

# tanıtma bülten

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ  
TEMMUZ 2015 • SAYI 5

BRISTOL  
COURT MALL  
FLOWER SHOW  
INSPIRE

- "TÜRK BAHÇESİ" İNGİLTERE'DE ALTIN MADALYA ALDI.
- İSKANDİNAV VE BALTİK TURİZM PAZARI
- İSVİÇRE SEYAHAT YAZARLARI BİRLİĞİ BALIKESİR-EDREMIT'TE AĞIRLANDI.
- AVRUPA BAYANLAR GOLF ŞAMPİYONASI BELEK'TE YAPILDI.
- RUSYA'NIN 13 ŞEHRİNDE AÇIKHAVA REKLAM KAMPANYASI
- "SEYYAHİNDEN TURİZME" VE "MEDENİYETLER BEŞİĞİ TÜRKİYE" YAYINLARI
- AMERİKA'DA ROAD SHOW ETKİNLİKLERİ





### Strateji ve Koordinasyonu Öncelemek...

Ülkemizde turizm olgusunun geçmişi 19. yüzyılın ikinci yarısıyla başlamış, Cumhuriyet ile birlikte kurulan kurumlarla sürmüştür, 1963 yılında Turizm Tanıtma Bakanlığı'nın inisiyatifiyle bugüne ulaşılmıştır. Bahsettiğimiz bu gelişimin en önemli durağı ise 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu olmuştur. Bu çerçevede, Türkiye'de turizmin gelişimi irdelenirken öncelikle 1982 sonrasının değerlendirmesini yapmak gerekir.

Bugün dünyanın en fazla turist çeken 6. ülkesiyiz. Bu durum kamu-özel sektör iletişimi ve işbirliği ile teşvik mekanizmaları sonucunda oluşmuş önemli bir başarıdır. Bu süreç aynı zamanda çok önemli bir tecrübeyi ülke olarak kazanmamızı sağlamış ve sonuç olarak ülke turizmi kurumsallaştırmıştır. Aslında buradaki en önemli kazanım da **"tecrübe"** ve **"kurumsallaşma"**dır.

Daha da yakın tarihlere baktığımızda ülkemizin turizmin kurumsallaşmasında en önemli gelişmelerinden birisi de **"2023 Türkiye Turizm Stratejisi"** belgesinin oluşturulmasıdır. Turizm sektöründe değişen şartlar ve geline nokta bir stratejik vizyon belgesini zorunlu kılmış ve 2007 yılında bu belge ve eylem planı Bakanlık tarafından deklare edilerek yürürlüğe konmuştur. Sözünü ettiğimiz 2023 Türkiye Turizm

Stratejisi'nin var olan sorunları tespit ve giderme noktasında çizdiği çerçeve; bütüncül politika, strateji ve uygulamaya dönük yaklaşımları vurgulamak olmuştur. Bizim konumuzla ilgili olarak; markalaşma, Türkiye imajı oluşturulması; uluslararası ve ulusal pazarlarda net bir imajın ortaya konulması; bölgesel ve yerel turizm imajlarının oluşturulması; pazarlama faaliyetlerinde bir bütün halinde hareket edilmesi ve bölgesel değerlerin ön plana çıkarılması yoluyla varış noktalarının marka haline getirilmesi planda yer almıştır. Ayrıca tanıtım faaliyetlerini de kapsayacak şekilde tüm alanlarda uluslararası işbirliğinin güçlendirilmesinin de altı çizilmiştir.

Buna göre,

- Turizm bölgelerinin tanıtımı ve pazarların analizi gibi konulardaki faaliyetler bilimsel analiz ve araştırma temelli gerçekleştirilecektir.
- Tanıtım faaliyetlerinde süreçler belirlenerek, pazar ülkelerinde; pazarın özellikleri, müşteri gruplarının eğilim ve istekleri, demografik yapı ve rakip ülkelerin durumunun araştırılması, geçerli ve güvenilir bilgilerin toplanması, çözümlenmesi, yorumlanması gibi yöntemler kullanılacaktır.
- Yapılan araştırmaların çözümlenmesi ve yorumlanması sonrasında pazardaki güçlü veya zayıf yanlar, fırsat ya da riskler ve

tehditler de tespit edilecektir.

- Turizm pazarında yarışabilmek ve pazar payını kaybetmemek için imajın sürekliliği sağlanacaktır. Halkla ilişkiler araçları etkin bir şekilde kullanımı ön plana çıkartılacaktır.
- Yeni tanıtım stratejilerinde halkla ilişkiler (PR) faaliyetlerine ağırlık verilecektir.
- Devlet ve özel sektör işbirliği, yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve markalaşma sağlanacaktır.
- Turizmde yeni bilgi ve iletişim teknolojilerine uyum sağlanması ve müşteriyle bağlantının daha çok bu yönde yapılmasına ağırlık verilecektir.
- Tanıtımdan, ürün pazarlamaya, bilgilendirmeye kadar internetin geniş bir yelpazede kullanılması sağlanacaktır.
- Dünya nüfusunun değişmesine paralel olarak daha çok üçüncü yaş grubuna uygun tanıtım ve reklamlara ağırlık verilecektir.
- Tanıtımlarda kitlesel tanıtımdan ziyade, özelleştirmeye gidilerek pazarlanacak hedef ürünler belirlenecektir.
- Varış noktalarında markalaşmaya gidilecek, ülke markalaşması yanında varış noktası markalaşması sağlanacak ve tanıtımda varış noktaları ayrı ayrı ele alınacaktır.
- Tanıtımda uluslararası organizasyonlara katılım ve bu organizasyonlara ev sahipliğini yapılmasına önem verilecektir.

- Sinema sektörü bir tanıtım aracı olarak kullanılacaktır.

2023 Yılı hedeflerine baktığımızda ise; Tanıtım faaliyetlerinde, farklı pazarlar ve pazar dilimleri arasındaki ayrımların bilincinde olarak pazarlardaki tüketicilerin ortak istek ve arzuları üzerinde yoğunlaştırılmış bir tanıtım stratejisi hedeflenmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tanıtım stratejisinin önemli bir bileşeni olacaktır. Stratejinin sonuçlarının test edilmesi, etkinliğinin ölçülmesi ve gerekli değişikliklerin yapılması ve 2023 yılına kadar olan faaliyetlerde de etkin kullanıma hedeflenmektedir.

Turizmde tüketicilerin varış noktasını nasıl algıladıkları, bu varış noktasının zihinlerinde nasıl yer aldığı, sektörün hedef kitle ile iletişiminin hangi düzeyde bulunduğu, yürütülen kampanyaların mesajları ile gerçeklerin ne kadar örtüştüğü belirlenmesi gereken sorun alanlarıdır. Bunun için Türkiye'nin dış tanıtımında, dünyadaki gelişmeler izlenerek kampanyaların varış noktası odaklı olmasına, hedef pazarlara yönelik ayrı ayrı düzenlenmesine, farklı, özgün ve ulusal değerlere sadık kalınarak çağdaş değerlerin vurgulanmasına, hedef kitleye yönelik turizm ürünlerinin ön plana çıkarılmasına fuar, ağırlama gibi halkla ilişkiler etkinlikleri ile desteklenmesine özen gösterilecektir. Kampanyalarda hedef kitleye hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmek için elektronik ortamdan daha fazla faydalanılacaktır.

Yine, Bakanlığımız tanıtım ve pazarlama eylemlerinde:

- Varış noktası odaklı, ürün üstünlüğümüzü ve toplam kaliteyi vurgulayacak,
- Ülke, bölge ve nokta bazında markalaşmayı sağlayacak,
- Ülkemiz turizm ürününün tanıtılmasını, turist sayısının ve turizmden elde edilen gelirin artırılmasını hedefleyecek,
- Akdeniz Çanağındaki diğer varış noktalarından farklılık ve göreceli üstünlüğümüzün etkin tanıtım ve pazarlama araçları ile markaya bağlılığını sağlayacak,
- Farklı, özgün ve ulusal değerlere sadık kalınarak çağdaş değerleri vurgulayacak,
- Hedef kitleye yönelik ürünleri ön plana çıkaracak,
- Teknolojik gelişmelerden yararlanacak,
- Uluslararası başarıları imza atarak ülkemizden övgüyle söz ettiren kişilerden yararlanacak,



- Halkla ilişkiler faaliyetleriyle desteklenen reklam kampanyaları yürütecek,
- Avrupa ülkelerindeki pazar payını sürdürülebilir turizm ürünlerinin tanıtımıyla arttıracak,
- Ürün çeşitlendirmesi yoluyla üst gelir turist gruplarını ülkemize çekecek,
- Turizm açısından hızla büyüyen Doğu Asya Pasifik bölgesi ve özellikle Hindistan ve Çin'e özel önem verecek,
- Ortadoğu ülkeleri, İran ve Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetlerinde bölgeye yönelik özel tanıtım kampanyaları düzenleyerek pazar payını arttıracak,
- Tanıtım işlevini paylaşan kurum ve kuruluşlar arasında eşgüdüm kurulacak, daha dinamik, daha profesyonel ve mali yönden daha güçlü bir tanıtım yapılabilmesini sağlamak üzere bu faaliyetlerin finansmanına turizmden doğrudan ya da dolaylı gelir elde eden kesimlerin de katılımı sağlanacaktır. Ayrıca pazarlama ağını oluşturan ticari firmaların serbest piyasa koşulları içinde birleşerek/işbirliği yaparak güçlenmeleri teşvik edilecek,

- Türkiye turizminin uluslararası turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için her yıl turizmden elde edilen gelirin yüzde 1'i tanıtıma ayrılacak,
- Ayrıca, e-tanıtım, e-pazarlama ve e-ticaret gibi yeni gelişmekte olan ve turizmi etkileyen teknolojilere kamu ve özel sektöre yeterli yatırım yapılacak,
- Son olarak da tanıtım ve pazarlamanın etkinliği değerlendirilecektir.

Bütün bunların sonucunda vurgu; **tanıtım faaliyetlerini belirli bir strateji ve koordinasyon içinde yapmamızın faydayı artıracığıdır.** Bültenimizin önceki sayılarında faaliyetlerimizi anlatırken üzerinde durduğumuz temel husus stratejik yaklaşım ve koordinasyonun önemi olmuştur. Burada şunu söyleyelim; kurumsal tecrübemize de güvenerek tüm faaliyetlerimizi günün koşullarına göre revize ederken ana hedefimiz ülkemizde tanıtım ve pazarlama konusunda stratejik yaklaşım ve koordinasyonun önemine dikkat çekmektir. 🌊



# “TÜRK BAHÇESİ” İNGİLTERE’DE ALTIN MADALYA ALDI.

1804 yılında kurulan İngiliz Kraliyet Bahçecilik Cemiyeti (Royal Horticultural Society) tarafından 30 Haziran-5 Temmuz 2015 tarihlerinde Londra’nın güneybatısında gerçekleştirilen **Hampton Court Sarayı Çiçek Fuarı**’nda (Hampton Court Palace Flower Show) Bakanlığımız “**Cennet Bahçesi**” isimli konseptle altın madalya ve dünya bahçeleri kategorisinde en iyi bahçe ödülünü aldı.

Ödül alan bahçenin konsepti bilinen ilk Türk bahçelerinin karakteristik özelliklerine dayanıyor. Yüksek duvarlarla çevrilen bahçede insanlardan uzak, korunaklı ve gizli bir mekân oluşturuldu. Cennet tasvirindeki iki unsur; su ve gölge özenle kullanıldı. Mermer, su öğeleri, çeşme, su kanalları, pavilyon ve oturma alanları bahçede kullanılan diğer konsept ürünleri oldu. Suyun bahçeyi serinletmesinin yanında sığramaları ve akışın sesi kullanıldı.

Müşavirliğimiz söz konusu fuarda halkla ilişkiler aktiviteleri gerçekleştirme imkânı buldu. “Cennet Bahçesi” ile ilgili haberler İngiltere’nin başlıca televizyon kanalları ve yazılı medya organlarında yer aldı. Önde gelen İngiliz yayın kuruluşu BBC’de “Cennet Bahçesi”nden fuar yayını yaptı.

**Kültür ve Turizm Bakanlığı** olarak, açılışı öncesinde basın mensuplarına ve davetlilere geleneksel Türk müziği dinletisi eşliğinde bir kokteylin de verildiği fuarda, içerisinde bahçe genel konsepti, ülkemiz flora yapısı, endemik bitkileri, Antalya’da gerçekleştirilecek EXPO 2016’ya ilişkin bilgi ve çiçek fotoğraflarının yer aldığı 35.000 adet kitapçık ile 8 farklı endemik bitki türüne yönelik bir yüzünde çiçek ve öbür yüzünde yine **EXPO 2016 ANTALYA**’ya ilişkin bilgilerin yer aldığı 16.000 adet kart dağıtıldı.

“Cennet Bahçesi” sergisinin Çanakkale Savaşı’nın 100. yıl dönümü vesilesiyle Londra’daki merkezi parklardan birisine kalıcı bir anı bahçesi olarak taşınması da planlanıyor.

Bu yıl 25.si gerçekleştirilen fuarı yaklaşık 140.000 kişinin ziyaret ettiği bildirildi. Bu anlamıyla da fuara katılım **Müşavirliğimiz** açısından özel ilgi alanına hitap eden önemli bir etkinlik oldu. Peyzaj, bahçecilik ve tasarım sektörünün İngiltere’de yaklaşık 300.000 insana istihdam sağlayarak ekonomiye yıllık 9 milyar sterlinlik bir katkıda bulunduğu ifade ediliyor. 🌿











### BALTİK ÜLKELERİ VE FİNLANDİYA PAZARINDA TÜRKİYE

Bir önceki yıla göre %4,15'lik artışın yaşandığı 2014'te Finlandiya'dan 228.138 kişi ülkemizi ziyaret etti. Baltık ülkelerine bakıldığında ise 2014 yılında, Estonya'dan bir önceki yıla oranla %14,65'lik artışla 55.649, Letonya'dan %7,13'lik artışla 58.981 ve Litvanya'dan %18,06'lık artışla 106.469 turist olmak üzere toplamda 221.099 kişiyi ülkemizde ağırladık. 2015 Ocak-Haziran dönemine geldiğimizde Finlandiya'dan ülkemize seyahat eden kişi sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre %7,29 oranında artış göstererek 104.009 kişi oldu. Türkiye, rekreasyon amaçlı seyahatlerde Finlandiya pazarında 3. popüler ülke konumunda olup Baltık Ülkeleri Estonya, Litvanya ve Letonya'da açık ara birinci sırada yer alıyor. Finlandiya nüfusunun 5,4 milyon, Baltık ülkelerinin toplam nüfusunun 6,3 milyon olduğu düşünüldüğünde bu pazarlardaki popülerliğimiz daha iyi anlaşılacaktır.

#### Pazar Eğilimleri

Fin İstatistik Kurumu verilerine göre; Finler 2014 yılı içinde 7,9 milyon farklı rekreasyon amaçlı seyahat gerçekleştirdi. Bunların 1,2 milyonu Akdeniz Çanağı ülkelerine yapılmış. Aynı yıl Akdeniz Çanağı ülkelerine talep ise 1. İspanya, 2. İtalya ve 3. Türkiye şeklinde gerçekleşti. Ülkemizi tercih eden Finler yoğunlukla "deniz-güneş-sahil" konseptine ilgi göstermiş olmalarına rağmen şehir ve kültür turizminin de son yıllarda payını arttırdığı görülüyor. 2014 yılında İstanbul'a gerçekleştirilen şehir turizmi amaçlı seyahatlerin Finler arasındaki popülaritesinin %191 oranında arttığına ilişkin haberler Fin basınında yer aldı.

Paket turların oldukça popüler olduğu Finlandiya'da 2014 yılında 1,9 milyon paket tur satıldı. En popüler paket tur destinasyonları Yunanistan ve Türkiye olup ülkemize seyahat eden Finlerin %84'ü paket turu tercih ettiler.

Finlerin ülkemizde en çok ziyaret ettikleri destinasyon Alanya oldu.

Ocak 2015'teki "MATKA Fuarı"nda yapılan anketin sonuçlarına göre Finlerin büyük bir çoğunluğu tatil satın alımını internet ortamı aracılığıyla yapıyor. Ankete göre, en çok tatil satışının yapıldığı ay Temmuz ayı olup, tatile çıkma kararı %63'lük bir oranla son dakika indirimlerini takip ederek veriliyor.

Finler yaş aralıklarına göre tamamen farklı eğilimler sergiliyor. 50 yaş ve üstü daha sık seyahat ediyor, seyahat acentelerini kullanıyor, tatillerini sene başında planlıyor ve yazılı basındaki tatil reklamlarına ilgi gösteriyor. 18-49 yaş aralığı ise, senede 1-2 defa seyahat ediyor, seyahatini yaz aylarında internetten satın alıyor, son dakika indirimlerini takip ediyor, yoğunlukla online olmak üzere, TV ve açık hava reklamlarına ilgi gösteriyor.

#### Finlandiya ve Baltık Ülkelerinde Tur Operatörleri ve Birlikte Reklamlar

Bakanlığımızca 2014 yılı içerisinde Finlandiya pazarında önde gelen tur operatörlerinden DETUR Oy ve Kon-Tiki Tours (birlikte ağırlama), Estonya ve Letonya'da Go Adventur OU, Litvanya'da UAB Tez Tours ve her üç Baltık ülkesinde de Novaturas ile yazılı basın ve açık hava mecralarında birlikte reklam faaliyetleri yürütüldü. Müşavirliğimizce yürütülen birlikte reklam faaliyetleri, Finlandiya ve Baltık Ülkelerinde 2015 yılında, kapasite ve mecra sayılarında artış göstererek devam ediyor.

#### Finlandiya'daki Faaliyetlerimiz

Finlandiya pazarına yönelik temel hedefimiz 'turizm destinasyonu olarak Türkiye' algısı içerisinde Türkiye markasını hak ettiği şekilde konumlandırmak, ülkemizin sunmuş olduğu kültürel ve turistik olanakları, Türk kültür ve misafirperverliğini en iyi şekilde tanıtmaktır. Ülkemizin Finlandiya'daki popüler yaz destinasyonu olma özelliğini muhafaza ederek, diğer turizm ürünlerimizi de tanıtmak ve rakip ülkeler karşısında Türkiye'yi bir adım daha ileriye götürecek çalışmalar gerçekleştirebilmek adına; aktif medya ilişkilerini güçlü tutmak, sosyal medya aracılığı ile potansiyel seyahatçiye ulaşmak, Fince ve İngilizce dillerinde etkili enformasyon hizmetleri sunmak, farklılık yaratacak ve markamızın gücünü vurgulayacak reklam stratejileri belirlemek ve Fin halkının taleplerini dikkate alarak kültürel ve sosyal faaliyetler düzenlemek önceliklerimiz arasında yer alıyor.

#### Ağırlama Faaliyetleri

Finlandiya ve Baltık ülkelerinden alanlarında önde gelen, basında belirli bir otorite ve tecrübe sahibi kişiler ile sosyal medya fenomenlerine yönelik ağırlama faaliyetleri yürütüyoruz. 2014 yılı içerisinde Finlandiya'dan 45, Estonya, Litvanya ve Letonya'dan 46 kişi olmak üzere toplam 91 basın mensubu ülkemizde ağırlandı. Gerçekleştirilen ağırlamalar aracılığıyla, tanınan destinasyonların bilinmeyen yönleriyle ülkemizin henüz keşfedilmemiş değerlerinin ön plana çıkarılması hedeflendi. 2014 yılında İstanbul'u şehir ve kültür turizmi konsepti ile tanıtmak, pazardaki yükselen değerlerimizden Kapadokya'yı daha bilinir hale getirmek, Pazarda "Türk Rivierası" olarak tanınan güney sahillerimizin popülerliğini canlı tutmak ve Doğu Anadolu'nun turizm ürünlerini ön plana çıkarmak amacıyla anılan destinasyonlarımızda ağırlama faaliyetleri gerçekleştirildi.

#### Katılım Sağlanan Fuarlar

Her yıl Ocak ve Şubat aylarında, başta Finlandiya'nın başkenti Helsinki'de düzenlenen, Kuzey Avrupa'nın en büyük turizm fuarlarından olan ve her yıl 60.000'in üzerinde ziyaretçi sayısına ulaşan Matka Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı olmak üzere, Litvanya'nın başkenti Vilnius'ta düzenlenen Adventur Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na, Letonya'nın başkenti Riga'da düzenlenen Balttour Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na ve Estonya'nın başkenti Tallinn'de düzenlenen Tourest Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na kamu-özel sektör işbirliği ile iştirak etmekteyiz.

## İSVEÇ VE NORVEÇ PAZARINDA TÜRKİYE

İsveç ve Norveçli vatandaşların başlıca seyahat destinasyonları, İskandinav ülkeleri ve diğer komşu AB ülkeleridir. İskandinav ülkeleri arasında çok sayıda günübirlik iş seyahatlerinin gerçekleşmesi ve AB içindeki serbest dolaşım çerçevesinde pasaport kontrolü yapılmaması söz konusu ülkelere ziyaretleri kolaylaştırmaktadır. İstatistiklere göre 2014 yılında dört milyon altı yüz bin (bu rakam 2013 yılı için beş milyondur) İsveçli Akdeniz Çanağındaki ülkelere seyahatte bulundu. Bu kapsamda birbirine benzer verilere sahip olan İsveç ve Norveç açısından tatil amaçlı seyahatlerde İspanya önceki yıllarda olduğu gibi en çok tercih edilen destinasyon olurken Türkiye ise Akdeniz Çanağındaki rakip ülke Yunanistan'ın önünde yer alarak yaz tatili sıralamasında İspanya'nın ardından ikinci sıradaki yerini korudu.

2015 yılı ilk altı aylık dönemde ülkemizi ziyarete gelen İsveçli turist sayısı 280.285 kişi, Norveçli turist sayısı ise 122.216 kişi oldu.

### Pazardaki Tur Operatörleri

İsveç ve Norveç'te faaliyet göstermekte olan başlıca tur operatörleri Ving, Fritidsresor, DETUR, Nazar Tur ve Apollo'dur. İsveç pazarındaki üç büyük charter şirketi olan Fritidsresor, Ving ve Apollo'nun toplam pazar payı %90 civarında ve toplam Türkiye'ye ortalama taşıma kapasiteleri 150.000'in üzerindedir.

Pazardaki tur operatörlerinden edinilen bilgiler, İsveç'ten Türkiye'ye olan ilginin 2014 senesi ile aynı seviyede olduğu, Türkiye satışlarında 2014 yılında yüksek düzeyli azalış yaşanmadığı, İzlanda pazarında artış yaşandığı, 2015 yılının başlangıcında Alanya ve Side'ye olan talepte bir miktar artış gözlemlendiği

yönündedir.

Tur operatörlerinin rakip ülkeler hakkındaki 2015 yılı beklentileri ise, İspanya'nın önceki yıllardaki gibi ilk destinasyon tercihi olduğu, İtalya ve Yunanistan'a talebin aldığı yüksek olduğu, ekonomik kriz yaşayan Yunanistan'ın kaybettiği turistleri geri kazanmasına yönelik desteğin de devam edeceği, bunun yanı sıra Hırvatistan'a gitmeyi planlayan turist sayısında da bir artış bekledikleri yönündedir.

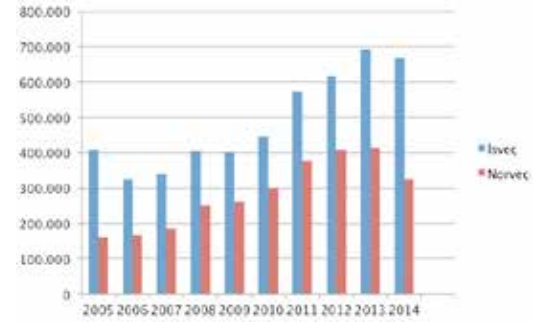
### İsveç Pazar Eğilimleri

İsveç pazarı üzerine yapılan araştırmalarda, 2014 yılında İsveçlilerin %81'inin en az bir defa yurtdışına seyahate çıktıkları, nüfusun %65'inin seyahat etmeyi öncelikli olarak tercih ettiği, yurtdışı tatilini belirleyenlerin genellikle bayanlar olduğu ve Stockholm'de yaşayanların en çok seyahate bütçe ayırdığı ifade ediliyor.

İsveçlilerin %48'i yaz tatillerine ilişkin rezervasyonu 5 ile 1 ay öncesinde yaptırırken, %20'si ise 1 ay veya daha az bir süre öncesinde yaptırmaktadır. İsveçlilerin yaz tatili planlamaları genelde bütçeleri kapsamında belirleniyor. Tatil destinasyonunu belirleyen diğer faktörler ise arkadaş veya diğer aile bireylerinin yapmak istedikleri, iş yerinden alınan izin süresi ve İsveç'teki hava şartları olarak sıralanıyor.

2015 yılı ilk dört ay ve yaz ayları için İsveçlilerin en popüler turizm destinasyonları arasında kitle turizminde Antalya, Mayorka'dan sonra 2. sırada, şehir turizminde ise İstanbul, New York ve Barselona'dan sonra 3. sırada yer alıyor. İsveçli turist açısından en çok tercih edilen turizm destinasyonları sıralamasında ülkemiz 2. sıradaki yerini koruyor.

2015 yılında en büyük artış göstermesi beklenen destinasyon İtalya'dır. Toplam turist sayısında ilk beşe giremeye de İtalya'nın hızla



2005-2014 Yılları Arasında Ülkemizi Ziyaret Eden İsveç Norveçli Turist İstatistikleri



yükselişte olduğu izlenmektedir.

Şehir turları değerlendirildiğinde; özellikle New York, İstanbul, San Francisco ve Londra en popüler şehirler arasında yer alıyor. Şehir turizmine olan ilginin artmasının, insanların daha kısa ve daha sık seyahat etmelerini, ucuz uçak şirketlerinin devreye girmesini ve yeni destinasyonların ortaya çıkmasını tetiklediği düşünülüyor. İsveçlilerin şehir turizmi seçiminde önem verdikleri seyahat motivasyonları ise; kültür, görülmesi gereken yerler ve restoranlar, ucuz ve kolay ulaşım, daha önce seyahat edilmiş şehirlere gitme ve yeni şehirler görme isteği olarak sıralanıyor.

Son yıllarda İsveçlilerin gemi turlarına olan ilgisi de artmıştır. 2015 yılı ilk dört ayında, geçen yılın aynı dönemine göre gemi turlarına olan talebin %30 oranında arttığı, özellikle çocuklu ailelerin Akdeniz'e yapılan gemi turlarını tercih ettikleri, temel beklentilerinin ise kaliteli konaklama ve leziz yemekler olduğu ifade ediliyor. Klasik tatil anlayışının yerine, tatil deneyimlerinin ve gidilen ülkenin kültürü ve mutfağının tatil motivasyonu olarak öne çıktığı gözlemleniyor.





# En fazla etkileşim alan paylaşımlarımız



**Pinterest**

[pinterest.com/turkeyhome](https://pinterest.com/turkeyhome)



**twitter**

[twitter.com/Turkey\\_Home](https://twitter.com/Turkey_Home)



**Vine**

[vine.co/Turkey.Home](https://vine.co/Turkey.Home)

TURKEY HOME Sosyal Medya kanallarındaki toplam takipçi sayımız 3 milyonu aştı. Facebook sayfamız 2 milyondan fazla takipçi sayısına ulaştı. Instagram takipçi sayımız 100 bin sınırını geçerek 111 bine ulaştı. Twitter'da 580 binden fazla takipçiyle turizm destinasyonları kategorisinde dünya birinciliğimizi koruyoruz. En yeni mecramız Vine'da ise 12 binden fazla takipçimiz var.



**Google+**

[plus.google.com/+turkeyhome](https://plus.google.com/+turkeyhome)



**You Tube**

[youtube.com/turkeyhome](https://youtube.com/turkeyhome)



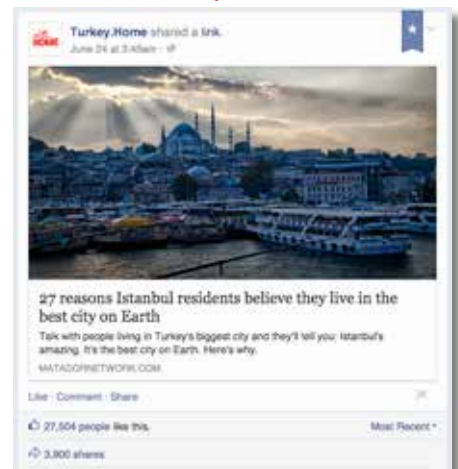
**Instagram**

[instagram.com/turkey\\_home](https://instagram.com/turkey_home)



**Linked in**

[linkedin.com/company/turkish-tourism-office](https://linkedin.com/company/turkish-tourism-office)



**facebook**

[facebook.com/TurkeyHomeOf](https://facebook.com/TurkeyHomeOf)



# İSVİÇRE SEYAHAT YAZARLARI BİRLİĞİ GENEL KURUL TOPLANTISI BALIKESİR - EDREMIT'TE

İsviçre Seyahat Yazarları Birliği'nin (Association Suisse Des Journalistes Du Tourisme) her yıl farklı bir ülkede gerçekleştirdiği Genel Kurul Toplantısı **Zürih Kültür ve Tanıtma Ataşeliğimizin** girişimleri ile 28 Mayıs 2015'te Balıkesir'in Edremit ilçesinde gerçekleşti.

Yaklaşık 40 İsviçreli seyahat yazarı üyenin katıldığı kongrede 17 yıldır birliğin başkanlığını yapan **Gérard Blanc** görevini **Philippe Nanzer**'e devrederek toplantıya ayrı bir anlam kazandı.

Bakanlığımız adına ülkemizde ağırlanan konuklara Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı **Dr. Cengiz Aydın**

akşam yemeğinde bir konuşma yaptı. İsviçreli seyahat yazarlarını ülkemizde ağırlamaktan duydukları

memnuniyeti dile getirdi. Aydın, yaptığı konuşmada 2014 yılında 400 bin rakamına ulaşan İsviçreli ziyaretçi sayısının daha da artmasını beklediklerini söyledi. Müzik eşliğinde eğlenen ve günün yorgunluğunu atan konuklara Bakanlıkça, yörenin ürünlerinden oluşan bir hediye paketi sunuldu.

Birliğin yine aynı sayıya yakın üyesi 2009 yılındaki genel kurul toplantısında da 3 gün süreyle Kapadokya'da ağırlanmış, Zürih Kültür ve Tanıtma Ataşeliği bu kongre sonrasında İsviçre basınında Kapadokya destinasyonu hakkında geniş haberlere yer verildiğini belirtmişti.

Balıkesir'in turizm potansiyelini göstermek amacıyla İsviçreli seyahat yazarları 27-31 Mayıs 2015 tarihleri arasında dört gün boyunca bölgede ağırlanmıştır. Kaz Dağları, gastronomik değerlerin yanı sıra bölgenin açık hava sporları ve eko turizm potansiyeli de tanıtılmıştır. 🌿



## IMEX Frankfurt Fuarı

Dünya toplantı endüstrisinin kalbinin attığı **IMEX Frankfurt** fuarının 13.sü 19-21 Mayıs'ta Frankfurt'ta yapıldı.

9.000'e yakın ziyaretçi ile 50 ülkeden 3.500 davetlinin katılım sağladığı fuarda 62.000 civarında B2B görüşme gerçekleşti.

19 Mayıs'ta standın açılışını gerçekleştiren Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Dr. Cengiz AYDIN sektör temsilcileri ile bir araya geldi.

Frankfurt Kültür Ataşeliğinin İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) ile işbirliği içinde hazırladığı 400 metrekarelik standımızda toplamda 50 sektör kuruluşu yer aldı. Standımızda ülkemize has lezzetlerin de sunumu yapıldı.

Profesyoneller ile stant katılımcılarının yaptığı ikili görüşmelerin esas olduğu fuarda Türkiye'deki toplantı ve kongre olanaklarının tanıtımı gerçekleştirildi. Türk Hava Yolları'nın yanı sıra İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya kongre ve ziyaretçi bürolarının da yer aldığı fuar süresince günlük olarak çıkarılan bir yayın olan IMEX Daily gazetesinde 3 gün boyunca Türkiye ilanları yayınlandı. 🌿







## POLONYA BASININDA TÜRKİYE

2014 yılında ülkemizi 510.569 Polonyalı turist ziyaret etti ve bu sayı önceki yıla göre % 20.67'lik bir artışı ifade ediyor. 2015 yılının ilk 6 aylık döneminde ise ülkemize gelen Polonyalı turist sayısında % 4.73'lük bir artış söz konusu.

Polonya'ya yönelik reklam ve fuar çalışmalarımız devam ediyor. Varşova Müşavirliğimiz bunlara ek olarak PR faaliyetleri yapıyor. Polonya medyasında ülkemizi tanıtan yazı ve görsellerin yer almasını amaçlıyoruz ve bu çerçevede yaptığımız çalışmaların meyvelerini almaya devam ediyoruz.

### Podroze

Seyahat dergisi Podroze'nin Mayıs sayısının kapağının tamamında Ölüdeniz'in çok güzel bir görseli mevcut.

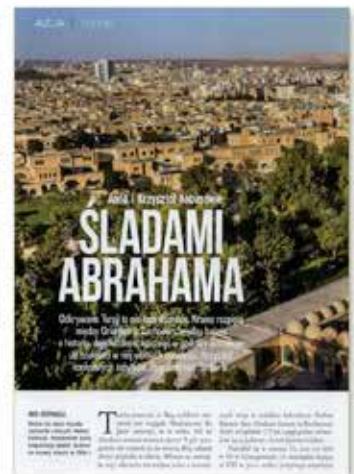
**"Türkiye: Riviera'da Tatil ve İç Bölgelere Yolculuk"** başlığının yer aldığı bu kapağın ardında da **Antalya** ve **Doğu Anadolu** bölgeleri hakkında bilgiler içeren 8'er sayfalık iki ayrı makale bulunuyor.

### Poznaj Swiat

Önde gelen bir seyahat dergisi Poznaj Swiat'ın Mayıs sayısında **"Türkiye: İbrahim'in İzinde"** başlığını taşıyan ve **Urfa, Harran, Göbeklitepe, Nemrut, Gaziantep** ve **Zeugma**'yı konu edinen 8 sayfalık bir makale bulunuyor. Bu makale daha önce ülkemizde ağırladığımız Anna ve Krzysztof Kobus'a ait...

### Business Traveller

İş ve seyahat dergilerinden Business Traveller'ın Nisan sayısının kapağını Büyük Mecidiye camisinin fotoğrafı kaplıyor. Dergide ayrıca **"Yeniden Doğan Şehir"** ve **"İstanbul'un Sanatsal Vizyonu"** başlıklarıyla toplamda 8 sayfalık iki makale var. Bu makalelerde şehrin taşıdığı ekonomik potansiyel, gelişen kongre turizmi, üçüncü havaalanı ve üçüncü köprü gibi önemli projeler ile kentin tarihi ve kültürel özelliklerinden de bahsediliyor. 🚀





# “Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri” ile “Efes” Dünya Miras Listesine Alındı.

Almanya'nın Bonn kentinde düzenlenen Dünya Miras Komitesi 39. Dönem Toplantısı'nda **Diyarbakır Kalesi** ve **Hevsel Bahçeleri** ile **Efes**'in Dünya Miras Listesi'ne kaydedildiği açıklandı. Böylece 2015 yılı Dünya Miras Listesi'ndeki varlık sayımız 15'e yükseldi.

Toplantıda ayrıca bir sonraki Dünya Miras Komitesi Toplantısı'nın 40.sının 2016'da İstanbul'da yapılacağı duyuruldu. 🌊



## YAŞAR KEMAL'İ ANMA GECESİ



Geçtiğimiz Şubat ayında kaybettiğimiz değerli yazarımız Yaşar Kemal'in anısına, **Paris Kültür ve Tanıtma Müşavirliği** ile **Yunus Emre Kültür Merkezi** işbirliğinde 17 Nisan 2015'te bir etkinlik düzenlendi. Fransa'nın Paris kentinde bulunan “Ulusal Kitap Merkezi” Binasında (CNL) gerçekleştirilen program, yazar **Nedim Gürsel** ve Fransız oyuncu **Isabelle Etienne**'in verdikleri konferans ile başladı. Nedim Gürsel'in Yaşar Kemal'in Türk edebiyatındaki yeri hakkındaki görüşlerini ve ortak anılarını paylaştığı, Isabelle Etienne ise ünlü yazardan Fransızca pasajlar sunduğu bu konferans sonrasında konuklar için bir resepsiyon verildi. 🌊



## İLE RÖPORTAJ

Seyahat sektöründe dünyanın en büyük haber, bilgi veri kaynaklarından pazarlama platformu Skift, bugüne kadar içlerinde Birleşik Krallık, Avustralya ve Dubai gibi ülke ve destinasyonların turizm tanıtımından sorumlu kurumların yöneticileri ile röportajlar gerçekleştiriyor.

**Skift.com**'da Tanıtma Genel Müdürü Sayın İrfan Önal ile sosyal medya stratejileri hakkında gerçekleştirilen röportajın bir kısmı 22 Mayıs 2015'te yayınlandı. 🌊

<http://skift.com/2015/05/22/interview-turkish-tourism-director-on-simpler-brand-messaging/>





## 2015 yılı ABD Road Show'u

Genel Müdürlüğümüz, Washington DC Kültür ve Tanıtma Müşavirliği ve New York Kültür ve Tanıtma Ataşeliği'nin organizasyonu ile ilki 19 Mayıs 2015 tarihinde New York'ta, ikincisi ise 21 Mayıs 2015 tarihinde Washington DC'de olmak üzere, Birleşik Devletler'deki yerleşik tur operatörleri ve seyahat acentalarına yönelik bir roadshow gerçekleştirmiştir.

Tanıtma Genel Müdür Yardımcılarımız **Ahmet Temurci** ve **Ramazan Çokçevik**'in de katılım sağladığı Road Show'da Amerikalı tur operatörleri ve seyahat acentalarına yapılan bir sunumla ülkemizin dünya turizm pazarındaki konumu, turizmimizin gelişimi, Kuzey Amerika'daki potansiyelimiz ve işbirliği imkânları ortaya konulmuştur.

New York ve Washington DC'de medya mensuplarının yanı sıra, United States Tour Operator Association (USTOA) ve Cruise Lines International Association (CLIA) gibi sektör birliklerinin temsilcileri ile de görüşmelerin yapıldığı etkinlikte Türk Hava Yolları yetkilileri de sunum yapmıştır.

Pazar payımızı arttırmayı hedeflediğimiz Amerika Birleşik Devletleri'nde yaptığımız reklam, ağırlama ve fuar faaliyetlerine ek olarak roadshow organizasyonlarını Chicago, Miami ve Los Angeles'da da sürdürmeyi planlıyoruz. 🍷



## Azeri dostlarımızı Isparta'da ağırladık.

Azerbaycan'da yayınlanan "Türk Elleri Adım Adım" TV programının "Gül Nağlı" (Gül Masalı) adlı bölümünün çekimi için 29 Mayıs-02 Haziran 2015 arasında **Azerbaycan Jurnalist Kadınlar Birliği**'nden 4 basın mensubunu Isparta'da ağırladık.

Gül hasadının ve de geleneksel yöntemlerle gül yağı çıkarılmasının da kayda alındığı program boyunca konuk basın mensupları Türkiye'nin "Gül Bahçesi" olarak nitelendirilen Isparta'nın tarihi ve turistik yerlerinde ağırlandı. Keçiborlu Kılıç Kasabası'ndaki Gül Yağı Fabrikası ve Gül Bahçeleri, Gönen Güneykent Kasabası'ndaki Gül Bahçeleri, Yunus Emre Parkı, Prof. Dr. Turan Yazgan Etnografya Müzesi, Gül Evi, Isparta Merkez'deki Gökçay Mesireliği, Gülbirlik Genel Müdürlüğü Fabrikası gibi yerleri gezen konuk basın mensupları Güneykent Belediye Başkanı Fahrettin Gözgün; Gülbirlik Genel Müdürü Hasan Çelik; Rosense Genel Müdürü İbrahim Işından; Isparta Belediye Başkanı Yusuf Ziya Günaydın ile röportajlar gerçekleştirdiler. 🍷



## HOME Twitter'da 1000 Destinasyon Arasında Birinci Sırada...

Rise, rise.global/touristboards adresinde yayınladığı listede Turkey Home'a "Twitter'daki 1000 seyahat destinasyonu" listesinde **1. sırada** yer verdi.

Turkey Home'u takip eden hesaplar ise sırasıyla; Visit London, Visit Philippines ve Visit Britain oldu. Listede hem ülke hem de şehir bazında kurulmuş ve doğrulanmış olan hesaplar yer alırken Twitter'da şehir bazlı en popüler ilk üç destinasyon da Londra, Las Vegas ve New York olarak belirlendi. 🍷

Rank	Tourist Board	Twitter Followers
1.	<b>Turkey Home</b> Turkey, where the East meets with the West... The past converses with the future. Discover Turkey: home of two continents, hospitality, heavenly food, and more.	540,990
2.	<b>Visit London</b> http://visitlondon.gov.uk/ London's official city guide	346,341
3.	<b>Visit Philippines</b> Philippine Tourism Department's official page   Instagram: @tourismph   Contact us at +632 451 5200	297,742
4.	<b>Visit Britain</b> The official tourist board for Great Britain inspiring you on your travels. Share your Great Britain stories and pics using #LoveGreatBritain and we'll RT!	297,704



## Japon Medya Temsilcileri Antalya Burdur ve Isparta'da Ağırlandı.


Japonya'daki medya kuruluşları ve PR firmasından bir heyet 28-31 Mayıs 2015 tarihlerinde Batı Anadolu Kalkınma Ajansı'nın (BAKA) işbirliğiyle Antalya, Burdur ve Isparta'da ağırlandı. Bu ağırlama üzerine çalıştığımız "destinasyon çeşitlendirme" ve "uzak pazarlardan turist çekme" stratejileri açısından bir deneyim oluşturdu. Konuklarımıza bölgedeki turizm ürünlerinin yanı sıra özellikle gül ve çiçek kültürünün tanıtıldığı bir program düzenlendi. Bu çerçevede önce "Çiçek ve Çocuk" temalı uluslararası botanik sergisinin yer alacağı EXPO 2016 Antalya fuar alanı ziyaret edildi. Sonrasında ise Gönen ilçesine bağlı Güneykent kasabası ve Isparta Gülü'nün yetiştirildiği gül bahçeleri gezildi. Burada Japon medya mensupları Haziran ayındaki "Gül Hasat Festivali" hakkında Güneykent Belediyesi Başkanıyla bir röportaj da yaptı.

## Güney Koreli Heyet Antalya, Isparta, Burdur, Muğla ve Denizli'de Ağırlandı.

Güney Koreli medya ve seyahat acentalarının temsilcilerini 03-09 Haziran 2015 tarihleri arasında ülkemizde ağırladık. Antalya, Isparta, Burdur, Muğla ve Denizli illerimizin yer aldığı bu programda bölgede yer alan tarihi ve doğal çekim merkezleri konuklarımıza gezdirildi. Noel Baba Müzesi, Kekova, Sagalassos ve Side antik kentleri, Antalya Kaleiçi, Olimpos Dağı, Çıralı sahili, Yanartaş, Isparta gül bahçeleri, Gülyazı Müzesi, Bodrum, Marmaris, Dalyan ve Pamukkale'yi gezen heyet üyeleri program güzergâhında yer alan turistik tesisleri de incelediler.

## Koreli Entelektüeller İstanbul, Antalya ve Muğla'da Ağırlandı.

Bakanlığımızca 9 Koreli entelektüel 19-28 Haziran 2015 tarihleri arasında ülkemizde ağırlandı. Aralarında Kore Kültürel Miras Kurumu Başkanı Yim Dawnhee, Kore Turizm Örgütü Eski Başkanı Byun Choo Suk, Sogang Üniversitesi Profesörü Kim Dong Yule, Gwangju Enstitüsü Profesörü Jung Jin Hong, Kore İşbirliği Demeği Başkanı Yoon Eun Key, "Bilmediğimiz Türk Tarihi" adlı kitabın yazarı, muhabir Lee Jong Heon, Daejeon Munhwa Broadcasting Başkanı Lee Jin Sook, HotelnAir.com CEO'su Han Ki Doo ve gazeteci-yazar Suh Myung Sook'un bulunduğu Koreli entelektüeller Kore gazilerimizle de buluştu.

İstanbul'da düzenlenen ve Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Ramazan Çokçevik'in de katıldığı akşam yemeğinde Kore Kültür Merkezi Müsteşarı Dongwoo Cho, Erciyes Üniversitesi Kore Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Başkanı Doç. Dr. Göksel Türközü, aynı bölümden öğretim üyesi Hatice Türközü, Türkiye-Kore Ticari Kültürel ve Ekonomik İlişkileri Geliştirme Demeği Başkanı Özlem Tezer, konuklarımızla biraraya geldiler. İstanbul'dan sonra programda Antalya ve Muğla da ziyaret edildi. 





## “Çanakkale’yi Anlamak”

Çanakkale Savaşı’nın 100. yılı vesilesiyle Türkiye genelinden 14 grup halinde toplam 726 öğrenci ve rehber öğretmeni, 3 Mayıs-2 Haziran 2015 tarihleri arasında Milli Eğitim Bakanlığı işbirliğinde Çanakkale’de ağırladık. Konuk ettiğimiz öğrencilerimize profesyonel rehberler eşliğinde Çimenlik Kalesi, Aynalı Çarşı, Truva Atı, Gelibolu Şehitlikleri, Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi ve Conk Bayırı’nı ve de Çanakkale şehir merkezini gezdirdik. 🌊



## AVRUPA BAYANLAR GOLF ŞAMPİYONASI BELEK’TE YAPILDI.

Mineks International tarafından organize edilen Avrupa Bayanlar Golf Turnuvası 17-20 Mayıs 2015 tarihleri arasında Belek National Golf Club’te yapıldı. Bakanlığımızın gala yemeğiyle destek verdiği turnuvaya 32 ülkeden 126 profesyonel kadın golfçü katıldı.

3 gün süren turnuva sonunda şampiyonluğa İsveçli Emma Westin ulaştı. Turnuvada 2’nciliği İsviçreli Lina Boovist, 3’üncülüğü Hindistan’dan Vani Kapoor, 4’üncülüğü ise İsviçreli Caroline Rominger kazandı. En iyi amatör sporcu olarak Kolombiya’dan Anna Christina Kindgren’in seçildiği turnuvada bu yıl toplamda 500 bin Euro para ödülü dağıtıldı. 🌟





# WORLD TOURISM FORUM

Genç Turizmciler Demeği'nin organize ettiği World Tourism Forum 30 Nisan 2015'te İstanbul Shangri-La Bosphorus Hotel'de gerçekleştirildi.

World Tourism Forum, ağırlıklı olarak Türkiye, Türki Cumhuriyetleri, Rusya, Körfez Ülkeleri ve Avrupa kıtasında turizm sektörüne yön veren uzman ve yöneticileri bir araya getirdi. Zirvede kültür diplomasisi, online turizm, destinasyon pazarlaması, kongre turizmi, sağlık turizmi, akıllı otelcilik, hava yolu taşımacılığı ve hava limanları, turizmin ekonomiye etkileri, turizm ve yeni nesil pazarlama ve 2030'a doğru turizm başlıkları ele alındı, Türkiye'nin sektördeki geleceğinin yanı sıra küresel trendler de tartışıldı.



World Tourism Forum'un konuşmacıları arasında New York Kültür ve Turizm Başkanı Marty Markowitz, Facebook ve Instagram MENA Bölgesi Seyahat, Otomotiv ve Finans Sorumlu Başkanı Terry Kane, Trip Advisor Satış Sorumlu Başkan Yardımcısı Martin Verdon-Roe, Expedia Başkan Yardımcısı ve Perakende Grup Başkanı Gary Morrison, Amadeus Başkan Yardımcısı Svend Olav Leirvaag ve CNN International Finans Editörü Todd Benjamin Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Dr. Cengiz Aydın, Gazeteci Mesut Yar, Turizm sektörünün öncülerinden Cem Kınay ve 24 TV'nin Mali Editörü Zeliha Saraç vardı.

Etkinliğin sonunda düzenlenen gala gecesine Bakanlığımız sponsor oldu. World Tourism Forum uluslararası değerlendirme komitesi tarafından 36 dalda verilen ödüller sahiplerini buldu. 🏆



## SEYYAHİNDEN TURİZME



Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kuruluşunun 50. yıldönümü dolayısıyla hazırlanan İstanbul ve Ankara'da açtığımız **"Seyyahinden Turizme"** adlı sergileri daha önceki sayılarda siz bülten okurlarımız ile paylaşmıştık. Bu kez, serginin konusu olan eski broşür, afiş ve belgelerin yer aldığı **"Seyyahinden Turizme"** adlı bir kitap çalışması yaptık. Okurlarını Türkiye'nin turizm tarihinde bir yolculuğa çıkaran bu kitap 232 sayfadan oluşuyor. 📖

## YENİ BROŞÜRÜMÜZ "MEDENİYETLER BEŞİĞİ TÜRKİYE"

Genel Müdürlüğümüzce hazırlanan **"Turkey: Home of Civilizations"** adlı broşür yayınlandı.

Broşürün içeriğinde ülkemizin insani ve tarihi birikimi, yüzyıllar boyunca farklı inançların yan yana yaşadığı kültürel ortamı, köylerimiz, geleneksel Türk şehri ve de büyükşehirlerin sunduğu farklı imkânlar; bunların yanı sıra sanat etkinlikleri, el sanatları zenginliği, mutfak ve alternatif turizm imkânları yer aldı.

Broşürde kullanılan görsellerin önemli bir bölümü, Genel Müdürlüğümüz tarafından gerçekleştirilen **"Türkiye Neyin Evi, Neyin Yurdu?"** yarışmasında dereceye giren fotoğraflarla küresel reklam kampanyası için ülkemize davet edilen ünlü fotoğrafçıların eserlerinden seçildi. Bu yayında bir yenilik olarak [www.hometurkey.com](http://www.hometurkey.com) adresine ait QR kodu uygulamasına da yer verildi. 📱







# HOME OF PAEONIA TURCICA

## **PAEONIA TURCICA**

Located where Asia and Europe meets, Turkey is showered with almost 12 thousand species, of which four thousand are endemic. Arguably though, none of them are more elegant and fragile than the Turkish peony. An endemic to the Antalya Province of Turkey, this fabled beauty has been selected as the symbol of the International Horticultural EXPO 2016 Antalya, Turkey. Next year, visit the idyllic city of Antalya and enjoy our peerless flora, culture and history. **Discover Turkey, home of paeonia turcica. Be our guest!**



**Visit our garden**

**RHS Hampton Court Palace Flower Show**

**30 June - 5 July 2015**





# TURCICA

#HomeOf  
#RHSHampton  
#Expo2016Antalya



# ALP ALPER FOTOĞRAF SERGİSİ

**“1000 FİTTEN TÜRKİYE” SERGİSİ İLE TÜRKİYE’NİN KUŞBAKİŞİ GÜZELLİKLERİ YUNANİSTAN’DAKİ FOTOĞRAFSEVERLERLE BULUŞTU.**

“1000 Fitten Türkiye” adlı fotoğrafçılık çalışmasını Türkiye’nin yanı sıra Berlin, Londra, Paris ve New York gibi dünyanın önemli merkezlerinde sergileyen ve çektiği kuşbakışı fotoğraflarla **“hava fotoğrafçısı”** olarak tanınan **Alp Alper**, Türkiye coğrafyasına farklı bir gözle bakmayı sağlıyor.

Sanatçının geçtiğimiz yıl Belgrad’ın en işlek meydanında Müşavirliğimizin destekleriyle açtığı serginin ardından Balkanlardaki ikinci fotoğraf sergisi bu kez Atina’da yine Müşavirliğimizin katkılarıyla 5-16 Mayıs 2015 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Şehrin önde gelen kültürel mekânlarından biri olan lanos Kitabevi’nin ev sahipliği yaptığı fotoğraf sergisi önemli miktarda ziyaretçi çekerek geniş bir kitleye ulaştı. Bu serginin tanıtım ve basın duyurusu lanos Kitabevi tarafından gerçekleştirildi. Ziyarete gelenlerin piyano eşliğinde karşılandığı sergi açılışında Müşavirliğimizce 100 kişilik bir kokteyl de verildi. 🍷



## SELANİK TURİZM ÇALIŞTAYI

Yunanistan turizm pazarında henüz kısa bir süredir faaliyet gösteren **Atina Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz** ülkenin özel sektör temsilcileri ile işbirliğini sürdürmeye devam ediyor.

31 Mart 2015 tarihinde başkent **Atina**’da **TÜRSAB, HATTA** (Yunan Seyahat Acenteleri Birliği) ve **THY** işbirliğinde gerçekleştirilen **“Türkiye’nin Turizm Destinasyonları ve Turizmde Türk-Yunan İşbirliği”** adlı çalıştay özel sektör temsilcileri ve seyahat otoriteleri tarafından yoğun ilgi görmüş, turizm çevreleri tarafından iki ülke arasındaki ilişkiler açısından oldukça faydalı olarak değerlendirilmiştir.

Aynı tema ile 28 Nisan 2015 tarihinde Kuzey Yunanistan’ın merkezi olan Selanik’te ikinci bir turizm çalıştayı gerçekleştirildi. Kuzey Yunanistan bölgesi seyahat alışkanlıkları ve ülkemize olan ilgisiyle Yunanistan’ın diğer kesimlerinden farklı bir nitelik gösteriyor. Bu nedenle, bölgede Türkiye adına bir farkındalık yaratılması, bölgedeki acentelerin ve tur operatörlerinin yetkin makamlar tarafından bilgilendirilmesi büyük önem taşıyor.

Atina’daki turizm çalıştayında olduğu gibi bu çalıştayda da işbirliğinin geliştirilmesi üzerinde duruldu ve ülkemizden turizm destinasyonları temsilcilerinin katılımıyla da çok taraflı bir paylaşım ortamı sağlanmış oldu. Workshop programı kapsamında sunumlar ve ikili görüşmeler yapıldı. Toplantılarda Yunanistan’ın ve Türkiye’nin birçok kültürel benzerliği olduğu ve karşılıklı işbirliği ile turizm hareketliliğinin artırılması gerektiği vurgulandı. 🌱





# TECHNOPOLIS CAZ FESTİVALİ

**YUNANİSTAN'IN EN ÖNEMLİ AÇIKHAVA  
ETKİNLİĞİNDE MERCAN DEDE VE GRUBU  
KONSER VERDİ.**

Atina'da yaz döneminde düzenlenen en önemli açık hava etkinliklerinden biri olan ve 12 yıldır aralıksız düzenlenen Technopolis Caz Festivalini her yıl yaklaşık 20.000 kişi tarafından izleniyor. Bu yıl 15.cisi düzenlenen festivale Müşavirliğimiz girişimleri ile Türkiye'den de dünyaca ünlü neyzen ve besteci **Mercan Dede (Arkin Ilıcalı)** ve grubu katıldı. Binlerce kişi tarafından seyredilen konserde Türkiye'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan Mevlevi Sema Ayini de yer aldı. 




## SIRBİSTAN'DA 23 NİSAN BAYRAM KUTLAMASI

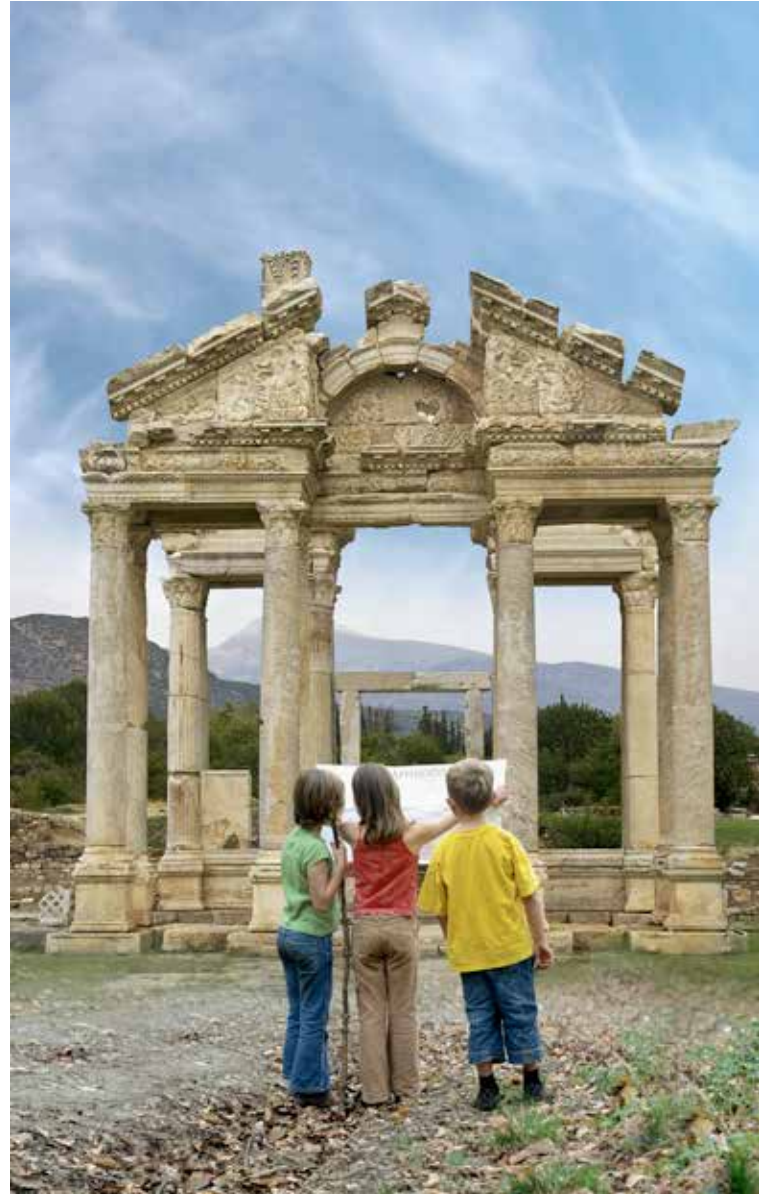


Belgrad Kültür  
ve Tanıtma Müşavirliğimiz

**23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı**  
münasebetiyle bir etkinlik düzenledi.

Etkinlik kapsamında saygın bir eğitim kuruluşu olan **Belgrad Çocuk Kültür Merkezi**'ndeki Sırp çocuklara 23 Nisan kutlamalarına dair bilgiler verildi ve çocuklara yönelik **"Türk Mimarisi ve Süslemeleri"** konulu bir resim yarışması düzenlendi. Devlet televizyonu mensupları ve gazetecilerin takip ettiği kutlama programına ve ödül törenine ünlü Sırp şarkıcı **Goca Tržan**, sunucu **Nina Lečić**, ünlü aşçı **Nenad Gladić** çocukları ile beraber katıldılar.

Yarışma sonucunda ilk üç dereceye giren eserlerin sahibi çocuklara tablet, fotoğraf makinesi ve resim setinden oluşan ödülleri verildi. Ödül töreninin ardından iki kız çocuğu İstiklal Marşı'nı okudu ardından da popüler Türk şarkılarını seslendirdi. 





3 Haziran 2015 tarihinde Türkiye'nin yeni nesil piyanistlerinden Rüya Taner, İsveç'in başkenti Stokholm'de Müşavirliğimizin katkılarıyla bir piyano resitali verdi.

Rüya Taner'e perküsyon sanatçısı Dinçer Özer'in eşlik ettiği resitalde Chopin, Liszt, Debussy, Liapunov, İnce ve Akdil'in eserleri yer aldı. Yaklaşık bir buçuk saat kadar devam eden resitali dinleyenler arasında kültür ve sanat adamları, politikacı ve diplomatlardan oluşan 150 davetli bulunuyordu.

Resital sonrasında Stokholm Büyükelçiliğimizce bir resepsiyon verildi. Davetlilere Türk mutfağından yiyecek ve içecek ikramında bulunuldu. 🍷



## MOSKOVA'DAKİ KÜLTÜR VE SANAT ETKİNLİKLERİ



Büyükelçilik rezidansında 28 Mayıs 2015'te modern Türk kıyafetlerinden oluşan bir defile düzenlendi. Aynı gün Büyükelçilik rezidansında kurulan özel alan içerisinde Müşavirliğimizce yaptırılan "Dünyanın en büyük müzesi Türkiye" ve "Truva Atı" sergisi düzenlendi.

Çanakkale Savaşı'nın 100. yıldönümü dolayısıyla, Toplumsal Konsey (Obşestvennaya Palata) binasında 28 Mayıs'tan itibaren 10 gün boyunca fotoğraf ve resim sergisi düzenlendi.

Müşavirliğimizce 29 Mayıs'ta Kremlin Sarayı'nda yapılan Anadolu Ateşi gösterisine PR ve tanıtım desteği verildi. Gösteri öncesinde ve fuaye alanında sponsorlardan olan Coral Tur operatörüyle birlikte reklam görsel spotumuz yayınlandı. 🌿



## Marie Claire Ukrayna'nın Mart 2015 sayısındaki Ankara yazısı

"Marie Claire" dergisinin Ukrayna baskısının Mart 2015 sayısında Elena Romanenko'nun Ankara ile ilgili 4 sayfalık yazısı yer aldı. "Eski Şehir" başlıklı yazıda Ankara'daki şehir hayatı, kafe ve eğlence kültürü, Anıtkabir, Kocatepe Camii ve Gordion antik kenti anlatılıyor. 🍷



## 22. ULUSLARARASI BUDAPEŞTE KİTAP FUARI



23-26 Nisan 2015 tarihlerinde Budapeşte Uluslararası Kitap Fuarı'nın 22.si gerçekleştirildi. 60 m<sup>2</sup>'lik sergi alanımızda ülkemizin çeşitli yayınevlerinden yaklaşık 600 eser yer aldı. Kültürümüz, medeniyetimiz ve tarihimizle ilgili çeşitli kitaplar ile Bakanlığımızın yayınlarından örnekler ziyaretçilerin yoğun ilgisiyle karşılaştı.

TEDA projesi kapsamında son on yılda Türkçe'den Macarca'ya çevrilerek yayınlanmış 35 esere özel bir bölüm ayırdığımız sergi alanımızda bu önemli projenin tanıtımıyla ilgili katalog ve promosyon ürünleri de ziyaretçilere dağıtıldı. Yine, Türk mutfağından değişik tatlar ikram edildi. Standımızda ayrıca Yunus Emre Enstitüsü ve Budapeşte Türk Kültür Merkezi'nin faaliyetleri de tanıtıldı.

Fuar süresince Müşavirliğimiz standını ziyarete gelen ilgililerle; medya mensupları, yayınevleri, yazarlar ve çevirmenlerle yapılabilecek ortak çalışmalara dair görüşmeler de gerçekleştirdi. 🦋



## MARMARİS BİSİKLET ROTALARI BASIN GEZİSİ

Bölgedeki bisiklet rotalarını tanıtmak amacıyla 06-09 Mayıs 2015 tarihleri arasında İsviçreli 7 gazeteci Marmaris'te ağırlandı. İşaretlendirme ve haritalandırma çalışmaları yeni tamamlanan 700 km'lik bisiklet rotası düzenlenen basın gezisiyle İsviçreli gazetecilere tanıtıldı.

Marmaris'te 2 gün boyunca pedal çeviren basın mensupları bir yandan bölgenin doğal güzelliklerini keşfederken geçtikleri köylerde de Türk kültürünü tanıma fırsatı buldular.

Programın birinci gününde Marmaris, Beldibi, Ovacık, Karaca ve Çamlıköy rotasında yapılan 31 km'lik bisiklet turunun ardından Çamlıköy'de dinlenildi. İkinci gün ise Okluk Koyu, İngiliz Limanı, Ayın Koyu, Kargılı Koyu bisiklet rotaları tamamlandıktan sonra bir yat gezisi tertiplendi.


İsviçre'de en popüler sporlar arasında gösterilen bisikletin İsviçreli turistlerin tatil kararlarında rol oynadığı düşünülmektedir. 🦋





# İTALYA BASININDA TÜRKİYE

Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz İtalyan seyahat yazarlarından oluşan yirmi kişilik grubu İzmir Kalkınma Ajansı ile birlikte 18-22 Mayıs 2015 tarihlerinde İzmir'de ağırladı. Sunexpress firmasının yeni açılan Roma ve Milano seferleri ile doğrudan İzmir'e uçan konuklar beş gün süresince İzmir şehir merkezi, Efes, Şirince, Meryem Ana Evi, Foça, Bergama, Seferihisar, Urla, Çeşme ve Alaçatı'nın turizm ürünlerini yakından tanıma fırsatı buldular.


Müşavirliğimiz, Türk Hava Yolları Roma ve Torino ofisleri ile devam eden işbirliği çerçevesinde 24-27 Mayıs ve 07-10 Haziran 2015 tarihleri arasında ise turizm sektör gazetecilerini bu kez İstanbul'da ağırladı. Bu ağırlamalarda ise Ayasofya, Kapalı Çarşı, Yerebatan Sarıncı ve Galata Kulesi gibi mimari ve kültürel değerleri konuklarımıza etraflıca tanıtıldı. 



## MODA DERGİSİ MARIE CLAIRE'DE İSTANBUL

Dünyanın birçok ülkesi ile birlikte İspanya'da da yayımlanan moda dergisi "Marie Claire" ekibinden 5 kişilik bir grup ile İspanya'nın ünlü sanatçılarından **Ana Carlota Garcia Fernandez** moda ve lifestyle çekimleri çerçevesinde 08-12 Nisan 2015 tarihlerinde **İstanbul**'da ağırlandı. Bu faaliyet sonucunda derginin Haziran sayısında 6 sayfalık İstanbul haberi yer aldı.

Ana Carlota Garcia Fernandez yakın zamanda yaşadığı kayıp nedeniyle bir süredir basında yer almamaktaydı. Bu aradan sonra sanatçının ilk çekimi, "**Ana Fernandez İstanbul'da Yeniden Gülümsüyor**" başlıklı haber çerçevesinde İstanbul'da gerçekleşmiş oldu.

İstanbul'un tarihi ve turistik alanlarının yanı sıra modern alışveriş merkezleri, kafe ve restoranların konu edildiği yazıda; İstanbul Boğazi, İstiklal Caddesi, Mısır Çarşısı, Kapalıçarşı, Ayasofya, Balat, Nişantaşı ve Kanyon Alışveriş Merkezi gibi mekânlar da yer aldı. 





# 1. DÜNYA GASTRONOMİ TURİZM FORUMU

1. Dünya Gastronomi Turizm Forumu İspanya'nın San Sebastian şehrinde 27-29 Nisan 2015 tarihleri arasında yapıldı. Genel Müdürlüğümüzden Kültür ve Turizm Uzman Yardımcısı **Sercan Kirpar**'ın katıldığı forumda “Gastronomi Turizm Destinasyonlarında Başarının Anahtarları”, “Yörelere Gastronomilerinin Korunması ve Zenginleştirilmesi”, “Gastronomi Turizmi Destinasyonlarında Markalaşma” başlıkları altında atölye çalışmaları düzenlendi. Forumda özellikle şu konular öne çıkarıldı:

**Sürdürülebilirliğe Bağlılık:** Turizm, halen ülkelerin istihdamlarına ve GSMH'lerine önemli ölçüde katkı sağlayan sektörlerden biri olma özelliğini korumaktadır. Ancak, Dünya Turizm Örgütü'nce belirlenmiş olan 3 önemli boyut çerçevesinde nasıl sorumlu bir şekilde büyüyeceğimiz hesaba katılmalıdır: Çevresel (emisyonların azaltılması), sosyokültürel (destinasyonun özgünlüğü) ve ekonomik (gelirin eşit dağılımı). Gastronomi turizmi, kitle turizmi olarak uygulanmamalıdır ve sürdürülebilir olması için çevresel olarak etik olmalıdır.

**Glokalisierung Zorluğu:** Pazarlama küresel bir kavram olabilir ancak, deneyim yereldir. Gastronomi turizmi, kültürel korumanın bir elementidir. Bölge ile ürünlerinin kalitesi ve özgünlüğü çevresinde yapılandırılması gereklidir, zaten bunlara anlam kazandıran şey kültürel kimliktir ve deneyimli turistler daha yerel olan deneyimlerin arayışındadır. Gastronomi turizmi, hissetmek ve tad almak gibi duygulardan oluşan hedonistik bir deneyimdir. Gastronomi, ulusal turizm markasının bir argümanı olarak markalaştırılabilir.

**Yerel Ekonominin Canlandırılmasında Gastronomi Turizmi:** Gastronomi turizmi, yerel kalkınma, istihdam yaratma ve diğer sektörler büyümesinde çarpan etkisine sahiptir. Turizmde mevsimselliği azaltmaya da katkı sağlayabilir.

**Profesyonel Tüketici Olarak Gastronomik Turist:** Küreselleşme tüm hızıyla devam ettikçe, turizm pazarlarının kontrolü, üreticilerden turistlere geçmiştir. Günümüzde deneyimli turistler, kaliteli hizmetten çok özgün ve akılda kalıcı deneyimler aramaktadır. Titiz ve kültürlü turistler, ziyaret ettikleri ve memnun kaldıkları destinasyonun tanıtımına WOM (Word of Mouth) ve internet yoluyla katkıda bulunur.

**Gastronominin Eşleştirilmesi:** Gastronomiye destinasyonun tanıtım stratejisinde önemli bir yer ayrılmalıdır. Her yörenin gastronomi potansiyeli vardır. Ancak destinasyonu daha çekici yapmak amacıyla, gastronomik ürün etrafında bir sunum yapılması, turizmin bütünsel (holistik) olmasından dolayı önemlidir. Başarılı uygulamaların, gastronomilerini doğal güzellikler, kültür ve tarih ile eşleştirdiği görülebilir. 🌿



## BİLB AO'DA “TÜRKİYE” TEMAL I WORKSHOP

İspanya'da kişi başına düşen milli gelir açısından en gelişmiş yönetim bölgesi olan Bask Bölgesi'nin başkenti Bilbao'da, 16 Nisan 2015 tarihinde “Türkiye” temalı bir workshop düzenlendi. Müşavirliğimiz, THY Bilbao Müdürlüğü ve TÜRSAB işbirliği içinde, Türkiye'deki seyahat acentaları ile yerleşik acentaların bir araya getirildiği workshopta B2B etkinliği de gerçekleştirildi. 🌿





# THY EUROLEAGUE FİNAL 4

## ÇALIŞMALARIMIZ

Avrupa'nın en prestijli kulüpler arası basketbol ligi olarak kabul edilen ve 2.112.803 kişi tarafından takip edilen Euroleague organizasyonunda özel bir tanıtım gerçekleştirdik. Çok sayıda ülkede canlı yayınlanan şampiyona çerçevesinde ülkemizden Fenerbahçe Ülker Spor Kulübü'nün ilk dört takım içinde yarıştığı organizasyonda saha içinde, Euroleague yayınlarında ve web sitesinde reklam ve logolarımız yer aldı.

- 01 Nisan-18 Mayıs 2015 tarihleri arasında İspanya'da gerçekleştirilen reklam faaliyetlerimizde Final Four resmi partner logosu kullanıldı.
- Etkinlik çerçevesindeki dört maçta, saha kenarındaki led ekranlarda toplam 12 dakikalık "Turkey Home" animasyonu gerçekleştirildi. (4 maç x 3 dakika)
- Sahadaki pota bacağına bulunan minderler üzerinde sabit "Turkey Home" logosu yer aldı.
- Euroleague tarafından verilen Final Four reklam görsellerinin tümünde "Turkey Home" logosu yer aldı.



- Resmi Final Four dergisinde 1 tam sayfa Türkiye reklamı yer aldı.
- Her maç günü saha içindeki scoreboardda 6 adet reklam spotu yayınlandı. (4 maç x 6 spot)
- Euroleague Final Four web sitesinde 1/20 rotasyonunda banner; tüm Euroleague web sayfalarında "Turkey Home" logosu yer aldı.
- Euroleague röportaj panolarında ve basın bültenlerinde "Turkey Home" logosu yer aldı.

Ayrıca organizasyon esnasında Madrid'in en prestijli mekanlarından biri olan Kraliyet Sarayı'nın önünde kurulan Euroleague Fanzone içinde, program ortakları ile çeşitli tanıtım faaliyetlerimiz yer aldı.

Bu kapsamda;

- Fanzone içinde "Turkish Tourism Court-1" ve "Turkish Tourism Court-2" adları altında 2 adet basketbol yan sahası tarafımıza tahsis edildi. Bu sahalarda, etkinlik süresince İspanya'da bulunan okullar arasında 2 ayrı basketbol turnuvası gerçekleştirildi. Turnuvalar, "Euroleague ABC School Tournament Presented by Turkish Tourism" adı altında düzenlendi.
- Fanzone içinde 50 metrekare "Turkey Home" standı kurulmuş olup, burada yer alan basketbol potalarında atış yaptırılarak "Turkey Home" logolu t-shirt, şapka, basketbol topu gibi hediyelik eşya ve tanıtıcı yayın dağıtımı gerçekleştirildi. 🏀





## “SON UMUT” FİLMİ ÖZEL GÖSTERİMİ

Çanakkale Savaşı'nın 100. yıldönümü etkinlikleri çerçevesinde “Son Umut” filminin İspanya galası 27 Nisan 2015'te üst düzey bürokratların, işadamlarının ve basın mensuplarının katılımı ile Madrid'de yapıldı. Avustralya ve Yeni Zelanda diplomatik misyon temsilcilerinin özel davetli olarak katıldığı etkinlikte Türkiye ve Avustralya Büyükelçileri birer konuşma yaptılar.

Etkinlikte Çanakkale Savaşı fotoğraflarından oluşan bir sergi düzenlendi, gösterimin ardından konuklara Türk mutfağından örnekleri içeren bir kokteyl de verildi. 🍷



## “TOP CHEF” PROGRAMI TÜRKİYE ÖZEL BÖLÜMÜNÜN ÇEKİMLERİ

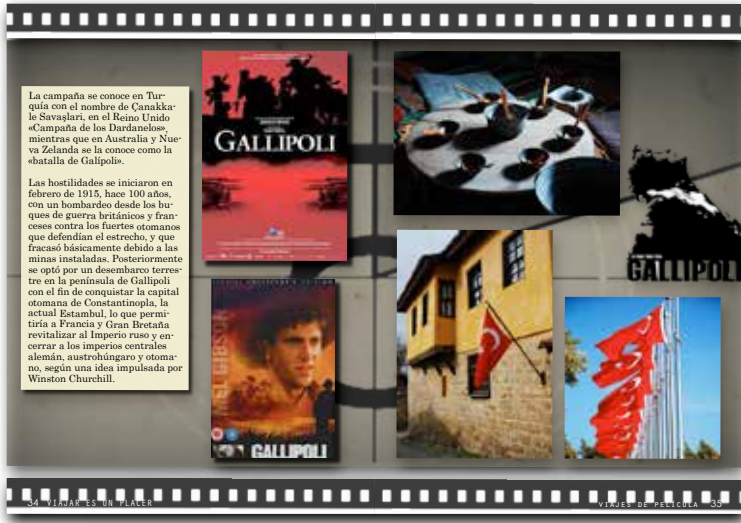
İspanya'nın en önemli TV kanallarından olan 'ANTENA 3'te yayınlanan gastronomi yarışması sonbahar döneminde başlayacak olan 2015-2016 sezonunda yayınlanacak özel bölümün çekimlerini 11-17 Haziran 2015 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirdi. Bakanlığımızca çekim ekibine rehber temin edilmesinin yanı sıra jüri üyeleri ile yapım ekibine bir akşam yemeği verildi. Yurt dışında ilk kez çekim gerçekleştirildiği ve sezon boyunca farklı bir destinasyona yer verilmeyeceği ifade edilen programın Türkiye özel bölümü 2015 yılı Ekim ayında yayınlanacak. 🍷





# “VIAJAR ES UN PLACER” DERGİSİNDE 8 SAYFALIK GELİBOLU YAZISI

Çanakkale Savaşı'nın 100. yıldönümü çerçevesinde, İspanya'da yayınlanan Viajar es un Placer adlı derginin genel yayın yönetmeni, gezi yazarı ve fotoğrafçı **Roman Hereter**, 12-16 Mart 2015 tarihlerinde Bakanlığımızca Çanakkale'de ağırlandı. Bu ağırlama sonucunda derginin Nisan sayısında yer alan 8 sayfalık Gelibolu haberinde Çanakkale Savaşı'nın tarihteki önemi, Birinci Dünya Savaşı'na yön vermesi, Avustralya'nın bir ulus olarak birleşmesindeki rolü, her yıl 25 Nisan'da savaşta hayatlarını kaybedenlerin anıldığı Anzak Günü gibi konular ele alınmıştır. Ayrıca Çanakkale'den Gelibolu'ya yapılan bir yolculukta savaşın yapıldığı yerlerin, şehitliklerin ve anıtların görülebileceğine değinilen yazıda yine Çanakkale'de bulunan Truva'nın da tarihi önemi vurgulanıyor. 🌊



## WORLD TRAVEL MARKET LATİN AMERİKA FUARI

22-24 Nisan 2015 tarihleri arasında Brezilya'nın Sao Paulo şehrinde düzenlenen WTM Latin Amerika Turizm Fuarı'nda Müşavirliğimiz, kamu - özel sektör işbirliği çerçevesinde yer aldı. 200 m<sup>2</sup>'lik standımızda Müşavirliğimiz ve Sao Paulo Türk Hava Yolları Müdürlüğü'nün yanı sıra 14 adet tur operatörü, seyahat acentası, meslek birliği ve otel yer aldı.

Bakanlığımız standı karşısındaki İstanbul standı, İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB), İstanbul Ticaret Odası ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi işbirliğinde “Destinasyon Partneri” olarak fuara katılım sağladı. Profesyonellere yönelik olan ve 60 ülkeden 1300 kurumun katılım sağladığı fuarı yaklaşık 18.000 kişinin ziyaret ettiği ifade ediliyor. 🌊





# RUSYA'NIN 13 ŞEHRİNDE AÇIKHAVA REKLAM KAMPANYASI

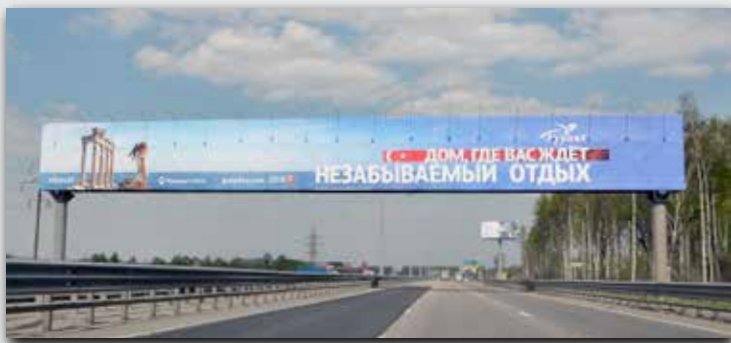
Müşavirliğimizce 15 Mayıs 2015 tarihinden başlamak üzere Rusya'nın 13 şehri (Moskova, Saint-Petersburg, Nizhniy Novgorod, Samara, Ekaterinburg, Kazan, Novosibirsk, Rostov-on-Don, Omsk, Chelyabinsk, Perm, Volgograd, Varonezh) ve Belarus Cumhuriyeti'nin başkenti Minsk'te açık hava reklamları gerçekleştirilmektedir.

Ekonomik krizin oldukça etkilediği pazarda ülkemiz görünürlüğünü arttırmak amacıyla yürüttüğümüz kampanyada reklamlarımız boyutları city-format'tan büyük billboard'lara, plazma ekranlardan, klasik ve dijital bina cephe giydirmelerine kadar toplam 600 noktadan fazla mekânda yer aldı. Bu tanıtımlar merkezi yaya yolları, trafiğin yoğun olduğu ana caddeler, havaalanı yolları ve günlük 7 milyon biletli yolcunun kullandığı Moskova metro istasyonlarında yapıldı.

Reklam kampanyamızın en önemli unsuru her yıl Haziran ayında düzenlenen Moskova Uluslararası Sinema Festivali'ne ev sahipliği yapan Oktyabr Sinemasının üzerinde yer alan ve 900 m<sup>2</sup>'yi aşan dijital bina giydirmesidir. Ayrıca sinema salonunun üzerinde bulunduğu ve şehrin en önemli caddelerinden biri olan ve Kremlin'e kadar uzanan "Noviy Arbat" üzerindeki şehir mobilyaları, panolar ve dijital ekranlarda da Türkiye reklamları yerleştirildi.

Belarus Cumhuriyeti'nin başkenti Minsk'te ise şehrin tam merkezindeki Cumhuriyet Meydanında bulunan ana plazma ekranda ve bu merkeze ulaşan ana yollar üzerindeki billboardlarda tanıtım yapılmaktadır.

Ayrıca Müşavirliğimiz Minsk'te 8-11 Nisan'da yapılan 18. Leisure 2015 Turizm Fuarına 80 m<sup>2</sup>'lik stand ile katılım sağlamıştır.



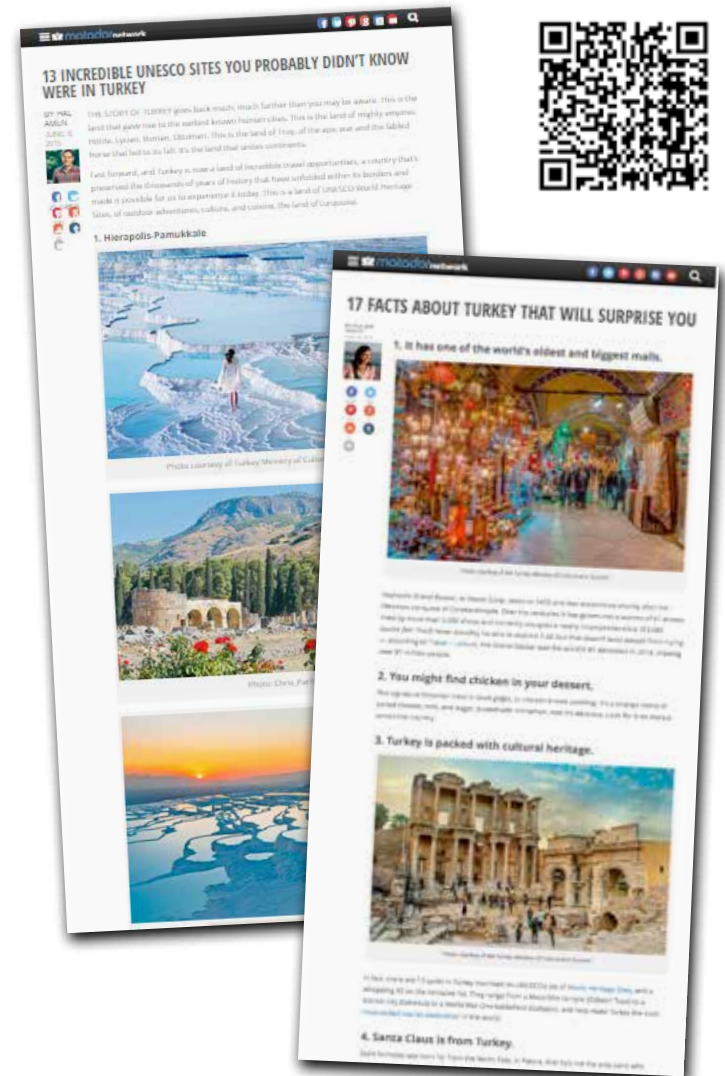
## YENİ YAYINCI: MATADOR NETWORK

Skift Score değerlendirmelerine göre markaların dijital zeka ve sosyal medyada etkin olma sıralamasında 824 puanla 2000 marka içinden en iyi 10 marka arasına girmeyi başaran, Medya kategorisinde ise Condé Nast Traveler'dan sonra ikinci sırayı elde eden **Matador Network**, dünyanın en büyük markaları ve destinasyonları için özgün içerik hazırlayan "social media influencer" destekli bir websitesidir. Lonely Planet, Travel Channel, Tripadvisor markaları bu sıralamada Matador Network'un arkasında yer almaktadır.

Turkey Home desteği ile haziran ayında [matadornetwork.com](http://matadornetwork.com)'da Türkiye hakkında bilgilendirici ve merak uyandırıcı makaleler yayınlandı. Bu makaleler yayınlanmalarını takiben bir ay dolmadan Facebook'ta 68 bin, Twitter'da 860 ve Pinterest'te 730'dan fazla paylaşım aldı.

2015 yazında bunlara ek olarak yeni makalelerin yayınlanmasının yanı sıra **Cole Rise, Steph Goralnick, Clark Little, Alex Strohl** gibi 3,5 milyondan fazla takipçiye sahip *influencer*ların katkılarıyla fotoğraflı deneme yazıları ve prodüksiyonunda Matador Network CEO'su Ross Borden'ın da bulunacağı 3 adet video içerik üretimi yapılıyor.

**Matador Network**'ta bulunan içeriklerimiz Turkey Home ve Matador Network sosyal medya kanallarında paylaşılıp çift taraflı trafik sağlamaktadır.

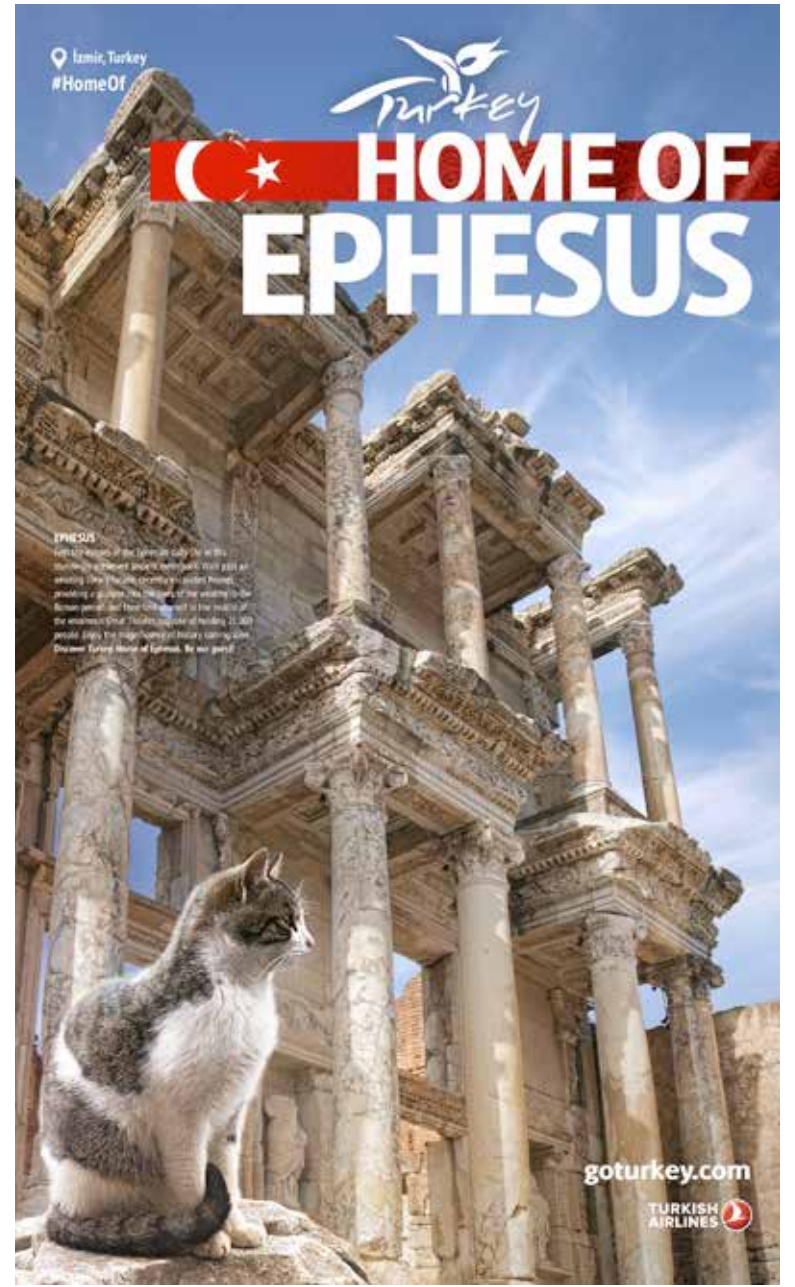




# Kommersant'ta "Özel Türkiye Eki"

Müşavirliğimiz çalışmalarıyla Moskova ve St. Petersburg'da 80.000, Rusya'nın genelinde ise 125.000 tirajı bulunan Rusya'nın en etkili iş dünyası gazetesi Kommersant'ın 23 Nisan baskısında özel Türkiye Rehberi adlı 16 sayfalık bir

ek çıkartılmıştır. Ekte, Türkiye'nin kültür turizm destinasyonları, kış turizmi, golf turizmi, sağlık turizmi, alternatif turizm gibi farklı turizm potansiyelleri ile Antalya, Marmaris, Bodrum, İstanbul, Kapadokya gibi destinasyonları tanıtılmış ve Türk turizminin Ruslar için neden son derece popüler olduğu, vizesiz seyahat, çocuklu aile dostu tesisler, konfor, fiyat-kalite uygunluğu gibi Rus turistlere sunulan turistik avantajlar vurgulanmak suretiyle okuyuculara aktarılmıştır. Ek içerisinde 2015 yılı reklam kampanyası çerçevesinde kullandığımız görseller de yer almıştır. 🍷





## CANNES FİLM FESTİVALİ



Dünyanın en prestijli sinema etkinliklerinden Cannes Film Festivali, Bakanlığımızın da katılımlarıyla 11-25 Mayıs 2015'te yapıldı. Dünya sinema sektörü ve sanatçıların katılımlarının yanında ülkelerin ve özellikle lüks tüketim firmalarının iletişim, tanıtım ve reklam faaliyetleri ile de öne çıkan Cannes Film Festivali'nde bu yıl da **Bakanlığımız** ve **Ankara Sinema Derneği** işbirliğiyle uluslararası fuar alanında (Village International) ve deniz kenarındaki terasta standlar kuruldu. Festival süresince, Cannes şehrinde bulunan yapımcı, yönetmen, sanatçı, festival temsilcileri ve gazeteciler Türkiye standında görüşmeler gerçekleştirdi.

Etkinlikler çerçevesinde Cannes Le Grand Hotel'de 16 Mayıs'ta verilen resepsiyon ve **"Babazula"** konseri büyük ilgi görürken sarayının bulunduğu **Croisette Bulvarı**nda 11-25 Mayıs 2015 tarihleri arasında 25 adet 2m<sup>2</sup>'lik reklam görsellerimiz festival katılımcılarını selamladı. 14-27 Mayıs 2015 tarihleri arasında **Côte d'Azur** bölgesinin temel hava ulaşım noktası olan **Nice Havaalanı**nda 10 adet dijital ekranda 30 saniyelik Türkiye reklam spotu gösterildi. Ağırlıklı olarak sinema sektöründen girişimci ve dağıtımçıların yer aldığı **"Marché du Film"** fuar alanının alt katındaki dört taraflı sütunda ise Türk Sineması ve **"Home of"** konseptli afişler yer aldı. 🌿



## COGNAC ŞATOSUNDA "KANUNİ SULTAN SÜLEYMAN VE I. FRANÇOIS" DİNLETİSİ

Bu yıl **"1. François'nın tahta çıkışının 500. Yıldönümü"** etkinlikler dizisinin ilkinde Güney Fransa'da bulunan Cognac Şatosu'nda 17 Haziran 2015 tarihinde **Neyzen Kudsi Ergüner** ve keman sanatçısı **Ami Flammer**'in müzikleri eşliğinde oyuncu **Isabelle Etienne** tarafından **Baki, Fuzuli** ve **Clement Marot** gibi dönemin sanatçılarının eserleri okundu. Cognac belediye başkanının da katıldığı etkinliğin ardından Paris Kültür ve Tanıtma Müşavirliğince bir resepsiyon verildi. 🌿





## Ukrayna'da Etkinlikler

16 Haziran 2015'te Kiev Çaykovski Ulusal Müzik Akademisi'nde "Osmanlı Sarayından Avrupa Müziği" başlığını taşıyan ve şef Emre Aracı tarafından yönetilen bir konser verildi. Kültür ve Tanıtma Müşavirliği organizasyonu ile gerçekleştirilen etkinliğe bürokratlar, kültür-sanat adamları, Kırım Tatarları'nın temsilcileri ve basın mensupları katıldı.

Cambridge Üniversitesinde Osmanlı müziği üzerine çalışmalar yürüten **Emre Aracı**'nin düzenlediği ve aralarında Osmanlı sultanlarının da dâhil olduğu 10 bestekara ait olan eserleri 700'ü aşkın kişinin katıldığı konserde, izleyicilere bilgilendirmeler eşliğinde sundu. Konserin bitiminde Müşavirliğimizce geleneksel Türk yemeklerinin sunulduğu bir kokteyl de düzenlendi.

17 Nisan 2015'de Kiev Taras Şevçenko Üniversitesi'nde Çanakkale Savaşı'nın 100. yıldönümü yanı sıra İstiklal Marşı'nın kabulü ve Mehmet Akif Ersoy'un da anıldığı bir etkinlik yapıldı. Kırım Tatar Milli Meclisi Başkanı Refat Çubarov'un konuşma yaptığı etkinlikte Müşavirliğimizce yaptırılan Gelibolu Anıtı öğrenciler ve davetlilerin ilgi konusu oldu. Söz konusu etkinlik çerçevesinde Müşavirliğimizce bir kokteyl verildi. 🍷



## KALKINMA AJANSLARI VE ÜNİVERSİTELER İLE BİR ARAYA GELDİK.

Hedef pazarlarımızda uzun soluklu ve tek sesli bir iletişim yaratmak amacıyla başlatılan ve 2015 Nisan ayında bir yılını dolduran sosyal medya kampanyamız ile ilgili bilgilendirme, fikir alışverişinde bulunma ve koordinasyon sağlama amacıyla Kalkınma Ajansları ve konu ile ilgili akademisyenlerle iki ayrı toplantı düzenlendi.

Tanıtma Genel Müdürü Sayın **İrfan Önal**'ın ev sahipliğinde 13 Nisan'da **Milli Kütüphane Başkanlığı Yunus Emre Salonu**'nda gerçekleştirilen ilk toplantıya Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürü Sayın **Nahit Bingöl** ve Kalkınma Ajanslarının temsilcileri katıldı.

20 Nisan'daki toplantıda ise 49 üniversitenin turizm, markalaşma, iletişim ve benzeri konularda çalışan akademisyenler, tanıtım faaliyetlerimiz ve sosyal medya çalışmalarımız hakkında bilgilendirilerek görüşleri alındı.

Ahiler Kalkınma Ajansı ile işbirliğine yönelik adımların atıldığı ve bütün katılımcılar tarafından oldukça olumlu olarak değerlendirilen toplantıların belirli aralıklarla tekrar edilmesi öngörülmüyor. 🍷





## YURTIÇİ TURİZM VERİLERİ

TÜİK tarafından Mayıs 2015'te açıklanan Hanehalkı Yurtiçi Turizm verilerine göre, 2014 yılında bir önceki yıla oranla %3,6 artış ile toplam 80 bine yakın seyahat gerçekleştirildi. Vatandaşlarımız bu dönemde paket turlar için 1,6 milyar TL; ulaşım, konaklama, yeme-içme, sağlık, giyecek vb. diğer kalemlerde ise 21,4 milyar TL harcamada bulundu. Bir önceki yıla kıyasla paket tur harcamalarında %10'luk düşüş, diğer harcamalarda %25'lik artış yaşandığından, 2014 yılında toplam harcama %23'lük artış ile 22,6 milyar TL olarak gerçekleşti.

Hanehalkı araştırmasına göre ortalama geceleme sayısı değişmeyip 8 gün olarak gerçekleşti. Bu yıl da en çok tercih edilen konaklama türleri değişmeyerek hepsinde artış yaşandı. 2014 yılında 400 binden fazla kişi akraba ve arkadaş evlerini tercih etti. Otelde geceleme sayısı hemen hemen aynı kalarak en fazla değişim görülen konaklama türü %15 ile pansiyon oldu.

## 2014 GECELEME SAYILARI

Geçen yıl yabancıların kendi evlerinde; yurt dışı ikametli vatandaşlarınsa kiralık evlerde geceleme sayılarında artış görüldü. Genel olarak kamp gibi diğer konaklama türlerinde geceleme sayıları arttı.

## 2014 ZİYARET SEBEPLERİ

Yabancıların %57'si gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla ülkemizi ziyaret ederken, yurt dışı ikametli vatandaşlarımızın %59'u akraba ve arkadaş ziyareti için Türkiye'ye geldi. Sağlık ve tıbbi amaçlarla ülkemizi ziyaret eden yabancıların sayısında %10, vatandaşların sayısında ise %20'den fazla artış yaşandı.

## 2014 GÜNÜBİRLİKÇİLER

2014'te günübirlikçi sayısı bir önceki yıla göre %12 azalarak 1,8 milyon kişi oldu. Günübirlikçilerin %29'u Aydın'dan; %24'ü İstanbul'dan; %20'si İzmir'den; %18'i Muğla'dan giriş yaptı.

## 2015 OCAK-HAZİRAN TURİZM GELİRİ

TÜİK verilerine göre Ocak-Mart dönemi turizm geliri geçen yılın aynı dönemine göre %1,3 artarak 4,87 milyar \$ olmuş; turizm gideri ise %6,1 azalmıştı. Yeni açıklanan Nisan-Haziran dönemi turizm geliri geçen yılın aynı dönemine göre %13,8 azalarak 7,7 milyar \$ olurken turizm gideri geçen yılın aynı çeyreğine göre %10 arttı.

2015 yılı ilk yarısında turizm geliri geçen yılın aynı dönemine göre %9 oranında azaldı ve 12,6 milyar \$'a geriledi. Gelirin %83'ünü elde ettiğimiz yabancı ziyaretçilerin harcamalarında %6, vatandaşlarımızın harcamasında ise %19'luk bir düşüş yaşandı.

TOPLAM			YABANCILAR		VATANDAŞLAR (yurtdışı ikametli)	
OCAK MART	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)
2013	4,65	974	3,27	851	1,34	1 442
2014	4,81	949	3,63	877	1,14	1 230
2015	4,87	911	3,81	884	1,02	994
NİSAN HAZİRAN	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)	GELİR (MİLYAR\$)	ORTALAMA HARCAMA(\$)
2013	8,32	810	6,93	747	1,33	1 335
2014	8,98	818	7,53	769	1,38	1 325
2015	7,73	719	6,66	691	1,03	921

## 2015 OCAK-HAZİRAN İSTATİSTİKLERİ

AYLAR	YILLAR			%DEĞİŞİM ORANLARI		
	2013	2014	2015*	2013/2012	2014/2013	2015/2014
OCAK	1 104 754	1 146 815	1 250 941	12,54	3,81	9,08
ŞUBAT	1 268 440	1 352 184	1 383 343	27,15	6,60	2,30
MART	1 841 154	1 851 980	1 895 940	26,06	0,59	2,37
NİSAN	2 451 031	2 652 071	2 437 263	13,02	8,20	-8,10
MAYIS	3 810 236	3 900 096	3 804 158	17,86	2,36	-2,46
HAZİRAN	4 073 906	4 335 075	4 123 109	4,93	6,41	-4,89
6 AYLIK TOPLAM	14 549 521	15 238 221	14 894 754	14,35	4,73	-2,25

## OCAK-HAZİRAN DÖNEMİ İLK ON


ÜLKELER	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
1 ALMANYA	1 989 620	1 901 523	2 109 763	-4,43	10,95
2 RUSYA FED.	1 695 130	1 923 811	1 454 618	13,49	-24,39
3 İNGİLTERE	917 205	961 130	950 313	4,79	-1,13
4 BULGARİSTAN	707 840	767 383	828 418	8,41	7,95
5 GÜRCİSTAN	804 513	805 782	825 378	0,16	2,43
6 İRAN	528 669	749 802	809 790	41,83	8,00
7 HOLLANDA	528 327	511 715	483 121	-3,14	-5,59
8 IRAK	272 226	393 922	397 802	44,70	0,98
9 YUNANİSTAN	318 464	383 882	358 581	20,54	-6,59
10 A.B.D.	332 327	338 067	346 691	1,73	2,55

## 2015 OCAK-HAZİRAN İSTATİSTİKLERİ

Ocak-Haziran döneminde ülkemizi ziyaret eden yabancı sayısında 2013 yılı için %14,4'lük ve 2014 yılı için ise %4,7'lik artışlar yaşanmıştı. Bu yılın ilk altı aylık döneminde ise ülkemizi ziyaret eden yabancı sayısı 2014 ile kıyaslandığında %2,25 oranında düşerek, 2013 dönemiyle kıyaslandığında ise %2 oranında artarak 14,9 milyon olarak gerçekleşti.

Bu dönemde ülkemize havayolu ve denizyolu ile giriş yapan ziyaretçilerin sayısında %1,6 ve %4,6 oranlarında artış yaşanırken, karayolu ve demiryolunu kullananların oranında %2,6'lık ve %7,3'lük düşüşler yaşandı.

2015 yılı Ocak-Haziran döneminde ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında Almanya %14,16 pay ile birinci, Rusya Federasyonu %9,77 pay ile ikinci, İngiltere %6,38 pay ile üçüncü sırayı aldı. İlk 10'da bulunan diğer ülkeler sırasıyla Bulgaristan, Gürcistan, İran, İngiltere, Hollanda, Irak, Yunanistan ve Fransa oldu.

Ülkemize gönderdikleri ziyaretçi sayısı görece fazla olmasa da Arjantin (%71,7), Çin (%61,3), Şili (%57,4) ve Avustralya'nın (%42,4) ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre %40'tan fazla değişim gösterdi. İlk yarı pozitif değişim oranı en yüksek olan ilk 10'daki diğer ülkeler Katar, Kuveyt, Bahreyn, Filipinler, Kolombiya ve Suudi Arabistan oldu. 





## tgmbülten

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü

İsmet İnönü Bulvarı No:5 06490 Bahçelievler Ankara Santral Tel: (+90 312) 212 83 00 Faks: (+90 312) 212 85 95 E-posta: tanitma@kulturturizm.gov.tr  
goturkey.com hometurkey.com



/TurkeyHomeof



/+turkeyhome



/turkeyhome



/turkish-tourism-office



/Turkey\_Home



/turkey\_home



/turkeyhomeTV



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

