Turizmde yapay zekâ pazarındaki başlıca oyuncular arasında Snowflake (ABD), IBM (ABD), NVIDIA (ABD), Microsoft (ABD), AWS (ABD), Salesforce (ABD), Appier (Tayvan), Huawei (Çin), Sabre Corporation (ABD), SAS Institute (ABD), [24]7.YZ (ABD), Virtusa Corporation (ABD), Travelport (İngiltere), Amadeus (İspanya), Devox Software (Polonya), AltexSoft (ABD), Jio Haptik Technologies Limited (Hindistan), SHR Group (ABD), Duve (ABD), Nexscient (ABD), Persado (ABD), Canary Technologies (ABD), Mize (ABD), FLYR (ABD), Geovea (ABD), Layla YZ (Almanya) yer alıyor. Bu oyuncular, turizmde yapay zekâ pazarındaki ayak izlerini genişletmek için ortaklıklar yapıyor. Anlaşma ve iş birlikleriyle, yeni ürün lansmanları, geliştirmeler ve satın almalar gibi çeşitli büyüme stratejileri benimsiyorlar"

Turoops

Otel Yönetimi

Otel Tedarik ve Entegrasyon Sistemi

Tur Operasyon Sistemi

Tur Maliyet ve Pazarlama Yönetimi

B2B Alt Acente Sistemi

Acente ve Personel Yönetimi

Uçak Bileti Satış Sistemi

SMS Entegrasyonu

XML ve Data Blokları Entegrasyonu

Satış Ciro ve Müşteri Verileri Yönetimi

Sanal Pos ve Ödeme Sistemleri Entegrasyonu

Özgün Tasarım / SEO / Teknik Destek / Eğitim



turizm acente
ürün satış ve yönetim sistemi

TURYİD' in başkanlığı yeniden Kaya Demirer'e emanet

Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURYİD), sektörün önde gelen isimlerini Sunset Grill & Bar'da düzenlenen 14. Olağan Genel Kurulu'nda bir araya getirdi. Genel Kurul'da Kaya Demirer, yedinci kez Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilirken, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları ve üyeleri de belirlendi. TURYİD 14. Olağan Genel Kurul toplantısında, turizmin önde gelen yeme-içme-eğlence sektörünün yatırımcıları, gastronomi tesisi işletmecileri ve tedarikçilerinden oluşan üyeler, görev süreleri sona eren Yönetim Kurulu Üyeleri ve diğer kurulların üyeleri oy birliği ile ibra edildi. Kurulda yeni dönem için dernek organlarının seçimi de gerçekleştirildi. Bu dönem faaliyetlerinde aktif çalışacak komitelerin başında Başkan Yardımcılarının yer alması yönünde karar alındı. 7 adet başlık altında çalışmalarını yürütecek olan söz konusu komiteler ve sorumlu olan komite başkanları şu şekilde belirlendi; Kamu İlişkileri, Hukuk ve Mevzuat Komitesi / Kaya Demirer, Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Komitesi / Yaprak Baltacı, Zirve ve Yurtiçi-Yurtdışı Etkinlikler / Ebru Koralı, Üye İletişim ve Geliştirme Komitesi / Nuri Develi, Gelir Getirici Faaliyetler Komitesi / Yücel Özalp, Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Komitesi / Volkan Akkaş, İnsan Kaynakları ve Eğitim Komitesi / Onur Tahincioğlu. Yeni

dönemde sektörün genç isimlerine de Yönetim Kurulu'nda yer vermek amacıyla, geçtiğimiz dönem Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak görev yapan Ayhan Çarıkçılar (midpoint) ve Gamze Cizreli (bigchefs) danışman olarak TURYİD'in bir üst kurulu olan Yüksek İstişare Kurulu'na katıldı. Eski Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılarından Barış Tansever ise Yüksek İstişare Kurulu Başkanlığı'na devam edecek. TURYİD kurulduğu 2003 yılından itibaren hızlı gelişen gastronomi dünyasında, yeme-içme ve eğlence sektörünün bir deneyim endüstrisine dönüşmesi için çaba harcadı. Bu konuda tüm paydaşlarının bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesine yönelik birçok etkinlik ve projeyi hayata geçirdi. Sektöre insan kaynakları kazandırılmasına yönelik eğitim ve sertifika programları, festivaller ve sosyal sorumluluk projelerine imza atan TURYİD, dünyada ilk kez gastronomi ve ekonomiyi bir araya getirerek, 4 kez düzenlediği 'GastroEkonomi Zirvesi' ile sektörde yeni okumalar yapılmasına yönelik zemin sağladı. TURYİD önümüzdeki 2025-2026-2027 döneminde de düzenleyeceği GastroEkonomi Zirvesi'ne ek olarak, 'İyileştirici Turizm', 'Mavi Ekonomi', 'Uluslararası İş Ortaklıkları', 'Sürdürülebilir Gastronomi' gibi başlıklar altında yeni projeleri gündemine aldı. Yeni dönemin başlangıcı olan Genel



Kurul sonrasında TURYİD'in yeni yönetimi, gastronomi dünyasının önemli isimleriyle de bir araya geldi. TURYİD Yönetim Kurulu Başkanı olarak 7. dönemine başlayacak olan Kaya Demirer seçimin ardından şunları söyledi: "2003 yılında 37 kurucu üyenin bir araya gelmesi ile hayata geçen TURYİD, bugün yurt içinde 3150, yurt dışında 250'nin üzerinde işletme büyüklüğüne ve 6 milyar doları aşan cirosu ile sektöründe %26'lık bölümü temsil eden güce ulaştı. Bu rakamlar sektörün gelişmesine yönelik olarak yapacağımıza dair hepimize sorumluluk yüklüyor. Geçmişte olduğu gibi, yoğun ve konsantre vaziyette çalışmaya devam edeceğiz. Aramıza katılan yeni ve genç kuşak Yönetim Kurulu Üyeleri ve Başkan Yardımcıları ile sektörümüzün yarınlar taşınması, gastronomi sektörünün hak ettiği potansiyele ve itibara ulaşması için çabalarımıza ara vermeden devam edeceğiz".

E.C.A., ısıtma soğutma bayileri ile İstanbul'da buluştu

Tasarıfırlu ve çevre dostu ürünleriyle 35 yılı aşkın bir süredir ısıtma ve soğutma alanında çözümler üreten E.C.A., bayi buluşmasını Renaissance İstanbul Polat Bosphorus Hotel'de gerçekleştirdi. Öncelikli olarak yıl değerlendirmeleri ve 2025 yılı planlarının aktarıldığı toplantıya yaklaşık 80 kişi katılım sağladı. Toplantının ilk yarısında ülkemizin önde gelen ekonomistlerinden Ekonomi Gazetesi Yayın Kurulu Başkanı Dr. Şeref Oğuz yaptığı sunum ile ekonomik gelişmeler üzerine değerlendirmede bulundu ve bayileri bilgilendirdi. Emas Makina Sanayi A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Özokumuşoğlu'nun açılış konuşmasını yaptığı toplantının ikinci yarısında,

2024 yılı değerlendirilmesi ve 2025 yılına dair hedefler, stratejiler ve planlar görüldü. Geride kalan 2024 yılı ve gelecek yılın hedefleri üzerine konuşan Mehmet Özokumuşoğlu, "E.C.A. olarak oldukça verimli bir seneyi geride bıraktık. 2025 yılı için de tüketici kampanyalarını genişletmeyi, gelişen ve büyüyen sektörümüzün teknolojilerine ve şartlarına uygun tasarladığımız yeni ürünlerimizi en kısa sürede sahaya sunmayı hedefliyoruz. Planlarımız sayesinde 2025 yılının önceki seneye göre daha da pozitif ve verimli geçeceğini öngörüyoruz. Bu yolculukta payı olan tüm çalışanlarımıza ve bayilerimize teşekkür ederim" dedi. Tüm gün süren ve yoğun geçen



toplantının ardından bayiler ve şirket yöneticileri Renaissance İstanbul Polat Bosphorus Hotel Horizon Roof Restaurant'ta akşam yemeğinde bir araya geldi.

2025 Türkiye Kültür Yolu Festivali'nin takvimi belli oldu



Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Türkiye Kültür Yolu Festivali'nin 2025 yılında, "Şehirde Festival Var" mottosuyla bu yıl 20 şehirde yapılacağını açıkladı. Bakan Ersoy, sosyal medya hesabından yaptığı açıklamada Malatya, Manisa, Mardin ve Kayseri'nin de bu yıl festival kapsamına eklendiğini belirterek:

"16 şehrimize eklenen bu güzide şehirlerimizle birlikte tarih, kültür ve sanatın zenginliklerini hep birlikte keşfedeceğiz. Amacımız, şehir sayımızı artırarak ülkemizin eşsiz kültür ve sanat varlığını, tarihini ve medeniyet mirasını dünyaya tanıtmak. Bu büyük festivale destek veren paydaşlarımıza, katkı sağlayan yerli ve yabancı tüm sanatçılarımıza şimdiden teşekkür ediyorum. Kültür ve sanatın nabızı yine Türkiye'de atacak."

Türkiye Kültür Yolu Festivali'nin takvimi:
"Şehirde Festival Var" mottosuyla bu yıl 20 şehirde yapılacak Türkiye Kültür Yolu Festivali,

5-13 Nisan'da Adana'da, 10-18 Mayıs'ta Mardin'de, 17-25 Mayıs'ta Manisa'da, 24 Mayıs-1 Haziran'da Şanlıurfa'da, 21-29 Haziran'da Samsun'da, 28 Haziran-6 Temmuz'da Bursa'da, 5-13 Temmuz'da Trabzon'da, 12-20 Temmuz'da Van'da, 2-10 Ağustos'ta Nevşehir'de, 16-24 Ağustos'ta Erzurum'da, 30 Ağustos-7 Eylül'de Çanakkale'de, 6-14 Eylül'de Kayseri'de, 13-21 Eylül'de Gaziantep'te, 20-28 Eylül'de Ankara ve Konya'da, 27 Eylül-5 Ekim'de İstanbul'da, 4-12 Ekim'de Malatya'da, 11-19 Ekim'de Diyarbakır'da, 25 Ekim-2 Kasım'da İzmir'de, 1-9 Kasım'da Antalya'da sanatseverlerle buluşacak

Mice sektörünün “Oscar”ları sahiplerini buldu

Turizm ve etkinlik sektörünün devleri ACE of MICE kapsamında 22. buluşmasını gerçekleştirdi. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, sektörün en büyük organizasyonuna üçüncü kez ev sahipliği yaptı. Yaklaşık 14 milyar dolarlıkticaret hacmine sahip MICE sektörünün “Oscar”ları olarak bilinen Masters of Events by ACE of M.I.C.E. Awards, dev bir organizasyonla gerçekleşti. Dream Project tarafından bu yıl 22’nci kez düzenlenen organizasyon, 3500’ün üzerinde B2B toplantısıyla KKTC’nin ticari hacmine katkı sağladı. Gala gecesinde, 26 ayrı kategoride kongre, toplantı, etkinlik ve turizm sektörünün en iyileri ödüllendirildi. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Başbakan Yardımcılığı, Turizm, Kültür, Gençlik ve Çevre Bakanlığı himayelerinde; Elexus Hotel & Convention ev sahipliğinde ve Cyprus Royal Turizm’in destekleriyle düzenlenen organizasyonda, ulusal ve uluslararası kurumsal firmalar, etkinlik ajansları, oteller, acenteler ile turizm ve etkinlik sektörü profesyonelleri ACE of MICE çatısı altında bir araya geldi. 4-5 Ocak tarihleri arasında iki gün boyunca süren ve 3500’ün üzerinde B2B toplantısıyla KKTC’nin ticari hacmine katkı sağlayan organizasyonun sonunda, MICE alanındaki en başarılı marka ve projeler görkemli bir ödül töreniyle sahiplerini buldu.” Ercüment Şansal’ın kırmızı halıda gerçekleştirdiği röportajlarla mekana giriş yapan misafirler, Ritim Türkiye Karnaval Ekibi’nin muhteşem şovu ile geceye başladı. Başak Koç’un sunuculuğunu üstlendiği ödül

töreninde sevilen sanatçı Simge Eğrilmez sahne alırken, gecede ayrıca Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Cumhurbaşkanı Ersin Tatar, KKTC Başbakan Yardımcısı ve Turizm, Kültür, Gençlik ve Çevre Bakanı Fikri Ataoğlu, Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği Başkanı Kaan Kaşif Kavaloğlu, Cyprus Royal kurucu ortaklarından Nusret Polat, KKTC Turizm, Kültür, Gençlik ve Çevre Bakanlığı Müsteşarı Serhan Aktunç, Swissôtel The Bosphorus İstanbul Genel Müdürü Utkan Gülaçtı, Jolly Yönetim Kurulu Başkanı Mete Vardar, Dream Project Yönetim Kurulu üyesi ve CEO’su Volkan Ataman, tanınmış sunucular Özlem Yıldız ve İlker Ayrık gibi iş dünyası ve sanat camiasından ünlü isimler de yer aldı. Yüzlerce kurumsal markanın etkinlik satın alıcılarının yanı sıra kongre, acente ve etkinlik firmalarının üst düzey yöneticilerinin, iki gün boyunca hosted buyer olarak ağırlandığı Masters of Events by ACE of M.I.C.E. Awards gala gecesinin açılış konuşmasını yapan Dream Project Yönetim Kurulu üyesi ve CEO’su Volkan Ataman, 55 sektörle etkileşim halinde olan, ülke tanıtımındaki rolü ve 14 milyar dolarlık ticari hacmi ile ekonomiye önemli katkılar sağlayan MICE sektörünün, Masters of Events ACE of M.I.C.E. Awards açısından büyük önem taşıdığını ifade etti. Sözlerini şöyle sürdüren Ataman: “Fuar ve ödül organizasyonlarımızla birlikte bugüne kadar toplamda 22’nci kez düzenlediğimiz ACE of M.I.C.E. etkinliğimizin Kıbrıs ayağında



birlikte çok keyifli üç gün geçirdik. B2B sayımız 3.500’ü aşarak yeni iş birliklerinin tohumlarını attık ve yeni dostluklara vesile olduk. Ayrıca etkinliğimiz, Kıbrıs’ın MICE destinasyonu olarak gelişimine büyük katkıları sunuyor. Birçok önemli organizasyona ev sahipliği yapan Kıbrıs, muhteşem doğası, denizi, lezzetleri, üst düzey hizmet sunan mükemmel tesisleri, yeni hatların eklenmesiyle büyüyen uçuş ağı ve yeni havalimanı ile MICE alanında daha da güçlenerek yoluna devam ediyor. Bu etkinliğin gerçekleşmesinde büyük emeği olan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Başbakan Yardımcılığı, Turizm, Kültür, Gençlik ve Çevre Bakanlığı’na, Elexus Hotel’e ve Cyprus Royal Turizm’e teşekkürlerimi sunuyorum.” Konuşmaların ardından, 26 farklı kategoride projelerin değerlendirildiği gecede; en iyi etkinlik prodüksiyonundan en iyi dijital etkinliğe, en iyi incentive etkinliğinden en iyi spor etkinliğine kadar pek çok ödül sahiplerini buldu. 22. ACE of M.I.C.E. Awards Başarı Ödülleri, Skal İzmir, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği ve Onur Altunay’a takdim edilirken, Özel Ödül Kategorisinde ise Cyper Drone “En İyi Drone Firması” ödülüne layık görüldü. Ayrıca, KKTC En İyi Teknik ve Dekor Firması ödülü de MMT Cyprus’a takdim edildi.

Sağlık turizminde yeni bir dönem: İzmir’den kritik kararlar



İzmir, sağlık turizmi alanında uluslararası bir merkez olma yolunda önemli bir adım atmaya hazırlanıyor. İbn-i Sina Enstitüsü ve Dünya Yaşlanma Konseyi Başkanı Gerontolog Dr. Kemal Aydın’ın öncülüğünde, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi’nde düzenlenen İzmir Sağlık Serbest Bölgesi (SASEB) Çalıştayı, Türkiye’nin sağlık turizmi haritasını yeniden şekillendirecek kararlarla sonuçlandı. Kamu, akademi, özel sektör, sivil toplum ve medya temsilcilerinden 50 katılımcının yer aldığı çalıştayın sonuç bildirisi, sağlık turizmine yönelik üç ana başlıkta şekillendi. Çalıştayı en önemli çıktıklarından biri, Türkiye Sağlık Turizmi Ar-Ge ve Veri Merkezi’nin (TUSAVEM) kurulması kararı oldu. Bu merkezin, Türkiye’nin sağlık turizmi sektöründe daha sağlam ve güvenilir bir temel oluşturmak için

hayati bir rol üstleneceği ifade edildi. TUSAVEM’in odaklanacağı temel alanlar şunlar olacak: Sağlık turizmi verilerinin bilimsel yöntemlerle toplanması ve analiz edilmesi. Uluslararası trendlerin izlenmesi ve bu doğrultuda stratejik yol haritalarının geliştirilmesi. Yenilikçi tedavi ve hizmet modelleri üzerinde çalışılması. Türkiye’nin sağlık turizmi markasının güçlendirilmesi için dijital pazarlama ve global tanıtım kampanyalarının düzenlenmesi. Bu merkezin, İzmir’in liderliğinde kurulması durumunda, Türkiye’nin sağlık turizmi alanında uluslararası rekabet gücünün artacağı ve daha etkili politikalar geliştirilebileceği öngörülmüyor. Çalıştayda alınan kararlar arasında, İzmir’in yaşlı bakımında dünyanın önde gelen merkezlerinden biri olmasını sağlayacak GEROPARK sağlık kümelenmelerinin oluşturulması da yer aldı. Bu kümelenmeler, yaşlılara yönelik sağlık hizmetlerinin yanı sıra, rehabilitasyon, uzun yaşam ve geleneksel tıp uygulamalarını kapsayacak. Bu modelin, İzmir’i yaşlı bakımında uluslararası düzeyde bir cazibe merkezi haline getireceği ifade edildi.

İzmir’in doğal ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra güçlü sağlık altyapısının, bu hedefi gerçekleştirmek için uygun olduğu vurgulandı. Çalıştayda alınan bir diğer önemli karar, Aralık 2025’te İzmir’de Uluslararası Sağlık Serbest Bölgesi Kongresi düzenlenmesi oldu. Bu kongrenin, sağlık turizmi sektörünün ulusal ve uluslararası oyuncularını bir araya getirerek İzmir’in küresel hedeflerini desteklemesi bekleniyor. Kongrenin, sağlık turizmi alanında bilgi ve deneyim paylaşımı için önemli bir platform oluşturacağı ve İzmir’in sağlık serbest bölgesi vizyonunu güçlendireceği belirtildi. İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Çalıştayı, Türkiye’nin sağlık turizmi hedeflerini belirleyen bir yol haritası çizerek hem İzmir’in hem de Türkiye’nin uluslararası sağlık turizmi pazarındaki yerini güçlendirmek için kritik adımların atılmasını sağladı. Bu kararlar, İzmir’in yalnızca bir sağlık turizmi merkezi değil, aynı zamanda yaşlı bakımında yenilikçi çözümler sunan bir lider şehir olma yolunda hızla ilerlediğini gösteriyor. İzmir, sağlık turizminde küresel bir marka olma hedefiyle yeni bir döneme adım atıyor.

Legrand Türkiye Grubu geleneksel bayii toplantısı gerçekleşti



Bina, elektrik ve dijital altyapılar için geliştirdiği ürün ve sistemler konusunda uzman olan Legrand Türkiye Grubu, 14 – 16 Ocak 2025 tarihleri arasında Kıbrıs'ta düzenlediği geleneksel bayii toplantısında iş ortaklarıyla bir araya geldi. "Zirve Yolculuğu" teması ile gerçekleşen toplantı, Türkiye'nin dört bir yanından katılım sağlayan bayii temsilcileri ve üst düzey yöneticiler ile sektöre dair önemli gelişmelerin paylaşıldığı bir platform oldu. 200'den fazla iş ortağının katılımıyla düzenlenen etkinlikte, 2025 yılının hedefleri masaya yatırılırken, Legrand Türkiye Grubu'nun yenilikçi ürün portföyü de tanıtıldı. Bayii toplantısının gündeminde, şirketin sürdürülebilirlik vizyonu, enerji verimliliği ile veri merkezlerine odaklanan çözümler yer aldı. Toplantıda dijital şov ile Legrand Türkiye Grubu'nun sürdürülebilirlik için aldığı inisiyatifler anlatılırken, yenilenen koruma grubu modüler ürün serisi P3 ve yüksek güç Solutio UPS tanıtıldı. Legrand Türkiye Grubu Ülke Müdürü ve CEO'su Levent İlgin, "Bizler, hep beraber 2016'dan beri ekonomik ve küresel birçok sert rüzgârla, fırtınayla mücadele ettik. Ancak doğru adımları atarak, birbirimize güvenip, inanıp, kenetlenerek, bu zorlukların da üstesinden gelmekle kalmadık, hep beraber büyüdük, geliştik ve güçlendik. Bu salonda 8 sene öncesine göre büyüyüp, güçlenmeyen hiçbir iş ortağımız yoktur. Çünkü bizim amacımız bireysel değil, her zaman toplu kalkınma oldu ve olmaya da devam edecek. 2025 yılı çok kolay bir yıl olmasa da 2024 kadar zor olmayacaktır. Faizlerin aşağı yönlü hareketiyle pazar hareketi toparlanma sürecine gireceğine inanıyoruz. Bu süreçte Legrand Türkiye Grubu olarak 2024 yılını da önemli bir büyüme ile kapattık ve yatırımlarımıza

hız kesmeden devam ediyoruz. Legrand Türkiye Grubu olarak yatırımlarımıza devam ediyoruz. Gerçekleştirdiğimiz yeni makine yatırımı ve gelişmiş üretim tekniklerimizle Legrand Global'den Gebze fabrikamız Platin ödül aldı. Bununla birlikte, gençlere yatırım yapmaya devam ediyoruz. Yarının gençlerini şimdiden hazırlıyoruz ki mirasımız emin ellerde büyüyerek kaldığı yerden devam etsin." şeklinde konuştu. Etkinlikte konuşan Legrand Türkiye Grubu CMO'su Gül Sevinç Selçuk, "Değişime uyum ve öncülük etme sürdürülebilir başarıyı destekleyen güçlü yönlerimiz. Sektörümüzün gelişimine doğrudan katkı sağlayacak küresel trendler arasında ilk 2 sırayı elektrifikasyon ve enerji verimliliği alıyor. Elektrifikasyondaki hızlı yükseliş ile küresel elektrik talebinin 2050 yılına kadar 2 katına çıkması bekleniyor. Elektrikçe çok fazla ihtiyaç duyulan çağımızda müşteri beklentilerine hızlı, etkin ve çevreye duyarlı çözümler üreterek sürdürülebilir büyümemizi desteklemeyi hedefliyoruz. Devrim niteliğindeki yapay zeka ise 2030 yılına kadar veri merkezlerinin %40 kapasitesini kullanacak ve veri merkezlerinin büyümesine %14 katkı sağlayacak. Bu doğrultuda; yenilikçi, enerji verimliliği sağlayan ve farklı segmentlere hizmet eden ürünlerimiz ve çözümlerimiz, öncü kimliğimizi pekiştirirken sektörümüzün de gelişmesine katkı sağlıyor. Legrand Türkiye Grubu olarak bizde değişmeyen 2 temel öge var, iş ortaklarımızla olan sarsılmaz iş birliğimiz ve sürdürülebilir başarıımız." dedi. Konuşmasında Legrand Avrupa Bölgesi için Legrand Türkiye Grubu'nun hayati önemini vurgulayan Legrand Grup Avrupa Bölgesi Pazarlama Direktörü Alban Jauffret, bugün Türkiye'nin Avrupa'daki en iyi 5 ülke arasında yer aldığını ve Legrand Türkiye Grubu'nun büyüme ve inovasyon stratejilerinde önemli bir rol oynadığını belirtti. Yeni modüler koruma serisi P3 lansmanını birlikte kutlamaktan dolayı mutluluk duyduklarını dile getiren Alban Jauffret, "Bu yenilik, projelerinizin en zorlu gereksinimlerini karşılamak için optimum koruma ve

artırılmış esneklik sunan ürün yelpazemizde önemli bir ilerlemeyi temsil ediyor. Yeni serimizin Türkiye pazarında hızla bir referans haline geleceğinden eminiz. Birlikte, yarının zorluklarının üstesinden gelebilir, daha güvenli ve daha verimli bir elektrik geleceği inşa edebiliriz." dedi. Legrand'ta uzun vadeli başarı için net bir vizyonun şart olduğuna inandıklarını dile getiren Legrand Grup Strateji, İletişim, Endüstriyel Tasarım ve Dijital Dönüşümden Sorumlu Direktörü Juan Moreno-Alamo, Legrand Grup'un "Hedef 2030" vizyonundan bahsetti. Juan Moreno-Alamo, "Hedef 2030, bugünkü yıllık satışlarımızı 8,5 milyar Euro'dan 2030 yılına kadar 15 Milyar Euro'ya, yani neredeyse iki katına çıkarma planımızı kapsıyor. Hedef 2030 vizyonunu, enerji, dijital dönüşüm çözümlerinde büyümeyi hızlandırma ve temel bina altyapılarında istikrarlı büyümeyi sürdürme üzerine inşa ettiklerini ifade eden Alamo, bu vizyonu küresel trendler etrafında belirlediklerini belirtti. Konuşmasında kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) çalışmalarına da değinen Alamo, "20 yıllık bağlılık ve yakında piyasaya sürülecek 6. yol haritasıyla KSS, müşterilerimiz, çalışanlarımız ve paydaşlarımız için değer yaratmaya devam edecek. Yıllık satışlarımızın %5'ini oluşturan sürdürülebilir Ar-Ge yatırımları bizi trendlerin ön saflarında tutuyor. Ek olarak, müşteri memnuniyeti temel odak noktamız olmaya devam ediyor. 2024'te Müşteri Memnuniyeti Endeksimiz (CSAT) %80'e ulaştı ve Net Tavsiye Skorumuz (NPS) da değerli geri bildirimler sayesinde 51'e yükseldi. Önümüzdeki dönemde %50 organik büyüme, %50'si birleşme ve satın almalarla yönlendirilen satışları neredeyse iki katına çıkaracağız. Önümüzdeki beş yıl içinde Ar-Ge'ye 3 milyar Euro ve birleşme ve satın almalara 5 milyar Euro yatırım yapacağız." açıklamalarında bulundu. Veri merkezleri konulu çalıştayların ardından düzenlenen gala yemeği ile son bulan Legrand Türkiye Grubu geleneksel bayii toplantısında 2024'te başarı gösteren bayilere ödülleri takdim edildi.

SICPA Türkiye, 450 bin metrekare alanı aydınlattı

SICPA Türkiye, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayelerinde hayata geçirdiği "Gece Müzeciliği" projesiyle, Hierapolis ve Efes Örenyerlerinin geceleri de ziyaret edilebilmesini sağladı. Gece müzeciliği uygulaması sayesinde, sıcak havalardan dolayı gündüz gelemeyen yerli ve yabancı ziyaretçiler, her iki örenyerini de gece 00.00'a kadar gezebilme fırsatı buldu. "930 bin metrekarelik alana sahip Efes Örenyeri'nin 90 bin metrekaresini ışıklandırdık. Yine sorumluluk alanımızdaki 1 milyon 250 bin

metrekarelik Denizli Pamukkale Örenyeri'nin de 360 bin metrekaresini aydınlatarak gece müzeciliğine kazandırdık" diyen SICPA Türkiye CEO'su Sami Çebi, 2024 yılı Nisan-Eylül ayları arasındaki turizm sezonunda, geceleri Efes Örenyeri'ni 260 binden fazla, Denizli Hierapolis Örenyeri'ni de 76 binden fazla ziyaretçinin gezdiğini söyledi. Çebi; "8 milyondan fazla ziyaretin yüzde 87'si dijital müzekart ile yapıldı" Türkiye'de ilk defa Efes Örenyeri'nde ardından da Hierapolis Antik Kenti'nde hayata geçirilen gece müzeciliği



uygulamasının yerli ve yabancı ziyaretçilerden büyük ilgi gördüğünü ifade eden Sami Çebi, SICPA Türkiye'nin hizmet verdiği 84 müze ve örenyerinde bu yıl gerçekleşen 8 milyondan fazla müzekartlı geçişin yüzde 87'sinin dijital müzekart ile yapıldığını açıkladı.

Ramazan Bağışlarınızla Fitre ve Zekatlarınızla ÖNCE ÇOCUKLAR İYİLEŞSİN

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



0312 447 06 60



FUARLAR

| | Tarih | Fuarın Adı | Konusu | Yeri | Düzenleyen |
|------------------|------------------------|--|---|---|--|
| YURTIÇİ FUARLAR | 31 Ock - 02 Şbt 2025 | Turizm Gastronomisi Yatırımları Ve Açıklama Zirvesi, Fsummit | Profesyonel Mutfak Ekipmanları, Masa Üstü Sunum Ekipmanları, Gıda Ürünleri, İçecek Ekipmanları, Kahve Ürünleri Ve Ekipmanları | Nest Kongre Ve Fuar Merkezi Belek - Antalya | Sözen Yayıncılık A.Ş. |
| | 05 - 07 Şubat 2025 | EMITT 28.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı | Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler | İstanbul - Tü yap Fuar ve Kongre Merkezi | ICA Fuarçılık A.Ş. |
| | 15 - 22 Şubat 2025 | Bosphorus Boat Show | Motorlu Ve Yelkenli, Katamaran, Şişme Bot, Motorlar, Donanımlar, Aksesuarlar, Balıkçılık, Marinalar, Charter, Su Sporları | İstanbul Fuar Merkezi | Yated Fuarçılık A.Ş. |
| | 19 - 20 Şubat 2025 | 1. Türk- Arap Prefabrik Ev, Outdoor, Kamp, Karavan, Mobilya, Ev Tekstili, İnşaat Malz. Fuarı | Kamp, Karavan Araçları, Hobi Evleri, Deniz Araçları, Mobilya, Ev Tekstili, Yapı Malzemeleri | Pullman İstanbul Hotel And Convention Center | Turab Fuarçılık Reklam Organizasyon San.A.Ş. |
| | 11- 14 Mart 2025 | Fetex 14. Fethiye Turizm, Turizm Tedarikçileri Ve Yiyecek İçecek İhtisas Fuarı | Turizm Sektöründeki Ekipman, Servis Malzemeleri Ve Yiyecek İçecek | Fethiye Belediyesi Fuar Ve Sergi Alanı | Marmaris Fuarçılık Organizasyon Halkla İlişkiler Basın Yayın Ltd. Şti. |
| | 03 - 05 Nisan 2025 | Coffex İstanbul | Kahve Ekipmanları, Kahve Çeşitleri, Kakao, Butik Çay | İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı | Enc Uluslararası Fuar Organizasyon Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti. |
| | 07 - 13 Nisan 2025 | Yacht Life Boat Show | Motorlu-Motorsuz Tekneler, Yelkenli Su Sporları, Deniz Araçları Ekipmanları Ve Aksesuarları | Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi | Kuzey 2009 Medya İnşaat Turizm Oto Kiralama Tic. Ltd. Şti. |
| | 11 - 13 Nisan 2025 | Med-Breeze (Akdeniz Ülkeleri Turizm Fuarı) | Oteller ve Acenteler | Wow Hotel İstanbul | Asya Fuarçılık Ltd. |
| | 15 - 19 Nisan 2025 | (Modef 2025) 52.Uluslararası Mobilya Ve Dekorasyon Fuarı | Mobilya ve Dekorasyon | İnegöl Hikmet Şahin Kültür Parkı Uluslararası Fuar Alanı | Modef Fuarçılık Ltd. |
| | 16 - 19 Nisan 2025 | 47.Yapı Fuarı-Turkeybuild İstanbul 2025 | Hizmetler, Altyapı, Kaba Yapı, Bitirme İşleri, Tesisat, Elektrik-Elektronik, Bina Donanımı, Mutfak-Banyo, Çevre Düzenleme | İstanbul - Tü yap Fuar ve Kongre Merkezi | ICA Fuarçılık A.Ş. |
| | 18 - 20 Nisan 2025 | Colors Of The World Kültür, Turizm Ve Destinasyon Fuarı | Dünya Şehirlerinin Kendilerini Tanıtması | İstanbul Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri Ve Sanat Merkezi | Ece Fuarçılık Ltd. |
| | 24 - 27 Nisan 2025 | Bedding Expo Yatak, Baza, Başlık | Yatak Teknolojileri Ve Yan Sanayi | Kayseri Osb Fuar Ve Kongre Merkezi | Nobel Expo Uluslararası Fuarçılık A.Ş. |
| | 01 - 04 Mayıs 2025 | Hac Umre ve İslami Turizm Fuarı | Oteller, Turizm Acentaları Ve Diğer Hizmet Sektörleri | İstanbul Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri Ve Sanat Merkezi | Proaktif Fuarçılık Ltd. Şti. |
| | 20 - 23 Mayıs 2025 | Hometex 2025 Uluslararası Ev Tekstili Fuarı | Ev Tekstili Ve Aksesuarları | İstanbul Fuar Merkezi | Kfa Fuarçılık A.Ş. |
| | 27 - 31 Mayıs 2025 | Hostech By Tusid İstanbul Otel, Restoran, Gastronomi, Donanım Ve Teknolojileri Fuarı | Mutfak Ve Catering Donanımı, Masaüstü Ekipmanları, Oda Banyo Ekipmanları, Çamaşırhane Ekipmanları, Otel Tekstili, Mobilya Ve Dekorasyon End, Spor-Havuz-Spor Ve Rekreasyon Endüstrisi | İstanbul - Tü yap Fuar ve Kongre Merkezi | Tü yap Tüm Fuarçılık Yapım Anonim Şirketi |
| | 02 - 07 Temmuz 2025 | 17. Hac Umre Turizm Hizmetleri Fuarı 2025 | Hac Ve Umre Turizmine Yönelik Otel, Havayolu, Acenta Vb. Sektörlerin Buluşması | Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı | Grup Medya Fuarçılık Limited Şirketi |
| YURTDIŞI FUARLAR | 09 - 11 Şubat 2025 | Bit Milano | Turizm Fuarı | İtalya - Milano | MZ Consulting & Fairs |
| | 17 - 21 Şubat 2025 | Gulfood 2025 Uluslararası Gıda ve Otel Ekipmanları Fuarı | Yiyecek, içecek, gıda teknolojisi, ambalaj, otel ekipmanları, catering donanımları, catering, mobilya vb. | BEA - Dubai | DWTC |
| | 18 - 21 Şubat 2025 | SIHRE 2025 22.Uluslararası Otel, Restoran ve Catering Ekipmanları Fuarı | Mutfak Ekipmanları, havalandırma, ikram malz., gıda, mobilya, tekstil, temizlik malz. Ve ekipmanları | Bulgaristan - Sofya | Messe Turkey Fuarçılık |
| | 19 -21 Şubat 2025 | Satte New Delhi | Hindistan Turizm ve Seyahat Fuarı | Hindistan - Yeni Delhi | Cross Section |
| | 20 - 23 Şubat 2025 | ITTFA - Sajam Turizmza Belgrad | Uluslararası Seyahat ve Turizm | Sırbistan - Belgrad | Beogradski Sajam (Belgrade Fair) |
| | 20 - 23 Şubat 2025 | TTR 2025 | 51. Uluslararası Turizm ve Otel, Otel Ekipmanları Fuarı | Romanya - Bükreş | Messe Turkey |
| | 20 - 23 Şubat 2025 | TRAVEL EXHIBITION 2025 | Uluslararası Seyahat ve Turizm | Macaristan - Budapeşte | Messe Turkey |
| | 21 -23 Şubat 2025 | Danish Travel Show | Seyahat ve Turizm Fuarı | Danimarka - Herning | MCH |
| | 04 - 06 Mart 2025 | ITB Berlin | Almanya Turizm Fuarı | Almanya - Berlin | Messe Berlin |
| | 13 - 15 Mart 2025 | Intourmarket 2025 | Uluslararası Seyahat Fuarı | Rusya - Moskova | Expotour Ltd. |
| | 14 - 18 Mart 2025 | Internorga 2025 | Fırıncılık, Hotel Ekipmanları ve Endüstriyel Ekipmanlar Fuarı | Almanya - Hamburg | Hamburg Messe |
| | 18 - 20 Mart 2025 | MITT Moscow | Moskova Turizm Fuarı | Rusya - Moskova | ITE Group |
| | 31 Mrt. - 03 Nsn. 2025 | Hotel & Shop Plus Shangai | 33.Uluslararası Konaklama, Tasarım ve Malzemeleri Fuarı | Şangay - Çin | TG Expo |
| | 08 - 10 Nisan 2025 | RİYAD HOTEL SHOW HORECA FUARI | | Suudi Arabistan - Riyad | Expotim - Ladin Fuarçılık |
| | 08 - 13 Nisan 2025 | I Saloni Milano Mobilya Fuarı | Uluslararası Mobilya ve Aksesuarları Fuarı | İtalya - Milano | Salone del Mobile |
| | 19 - 20 Mayıs 2025 | Afrika Turizm Fuarı 2025 | Turizm Fuarı | Mısır - Kahire | GMT Afrika |
| | 27 - 29 Mayıs 2025 | The Hotel Show | 25.Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorsyon malzeme ve ekipmanları fuarı | Dubai - BAE | TG Expo |
| | 12 - 15 Haziran 2025 | ITE Hongkong : Hong Kong Uluslararası Turizm Fuarı | Uluslararası Seyahat Fuarı | Hong Kong - Çin | TKS Exhibition |
| | 02 - 04 Eylül 2025 | ITB India 2025 | Hindistan Turizm pazarı | Hindistan - Mumbai | Messe Berlin |

TOPLANTI ve KONGRELER

| Tarih | Toplantı/Kongrenin Adı | Konusu | Yeri | Düzenleyen |
|--------------------|------------------------|---|------------------------|---|
| 22 -25 Şubat 2025 | EMEC 2025 | Avrupa Toplantıları ve Etkinlikler Konferansı | İstanbul | Meeting Professionals International (MPI) |
| 11 - 12 Eylül 2025 | GlobeeMeets | Seyahat acenteleri ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren etkinlik | Rixos Tersane İstanbul | GlobeMeets |

2024'te gelen yabancı ve Türk vatandaşları ziyaretçi sayısı 62 milyonu geçti

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2024 yılında 52 milyon 629 bin 283 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 9 milyon 640 bin 607 Türk vatandaşı da Türkiye'yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 62 milyon 269 bin 890'a ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 6 milyon 710 bin 198 kişi ile Rusya, 6 milyon 620 bin 612 kişi ile Almanya, 4 milyon 433 bin 782 kişi ile İngiltere yer aldı. 2023 yılında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 49 milyon 209 bin 180 olmuştu. Buna göre 2024 yılında yabancı ziyaretçi sayısında, 2023 yılına göre yüzde 6,95 artış yaşandı.

| TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2022 - 2023 - 2024) | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|-------------|
| MİLLİYET | 2022 | 2023 | 2024 | Değişim % | |
| | | | | 2023 / 2022 | 2024 / 2023 |
| Rusya Fed. | 5 232 611 | 6 313 675 | 6 710 198 | 20,66 | 6,28 |
| Almanya | 5 679 194 | 6 193 259 | 6 620 612 | 9,05 | 6,90 |
| İngiltere (Birleşik Krallık) | 3 370 739 | 3 800 922 | 4 433 782 | 12,76 | 16,65 |
| İran | 2 331 076 | 2 504 494 | 3 277 852 | 7,44 | 30,88 |
| Bulgaristan | 2 882 512 | 2 893 092 | 2 918 581 | 0,37 | 0,88 |
| Polonya | 1 135 903 | 1 539 123 | 1 866 986 | 35,50 | 21,30 |
| Gürcistan | 1 514 813 | 1 633 977 | 1 466 188 | 7,87 | -10,27 |
| Amerika Birleşik Devletleri | 1 013 478 | 1 334 337 | 1 442 191 | 31,66 | 8,08 |
| Hollanda | 1 244 756 | 1 232 220 | 1 303 262 | -1,01 | 5,77 |
| Romanya | 886 555 | 990 005 | 1 173 358 | 11,67 | 18,52 |
| Fransa | 986 090 | 1 031 824 | 1 088 380 | 4,64 | 5,48 |
| Irak | 1 208 895 | 1 051 721 | 968 834 | -13,00 | -7,88 |
| Azerbaycan | 683 834 | 855 445 | 956 178 | 25,10 | 11,78 |
| Ukrayna | 675 467 | 839 729 | 941 614 | 24,32 | 12,13 |
| Suudi Arabistan | 497 914 | 820 683 | 869 453 | 64,82 | 5,94 |
| Kazakistan | 712 136 | 826 319 | 863 542 | 16,03 | 4,50 |
| İtalya | 420 661 | 602 176 | 719 668 | 43,15 | 19,51 |
| Yunanistan | 569 795 | 686 480 | 707 133 | 20,48 | 3,01 |
| Belçika | 596 173 | 596 355 | 625 263 | 0,03 | 4,85 |
| Özbekistan | 419 673 | 470 644 | 569 818 | 12,15 | 21,07 |
| Avusturya | 454 638 | 496 482 | 548 794 | 9,20 | 10,54 |
| Çek Cumhuriyeti (Çekya) | 295 454 | 384 158 | 410 280 | 30,02 | 6,80 |
| Çin Halk Cumhuriyeti | 89 515 | 248 119 | 409 733 | 177,18 | 65,14 |
| İsviçre | 382 835 | 390 044 | 406 357 | 1,88 | 4,18 |
| İsveç | 415 696 | 364 984 | 397 201 | -12,20 | 8,83 |
| İspanya | 298 165 | 324 690 | 382 896 | 8,90 | 17,93 |
| Danimarka | 356 127 | 319 835 | 345 198 | -10,19 | 7,93 |
| Sırbistan | 357 787 | 311 738 | 342 002 | -12,87 | 9,71 |
| Beyaz Rusya (Belarus) | 239 966 | 309 216 | 334 796 | 28,86 | 8,27 |
| Hindistan | 231 579 | 274 159 | 330 985 | 18,39 | 20,73 |
| Moldova | 274 257 | 288 377 | 329 796 | 5,15 | 14,36 |
| Diğer | 9 106 101 | 9 280 898 | 8 858 352 | 1,90 | -4,55 |
| YABANCI TOPLAMI | 44 564 395 | 49 209 180 | 52 629 283 | 10,42 | 6,95 |

| TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI* | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|-------------|
| AYLAR | YILLAR | | | DEĞİŞİM % | |
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2023 / 2022 | 2024 / 2023 |
| OCAK | 1 281 666 | 2 005 967 | 2 047 027 | 56,51 | 2,05 |
| ŞUBAT | 1 541 393 | 1 870 414 | 2 294 579 | 21,35 | 22,68 |
| MART | 2 079 565 | 2 335 728 | 2 701 244 | 12,32 | 15,65 |
| NİSAN | 2 574 423 | 3 321 824 | 3 611 244 | 29,03 | 8,71 |
| MAYIS | 3 873 212 | 4 500 242 | 5 130 119 | 16,19 | 14,00 |
| HAZİRAN | 5 014 821 | 5 584 021 | 5 860 446 | 11,35 | 4,95 |
| TEMMUZ | 6 664 970 | 7 148 044 | 7 333 812 | 7,25 | 2,60 |
| AĞUSTOS | 6 304 770 | 6 660 700 | 6 825 403 | 5,65 | 2,47 |
| EYLÜL | 5 475 453 | 5 786 027 | 6 054 431 | 5,67 | 4,64 |
| EKİM | 4 803 198 | 4 987 112 | 5 448 459 | 3,83 | 9,25 |
| KASIM | 2 551 483 | 2 525 345 | 2 733 663 | -1,02 | 8,25 |
| ARALIK | 2 399 441 | 2 483 756 | 2 588 856 | 3,51 | 4,23 |
| TOPLAM | 44 564 395 | 49 209 180 | 52 629 283 | 10,42 | 6,95 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.

ENDÜSTRİYEL
SOĞUTMADA DA
ÇÖZÜM **Daikin**
uzmanlığında



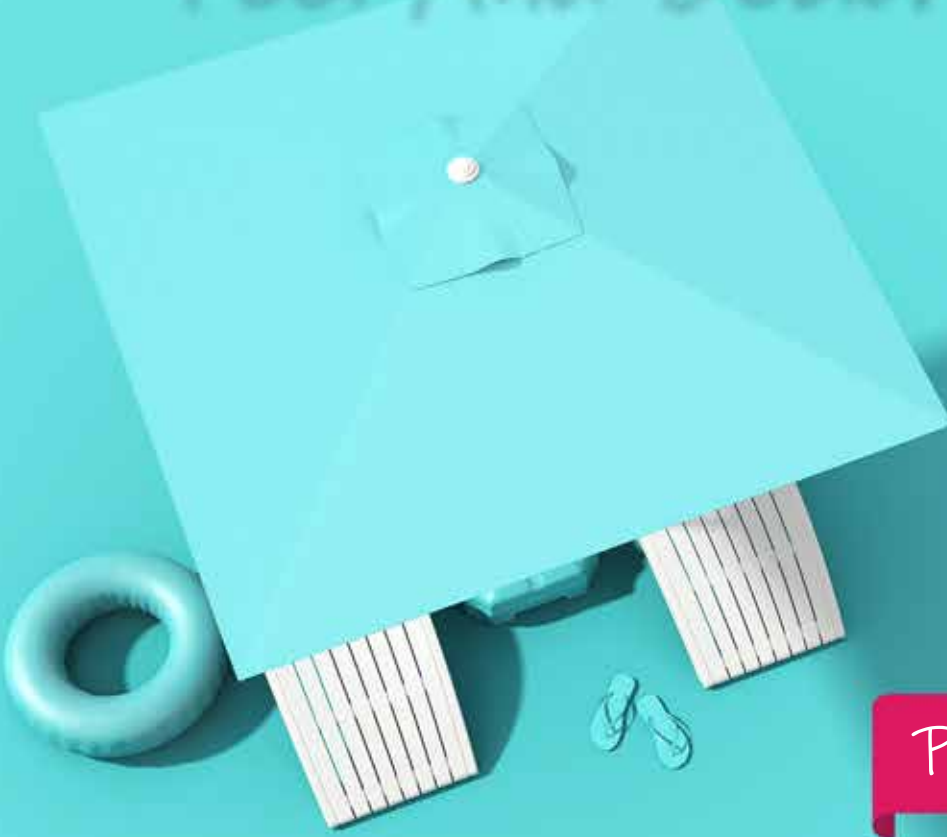
- Gıda Perakende • Ticari Soğutma
- Endüstriyel Soğutma • Transport Soğutma

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



Pool And Beach Furniture

Pool And Beach Furniture



Plastik Şezlong

Aluminyum Şezlong

Teak Şezlong

Şemsiye

Masa Sandalye



0530 238 75 20

www.ustoll.com

Dinlenme Sanatını Yeniden Keşfedin

GENİŞ OTURMA ALANI İLE LAZBOY® GREYSON KOLTUK,
HER ANINIZI KEYFE DÖNÜŞTÜRMEK İÇİN TASARLANDI.



LONG
LIVE
THE
LAZY

yatsan®

LAZBOY®

STEARNS & FOSTER®

TEMPUR®

KING KOIL
MATTRESS CO.

Serta®

Sealy®