

tanıtma bülten

NİSAN-HAZİRAN 2018 • YIL: 4 • SAYI: 16

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

Gaziantep, Turkey

#HomeOf

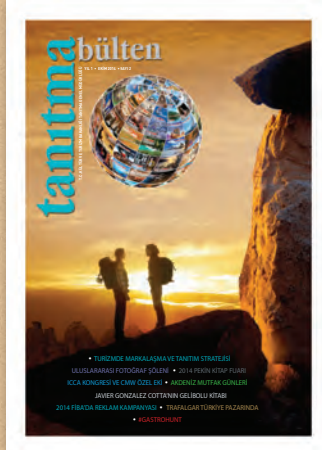
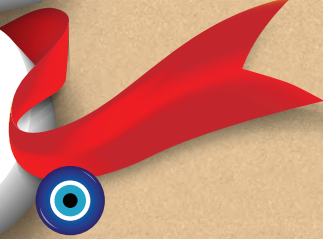


- ▶ KAHVENİN AVRUPA'DAKİ İLK DURAĞI KAMANİÇE'DE TÜRK KAHVESİ FESTİVALI
- ▶ DUBAİ, ARABIAN TRAVEL MARKET (ATM) FUARI'NDA EN İYİ STANT ÖDÜLÜNÜ ALDIK
- ▶ TIMELESS TRAVELS DERGİSİ 2018 YAZ SAYISI "TROYA YILI" ÖZEL EKİ İLE YAYIMLANDI
- ▶ FRİGYA VADİLERİ DESTİNASYON TOPLANTISI
- ▶ COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER ZİRVESİ
- ▶ JAPONYA'DA WEEKLY TRAVEL JOURNAL DERGİSİNDE ÇANAKKALE VE GÖKÇEADA TANITIMI
- ▶ TURKEY HOME DÜNYA PARKUR SPORCULARINI MARDİN'DE BULUŞTURDU
- ▶ KİEV'DE "OSMANLI MUTFAĞI" ETKİNLİĞİ
- ▶ TRAVEL CHANNEL İSTANBUL'DA RAMAZAN
- ▶ CİNTAKU Dİ BUMİ İZMİR/DÜNYADAKİ AŞKIM İZMİR

tanıtma bülten

5

YILI



Türkiye'nin Yumuşak Gücü

Ülkemiz adına bir zihin çivisi niteliği taşıyan Turkey Home global imaj kampanyamız şemsiyesi altında yaptığımız tüm faaliyetlerimiz bir gerçeğin altını iyice çiziyor: Kendimizi doğru tanımlayan ve stratejik bir akılla süreklilik kazandırılan tanıtım kampanyaları, hedefine mutlaka varmaktadır.

Tanıtma Genel Müdürlüğümüzün faaliyetlerinden sizleri haberdar etmek için yayın hayatına başlayan “Tanıtma Bülten” 5. yaşına giriyor...

Bu sayıda da geçtiğimiz üç ay boyunca yürüttüğümüz faaliyetleri bulacaksınız. Yurt içinde ve yurt dışında onlarca faaliyet... Kültürel diplomasi ve turizm diplomasisinin en güzel örnekleri... Ülkemiz ve insanımız adına yürüttüğümüz tanıtım ve imaj çalışmaları... Bu faaliyetleri sıraladığımızda ortaya bir gerçek çıkıyor... Önce bu sayının içeriğinde değindiğimiz konulara/başlıklara bir göz atalım; Ukrayna'nın Kamançe şehrinde Türk Kahvesi Festivali... Kanada, Toronto'da Masal Festivali'nde Anadolu masalları... İstanbul'da Gençlik Festivali... Moldavya'da Türkiye Gagavuzya Festivali... Kiev'de Türk Filmleri Festivali... Dubai Arabian Travel Market... Kanada'nın üç ayrı kentinde 2018 Troya Yılı tanıtımları “Troya: Mitolojiden Arkeolojiye”... İngiltere'de Timeless Travels Dergisi ve İtalyan Archeo'da ‘Troya Yılı’ özel ekleri... Kastamonu-Çankırı Turizm Çalıştayı... Frigya Vadileri Destinasyon Toplantısı... İstanbul, Coğrafi İşareti Ürünler Zirvesi... Japonya'da Weekly Travel Journal dergisinde ‘Slow Turkey-Sakin Şehirler’ yazı dizisinin ilki; Çanakkale ve Gökçeada tanıtımı... Roma Maratonu'nda Türkiye ve ‘Troya Yılı’ tanıtımı... Turkey Home Dünya Parkur Şampiyonası'nı Mardin'e taşıdı... Öğrencileri ve radyo dinleyicilerini Çanakkale'ye götürdük... Kiev'de Osmanlı Mutfağı Etkinliği... Mostar Kültür Elçileri İstanbul'da... Amerikan-Travel Channel'ın ve Endonezya televizyon kanallarının ‘İstanbul'da Ramazan’ konulu program çekimleri... Kuzey İrlanda BBC1 ve İrlanda RTE 1 kanallarının Türkiye program çekimleri... Malezya film şirketinin ‘Dünyadaki Aşkım İzmir’ 7 bölümlük dizi çekimleri... Antalya'nın ev sahipliğinde Alman Acenteler Birliği QTA'nın genel kurul toplantıları... Ankara'da Troya Efsanesi... Varşova'da UNESCO Türkiye değerleri açık hava fotoğraf sergisi... ve daha birçoğuna bu sayıda yer veremediğimiz sosyal ve dijital medya tanıtımları, reklam, tur operatörleriyle birlikte reklam, ortaklaşa yapılan sektör faaliyetleri, ulusal ve uluslararası toplantılar, seyahat fuarları...

Bültenimizin 16. sayı **Özel Eki**'nde “**Turkey Home**” markalaşma projesi ile ilgili yazılmış makaleleri derledik. Tüm akademisyenlerimize teşekkür ediyoruz. Önümüzdeki süreçte tanıtım ve iletişim konularında faaliyet gösterecek kamu, akademi ve özel sektör iş birliğinde **Tanıtma Akademi**'yi kurma ve ülkemiz turizmine hizmet etmesini sağlayacak çalışmalar içinde olacağımızı da duyurmak isteriz. “**Turkey Home Özel Eki**”mize, çevrim içi olarak <http://212.175.140.87/bulten/sayi16/ek/index.html> adresinden ulaşabilirsiniz.

İngiliz GlobalData şirketinin 2017 Turizm Örgütleri Tanıtım İndeksi'nde ülkemiz adına Bakanlığımızın yurt dışı faaliyetleri ve Turkey Home kampanyası, Avrupa'nın en iyi 20 ülkesi içindeki sıralamada 6. oldu. Rakibimiz İspanya ile 0.01 puanlık bir fark ise kampanyamızın ve faaliyetlerimizin uluslararası görünümünü tescil etmektedir.

Tüm bu faaliyetlerin özeti; Bakanlığımız çalışmalarının ülkemizin yumuşak gücünü oluşturduğu gerçeğidir. Ülkemiz adına bir zihin çivisi niteliği taşıyan Turkey Home global imaj kampanyamız şemsiyesi altında yaptığımız tüm faaliyetlerimiz de bir gerçeğin altını iyice çiziyor: **Kendimizi doğru tanımlayan ve stratejik bir akılla süreklilik kazandırılan tanıtım kampanyaları, hedefine mutlaka varmaktadır.** 🦋



/TurkeyHomeof



/+turkeyhome



/turkeyhome



/turkeyhomeTV



/Turkey_Home



/turkey_home

3. TURİZM ŞÛRASI HATIRA ORMANI

Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Sayın Ömer Arısoy: “3. Turizm Şûrası sonucunda teklif edilen kararlar bir komisyon marifetiyle derlendi. Ortaya çıkan eylem planını kamuoyuna deklare ettik. Bu hatıra ormanı da onlardan biriydi. İnşallah bu hatıra ormanı bereket de getirsin istiyoruz.”

Geçtiğimiz Kasım ayında düzenlenen ve Türkiye’nin turizm sektörünü bir araya getiren 3. Turizm Şûrası adına Ankara’da bir hatıra ormanı oluşturuldu.

Şûra’nın kapanış oturumunda Çevre-Planlama-Altyapı Komisyonu Başkanı Prof. Dr. İbrahim Birkan tarafından dile getirilen öneri izleyicilerden destek görmüş ve Sayın Bakanımız Prof. Dr. Numan Kurtulmuş tarafından da Orman ve Su İşleri Bakanlığı katkıları ile derhal çalışmalara başlanması yönünde talimatlandırılmıştı.

Şûra’yı takip eden süreçte Tanıtma Genel Müdürlüğü ile Ankara Orman Bölge Müdürlüğü arasında gerekli çalışmalar yürütülerek, Sakıp Sabancı Bulvarı üzerinde Bakanlığımız adına 2 bin fidanlık bir ağaçlandırma sahası tahsis edildi. Turizm Haftası etkinlikleri kapsamında 20 Nisan 2018 Cuma günü gerçekleştirilen fidan dikim törenine Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Ömer Arısoy, Tanıtma Genel Müdürü İrfan Önal, komisyon başkanları, sektör temsilcileri ve Bakanlığımız personeli katılım sağladı.

Bakanlığımızca, her yıl 27 Mart’ta mevcut ağaçların bakımı, sulanması ve tutmayan fidanlar yerine yeni çam fidanlarının dikilmesi için 3. Turizm Şûrası Hatıra Ormanı’nda buluşulması planlanıyor. 🌱



KAHVENİN AVRUPA’DAKİ İLK DURAĞI KAMANİÇE’DE TÜRK KAHVESİ FESTİVALİ

Ukrayna’nın en fazla turist kabul eden şehirlerinden Kamaniche’de (Kamyanetsk-Podolsk) 09 Mayıs 2018 tarihinde gerçekleştirilen kahve festivalinde ziyaretçilere Türk kahve kültürü tanıtıldı.

Halil İnalıcık’ın öğrencisi olan ve Türk tarihine değerli katkılar sunan Leh tarihçi Dariusz Kolodziejczyk’a göre kahve bu coğrafyada ilk defa Kamaniche’de Osmanlı eliyle içildi ve kentte Osmanlı hâkimiyetinin sürdüğü 27 senede birçok yere yayıldı. Osmanlı dönemine ait eserlerin de bulunduğu kentteki ilk kahvehane Osmanlı hâkimiyetinin kurulduğu ilk sene olan 1672’de açıldı. Osmanlı’nın bölgeye getirdiği kahve bugün kentin neredeyse kahve ile anılmasını sağlamakta.



Bu çerçevede, 2014 senesinde olduğu gibi Kiev Kültür ve Tanıtma Müşavirliği Kamaniche kentinin Rinok Meydanı’nda stant kurup Türk kahvesi ikram etti. Ebru ve kaligrafi sanatına dair atölye çalışmalarının da yer aldığı stantlara ziyaretçilerin yoğun ilgisi oldu. 🌱

GELENEKSEL MASALLARIMIZDAN NASREDDİN HOCA'YA...

TORONTO MASAL FESTİVALİ

Toronto'nun ikinci en eski festivallerinden olan ve 1979'dan günümüze aralıksız olarak dünyanın farklı ülkelerinden masal anlatıcılarını bir araya getiren Toronto Masal Festivali'ne bu yıl Bakanlığımız organizasyonunda ülkemizden Judith Liberman katılarak festival boyunca başta Royal Ontario Müzesi olmak üzere sahne aldığı tüm mekânlarda yoğun ilgi gördü.

Ülkemizin zengin masal kültürünü Torontolularla buluşturan Judith Liberman, 20-25 Mart 2018 tarihleri arasında gerçekleştirdiği performansında geleneksel masallarımızdan Nasreddin Hoca'ya kadar zengin bir kültürü Kanadalılara aktardı. Performans öncesinde konuklarımıza ülke mutfağımızdan örneklerin sunulduğu bir

resepsiyon verildi. Sektör temsilcileri, medya mensupları ve festival yönetiminden isimlerin de katıldığı etkinliğe Toronto'da yaşayan ve ülkemiz geleneksel Türk müziği üzerine çalışmaları bulunan Brenna Macrimmon da kısa bir konser vererek Judith Liberman'ın sahnedeki performansına eşlik etti.

Müzedeki etkinliğin ertesi gününde Toronto Merkez Kütüphanesi'nde, Judith Liberman'ın katıldığı ikinci bir etkinlik gerçekleştirildi. Davete katılan tüm konuklar hem Türk müziğinden örneklerin sunulduğu konserden hem de Judith Liberman'ın performansından etkilenip çok beğendiklerini dile getirdiler. 🇹🇷





BAKANLIĞIMIZ İSTANBUL GENÇLİK FESTİVALİ'NE DAMGASINI VURDU



Türkiye'nin en büyük gençlik festivali olan İstanbul Gençlik Festivali 5 gün boyunca 750 binden fazla genci ağırlayarak ziyaretçi rekoru kırdı!



İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından, 02-06 Mayıs 2018 tarihleri arasında, İstanbul Yenikapı Meydanı Etkinlik Alanında (50.000 m² açık ve 9.000 m² kapalı alanda) düzenlenen 2. İstanbul Gençlik Festivali'nde Bakanlığımız toplamda 2000 m²'lik alanda yerini aldı. Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü'nün açık kütüphanesi, maker (kendin yap) atölyesi ve Bakanlığımız standında kültürel, sanatsal ve somut olmayan kültür varlıklarımızın gençlere uygulamalı olarak tanıtılması amacıyla kurulan atölyeler, Sinema Genel Müdürlüğü'nün Green Box uygulaması ile Bakanlığımız logosunun bulunduğu salıncaklı kule gençlerin yoğun ilgisini çekti.

Gençlerle Türkiye'nin en sevilen markalarını, kültür-sanat etkinliklerini, teknolojik deneyimleri, spor aktivitelerini, söyleşileri ve konser etkinliklerini bir araya getiren Türkiye'nin en büyük gençlik festivalinde (İGF) 5 gün boyunca açık ve kapalı alanlarda 52 atölye çalışması, 14 canlı sahne performansı, 30 söyleşi, 28 sportif aktivite yapıldı. Gençlerin sabahın erken saatlerinden itibaren yoğun ilgi gösterdiği festivale başta Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere birçok önemli isim katıldı.

Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü'nce kurulan **Cam Üfleme, Yazmacılık, Kât-1, Ebru, Hüsnü Hat ve Isık Dili Atölyeleri**; Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü'nce kurulan **Mask, Şapka ve Yapay Çiçek Yapımı ile Karagöz ve Hacivat Atölyeleri**; Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü'nce kurulan **Origami ve Maker (Kendin yap) Atölyeleri** gençler tarafından çok beğenildi ve atölyelerin önünde uzun kuyruklar oluştu. Gençlerin yaptıkları ürünleri yanlarında götürebileceklerini öğrenmeleri Bakanlık olarak onların küçük mutluluklarına şahit olmamızı sağladı.

Standımızda en çok rağbet gören uygulama Bakanlığımız logosunun bulunduğu kulede yer alan salıncak ve 50 adet büyük boy yer minderlerimiz oldu.

Sinema Genel Müdürlüğü'nce kurulan iki farklı görüntünün birbirinin üzerine oturtulması teknolojisi uygulaması olan Green Box ile Battal Gazi, Vecihi, Turist Ömer Uzayda, Hababam Sınıfı film sahnelerine gençlerin montajlarının gerçekleştirilerek bu filmlerde oynama imkânı buldukları duygusunu hissetmeleri sağlandı.

Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü Galata Meydanı'nda flash mob çekimleri gerçekleştirdi. "Bugün Şef Sensin!" uygulaması ile de festival alanında gençlere orkestra şefliği deneyimi yaşatıldı.

Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü alanda konser etkinliği düzenledi.

Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü 100 m²'lik alanda kütüphanelere ilişkin yeni bakışını yansıtacak şekilde tasarlanan standı ile kütüphane hizmetlerini tanıttı. Aynı zamanda gençlerin kütüphanelere kayıt yaptırmaları için oluşturulan çadır da büyük ilgi gördü. Alana getirilen büyük satranç takımı ve legolarla bir şeyler yapmaya çalışan gençler doyuya eğlendiler. Son bir yıldır gençlerin en çok ödünç aldığı yaklaşık 5000 kitap festival alanına getirilerek gençlerin bu kitapları üyelik kaydıyla alıp okumaları sağlandı. Mini kütüphaneyi ziyaret eden gençlere kütüphane hizmetleri ve e-kitap broşürleri ile genç kütüphane gönüllülerine rozetler dağıtıldı. Festival süresince alanda görevli genç kütüphaneciler kendileri için tasarlanan kıyafetlerle katılımcı gençlere yardımcı oldular.

“TÜRKİYE-GAGAVUZYA FESTİVALİ”NE BÜYÜK İLGİ

Moldova’nın Gagavuzya Bölgesine de adını veren Gagavuzlar kültürel özelliklerini koruma noktasında hassasiyet gösterip bu çerçevede çeşitli çalışmalar yürütmektedirler. Ülkemize karşı büyük sempati besleyen Gagavuzlar, dillerini ve kültürel varlıklarını koruma konusunda Türkiye ile yakın iş birliği de yapmaktadırlar.

Bu iş birliklerinden bir tanesi de, Eski bir Şark/Türk âdeti olan Hıdırellez vesilesiyle, 05-07 Mayıs tarihleri arasında Kazayak ve Çadır Lunga köylerinde bir araya gelen binlerce

Gagavuz tarafından, bereket ve bolluğun simgesi olan Hıdırellez kutlamalarıdır.

Bakanlığımız desteğiyle düzenlenen Kazayak köyündeki **Türkiye-Gagavuzya Kardeşlik Festivali** çerçevesindeki kutlamalara Moldova Devlet Başkanı Igor Dodon ve Gagavuzya Özerk Bölgesi Başkanı Irina Vlah da katılarak destekleri için Türkiye’ye teşekkür ettiler. Ayrıca, kutlamalar çerçevesinde Kazayak köyünde Türkiye’den belediyeler gibi kuruluşların katkılarıyla inşa edilen **Büyük Türkiye Parkı** da açıldı. 🇹🇷



KİEV’DE TÜRK FİLMLERİ RÜZGÂRI!

Türk sinemasının yurt dışında tanıtılması ve Türk filmleri aracılığıyla Türkiye’nin ve Türk kültürünün tanıtılması amacıyla 04-06 Mayıs 2018 tarihlerinde Bakanlığımız himayelerinde “**Kiev Türk Filmleri Günleri**” düzenlendi.

Etkinlik kapsamında Türk sinemasının ödül kazanmış filmlerinden 5 tanesi Ukraynalı izleyicinin beğenisine sunuldu. Mustafa Karadeniz’in 2017 yılı yapımı “Çınar” filmi ile

açılan festivalde, Kaan Müjdecî’nin “Sivas”, Yılmaz Erdoğan’ın “Kelebeğin Rüyası”, Mustafa Kara’nın “Kalandar Soğuğu” ve Çağan Irmak’ın “Unutursam Fısılda” filmleri seyirci ile buluştu.

Tarihi Kiev Sinemasında 04 Mayıs 2018 tarihinde düzenlenen galaya Ukrayna’dan devlet yetkilileri ile diplomatik misyon temsilcileri, akademisyenler, sivil toplum kuruluşlarından temsilciler, basın mensupları ve diğer önemli konuklar katıldı. 🇹🇷



DUBAİ, ARABIAN TRAVEL MARKET (ATM) FUARI'NDA EN İYİ STANT ÖDÜLÜNÜ ALDIK

22-25 Nisan 2018 tarihleri arasında dünyanın en önemli turizm fuarlarından birisi olan Arabian Travel Market (ATM) Fuarı'na 153 ülkeden 2500 firma katıldı. Dubai Kültür ve Tanıtma Ataşeliğimiz, dünyanın önde gelen turizm temsilcilerinin bir arada olmasını değerlendirerek fuar açılışından önce bir çalıştay ve **2018 Troya Yılı** tanıtım gecesi düzenledi. Yoğun katılıma sahne olan bu etkinliğimizde tur operatörleri



ile çeşitli görüşmeler yapıldı. Fuarda, 54 firma ve kuruluşa yer verilen Bakanlığımız standı, turist tercihleri dikkate alınarak **Marmara, Karadeniz ve Anadolu** şeklinde üç ana destinasyona ayrıldı.

Troya Yılı olması dolayısıyla standımızda yer alan Truva Atı maketi, canlı müzik, halk oyunları gösterisi ve ebru sanatı ile ilgili etkinlikler de yoğun ilgi gördü. 🇹🇷





Dünyada Türkiye

KANADA’NIN ÜÇ AYRI KENTİNDE 2018 TROYA YILI TANITIMI

Prof. Dr. Rüstem Aslan: “Troya Yılı etkinlikleri kapsamında dünyanın birçok ülkesinde seminer, sempozyum ve konferanslar düzenleniyor. Biz de hem Troya Yılı’nı hem de bu yıl açılacak olan Troya Müzesi’ni Kanada’ya anlatıp tanıtmak için Bakanlığımızın organizasyonu ile üç ayrı şehirde konferanslar düzenledik. Bu çalışma Troya Millî Parkı ve çevresinin bir cazibe merkezi haline getirilmesi için gerçekleştirilen birçok çalışmadan birisidir.”

Newfoundland & Labrador Eyaleti Meclis Başkanı Perry Trimper: “Türkiye; kültürel, doğal ve tarihi güzellikleri ile mutlaka görülmesi gereken bir ülkedir.”

Kültür ve Turizm Bakanlığının 2018 yılını “Troya Yılı” olarak ilan etmesi vesilesiyle, Troya Arkeolojik Alanı ve Troya Müzesi’nin Kanada’da tanıtımını yapmak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı Toronto Kültür ve Tanıtma Ataşeliği ile T.C. Ottawa Büyükelçiliği iş birliğinde Kanada’nın St. John’s kentinde 05 Nisan 2018 tarihinde Newfoundland Memorial Üniversitesi’nde, 06 Nisan’da Ottawa’da Kanada Akdeniz Araştırmaları Enstitüsü’nde ve 07 Nisan’da ise Kanada’nın en prestijli müzelerinden olan Ontario Kraliyet Müzesi’nde Troya Kazı Alanı Başkanlığı yapan Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Arkeoloji Bölümü öğretim üyelerinden Prof. Dr. Rüstem Aslan tarafından “**Troya: Mitolojiden Arkeolojiye**” başlıklı sempozyumlar düzenlendi.

Bir cazibe merkezi olarak Troya!

St. John’s Memorial Üniversitesi’nde yapılan etkinlikte geçtiğimiz günlerde Çanakkale’yi de ziyaret eden Newfoundland & Labrador Eyaleti Meclis Başkanı Perry Trimper da bir konuşma yaptı. Konuşmasında ülkemize gerçekleştirdiği ziyarete de değinen Trimper, ülkemizin kültürel, doğal ve tarihi güzellikleri ile



mutlaka görülmesi gereken bir ülke olduğunu katılımcılarla paylaştı. Üniversitenin ilk günü etkinliğinde konferans sonrası Troya görsellerinden oluşan bir sergi gerçekleştirildi. İkinci gününde gerçekleşen etkinlikte ise Prof. Dr. Rüstem Aslan; meslektaşları, yüksek lisans ve doktora öğrencileri ile bir araya geldi. Troya Arkeolojik Alanı ve Troya Müzesi’ne ilişkin detaylı bilgiler aktarılması yanı sıra iki üniversite arasındaki olası iş birliği konuları da ele alındı.

Troya Sempozyumu’nun ikincisi ise Kanada’nın başkenti Ottawa’da bulunan Akdeniz Araştırmaları Enstitüsü’nde gerçekleşti. Programa, T.C. Ottawa Büyükelçisi Sayın Selçuk Ünal da katılarak bir konuşma yaptı.

Troya Sempozyumu’nun üçüncü ve son ayağı ise Kanada’nın en büyük kenti olan Toronto’da, Ontario Kraliyet Müzesi’nde hayata geçirildi. Müzenin üyelerine yaptığı duyuru ile etkinliğimize Kanadalıların ilgisi oldukça yoğun oldu. Müze yetkilileri Bakanlığımız ile iş birliği içinde bulunarak Troya gibi tarihi önemi oldukça büyük bir alanın tanıtımına ev sahipliği yapmaktan duydukları memnuniyeti dile getirdiler. 🍷



TIMELESS Travels DERGİSİ 2018 YAZ SAYISI “TROYA YILI” ÖZEL EKİ İLE YAYIMLANDI

Troya Antik Kenti'nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne kabul edilşinin 20. yıl dönümü münasebetiyle ilan edilen “2018 Troya Yılı” nedeniyle Bakanlığımız ve Bakanlığımıza bağlı yurt dışı temsilcilikleri tarafından çeşitli tanıtım etkinlikleri düzenleniyor. Genel Müdürlüğümüzce Troya Antik Kenti ve çevresinin marka değerine sahip bir destinasyon haline getirilmesine katkı sağlamak amacıyla Birleşik Krallık'ta da tanıtıcı çalışmalar gerçekleştiriliyor. Bu kapsamda, arkeoloji, tarih ve sanat temalı özel bir seyahat dergisi olan ve 3 ayda bir yayınlanan Timeless Travels Dergisi'nin 01 Haziran 2018 tarihli “Yaz” sayısının kapağında tam sayfa Troya fotoğrafına yer verildi. Dergi ile birlikte dağıtılmak üzere 10.000 adet kalın kapaklı ve 32 sayfalık Troya özel eki yaptırılıp ekin dijital versiyonu da okuyuculara sunuldu. Derginin web sitesinde ekin tanıtımına yönelik görsellere yer verildi.

Sosyo-ekonomik olarak üst gelir grubuna hitap eden Timeless Travels, basılı ve dijital olarak yayınlanan, çevrim içi tanıtım imkânları sunan ve 21.000 civarında uluslararası okur sayısı olan bu dergi ayrıca aralarında Waitrose, Selfridges and Waterstones gibi zincir mağaza ve kitabevlerinin bulunduğu önde gelen satış noktalarında yer almaktadır. Birleşik Krallık dışında Amerika

Birleşik Devletleri, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda, Malezya, Singapur, Tayvan gibi ülkeler ile Avrupa'nın tamamında satışa sunulan Timeless Travels'in dijital baskısı ise 54 ülkede aboneler tarafından indirilmektedir. İngiltere ve Avrupa'da aralarında en üst düzey zincir otellerin de bulunduğu 700 otele dağıtılan dergi; Amazon, Press Reader, Goldkey Media gibi dijital platformlardan da satın alınabilmektedir. 🌱



ARCHEO MONOGRAFIE DERGİSİ TÜRKİYE ÖZEL SAYISI

İtalya'nın aylık 25.000 okuyucu kitlesine sahip en önemli arkeoloji dergisi Archeo'nun, iki ayda bir hazırlanan monografi sayısı, Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği girişimleri ve Bakanlığımızın destekleriyle Türkiye özel sayısı olarak yayınlandı.

Özel sayıda yer alan metinler, derginin bilimsel komite üyesi olan Prof. Massimo Vidale ve Prof. Marco di Branco tarafından hazırlandı.

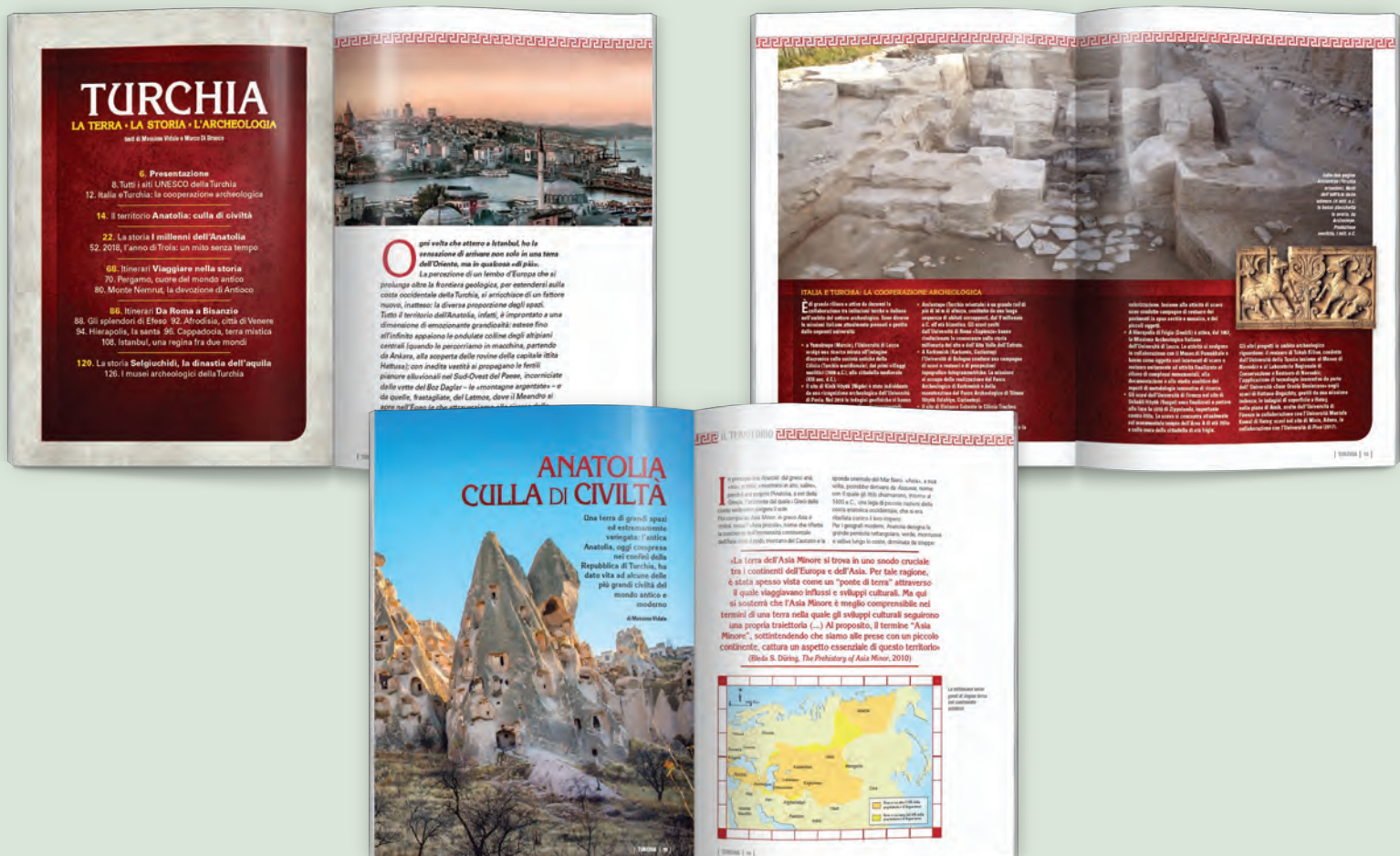
Troya Antik Kenti'nin UNESCO Dünya Miras Listesi'ne girişinin 20. yılı olması vesilesiyle 2018 yılının Bakanlığımızca "Troya Yılı" olarak ilan edilmesi Archeo dergisi projesinin hayata geçirilmesinde itici bir güç oldu. Bu vesileyle, Troya ile beraber Çanakkale ili ve çevresindeki ilçelere ve adalara ilişkin tanıtım faaliyeti gerçekleştirildi.

Türkiye özel sayısında, Prehistorik Çağ'dan, Anadolu topraklarında Selçuklular da dâhil olmak üzere gelmiş geçmiş başlıca medeniyetlerden, ülkemizdeki bazı kazıların genel hatlarıyla tarihine, UNESCO Dünya Miras Listesi'ndeki

varlıklarımıza, arkeoloji alanında Türk-İtalyan iş birliğiyle sürdürülen kazılara, yenilenen ve yeni açılan müzelerimize kadar Türkiye'de arkeoloji alanındaki güncel bilgilere ve gelişmelere yer verildi.

Türkiye özel sayısının lansmanı, Roma Capitolini Müzesi'nin tarihi salonlarından biri olan Pietro da Cortona'da 07 Nisan 2018 tarihinde

gerçekleştirildi. Lansmana, İtalya devlet televizyonu RAI kanallarının tarihi ve bilimsel konulu programlarının tanınmış sunucusu Mario Tozzii, Corriere Della Sera gazetesinden kültür konuları yazarı gazeteci Paolo Conti, Il Messaggero gazetesi kültür konuları yazarı Rossella Fabiani ve Mediaset TG5 kanalından Roberto Olla gibi ünlü kişiler de katılım sağladı. Ayrıca, kültür varlıklarının korunması ve eserlerin yasa dışı yollarla yurt dışına çıkarılmasının önlenmesine, ülkemizin verdiği önem ve hassasiyet de lansman sırasında Müşavirliğimizce yapılan sunumda vurgulandı. ➡





Çalıştaylar

KASTAMONU-ÇANKIRI KÜLTÜR VE TURİZM ÇALIŞTAYI

Bakanlığımız himayelerinde, Tanıtma Genel Müdürlüğümüz koordinasyonunda Kastamonu ve Çankırı Valilikleri iş birliğinde, Kastamonu-Çankırı illerinde turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi, bölgesel ve yerel olarak turizm marka ve imajının oluşturulması amacıyla 09 Mayıs 2018 tarihinde Kastamonu ilinde, Kastamonu ve Çankırı illerine yönelik **Kültür ve Turizm Çalıştayı** düzenlendi.

Kastamonu-Çankırı Çalıştayı'nın en önemli konuları; İstiklal Yolu, Ilgaz, Tuz Mağarası, Küre Millî Parkı, orkideler ve Ilgaz çiğdemi oldu.

Çalıştay kapsamında Çankırı ve Kastamonu illerinin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihî özellikler turizm potansiyeli içinde ele alınarak bölgede oluşturulacak yeni turizm politikaları ve bölgedeki mevcut sorunların çözümü değerlendirildi. Söz konusu çalıştayda, Bakanlığımız tarafından turizmin çeşitlendirilerek ülke geneline ve yılın tamamına yayılması ve turizmden elde edilen gelirlerin artırılması hedeflerine yönelik olarak belirlenen vizyonumuz vurgulandı. 🌊



FRİGYA VADİLERİ DESTİNASYON TOPLANTISI

Yaklaşık 3000 yıllık bir geçmişe sahip olan ve Anadolu'nun en eski uygarlıklarından sayılan Friglere ev sahipliği yapmış Frigya Vadileri'nin, bir turizm destinasyonu olarak tanıtımına başlandı. Frigya Vadileri; Ankara Gordion'dan

başlayıp, Eskişehir, Kütahya ve Afyonkarahisar illerine kadar uzanan 506 km'lik bir alanda bulunmaktadır. Friglerden kalma kaya yerleşimleri, kaya anıtları, mezar odaları, kiliseleri, peribacaları ve diğer doğal güzellikleriyle Türkiye'nin en güzel vadilerinden biridir. Kütahya'daki Yenice Çiftliği, Afyonkarahisar Seydiler ve Ankara'nın Polatlı ilçesinde bulunan Friglerin başkenti Gordion (Yassıhöyük) olmak üzere üç noktadan ulaşılabilen yol, Friglerin inanç merkezi (Midas) ile Eskişehir'in Han ilçesine bağlı Yazılıkaya köyünde birleşmektedir. Keşfedilmeyi bekleyen Frigya



Vadileri'nin yurt içi ve yurt dışı tanıtım faaliyetleriyle bir turizm destinasyonu olarak ön plana çıkarılması amacıyla bölgedeki ilgili paydaşlar arasında iş birliğini geliştirmek ve ilerleyen dönemlerde söz konusu paydaşlarla birlikte Frigya Vadileri'nde yürütülecek altyapı-yatırım-teşvik ve tanıtım-pazarlama çalışmalarında bir takvim belirlemek üzere 12 Mayıs

2018 tarihinde Afyonkarahisar'da bir toplantı yapıldı. Toplantı esnasında, Tanıtma Genel Müdürü İrfan Önal tarafından, markalaşma ve bir turizm ürünü hâline getirilmeye müsait olduğu düşünülen Frigya Vadileri'nin, hem yurt içi hem de yurt dışında tanıtımı için Bakanlığımızın belirlediği çalışma stratejisi hususunda katılımcılar bilgilendirildi.

Görüş ve öneriler doğrultusunda da bölgede yapılacak çalışmalara ilişkin ilgili kurum ve kuruluşların planlamalarının belirlenmesi amacıyla sürecin devamına karar verildi. 🌊



COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLER ZİRVESİ

Turkey Home kampanyamız bünyesinde coğrafi işaretli ürünlerimizin tanıtımını yaparak yerel değerlerimizin geleceğe taşınmasına katkı sağlıyoruz.



Ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre 2500 civarında coğrafi işaretli ürün potansiyeli olduğu bizim ise bunun %10'undan biraz fazlasını coğrafi işaretli ürün statüsüne taşıyabildiğimiz saptanmıştır. Bu konuda son yıllarda artan çalışma ve farkındalığı **Türk Patent Kurumu** koordine etmektedir.

Coğrafi işaretli ürünler;

- Yerel çekicilikleri bünyesinde barındırır.
- Kültürel miras olarak değerlendirilir.
- Geleneksel değerleri ilgi odağı haline getirir.

Yöresel ürünleri turistik bir değere dönüştürme potansiyeli taşımaktadırlar. Bu potansiyelin ortaya çıkarılması için coğrafi işaretlerin farkındalığı ve tanıtımına ilişkin stratejiler geliştirilmesi gerekir.

Coğrafi işaretlerin bölgesel turizme katkılarını artırıcı politikalar, bölgedeki ekonomik faaliyetleri destekleyici yönde planlanarak hayata geçirilmelidir. Markalaşmaya dönük ve destekleyici politikaları esas alan pazarlama stratejileri benimsenerek destinasyon merkezi olma girişimlerinde gerekli altyapı yatırımları gerçekleştirmek rekabet gücü bağlamında belirleyici olmaktadır. Coğrafi işaretlerin özellikle kırsal turizm yoluyla bölgesel turizme önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Coğrafi işaretlerin hem yöreyi hem de ürünü birlikte tanıtıyor olması bölgenin turizm potansiyelini ortaya çıkarmaktadır. Turistler artık demeyim peşinde koşmaktadır. Farklı kültürlerle kaynaşmak ve yerel etkinlikleri deneyimlemek üzerine odaklanmış değişen turizm talebinde coğrafi işaretler önemli bir turizm potansiyeline işaret etmektedir.



Son zamanlarda tarım ile turizmin bir arada değerlendirilmesini içeren ekonomik anlayış, sektörler arası ilişkileri güçlendirirken coğrafi işaretler de tek bir üreticiyle sınırlı kalmayıp tüm üreticileri koruyarak ve tüketicilere standart kalitede ürünler sunarak bu ilişkileri güçlendirici rol oynamaktadır. Coğrafi işaretler özellikle kırsal turizm çerçevesinde gastronomi turizmi, eko turizm, kültür turizmi gibi turizm türleriyle birlikte kırsal alanlarda yeni fırsatlar doğurmaktadır.

Bu alanda 27 Nisan 2018 tarihinde İstanbul'da METRO Marketler Grubu'nun bir alt kuruluşu

olan 'Gastronometro' güzel bir etkinliğe ev sahipliği yaptı. Çalışmalarını Türk mutfağına ve değerlerine sahip çıkma vizyonuyla sürdüren kuruluş amacını; **'bu ülkenin değerlerine sahip çıkmak demek, geçmişine olduğu kadar geleceğine de sahip çıkmak demek'** anlayışı ile globalleşmeyi kendi lehimize çevirip hikâyemizi dünyada ses getirecek noktaya taşımak olarak ifade etmektedir. **"Turkey Home"** ve **"Gastronometro"** arasında kurulan stratejik iş birliği ile iki marka, ülkemiz coğrafi işaretli ürünlerinin ve Türk mutfağının tanıtımı için protokol oluşturdular.

Dünya Ticaret Örgütü araştırmalarına göre, dünyada 10 bin adet coğrafi işaret tescilli ürün bulunmaktadır. Sadece Türkiye'nin potansiyeli 2500 olup, şu anda coğrafi işaret tescilli ürün sayımız 337'dir. METRO Marketler Grubu; yerel ürünler konusunda üreticileri bilinçlendiriyor, tohum nasıl saklanır, nasıl doğru hasat yapılır gibi konularda eğitimler veriyor, kalite standartlarını yukarı taşıyarak bu alandaki farkındalığı artırmaya çalışıyor. 🍌





Dünyada Tanıtım Etkinlikleri

JAPONYA'DA WEEKLY TRAVEL JOURNAL DERGİSİNDE ÇANAKKALE VE GÖKÇEADA TANITIMI

Weekly Travel Journal dergisi ile projelendirdiğimiz “Slow Turkey-Sakin Şehirler” tanıtım yazıları serisinin ilki yayınlandı.

2017 yılı Nisan-Aralık ayları arasında Japonya'nın turizm profesyonelleri için yayın yapan haftalık Travel Journal dergisinde “FesTurkey” başlığı ile Türkiye'den uluslararası katılımlı 9 festivalin tanıtımı yapılmıştır. Haftada 7.000 adet basılan dergi, tek baskılı turizm haberleri dergisi olması bakımından Japonya'nın en saygın turizm haber dergisidir. Her hafta seyahat acentelerine dağıtımı yapılan, yaklaşık 60.000 turizm profesyonelinin takip ettiği söz konusu derginin internet sayfasının aylık tıklanma sayısı 101.515'tir. Tokyo Müşavirliği olarak telif hakkı Bakanlığımıza

ait olmak üzere 2017 yılı boyunca her bir festivalin 2 sayfalık tanıtımı yapılmış ve toplamda 18 sayfalık dokümanın da 2018 yılı içerisinde rehber olarak basılması planlanmıştır.

2018 yılı içerisinde söz konusu dergide “Slow Turkey” başlığı altında; Çanakkale-Gökçeada ile başlayan çalışma Muğla-Akyaka, Isparta-Eğirdir, Bolu-Göynük, Şanlıurfa-Halfeti, Ordu-Perşembe, İzmir-Seferihisar, Sakarya-Taraklı, Kırklareli-Vize, Isparta-Yalvaç ve Aydın-Yenipazar'ın tanıtımları ile devam edecektir.

Mecra: Weekly Travel Journal dergisi/Slow Turkey Broşürü

Haber Yazarı: Travel Journal Editörlüğü, Ms. Mayo Fujii

Yayın Tarihi: 16 Nisan 2018

Haber Başlığı ve İçeriği: 2018 Troya Yılı, Troya Müzesi, Türkiye Cittaslow'a kaydedilen sakin şehir Çanakkale ve Gökçeada tanıtımının yanı sıra Çanakkale Boğazı, Assos, Troya Ören Yeri, Bozcaada ve Çanakkale ile ilgili Troya (2004) ve Son Umut (2014) filmleri hakkında bilgiler yer almaktadır.



トロイ年に沸く 神話に彩られた地

トルコに15カ所あるチッタスローの中で唯一の島、ギョクチェ島。
現代社会に毒されていない素朴な地にはゆったりとした時間が流れる。
島があるチャナッカレ県では今年、「2018年トロイ年」に沸いている。

チッタスローとは、スピード重視の現代の価値観を見直し、地域独自のライフスタイルや文化・環境など多様性を重視した町づくりを目指す。イタリアで発祥し、18年3月現在、世界30カ国で241都市が登録されている。トルコでは15カ所がリストに名を連ね、北エーゲ海に浮かぶギョクチェ島もその一つだ。

11年6月にチッタスローに登録されたギョクチェ島は、トルコ最大の島。約280km²の面積に約8800人が静かに暮らしている。町には古い建物がひっそりと佇み、郊外にはオリーブ畑や松林、羊や山羊が放牧された牧草地が広がるのどかな雰囲気が魅力だ。

夏はビーチリゾートとしてにぎわい、

ダイビングやドルフィンウォッチングなどが楽しめる。ギリシャの影響を受けたシーフード料理やコーヒーが地元の味。古い家を改装したブティックホテルなどもあり、まさにチッタスローが提唱するスローな滞在が堪能できる。チャナッカレ港から高速船で約1時間、カバテベから連絡船で約2時間でアクセスできる。

世界遺産20周年で価値アピール

ギョクチェ島のあるチャナッカレ県の最大の見どころは、世界文化遺産のトロイ考古遺跡だ。世界遺産として今年で登録20周年を迎えることを記念し、トルコ文化観光省は18年を「トロイ年」

に定めた。トロイの文化的かつ観光素材としての価値をアピールするのが目的。日本でも、その歴史的・文化的価値をより広く浸透させていく意向だ。

トロイといえば、木馬と遺跡が思い浮かぶだろう。トロイの木馬とは、古代ギリシャの詩人、ホメロスの英雄叙事詩「イリアス」に出てくる巨大な装置のこと。トロイ軍とギリシャ軍の10年に及ぶ戦争で用いられ、この中にギリシャ軍の兵士が隠れて敵を欺いたことで、トロイ軍が陥落したとされる。

この伝説とされるトロイ戦争を信じ、この地で遺跡の発掘を行ったのがドイツ人の実業家、ハインリッヒ・シュリーマンだ。私財を投じ、長い時間をかけ



1 ヨーロッパとアジアの両方に接するエーゲ海とマルマラ海を結ぶダーダネルス海峡の入り口にあるチャナッカレ 2 約2万1000ヘクタールにも及ぶカズダー国立公園 3 第1次世界大戦の戦地となったギリボル半島 4 アテナ神廟のあるアッソスは、トロイ周辺にある古代遺跡の1つ 5 博物館は6月のオープンを目指して準備が進められている 6 北エーゲ海に浮かぶチッタスローのギョクチェ島

てついに遺跡を発掘した。その後は考古学者による発掘も相次ぎ、紀元前3000～400年頃まで、9層（9都市）に及び積み重なった都市の遺構が発見されている。シュリーマンが掘り当てたのは第2市で、トロイ戦争よりはるか以前の時代だったという。だが、彼の発掘により、城壁や家屋、寺院、劇場などの遺跡が見つかり、トロイ戦争を記念して建てられたトロイの木馬は、この地を一大観光地として知らしめるに至る。

トロイ年の18年は、出土品を集めたトロイ博物館が11月6日にオープンする予定だ。古代芸術都市、テフフィキエ村の入り口に位置する同館は、約3000m²の展示ホールに約2000点の出土品を陳列。世界各地に散った品も集められ、中にはギリシャ神話に登場する絶世の美女ヘレネの遺品とされる24の金のかけらも含まれる予定だ。かつてのトロイをアニメーションで再現したり、タッチスクリーンを用いて歴史を解説するなど、最新のテクノロジーも駆使する。

また、北西には第1次世界大戦の戦地となったギリボル半島があり、トロイ博物館は平和記念の意味も併せ持つ博物館になる予定だ。トロイ戦争は米ハリウッド映画「トロイ」(04年)で、ギリボルが舞台となった第1次世界大戦は『ディバイナー 戦艦に光を求めて』(14年、豪・米合作)を見るのがわかりやすい。同博物館には「トロイ」に出演した主演のブラッド・ピットやダイアン・

ワインが美味しいリゾート、ボズジャ島

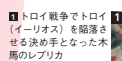
ギョクチェ島の南東にあるボズジャ島(Bozcaada)もまた、トロイ伝説にまつわるデスティネーションだ。ホメロスの叙事詩「イリアス」の中で「ボネドス」の名で登場する。木馬に隠れてトロイに入ったギリシャ兵の会場で、ボネドスに隠れていたギリシャ兵が大量してトロイに向かったとされる。

周囲約38kmの小さな島に人口は約2700人。しかし夏になると約1万人の旅行者が押し寄せるリゾート地へと変貌する。透明度の高い海で泳げるのは5月から10月中旬までで、ビーチにパラソルが並ぶのは夏の恒例だ。視線の先には島のシンボルでもある城塞跡があり、それを望めるのがボズジャならではの風景となっている。

この島を有名にしているものに、ワインもある。ブドウの生産量が世界第6位のトルコにあって、ボズジャも島の3分の1がブドウ地。島内には6つのワイナリーがあり、特にデザートワインが美味いと評判だ。



赤い屋根と白壁の町並みが美しく、町の散策も楽しめる



1 トロイ戦争でトロイ(イリヤス)を陥落させる決戦手となった木馬のレプリカ



2 トロイ年を記念して作成された公式ロゴ



クルーガー エリック・パナ、オーランド・ブルームなどが招かれており、初年度で100万人の来場が見込まれている。

なお、南東に位置するカズダーは、トロイ戦争の発端となったパリスの審判の地。世界初の女神コンテストが行われたことで知られるほか、トルコのウオーキングルート10選にも選出され、標高1774mのカズ山(イダ山)の麓に広がるカズダー国立公園からギョクチェ島に行くことも可能だ。トロイ神話に没れる地としてたどってみるのもいい。



チッタスロー「スローシティ」の意。地域独自の生活・歴史文化や自然環境など多様性を重視した町づくり活動。

ROMA MARATONU'NDA 2018 TROYA YILI TANITIMI

İtalya'nın önemli spor organizasyonlarından biri olan Roma Maratonu'nun Roma FUN olarak adlandırılan 5 km'lik halk koşusuna ve bir spor fuarı olarak tanımlanabilecek Maraton Expo organizasyonuna 05-08 Nisan 2018 tarihleri arasında Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği resmî paydaş olarak katıldı.

Maraton Expo alanın girişinde Türkiye sembolik balonu (mongolfiera) etkinlik süresince yer aldı. Maraton Expo standımızda ülkemizin tanıtımı yapılarak, kapağında Truva Atı görselinin yer aldığı UNESCO broşürleri ile diğer tanıtım broşürlerimiz ile çocuklara Truva Atı ve Türkiye logolu balonlar dağıtıldı. Roma FUN Halk koşusuna Roma Büyükelçimiz; ailesi,

Türk vatandaşları ve İtalyanlardan oluşan 100 kişilik büyük bir grup ile katıldı. Grubumuz, maratonda Müşavirliğimizce basılan ve üzerlerinde Troya görseli ile logomuzun yer aldığı tişörtleri giydi.

Halk maratonu sırasında güzergâh boyunca yol kenarlarındaki bantlarda Türkiye logoları yer aldı. Maratonun bittiği noktada ise Türkiye logolu totem tabela kullanıldı. 🇹🇷



TURKEY HOME DÜNYA PARKUR SPORCULARINI MARDİN'DE BULUŞTURDU



Bakanlığımız ve Mardin Valiliği desteğiyle Türkiye Cimnastik Federasyonu himayesinde 12-13 Mayıs 2018 tarihleri arasında düzenlenen **Turkey Home Merrell Mardin Dünya Parkur Şampiyonası**, dünyanın en güçlü sporcularının baş döndürücü akrobatik sokak gösterilerine sahne oldu. Şampiyonaya 14 ülkeden 46 sporcunun katılımı gerçekleşti. ABD, Çin, Meksika, Rusya, Yunanistan, Hollanda, İtalya, İngiltere, Portekiz, Ukrayna,

Kanada, Avustralya ve Letonya'dan sporcuların katıldığı Dünya Kupası'nda, izleyiciler nefes kesen hareketlere şahit oldular.

Etkinlik, Mardin'in tanıtımına büyük katkı sağlayacak. Turkey Home Merrell Mardin Dünya Parkur Şampiyonası dünyanın önde gelen televizyon kanallarında yer alarak 100 ülkede 1 milyarı aşkın insana ulaştı. 🇹🇷



ULUSLARARASI TANITIMDA STRATEJİK İŞ BİRLİKLERİNE TURKEY HOME YAKLAŞIMI ÖRNEK PROJE: TADEO JONES-2



Stratejik İş Birliği Projelerinin Önemi

Turkey Home global tanıtım kampanyamız çerçevesinde revize edilen tanıtım stratejimiz, pazardaki yeni hedef kitleye yönelik yeni iletişim ağlarının kurulmasını; bu çerçevede konvansiyonel tanıtım kanallarının yanı sıra dünya genelinde yeni partnerlerle, turizm alanının ötesine geçmek suretiyle, aktüel gündemde yer alan algı ve imaj geliştirmeye doğrudan katkıda bulunacak alanlarda stratejik iş birlikleri geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu alanlara örnek olarak; uluslararası spor etkinlikleri kapsamında iş birlikleri, yurt dışında yerel ve uluslararası film endüstrisi ile ortak projeler, kültür ve sanat alanında uluslararası nitelik taşıyan etkinliklere aktif katılım gibi unsurların sayılması mümkündür.

Örnek Proje: Tadeo Jones-2

Yukarıda belirtilen genel vizyon çerçevesinde gerçekleştirilen iş birliği örneklerinden biri, İspanyol yapımı animasyon filmi “Las Aventuras de Tadeo Jones (Tadeo Jones’un Maceraları)” serisinin ikincisinde, hikâye örgüsünün ayaklarından birinin Türkiye olması ve bu çerçevede Kapadokya’nın bir destinasyon olarak film içinde yer almasının sağlanmasıdır.

Tadeo Jones animasyon filmi serisinin ilki 2012 yılında çekilmiş olup, 15 Mart 2013 tarihinde vizyona girdiği Türkiye de dâhil olmak üzere toplam 40 ayrı ülkede gösterimi gerçekleştirilerek dünya genelinde 10 milyonun üzerinde seyirci kitlesine ulaşmıştır. Filmin yapımcı şirketi olan Mediaset Espana, İspanya’nın en büyük medya grubu olarak bünyesinde 7 ayrı televizyon kanalı barındırmaktadır. Filmin dağıtımı, Paramount Pictures stüdyoları tarafından gerçekleştirilmektedir.

Tadeo Jones serisinin ikinci filminin yapımı aşamasında Bakanlığımız ile yapımcı şirket arasında gerçekleştirilen iş birliği sonucunda, Kral Midas’ın üç parçadan oluşan kayıp kolyesinin üç ayrı destinasyonda aranması teması üzerine kurgulanan ve ilk iki destinasyonun Las Vegas ve Granada olduğu öyküde son ayağın Türkiye’de geçmesi konusunda uzlaşmaya varılarak 86 dakikalık filmin 23 dakikasının Kapadokya’da geçmesi sağlandı. Filmde, Kapadokya’dan görüntülerin yanı sıra, bütünüyle kurgusal olan hikâyede Türkiye’nin sahip olduğu tarihi ve kültürel zenginlik ile Apollon Tapınağı gibi unsurların da bu topraklarda yer aldığı hususlarına değinildi.

“Tadeo Jones 2: El Secreto del Rey Midas (Tadeo Jones 2: Kral Midas’ın Sırrı)” adı altında 25 Ağustos 2017 tarihinde ilk olarak İspanya’da galası gerçekleştirilen film halihazırda İngiltere, Hollanda, Avusturya, Rusya Federasyonu, İsrail, Avustralya, Güney Amerika ve Birleşik Arap Emirlikleri’nin de dâhil olduğu 26 ülkede vizyona girdi.

Film, İspanya’daki gösterimi süresince 3 milyon 500 bin seyirci ile buluşup 17,9 milyon avro gişe geliri elde ederek İspanya Sinema Akademisi tarafından geleneksel olarak takdim edilen ve İspanya’nın Oscar’ı olarak bilinen 32. Goya Sinema Ödülleri’nde 03 Şubat 2018 tarihinde “En İyi Animasyon Film” seçildi. Ayrıca, 2017 yılında İspanya’da en yüksek gişe geliri elde eden film oldu.

Projenin Çıktıları

Film, bu yılın mart ayı sonu itibarıyla 26 ülkede vizyona girip İspanya’da 3.500.000, diğer ülkelerde 2.100.000 olmak üzere toplam 5.300.000 kişi tarafından izlendi. Önümüzdeki dönemde filmin Türkiye de dâhil olmak üzere farklı ülkelerde gösterime girmesi beklenmektedir.

- Kapadokya Bölgesi, film içinde toplam 23 dakika 13 saniye süreyle



yer olarak destinasyon görüntüleri filmin doğal kurgusu içinde dünyanın çeşitli ülkelerinde 05-12 yaş grubu hedef kitle ve ebeveynlerin yoğunlukla yer aldığı 5 milyonun üzerinde izleyiciye ulaştı.

- Filmin fragmanında 10 saniye süre ile Kapadokya'da geçen bölümlerden kesitler paylaşıldı.
- Filmin tanıtımı için çekilen 25 saniyelik reklam spotlarında 5 saniye süre ile Kapadokya'da geçen bölümlere yer verilerek İspanya'da yayın yapan 7 ulusal televizyon kanalında vizyon tarihi öncesinde toplam 40 defa yayınlandı.
- Filmin bitiş jeneriğinde Bakanlığımızın "Kültür Ağı" ve "Türkiye" logoları yer aldı.

Filmin İspanya'da gösterime girdiği 25 Ağustos 2017 sonrasında İspanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı, 2 yıl süren düşüş sonrasında kayda değer şekilde yükselişe geçerek bu yükselen ivmenin istikrarlı şekilde devam ettiği görülmektedir. Yayımlanan son istatistiki verilere göre İspanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı Mart 2018 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %98,85 oranında artış kaydetmiştir. 2018 yılının ilk çeyreğinde İspanya'dan gelen turist sayısındaki artış oranı ise %79 ile Avrupa ülkelerindeki ortalama artış olan %33,78'in çok üzerinde seyretmiştir. İspanyol turist sayısında Eylül 2017 yılından itibaren görülen artışı etkiler arasında, gösterime girdiği ilk iki haftada 1,5 milyon izleyiciye ulaşan Tadeo Jones filmindeki görünürlüğün de önemli bir unsur olarak yer aldığı değerlendirilmektedir.

Sonuç

Tadeo Jones-2 animasyon filmi içinde Kapadokya bölgesinin bir destinasyon olarak hikâye kurgusu

Ülke	Vizyon Tarihi	Gişe Geliri	Toplam İzleyici
İspanya	25 Ağustos 2017	21.320.267 \$	3.553.000
Rusya Federasyonu	19 Ekim 2017	844.713 \$	140.785
İsrail	28 Şubat 2018	172.665 \$	28.777
Brezilya	21 Aralık 2017	1.405.505 \$	234.250
Avustralya	8 Şubat 2018	66.964 \$	11.160
Bolivya	25 Ocak 2018	66.725 \$	11.120
Kolombiya	25 Ocak 2018	257.343 \$	42.890
Macaristan	4 Ocak 2018	243.811 \$	40.635
Birleşik Arap Emirlikleri	4 Ocak 2018	142.016 \$	23.669
Meksika	5 Ocak 2018	2.004.607 \$	334.101
Almanya	11 Ocak 2018	370.066 \$	61.677
Yunanistan	11 Ocak 2018	500.894 \$	83.482
Portekiz	11 Ocak 2018	207.050 \$	34.508
Avusturya	12 Ocak 2018	121.281 \$	20.213
Peru	18 Ocak 2018	556.633 \$	92.772
Polonya	19 Ocak 2018	989.151 \$	164.858
Venezuela	9 Şubat 2018	518.590 \$	86.431
Arjantin	25 Ocak 2018	114.790 \$	31.309
Şili	25 Ocak 2018	131.736 \$	21.956
Panama	25 Ocak 2018	270.375 \$	45.062
Paraguay	25 Ocak 2018	10.291 \$	1.715
Uruguay	25 Ocak 2018	43.285 \$	7.214
Güney Afrika Cumhuriyeti	9 Şubat 2018	362.626 \$	60.437
Birleşik Krallık	9 Şubat 2018	1.493.159 \$	248.859
Hollanda	15 Şubat 2018	1.502.135 \$	250.355
Yeni Zelanda	25 Ocak 2018	80.917 \$	13.486



	2015	2016	2017	2018
Ocak	23,62	-29,17	-27,58	63,46
Şubat	11,46	-36,96	-34,12	73,25
Mart	30,17	-47,70	-36,39	96,85
Nisan	-13,43	-61,58	9,31	
Mayıs	12,11	-55,14	-16,81	
Haziran	-18,53	-60,97	-22,48	
Temmuz	-21,18	-68,48	12,32	
Ağustos	-22,95	-60,19	-9,53	
Eylül	-36,89	-58,48	24,44	
Ekim	-18,56	-55,31	30,84	
Kasım	-31,74	-44,05	42,18	
Aralık	-47,13	-29,83	64,80	

Tadeo Jones 2
İlk Gösterim Tarihi
25 Ağustos 2017

inde yer alması, kültürel diplomasi alanında gerçekleştirilen stratejik iş birliklerine başarılı bir örnek teşkil etmektedir.

Geleneksel reklam yatırımlarına göre çok düşük bir maliyetle filmin tanıtımı için yayımlanan fragman ve tanıtım spotları vasıtasıyla gerek İspanya'da ulusal televizyon kanallarında gerekse uluslararası mecralarda ülkemize proje maliyetinin çok üzerinde bir görünürlük sağlanıp filmi izlemiş olan 5 milyonun üzerinde kişiye ulaşarak, bu kitlenin 26 ülkeye yayılmış olması sebebiyle pazar çeşitliliği, çocuklar ve ebeveynlerinden çeşitli yaş grupları ile iletişime geçilmek suretiyle de hedef kitle çeşitliliği elde edilerek; İspanya'da en çok izlenen ilk 3 film arasında bulunan, en çok gişe gelirine sahip olan ve Goya Ödülleri kapsamında en iyi animasyon filmi seçilen proje içinde İspanya'nın en büyük medya grubu ve Paramount Pictures stüdyoları ile gerçekleştirilen iş birliği Türkiye'nin genel imaj ve algısının geliştirilmesi noktasına da katkıda bulunmuştur.

Filmin İspanya pazarında gösterime girmesini takip eden aydan başlayarak Türkiye'yi ziyaret eden İspanyol turist sayısında görülen istikrarlı artış göz önünde bulundurulduğunda, projenin, yukarıda ortaya konan unsurların etkisi ile pazarda 2 yıldan bu yana görülen kaybın telafisine önemli katkı sağladığı değerlendirilmektedir. 🌟

2018 TROYA YILINDA Number1 TÜRK FM İLE TROYA'YA...

Tanıtma Genel

Mdrlgmz ve Number

1 Medya Grubu ile

gerçekleştirilen iş birliği

projesi kapsamında, Number

1 FM ve Number 1 Türk FM

dinleyicilerinin 2018 Troya

Yılı erevesinde Troya

Antik Kenti ile Çanakkale'yi

halkımıza tanıtmaq ve Troya konusunda farkındalık yaratmaq amacıyla 05-

11 Mayıs 2018 tarihleri arasında Troya temalı bir bilgi yarışması düzenlendi.

Aynı tarihler arasında, yarışmayı duyurmak amacıyla Number 1 Medya Grubu

bünyesinde bulunan radyo ve televizyon kanallarından söz konusu bilgi

yarışmasının TV tanıtım spotu ve radyo spotu yayımlandı.



Katılımın yoğun olduğu

bilgi yarışmasında

Türkiye Kültür Portalı'nı

ziyaret edip sorulan

sorunun cevabını bulan

ve Number 1 FM'in

instagram hesabından

doğru cevabı ilk

gönderen 80 dinleyici 12

Mayıs Cumartesi günü

İstanbul'dan hareket eden otobüslerle Çanakkale'yi gezme ve Troya Antik Kenti'ni görme imkânı buldu.

Farklı yaş gruplarından dinleyicilerinin bulunduğu Troya gezisinde

gerçekleştirilen röportajlar ve video çekimleri gezi sonrasında bir klibe

dönüştürülerek günde 6 defa olmak üzere 7 gün boyunca NR1 TV ve NR1 Türk

TV'de yayımlandı. Bu proje; yoldan, mola yerlerinden ve Troya Antik Kenti'nden

radyolara yapılan canlı bağlantılarla her anı yayına yansıyan ziyaretçiler

tarafından unutulmaz bir gezi oldu. 🍷

KİEV'DE "OSMANLI MUTFAğI" ETKİNLİğİ

13 Mayıs 2018 tarihinde Ukrayna'nın Harkiv

kentinde "Osmanlı Mutfağı" etkinliği gerçekleştirildi.

Söz konusu etkinlik kapsamında, Yeniçağa

Profesyonel Aşçılar Derneğinden 8 aşçı Harkiv'e

geldi. Öncelikle, Ukraynalı aşçıların katıldığı

ve Osmanlı/Türk yemeklerinin pişirildiği farklı

kategorilerde yarışmalar yapıldı ve



sonrasında da Türkiye'den gelen aşılarla beraber

Ukraynalı aşçılar, Ukrayna'da da sevilen Hürrem

Sultan'ın Kanuni Sultan Süleyman ile evliliğinden

olan şehzadeleri Bayezid ve Cihangir'in sünnet

töreninde verilen yemeklerden oluşan bir menüyü

ziyaretçilerin beğenesine sundular. 🍷



Turkey HOME OF ÜNYE



Ünye Tanıtım Derneği ve Ünye Belediyesi'nin girişimiyle, Turkey Home projesi kapsamında yepyeni bir Türkiye reklam filmi hazırlandı.

Filmde, Karadeniz'in incisi olan Ünye'nin zenginlikleri, güzellikleri, leziz mutfağı, sıcakkanlı insanları ve dinginliği sıcak bir hikâye örgüsüyle anlatılmaktadır. Blog yazarı bir annenin ailesiyle beraber yaptığı Ünye ziyaretini konu alan hikâyede, Ünye'ye ilk kez gelecek olanları yeşilin gölgesinde, mavinin ötesinde güzel bir deneyimin beklediği dile getiriliyor.

Bir buçuk ay süren hazırlık ve yaklaşık on günlük keşif sürecinin ardından çekilen film, sinematografisinden müziğine, hikâyesinden diline, izleyiciye her saniyesinde özgünlüğünü hissettiriyor. Filmi keyifle izlemeniz ve dünyada güneşin denizden doğup denizden battığı sayılı yerlerden biri olan Ünye'nin tüm güzelliklerini keşfetmeniz dileğiyle... 🍷





Ağırlamalar

MOSTAR KÜLTÜR ELÇİLERİ İSTANBUL'DA

Yunus Emre Enstitüsü'nün ortak çalışmalar yürüttüğü ve Hersek bölgesinin önemli kültür kuruluşlarının yöneticilerinden oluşan heyet, Türkiye'yi ve Türk kültürünü daha yakından tanımak, ülkemizin tarihi ve kültürel zenginliklerini keşfetmek, iki ülke arasındaki ortak projelere katkı sağlamak ve ülkemizdeki çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri geliştirmek amacıyla ülkemizi ziyaret etti.

Saraybosna Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz ile Mostar Yunus Emre Enstitüsü Müdürlüğü iş birliğiyle Bakanlığımıza sunulan ağırlama projesi kapsamında, Bosna-Hersek'in Mostar şehri ve civarındaki bölgelerde bulunan kütüphane, tiyatro, kültür merkezi, arşiv, müze ve medya kuruluşlarında görev yapan 14 kişilik "Kültür İnsanları Heyeti" 01-08 Nisan 2018 tarihleri arasında Bakanlığımızca İstanbul'da ağırlandı.

Kültür ve tarih ağırlıklı yoğun bir gezi programıyla İstanbul'u yakından tanıma fırsatı bulan heyet, simge yapılar haline gelen ve İstanbul'a ayak basan bir turist ziyaret etmeden dönmediği **Topkapı Sarayı, Sultan Ahmet Cami, Ayasofya Müzesi, Kapalı Çarşı, Galata Kulesi ve Dolmabahçe Sarayı** gibi



önemli mekânlara ziyaretler gerçekleştirdi. İstanbul'un son yıllarda artan müzecilik faaliyetlerinin daha geniş kitlelere tanıtılması amacıyla Bakanlığımıza bağlı **İstanbul Arkeoloji Müzesi, İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, Türk İslam Eserleri Müzesi, Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi** gibi mekânların yanı sıra diğer kurum ve kuruluşlara bağlı

Yerebatan Sarnıcı, Panorama 1453, Miniaturk ve Harbiye Askeri Müzesi'ni de ziyaret ederek ülkemizin zengin kültürel mirasını yerinde keşfetme olanağı buldular. Yazma Eserler Başkanlığında özel olarak ağırlanan konuklara kütüphanedeki koleksiyonlar hakkında bilgi verildi. Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi'ndeki yazma eserler koleksiyonu ve diğer eserler konukların yoğun ilgisini çekti. 🌿



ÖĞRENCİLER ÇANAKKALE'DE BULUŞTU

Dört ilden 120 öğrenci Çanakkale'de ağırlandı.



Tanıtma Genel Müdürlüğümüzce, 2018 Troya Yılı kapsamında **Mardin, Ordu, Gaziantep ve Trabzon** illerinden ortaokul ve lise öğrencilerine yönelik kültür gezisi düzenlendi.

Söz konusu gezi, **Troya Antik Kenti**'nin UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınmasının 20. yılı vesilesiyle Bakanlığımızca ilan edilen 2018 Troya Yılı kapsamında oluşturulan ve 100'ün üzerinde yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirilecek etkinliği içeren takvimde yer almaktadır. 018 tarihleri arasında **Çanakkale**'ye düzenlenen gezinin 1. günü rehber eşliğinde **Gelibolu Yarımadası**'nda bulunan **Çanakkale Şehitler Abidesi, Şahindere Şehitliği, Rumeli Mecidiye Tabyası, Anzak Tören Alanı, Anzak Koyu, Bomba Sırtı, 57. Alay Şehitliği, Conkbayırı ve Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi** ziyaret edildi.

Kültür gezisinin 2. gününde **Troya Antik Kenti, Truva Atı, İnteraktif Sergi, Çimenlik Kalesi, Deniz Müzesi ve Aynalı Çarşı** öğrencilere tanıtılıp, 2018 yılında uluslararası düzeyde açılışı yapılacak olan **Troya Müzesi** ile ilgili bilgiler verildi. 2018 Troya Yılı tanıtım faaliyetleri çerçevesinde hazırlanan



“2018 Troya Yılı'nda Çanakkale'de Buluşuyoruz.”

pankartının önünde toplu fotoğraf ve video çekimi yapılarak, öğrencilerimize 2018 Troya Yılı logolu şapka, rozet ve kalem hediye edildi.

Adı geçen illerimizden gelen toplam 120 öğrenci ve 4 öğretmenimizle gerçekleştirilen kültür gezisi bitiminde yapılan anket çalışması sonucunda olumlu geri bildirimler alındı.



Kültür gezisinin sonunda, Çanakkale'den olumlu izlenimlerle ayrılan öğrenciler, gezi organizasyonu ile ilgili memnuniyetlerini dile getirip, Kültür ve Turizm Bakanlığına teşekkürlerini sundular. 🚀

Anketin Adı: 08-11 Nisan 2018 Kültür ve Turizm Bakanlığı Çanakkale Gezisi Değerlendirme Formu

Anketin Konusu: 2018 Troya Yılı kapsamında düzenlenen kültür gezisi ile ilgili genel değerlendirme

Anketin Amacı: Çanakkale kültür gezisine katılan öğrencilerin gezi ile ilgili memnuniyetlerini ve gezinin öğrencilerin bilgi düzeylerine yaptığı katkıyı ölçmek

Ankete Katılan Öğrenci Sayısı/Yaş Grubu: 108 öğrenci/10-17 yaş

Anketin Sonucu: Troya Antik Kenti ile Çanakkale Savaşları hakkında 12 adet bilgi sorusuna ve 4 adet de gezi ile ilgili genel duygu ve düşüncelere yer verilen değerlendirme formunda, öğrencilerin görevli rehberlerin bilgi, donanım ve anlatımlarından çok memnun kaldıkları; otel ve organizasyon ile ilgili duygu ve düşüncelerinin olumlu olduğu ve bahse konu kültür gezisinin ülkemizin 4 ilinden İl ve İlçe Milli Eğitim Müdürlüklerince seçilen başarılı öğrencilerin kaynaşmasına fayda sağladığı; Çanakkale bölgesinin tanıtımının genel kültürlerine ve bilgi dağarcıklarına katkı vererek tarih bilincini geliştirdiği; genel olarak Bakanlığımızca düzenlenen kültür gezisinden memnun kaldıkları ve bu tür gezilerin artırılmasını istedikleri sonucuna ulaşıldı. Ayrıca, gezi süresince yapılan yüz yüze görüşmeler esnasında 4 farklı ilden gelen 120 öğrenciden %95'inin daha önce uçak seyahati yapmadığı, %100'ünün de Çanakkale'yi hiç ziyaret etmediği öğrenildi.

İSTANBUL'DA RAMAZAN

Amerika Birleşik Devletleri'nde, 96 milyon izleyicisi olan Travel Channel televizyon kanalının en çok izlenen programı olan Expedition Unknown'un yapımcısı Josh Gates ve 8 kişilik ekibi, 06-17 Mayıs 2018 tarihleri arasında Bakanlığımız desteği ile ağırlandı.

Yaklaşık 80 milyon izleyiciye ulaşan, gecelik izleyici sayısının 2 milyonu bulduğu, web sitesi ziyaretçi sayısının ise 20 milyon olduğu bilenen "Expedition Unknown" programında; **Denizli'de Hierapolis Kazı Alanı ve Pamukkale Millî Parkı ile "İstanbul'da Ramazan"** konulu iki bölüm çekimi gerçekleştirildi. Söz konusu bölümlerin, programın yeni sezonunun dört saatlik ilk bölümünde, bu yılın kasım ayında yayınlanması planlanmaktadır.

İstanbul'daki çekimler; **Süleymaniye Cami, Sultan Ahmet Meydanı, Kapalı Çarşı, Ayasofya Cami** ve meydan çekimlerini kapsamaktadır. Programın çekim amacı Türkiye'de ramazan ayını ve özellikle İslam dinini tanıtmaya yöneliktir. İstanbul'da ilk gün, **Kapalı Çarşı'da** program yapımcısı ve sunucusu Josh Gates'in takke ve namazlık satın alma çekimleri gerçekleştirildi.



Akşam saatlerinde, İstanbul İl Müftü Yardımcısı Caner Akdemir, evinde sahur çekimleri için hazırlıklar yaparak çekim ekibini misafir etti. Sahur programının çekimleri esnasında İslam dini ve ramazan ayının önemi hakkında bilgiler verildi. Ramazan orucunun ve namazın nasıl gerçekleştirildiği konusunda yapılan açıklamalar ile birlikte Josh Gates ve Caner Akdemir beraber abdest aldılar. İlk gün, sahur için otele ramazan davulcusu geldi ve Josh Gates oruç tuttu.

Ramazan ayının ilk günü **Süleymaniye Cami** çekimleri yapıldı. Caminin dış avlusu, iç mekânları ve tepeden görünümü ile 5 vakit namazın tamamı kılınacak şekilde ayrı yerlerinde çekimler gerçekleştirildi. Akşam namazı çekimi Ayasofya'da yapılırken ramazan ayının ilk günü iftar için **Sultan Ahmet Meydanı'na** gidildi. **Bu proje ile** İstanbul'da ramazan ayı ve İslam dini hakkında bilgi verilmesi amaçlandı. Josh Gates, Twitter: @joshuagates ve Instagram: @gatesygram hesaplarında Türkiye'deki çekimlere yer verdi. Ayrıca, <http://www.joshuagates.com/> adresinde de paylaşımlar yapmaktadır. 🌟



ENDONEZYALI TURİSTLERİN TÜRKİYE İLGİSİ ARTIYOR

Endonezya'da ülkemize olan ilginin özellikle son bir yıl içerisinde önemli ölçüde artması ve turist sayısının 100.000'e yaklaşması doğrultusunda, ülkemizin ramazan ayında da tercih edilebilir bir destinasyon olduğunun vurgulanması amacıyla Endonezya'nın tirajı en yüksek gazetesi ile dört büyük televizyon kanalının 16-21 Mayıs 2018 tarihleri arasında İstanbul'da ağırlanması yapıldı.

Planlanan ağırlama esnasında ülkenin en çok izlenen kanalları olan Trans TV, SCTV, MetroTV ve Trans 7 TV İstanbul'daki ramazan etkinliklerini izleyicilerine yansıtırken, Republika gazetesi de ramazan ayının İstanbul'da nasıl geçirildiğini okuyucularına aktardı. Basın mensupları Topkapı Sarayı ve Kariye Müzesi eserlerini izleyiciye aktarırken Ramazan ayının İstanbul'da nasıl geçtiğine de yer verdiler. Bu sayede genellikle inanç turizmi kapsamında ülkemizi ziyaret eden Müslüman Endonezlerin ramazan ayında da ülkemizi tercih etmesi, ülkemizin turistik ürün çeşitliliğinin izleyicilere ve okuyuculara tanıtılması suretiyle önümüzdeki dönemde turist sayısının 100.000'in üzerine

çıkartılması hedeflenmektedir. Bakanlığımızın istatistiklerine göre 2017 yılında ülkemizi ziyaret eden Endonezyalı ziyaretçi sayısı 85.031 kişi olurken, 2018 yılının ilk 4 ayında bu rakam 62.000 kişi olarak kaydedilmiştir. 🌟



KUZEY İRLANDA BBC 1 VE İRLANDA RTE 1'İN “GETAWAYS” SEYAHAT PROGRAMI TÜRKİYE ÇEKİMLERİ



Genel Müdürlüğümüzce, Kuzey İrlanda BBC 1 ve İrlanda RTE 1 televizyonlarında yayınlanmak üzere bu kanallarla ortak yapım olarak Waddell Media şirketince “Getaways” isimli bir seyahat programı hazırlanıyor. Söz konusu televizyon programının 2019 yılı ocak ayında gerçekleştirilecek yayını için yönetmen Hugh David Starkey, sunucular Mairead Anne Farrell ve Joe Lindsay ile Kenneth O'Mahony ve David John Kilpatrick'ten oluşan toplam 5 kişilik yapım ekibinin 18-24 Mayıs 2018 tarihlerinde Muğla ilimizin çeşitli ilçelerinde çekim yapmaları sağlandı.

Çekimler, Bakanlığımızın koordinasyonunda, Bodrum Yarımadası Tanıtma Vakfı (BOYTAV) ve YDA Dalaman Havalimanı'nın destekleriyle; Dalyan, Fethiye, Marmaris ve Bodrum bölgelerinde gerçekleştirildi. Getaways programında dünyanın önde gelen tatil destinasyonları ele alınarak bu destinasyonlarda öncelikli olarak gezilmesi ve görülmesi gereken yerlere, deneyimlenmesi gereken ilginç aktivitelere, söz konusu destinasyonlara ulaşımına ilişkin bilgilere, otel ve konaklama imkânları hakkındaki tanıtımlara ve tanıtılan tatil yöresinde güzel ve keyifli bir tatil geçirilmesine yönelik ipuçlarına yer veriliyor. Programda, yayın formatı gereği uçuş yapılan hava yolu şirketi, bilet ve kalınan otel fiyatına ilişkin bilgilere ve aynı destinasyona uçuş yapan diğer hava yolu şirketlerinin isimlerine yer verilen bir “ücret panosu” ekrana getiriliyor. Öte yandan; programın akışı içinde sunuş metninde; uçuş yapılan hava yolu şirketinin haftalık uçuş sayısına, ortalama uçuş maliyetine, aynı destinasyonda hizmet veren diğer hava yollarının listesine ve sunucuların check-in alanındaki görüntülerine yer veriliyor. RTE 1 yayınının kapanış ekranında Bakanlığımızın desteği ve logosu yer alacaktır. 🌿



“BİLİNMEYEN TÜRKİYE” YARIŞMA PROGRAMI AĞIRLAMASI

Kapadokya, Rusya'nın en çok izlenen kanalı NTV'de yayınlanan popüler seyahat ve mutfak sanatı programı “Gidelim, Yiyelim”de tanıtıldı.

Tanıtma Genel Müdürlüğü ve Moskova Kültür ve Tanıtma Müşavirliği koordinasyonunda, 03-08 Haziran 2018 tarihleri arasında programın çekim ekibi ile NTV'de yapılan “Bilinmeyen Türkiye” yarışmasını kazanan talihli çift, Bakanlığımızın konuğu olarak



Nevşehir'de ağırlandı. Geçtiğimiz sene İzmir ve İstanbul tanıtım çekimlerini yapan, yayınlandığı tarih itibarıyla de oldukça ilgi gören programın Kapadokya'ya özel bölümünün, haziran ayının son haftasında Rus izleyicilerle buluşması planlanıyor. Yaklaşık bir hafta süren çekimlerde Kapadokya'nın eşsiz güzellikleri ve mutfak kültürü ön plana çıkarıldı. 🌿

CİNTAKU Dİ BUMİ İZMİR/ DÜNYADAKİ AŞKIM İZMİR

Malezya Film Şirketi, İzmir'i Anlatan 7 Bölümlük Dizi Çekti...

Bakanlığımız organizasyonunda ve İzmir Ticaret Odası destekleri ile Malezya'da faaliyet gösteren Creative Skill Solution yapım şirketi tarafından ağustos ayında yayınlanmaya başlayacak yeni prodüksiyonu “Cintaku Di Bumi İzmir” (Dünyadaki Aşkım İzmir) adlı dizinin 7 bölümü, 20 kişilik çekim ekibi ile 09 Mayıs-02 Haziran 2018 tarihleri arasında İzmir ve ilçelerinde çekildi.

İzmir'in tarihi ve turistik zenginliklerinin yansıtıldığı çekimler çok sayıda yerel halkımızdan gönüllü oyuncu, işletme sahipleri ve İzmirlilerin destekleriyle gerçekleşti. Dizideki çift, İzmir'de geleneklerimize uygun şekilde kına gecesi ve düğün çekimlerinde gelin ve damat olup, Türk müzikleri eşliğinde evlenme ve eğlence ritüelini aktardılar. Yapımcı Suriyati Binti Sıdek ve yönetmeni ile yardımcısı, İzmir'e hayran kaldıklarını ve İzmirlileri çok sevdiklerini belirttiler.

Bakanlığımız aracılığıyla İzmir'in dizi ve sinema filmlerinde yer almasının, kentimizin farklı kanallar ve mecralarda tanıtımına katkı sağlayacağı şüphesizdir. Destinasyon odaklı tanıtım kampanyamıza fayda sağlayan projelerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle İzmir'in Malezya pazarında yer bulması, en fazla tercih edilen turistik destinasyonlarımıza gelen turist profilinin çeşitlenmesine de yardımcı olmaktadır. 🇹🇷






Kongreler

QTA (QUALITY TRAVEL ALLIANCE) GENEL KURUL TOPLANTILARI İÇİN ANTALYA'YI TERCİH ETTİ

2002 yılında kurulan, seyahat acentelerine danışmanlık ve pazarlama konularında hizmet sunan ve Avrupa genelinde 8.000 acenteyi bünyesinde bulunduran Almanya'nın önde gelen seyahat acenteleri birliklerinden QTA'nın (Quality Travel Alliance) Genel Kurul Toplantıları, 17-20 Mayıs 2018 tarihleri arasında yaklaşık 1500 seyahat acente yöneticisinin katılımıyla Antalya'da gerçekleştirildi.


Bakanlığımızca desteklenen etkinliğin açılış töreni ve "Türk-Alman Dostluk Gecesi Gala Yemeği" 18 Mayıs 2018 tarihinde Belek'te bulunan Land of Legends Tema Parkı'nda yapıldı. Toplantının Türkiye'de gerçekleştirilmesinde kamu özel sektör iş birliğinin önemli bir örneği olarak Bakanlığımızla birlikte TÜROFED ve TÜRİSAB'ın da değerli katkıları oldu.

TUI, Thomas Cook, Öger, Bentour, FTI, Tropo gibi Avrupa ve Alman turizm pazarında faaliyet gösteren önemli tur operatörleri ile RTK, Schmetterling, Sun Express gibi kuruluşların ve seyahat acentelerinin üst düzey yetkililerinin katılım sağladığı etkinlik kapsamında Türkiye-Almanya turizm ilişkileri ve seyahat sektörü ile ilgili gelişmelerin ele alındığı çeşitli çalıştay ve oturumlar düzenlendi. 



KÜLTÜR PORTALI KULLANICI SAYISI ARTIYOR!

Kültür Portalı ilk 5 aylık dönemde 1.639.725 ziyaret alarak geçen yılın aynı dönemine göre 627.004 (%61,91) artış sağlanmıştır.

Mayıs ayında Kültür Portalı 368.734 ziyaret almıştır. Bu ziyaretlerin 290.721 adedi il sayfalarına yapılmış olup Mersin 14.244 ziyaret/oturum ile ilk sırada yer almıştır. 



TROYA EFSANESİ ARMADA AVM'DE HAYAT BULDU!



Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2018 yılı resmî olarak Troya Yılı ilan edildi. Bu sebeple 2018 yılı boyunca yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştirilmeye devam eden yüzlerce etkinlik arasından yurt içi faaliyeti olarak bu kez Armada Alışveriş Merkezi "Troya Haftası" etkinliklerine ev sahipliği yaptı.

14-19 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleşen "Troya Haftası", 14 Mayıs Pazartesi günü Armada Alışveriş Merkezi'nde saat 12.30'da açılış kokteyli ile başladı.

Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası (CSO) sanatçılarının icra ettiği klasik müzik dinletisinin ardından Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü (DÖSİMM) tarafından üretilen **Troya Eserleri Hediyelik Eşya Standı**, **İlyada Destanı** ve **Troya Eserleri Sergisi**, **Ebru Sanatıyla Troya Köşesi**, **Çanakkale ve Çevresi Tanıtım**



Standı ile Çanakkale Savaşları Tarihi Alan Tanıtım Standını ziyaret eden davetliler, Armada Hayat Sokağı'nda sergilenen **Truva Atı Maket'i**'nin önünde hatıra fotoğrafı çekti.

Çanakkale yemeklerinin de tanıtıldığı etkinlikte Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği şefleri tarafından yapılan 1915

çorbası ile Troya tatlısı olarak bilinen ıtriye tatlısı davetlilere ikram edildi.

Etkinlik boyunca Troya kostümleri, soğuk manken canlandırması, seramik ve çömlek ustaları tarafından gerçekleştirilen performans, ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi gördü. Eş zamanlı olarak 35 sanatçı tarafından oluşturulan "Troya" temalı resimler de Armada AVM Sanat Galerisi'nde sergilendi. 🎨



POLONYA'DA "UNESCO DÜNYA MİRAS LİSTESİ'NDE TÜRKİYE" AÇIK HAVA FOTOĞRAF SERGİSİ

Polonya'nın başkenti Varşova'nın tarihi ve turistik değeri olan en gözde "Old Town" Meydanı'nda, ülkemizin UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan varlıklarının tanıtımına yönelik bir açık hava fotoğraf sergisi düzenlendi.

Mayıs ayında açılışı yapılan, 3 hafta süreyle, 7 gün 24 saat kalan ve Polonyalılar tarafından yoğun ilgi gören sergide; UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan varlıklarımıza ilişkin fotoğraflar 4 adet küp üzerinde, Lehçe açıklamaları ile yer aldı. Söz konusu sergi; eylül ayına kadar Polonya'nın



Poznan, Krakow, Katowice ve Wroclaw şehirlerinde de ziyaretçilerin beğenisine sunulacaktır.

Günlerin uzadığı yaz mevsiminin başlangıcına denk gelen sergi, Varşova şehrine bir renk katarak, kültür ve tatil ile ilgilenen Polonyalılar için bir rehber oldu. Her yaş grubunun dikkatini ve tatil tercihlerini etkilemeye yönelik etkinlik, Polonya'dan ülkemize gelen turist sayısının artırılmasında önemli bir tanıtım projesi olarak öne çıkmaktadır. 🇵🇱



2017 Turizm Örgütleri Tanıtım İndeksi Turkey Home Dünyanın En Etkin Turizm Kampanyaları Arasında Yer Aldı

İngiliz araştırma ve raporlama şirketi GlobalData'nın hazırladığı rapora göre; Kültür ve Turizm Bakanlığı "Turkey Home" kampanyası ile en başarılı 6. turizm örgütü oldu. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Avrupa'da 20 ülkenin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin değerlendirmeye alındığı raporda İspanya'nın hemen arkasından 0,01 puanlık bir farkla 6.'lığı yakaladı. İlk sırayı Avrupa'nın turizmde en çok büyüyen ülkesi olan İzlanda alırken; Malta, İrlanda, Hırvatistan, İspanya ve Türkiye İzlanda'yı takip ediyor.

Yayınlanan araştırma raporu incelendiğinde; başarılı ülkelerin ortak noktalarının dünya çapında prestijli turizm ödülleri aldıkları, sosyal ve dijital medya mecralarının etkin kullanımı ile yürütülen başarılı tanıtım kampanyalarına sahip oldukları ortaya çıkıyor. 🇵🇱

TOURISM BOARD MARKETING INDEX FOR EUROPE - TOP 20



TURKISH MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM AND TURKISH AIRLINES PRESENT
AN INDEPENDENT FORCES AND KALA FILM PRODUCTION

HOME OF TURQUOISE

24 INTERNATIONAL AWARDS
INCLUDING

CIFFT
International Committee of
Tourism Film Festivals
**WORLDWIDE BEST TOURISM FILM
GRAND PRIX**

Cannes
Media and TV Awards
**BEST TOURISM FILM
PRIX GOLD**

Karlovy Vary ITFF
Best Commercial Film
**CITY OF KARLOVY VARY PRIZE
GRAND PRIX**

US International
Film and Video Festival
CREATIVE EXCELLENCE AWARD

KITE SURFER **ANNABEL VAN WESTEROP** ORIGINAL MUSIC BY **MARIOS TAKOUSHIS** EDITED BY **AYLİN ZOE TİNEL** CIVIL EDITORS

DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY **RENÉ RICHTER** ORCHESTRATOR **ALASTAIR KING** ORCHESTRA **FAME'S** SOUND DESIGN & DOLBY ATMOS MIX **BURAK TOPALAKÇI** ZOUND

ONLINE **TUNCAY PAKSOY** PROTOTIP GRADING **PAUL HARRISON** FINISH LONDON

AERIAL FILMING - DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY **UĞUR İÇBAK** UNDERWATER - DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY **CHRIS BRYAN**

DRONE OPERATOR **BAŞAR CANER** SKYPROSTUDIO SECOND UNIT DOP **ENGİN ÖZKAYA** POST PRODUCTION COORDINATOR **ASLI ERDEM**

EXECUTIVE PRODUCERS **HAKAN ŞAHİN - CİHAN OCAK - ZAFER ÖZKAN** ASSISTANT DIRECTOR **MACİDE ERKILAVUZ**

PRODUCED BY **HAZER BAYCAN** KALA FILM **DAĞHAN CELAYİR** INDEPENDENT FORCES

WRITTEN BY **DAĞHAN CELAYİR - MUSA PAÇA** DIRECTED BY **DAĞHAN CELAYİR**

TURKEY
HOME

**TURKISH
AIRLINES**





HER YÖNÜYLE “HOME OF TURQUOISE” FİLMİ



Ülkemizin global imaj kampanyası Turkey Home tarafından kampanyanın yaklaşımını ve tarzını ifade eden Home of Turquoise tanıtım filmi, önceki tanıtım filmlerinden pek çok alanda ayrılmaktadır. Filmin teknik özelliklerinden önce filmin bakış açısına değinmekte fayda var. Ülkemizin sayısız değerleri içinde sadece bir tanesine odaklanarak onunla ilgili duygulara hitap eden, karmaşadan uzak, insan ve onun deneyimine odaklanmış film, yaklaşımındaki özellikleri ve teknik üstünlükleri nedeniyle CIFTT (International Committee of Tourism Film Festivals) tarafından 27 Ocak 2017 tarihinde Viyana’da 2016 yılının en iyi turizm tanıtım filmi seçildi.

Filmin yönetmenliğini, senaristliğini ve proje koordinatörlüğünü daha önce internette 15 milyon kez izlenen ve reklam yayınının en değerli yeri olan Amerikan Futbolu Super Bowl’un finalinde Türkiye’den yayınlanmış ilk ve tek film olan Redbull Mardin filminin yönetmeni Dağhan Celayir üstlendi. Film için alanında uzman 5 ayrı görüntü yönetmeni ile çalışıldı. Filmin hava çekimlerini Da vinci Code Inferno (2016) ve James Bond Skyfall (2012) filmlerinin hava çekimlerini de gerçekleştiren Uğur İçbak yaptı. Aynı projelerde helikopter pilotu olarak görev yapan Ramazan Sezen, Turkuaz filmi için de Everest’in tepesine iniş ve kalkış gerçekleştirmiş ve bu alanda dünya rekoru kırmış olan Airbus AS350 B3 tipi helikopteri kullandı. Su altı çekimleri ise dünyanın en iyi su altı görüntü yönetmenlerinden biri olarak kabul edilen ve Tag Heuer, Maserati, Redbull, Swatch, BBC, Warner Bros gibi şirketler ile çalışan Chris Bryan tarafından gerçekleştirildi.

Film için dünyanın en iyi renk düzeltmecilerinden biri olarak bilinen Paul Harrison ile çalışıldı. Filmin müzikleri İngiliz Marios Takoushis tarafından bestelendi. Orkestrasyonu; Harry



Potter, Gravity, Exodus, The Martian gibi çalışmalarıyla bilinen İngiliz Alastair King tarafından yapıldı. Orkestra kaydı ise sadece film müzikleri icra eden Makedon orkestrası Fame’s tarafından 72 müzisyen eşliğinde icra edildi. Film, dünyanın en gelişmiş sinema ses sistemi olan Dolby Atmos’da yapılan ilk Türk reklam filmi olma özelliğini de taşımaktadır.

Filmin tek oyuncusu olan Annabel Van Westerop, dokuz yıldır profesyonel olarak kitesurf yapmakta ve dünya klasmanında ilk beşte yer almaktadır. Genellikle serbest stil yarışan Annabel, özellikle Big Air diye bilinen havada kalma süresi üzerine odaklanan tarzıyla ünlüdür.

Bu çalışma için Çeşme, Alaçatı, Marmaris, Fethiye ve Antalya’ya kadar uzanan yaklaşık 500 km’lik bölgede en etkileyici sahillerin bulunabilmesi için araştırma ekibi tarafından bir buçuk ay boyunca toplamda 38.000 km yol kat edildi. Proje çekimleri 12 gün sürdü. Öncesinde ise beş gün teknik test yapıldı. Film çekimi sonrasında 12 gün kurgu olmak üzere 55 günlük post prodüksiyon çalışması gerçekleştirildi. Film çekimi, ön görüşmeler ve üretim süreci dâhil yaklaşık altı ay sürdü.

Yer çekimleri için 4 K çekim yapabilen iki kamera ve yüksek kare çekimleri için bir adet 4K Phantom kamera, uçangöz (drone) ve helikopter çekimleri için bir adet 4K kamera, su altı çekimleri için 4 ve 2K çekim yapabilen iki ayrı kamera ve toplamda yedi adet kamera kullanıldı. Filmin hava çekimi, en üst düzey hava çekim sistemi olan Shotover K1 6 Akslı Gyro Mount ile yapıldı. Dünyada 10 adet bulunan bu sistemlerden biri de ülkemizde mevcuttur.

Hava ve su altı çekim ekibi 75 kişi ve post prodüksiyon sürecinde (orquestra dahil) 85 kişi olmak üzere toplamda 160 kişi bu proje için çalıştı. 🌊





“HOME OF TURQUOISE” ÖDÜLLERİ

2017, Uluslararası Turizm Filmleri Festivalleri Komitesi (CIFFT)- Dünyanın En İyi Turizm Filmi-Büyük Ödül // GRAND PRIX

2016, CANNES Media and TV Awards-PRIX GOLD-En İyi Turizm Filmi

2016, PORTO Art & Tour Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, PORTO Art & Tour Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Destinasyon Filmi

2016, PORTO Art & Tour Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Reklam Filmi

2016, KARLOVY VARY Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, KARLOVY VARY Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Reklam Filmi

2016, KARLOVY VARY Uluslararası Turizm Film Festivali-Karlovy Vary Kenti Ödülü

2017, LISBON, Finisterra Arrábida ITFF-Best Commercial Film

2017, LISBON, Finisterra Arrábida ITFF-Best Film on Destination

2016, ZAGREB Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, ZAGREB Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Reklam Filmi

2016, ZAGREB Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Fikir ve Senaryo

2016, SILAFEST-Belgrad- Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, Following The Equator-Uluslararası Turizm Film Festivali-Maldivler, GRAND PRIX

2016, Following The Equator-Uluslararası Turizm Film Festivali-En İyi Spor Filmi

2016, US Uluslararası Film Festivali -ABD- Yaratıcılıkta Mükemmellik Ödülü

2016, On the East Coast of Europe Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, İstanbul Uluslararası Turizm Film Festivali, En İyi Destinasyon Filmi

2016, İstanbul Uluslararası Turizm Film Festivali, GRAND PRIX

2016, ART-Uluslararası Turizm Film Festivali, Polonya, GRAND PRIX

2016, ART-Uluslararası Turizm Film Festivali, Polonya, En İyi Destinasyon Filmi

2016, ART-Uluslararası Turizm Film Festivali, Polonya, En İyi Film

2016, Riga-Uluslararası Turizm Film Festivali, Latviya-Jüri Ödülü



AVRUPA KONSEYİ KÜLTÜR ROTALARI PROGRAMI

Türkiye, Avrupa Konseyi Kültür Rotaları programının uygulanmasını ve standartlarını belirleyen Kültür Rotalarına İlişkin Genişletilmiş Kısmî Anlaşma'ya (EPA) resmen taraf oldu.

Avrupa Konseyi Kültür Rotaları programı, üye ülkelerdeki kültürel mirasın, ortak bir Avrupa mirasının parçası olduğu anlayışını geliştirmek amacıyla 1987'de hayata geçirildi. Programın hedefi, Avrupa ülkelerinin ortak kültürel mirasının Avrupa kimliğinin ve vatandaşlığının temeli olduğu yönünde bir bilinç oluşturmaktır. Kültürel, sosyal ve ekonomik kalkınmayı sağlayan bir kaynak olarak program, Avrupa'nın kendine özgü bir turizm destinasyonu olduğu yönünde küresel bir farkındalık yaratmaktadır.

Avrupa Kültür Rotaları programının ilkelerini belirleyen Kültür Rotalarına İlişkin Genişletilmiş Kısmî Anlaşma (Enlarged Partial

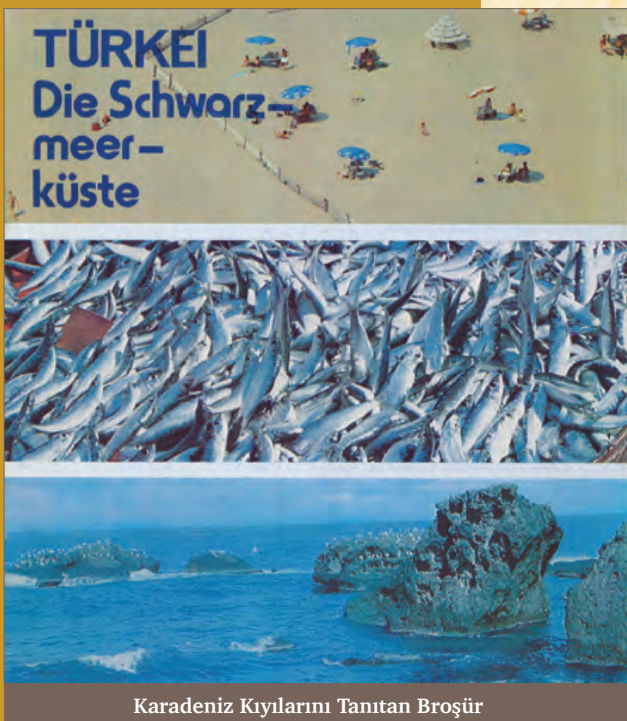


Agreement/EPA) Avrupa Konseyi bünyesinde 2010 yılında oluşturuldu. Türkiye, 15 Ocak 2018 tarihinde anlaşmayı imzaladı. Bu kapsamda; Bakanlığımızca, nisan ayında Lüksemburg'da düzenlenen EPA Yönetim Kurulu Toplantısı'na ülkemizi temsilen ilk kez katılım sağlandı. EPA üyeliği ile Türkiye, Avrupa Konseyi Kültür Rotaları programı tarafından gerçekleştirilecek diğer toplantı ve etkinliklere de katılım hakkı kazandı. Hâlihazırda temalarına göre 31 Avrupa Kültür Rotası bulunmaktadır. Türkiye bu rotalardan Yahudi Mirası Rotası, Zeytin Ağacı Rotası ve Tarihi Termal Şehirler Rotası içinde yer almaktadır. 🍷

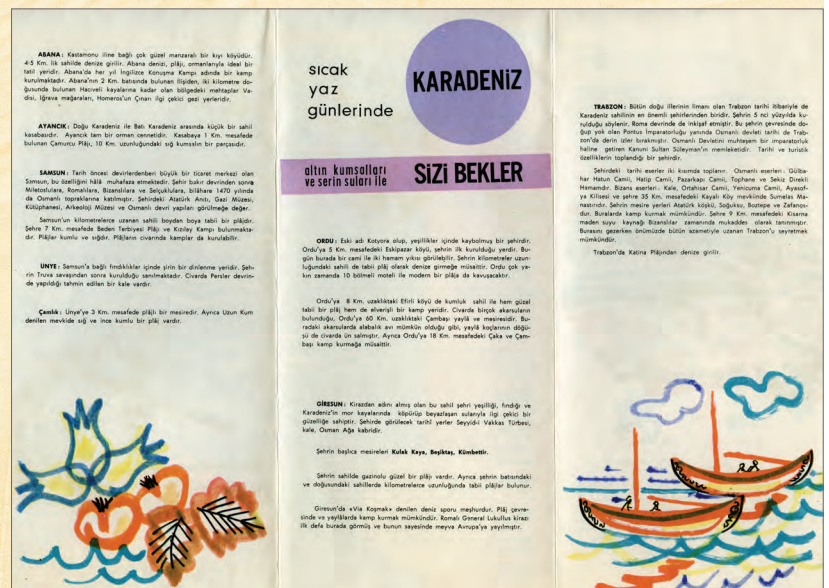


Görsellerle Nostalji

Karadeniz Plajları Broşürleri



Karadeniz Kıyılarını Tanıtan Broşür





tgmbülten

ISSN: 2564-7512

Yayının Adı: Tanıtma Bülten

Yıl: 2018 **Sayı:** 16 **Ay:** Nisan-Haziran

Yayın Sahibinin Adı: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Tanıtma Genel Müdürlüğü Adına İmtiyaz Sahibi İrfan ÖNAL

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Adı: İrfan ÖNAL

Koordinatör: İrfan ÖNAL

Yayın İdare Merkezi: Tanıtma Genel Müdürlüğü
İsmet İnönü Bulvarı No: 32 06490, Emek/Ankara

Yayın İdare Merkezi Tel: (+90 312) 212 83 00

Faks: (+90 312) 212 85 95

E-posta: tanitma@kulturturizm.gov.tr hometurkey.com

Yayın Türü: Dergi (Bülten)

Editör: Gülistan ÖNAL

Grafik-Tasarım: Cihat ÖZÖNAL

Baskı Tarihi: 26/06/2018, Ankara



/TurkeyHomeof



/+turkeyhome



/turkeyhome



/turkish-tourism-office



/Turkey_Home



/turkey_home



/turkeyhomeTV



Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından üç ayda bir yayınlanır. • Ücretsizdir.

