



- ▶ "LİKYA YOLU'NDA MASALLAR" PROJESİNİN YABANCI BASINDAKİ YANKILARI...
- ▶ SAN SEBASTİAN GASTRONOMİKA ULUSLARARASI GASTRONOMİ KONGRE VE FUARI
- ▶ "TURKUAZ" DÜNYA'NIN EN İYİ TURİZM TANITIM FİLMİ OLDU.
- ▶ LONDRA, "TASTE OF LONDON" FESTİVALİ
- ▶ KORE'DE TÜRKİYE TANITIMI
- ▶ EUROLİG FİNAL FOUR'DA TÜRKİYE TANITIM RÜZGARİ
- ▶ 71. OTTAWA LALE FESTİVALİ'NDEYDİK.
- ▶ IMEX FRANKFURT FUARI
- ▶ YENİ KONSEPT YAYINLARIMIZ: "KAPADOKYA, TÜRK MUTFAĞI VE YEŞİL KARADENİZ" BROŞÜRLERİMİZ

# SEYAHAT ENDÜSTRİSİNİN GELECEĞİ ÜZERİNE\*...

Dünya, 2008 yılından beri daha da artan terör ve şiddet sarmalı içinde bulunuyor. 2016 yılı da maalesef böyle bir yıl oldu; Avrupa'da sivilere yönelik bombalamalar yaşandı, Ortadoğu ve Asya'da binlerce sivil yine terör nedeniyle hayatını kaybetti. ABD, tarihinin en kanlı silahlı saldırılarından bazılarına hedef oldu. Bu arada İngiltere'nin AB üyeliğinden ayrılma kararı da uluslararası bir şokla beraberinde ekonomik ve siyasi bir belirsizliği getirdi. AB'nin mülteci sorununa çözüm getirme noktasında etkisizliği de yine büyük bir sorun olarak ortadadır.

Bununla birlikte, dünyada belirsizliğin ve seyahat risklerinin artmasına rağmen seyahat edenlerin sayısı çoğalmaya devam ediyor. Yeni turist profili; jeopolitik sorunların farkında olan ama bunlara rağmen farklı deneyimleri talep eden seyahat sevenlerden oluşmaktadır.

Bu yeni turist profili son 10 yılda ortaya çıkmıştır. 4 ana özelliği ise şöyle sıralanabilir:

1. Çok uzak coğrafyalardan doğru bilgi ve görüntülere ulaşılmasını sağlayan bloglar ve sosyal medya, yeni nesil turistin kendi araştırmasını kendisinin yapmasına ve doğru bilgiye ulaşmasına olanak vermektedir. Böylelikle ana akım basın kaynaklarının vermiş olduğu haberlerin sınırlama ve yönlendirmelerinden uzaklaşmaktadırlar. Ayrıca sosyal medya insanların gitmek istedikleri coğrafyalarda kendileriyle aynı meraklara sahip insanlarla iletişime geçip daha etkin deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Böylece ihtiyaç duydukları bilgiyi doğrudan güven duyabilecekleri insanlardan edinmektedirler.
2. Ucuz ve yaygın hava taşımacılığı insanların seyahat isteklerini desteklemektedir. Yeni destinasyonlara erişim artık daha kolay ve ucuz hale gelmiştir. Gelecek 20 yılda da özellikle Avrupa başta olmak üzere birçok bölgede düşük maliyetli havayolu taşımacılığı gelişimini sürdürecektir. Destinasyonların bu gelişime ayak uydurmaları kendi gelecek planları için önemlidir.
3. Yukarıda bahsi geçen bilinçli turist profili için yeni paylaşım ekonomisi internet üzerinden yeni fırsatlar sunmaktadır.
4. İnternetin sunmuş olduğu fırsatlarla artık insanlar evlerinden ayrılmadan çalışma imkânlarına sahiptirler. Bu yerel ve global ekonomilerin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Destinasyon aktörlerinin, bu değişimleri izlemesi ve gerekli tedbirleri alarak iletişimlerini sürdürmeleri gerekmektedir. Bunlara ek olarak özellikle iletişimde **yalınlık** ve **özgünlük** insanların duygularına erişmek için destinasyonların önceliği haline gelmiştir.

Seyahate ilişkin iş geleceği, artık teknoloji ile pazarlamanın kesişim noktasında bulunuyor. Seyahatin yaratıcı geleceği, kullanıcı deneyimi ile tasarımın kesişim noktasında yer almaktadır. Tüketicilere yönelik

davet burada önemli rol almaktadır. Sadece seyahate odaklanmak yerine aynı zamanda tüm sektörlerin değişen tüketici davranışlarına da yoğunlaşmak gereklidir. Seyahatin geleceği bu gerçeklerden esinlenerek strateji ve teknoloji uzmanları ile pazarlamacılar tarafından yönlendirilecektir.

Turizm endüstrisi hızla batı merkezli olmaktan çıkıyor. Avrupa Rönesans'ından bu yana seyahatin konumu ilk defa doğruya doğru kaymakta. Hem tüketici hem de iş seyahat trendleri artık yeniden tanımlanıyor ve ABD ile Avrupa'dan başka bölgelerde de deniyor. Güneydoğu Asya çok mobil ve sosyal bir insan modeliyle öne çıkıyor. Güneydoğu Asya ulusları, seyahatin geleceğinin sıranacağı yerler haline gelecektir. Seyahatin geleceği, içerikteki dört temel unsuru anlayan markaların olacaktır: **ZEKİ, SERİ, DETAYCI**

**VE STRATEJİK OLMAK.** Gelecek, "veri"nin medyanın kendisi olduğunu anlayan markaların olacak. En ileriye düşünen seyahat markaları, gezginler için daha yoğun deneyimler sunarken her şeyden öte üç unsura odaklanıyor: **İlham, kişilikleştirme ve öz keşfe yönelik yol.** "Sessiz Gezginlerin Yükselişi" İnsanlar seyahat öncesinde artık koşturmuyor ve paniklemiyor. Daha ziyade kendi işlerini yapıyorlar, yani sessizleşiyorlar. Kendilerine olan inançları daha fazla. İnsanlar artık başkalarına satılan bir ürün olmak istemiyorlar. "Dünyanın geleceği kentler." Seyahatin geleceği hem yerel halk hem turistler için çalışan akıllı kentlerde. Önce yerel halk için çalışmak, bir ülkenin küresel boyutta elinin güçleneceği anlamına geliyor. Akıllı kentlerin yükselişi akıllı mobilite çağının yükselişine ön ayak oluyor. Planlama, satın alma ve seyahat işini üstlenme bundan böyle bir araya getirilmesi gereken ayrı parçalar olmayacak. Seyahat ve rezervasyon, mümkün olduğu kadar kusursuz olacak. Bu ikili, ortaya bir sorun çıktığında çözüm önerecek ve hatta -eğer mümkünse- bu sorunlar daha oluşmadan geliştirdiği çözümler hazır duracak. "Alternatif turizm artık bir realite" Alternatif turizm, pazar yeri modeliyle ortaya çıkmakta. Bu model, insanların gezi programlarına veya alternatif konaklamalara önceden işitilmemiş bir kolaylıkla imkan sağlayan seyahat ürünlerini çevrim içi, mobil ve sosyal ağ vasıtalarıyla en iyi şekilde sunmaktadır. İşlemler artık daha kolay, keşif daha hızlı ve geri bildirim şeffaf. Seyahatin geleceği, küresel sektöre "konaklama" çatısıyla sessizce işleniyor. Talep ekonomisi, -bilhassa konaklama olmak üzere- seyahat hizmetlerinin daha da ayrışmasına yol açacak. Bu durumdan en çok, yoğun nüfuslu kentlerde bulunan ve tam hizmet veren oteller etkilenecek. Geleceğin akıllı seyahat markaları, doğru talep hizmetlerini bütünleştirecek ve bu hizmetlerin erişimini ve kullanımını kullanıcılar için kusursuz hale getirecek. Yakın gelecek; her şeyin ayrıştığı, her şeyin talepleştiği ve mobil olduğu bir kültür ortamını bize getiriyor... 🦋

\* Çeviri: Skift



/TurkeyHomeof



/+turkeyhome



/turkeyhome



/turkish-tourism-office



/Turkey\_Home



/turkey\_home



/turkeyhomeTV





# Rifai: "Turizm endüstrisine yönelik bir kaygı taşımıyorum."

Röportaj: Jason Clampet/SKIFT

**Clampet:** Sizin gibi turizmin geleceği hakkında kafa yoracak, iyi ve doğru konumdaki kimselerin sayısı fazla değildir diye düşünüyorum. Sizden akıl almak istiyorum. Son birkaç aydır süregelen küresel meseleleri göz önüne alırsak, sizden fikir ve yön edinmek için doğru zaman tam da şimdi olmalı...

**Rifai:** Birden fazla noktaya temas etmek isterim. Öncelikle turizm ve seyahat, ikisi birden öyle dayanıklı bir endüstri haline geldi ki durdurak bilmeden ilerliyorlar. Bu, bir gerçek... Turizm, bir destinasyonda bir süreliğine durma noktasına gelebiliyor. Ancak bu destinasyonun konuk ağırlama geleneği kökleşmiş ve doğru altyapı ile doğru melekelerle sahipse, kısa veya uzun vadede süreçten daha da güçlenmiş olarak çıkacaktır. Dünyadaki birçok destinasyonda bunu gördük!

İnsanların bu hareketliliğini durdurmak mümkün değil. Seyahatin artık bir insan hakkı olduğuna inanıyorum. İnsanlar seyahat etmekten vazgeçmeyecekler. Planlarını değiştirebilirler veya bir süreliğine erteleyebilirler, fakat uluslararası seviyede seyahat etme olgusu büyümeye devam edecektir.

Sadece geçen yılda %4,5'luk bir büyüme gerçekleşti. Bu, 2014 rakamlarına 15 milyon turistin daha ilave olduğu ve her yıl kendi sınırlarından uluslararası seyahate çıkanların sayısının 1,2 milyara ulaştığı anlamına geliyor. İnanılmaz bir rakam. Bir düşünsenize. İkinci Dünya Savaşı'ndan yıllar sonra, 1950'de uluslararası seyahat eden sadece 22 milyon turist vardı. 22 milyondan 1,18 milyarlık bir rakama çıktık. Dünyada seyahat kadar katlanarak büyüyen başka bir endüstri veya faaliyet yok. Seyahat, yaşam biçimimizin ve kültürümüzün bir parçası haline geldi.

Bugün neyin olup bittiğine bakalım. Meydana gelen olaylar birçok kimseye oldukça yeni geliyor. Bu durum, her zaman böyleydi. Dünyaya bugün olduğundan daha iyi olmadı hiç. Tek fark, geçmişe nazaran bugün sorunlar hakkında daha bilgili oluşumuz. Olup bitenleri öğrenmek parmağımızın ucunda artık. Nijerya'da genç kızlar kaçırıldığında, o kızlar artık bizlerin kızları oluyor. Japonya'da tsunami olduğunda bu hepimizi etkiliyor. Önceden bu gibi durumların bahsi çok geçmiyordu. Bira-

kın 100 yıl öncesini, 20-30 yıl önce bile bu şekildeydi. Artık dünya ülkeleri birbirine daha fazla yakınlaşıyor ve birbirlerini daha çok önemsiyorlar. Bugün şahit olduğumuz her şeye rağmen dünya daha iyi durumda.

Ancak bugün şahit olduğlarımız benzersiz bir olgu. Yeryüzünde hiçbir destinasyon olumsuz bir etkiye ya da saldırıya kapalı değil. Terör ya da güvenlikle ilgili bir konu olmasa da doğal bir felaket her şeyi alt üst edebilir. Dünyada hiçbir yer böylesi durumlardan muaf değil. Tersini söyleyecek biriyle seve seve tartışım ancak şurası kesin ki dünyada hiçbir yer yüzde yüz güvenli değil.

Peki, bu, seyahat etmememiz, insani özellikler kaybetmemiz, seyahatin sunduğu eğlence ve yararlardan vazgeçmemiz gerektiği anlamına mı geliyor? Cevabımız kesinlikle olumsuz olmamalı!

Geleceğe yönelik çok iyimser olmamın bir sürü nedeni var. İlk olarak, insanlar ne olursa olsun seyahat etmeye devam edecekler. İkinci olarak, bu konu siyaseti de kapsıyor. Karanlık güçlerin savaşı kazanmalarına asla müsaade etmemeniz gerekiyor. Çünkü karanlığın istediği vazgeçmemizdir. Niyetleri seyahat etmemizi engellemek. Duvarlar örmemizi, sınırları kapamamızı, kendimizi başkalarından izole etmemizi ve birbirimizden nefret etmemizi sağlamaya çalışıyorlar. İşte bundan ötürü turizmi hedef alıyorlar.

Neyi hedef alıyorlar? Havalimanlarını, otelleri, sahilleri, insanların toplandıkları yerleri hedef alıyorlar. Turizmin insanlar arasındaki bağlantıyı, geleceği ve hayatı kutlamayı temsil ettiğini biliyorlar. Turizmi neden hedef aldıklarının işte sebepleri size. Bu sebeplerden dolayı bu savaşı kazanmalarına asla izin vermemeliyiz.

Bence saldırıya maruz kalan destinasyonlara hemen ziyaret gerçekleştirmeliyiz. İstanbul Atatürk Havalimanında meydana gelen son saldırıda aslında iki şey açığa çıktı. Çoğu kimse bu noktaları göremedi. İlki, söz konusu havalimanı sekiz saat içinde yeniden açıldı. Sekiz saat, yani 24 saatten daha az bir sürede. Sadece açık olmamakla beraber çok sayıda turist bulunduğuna ve koşturmacanın yaşandığı eski haline geri döndü. Bu da teröristlere net bir cevap: Ekonomimizi baltalamayacaksınız ve biz de paniklemeyeceğiz.



Gelişme diye nitelendirdiğimiz ikinci nokta ise Rusya'nın saldırının yaşandığı gün Türkiye'ye olan seyahat yasaklarını kaldırması oldu. Bir saldırı gerçekleştiğinde ülkelerin hemen seyahat yasağı getirdikleri fikrine alışkındık. Ruslar, bu kararlarıyla doğrusunu yaptılar: "Şimdi dur deme zamanı. Türkiye'ye daha fazla seyahat gerçekleştireceğiz." Elbette bu, son dönemde Türkiye'de cereyan eden olaylardan bağımsız bir konudur. Bu teröristlere verilen yanıt doğrudur. Bu tip saldırılara karşı verebileceğimiz en güzel ve doğru tepki de budur.

Az ve öz olarak ifade etmem gerekirse seyahat ve turizm endüstrisine yönelik bir kaygı taşıyorum. İnsanların yaşamı ve güvenliği hakkında endişelerim var, elbette. Seyahat güvenliği konusunda da kaygılanmamız gerekir. Bu konuyu, ulaşılacak amaçlar arasında baş köşeye yerleştirmeliyiz. Güvenlik konusu, seyahat etmeyeceğimiz anlamına gelmez. Seyahat etmeyin veya daha az edin demek bir cevap veya seçenek değildir.

Terör sadece bir Batı olgusu değildir, küresel bir husustur da. Türkiye'de, Mısır'da, Fransa'da, ABD'de, turist ağırlayan herhangi bir ülkede meydana gelebilmektedir. Tayland, Suudi Arabistan, Bangladeş ve diğerleri de aynı tehlikeye maruz. Terör saldırıları her yerde meydana gelebilir. İzlanda'da bile.

**Clampet:** Saldırı sonrası toparlanma açısından Nice örneğine değindiniz. Saldırının üzerinden henüz çok az zaman geçmişti. Paris ve Brüksel gibi diğer destinasyonlara bir bakın. Paris hemen geri sığrama yaptı, ayağa kalktı. Toparlanma Brüksel'de biraz daha zaman aldı. Tunus ve Mısır gibi toparlanmanın hızlı yaşan-

**madiği yerler var. Mısır'da tabii ki devam eden başka sorunlar da var. Peki, bu konuya ilişkin...**

**Rifai:** Anahtar çözümü mü soracaksınız?

**Clampet:** Evet. Buna yönelik anahtar çözüm nedir?

**Rifai:** Bakın, geri sıçrama, toparlanma derken bu sürecin otomatik olarak veya kendiliğinden gerçekleştiğinden bahsetmiyorum. Bilinçli ve ihtiyatlı bir girişimden bahsediyorum.

Burada en önemli kısım, altyapıyı yenilemek veya şehrin fiziksel yeterliliğini yeniden yapılandırmak değil sadece. Tabiri caizse, iletişim oyununu kazanmak da çok mühim. Basınla nasıl bir iletişim kuracağınızı, kendinizi nasıl sunacağınızı, ne söylemeniz gerektiğini, insanların güvenini nasıl kazanacağınızı da bilmeniz gerekir. Ve gün sonunda kendinizi güvende hissedeceğiniz veya doğrusunu bildiğiniz yerlere seyahat edersiniz. Güvenlik anlamında gözetildiğinizde dair en iyi fırsatın temin edildiğinden emin olursunuz. Size %100 güvenlik garantisi verebilecek dünyada hiçbir destinasyon yok. Varsayımsal veya teorik durumlar vardır. Zamanınızı en keyifli biçimde geçirebilmenizi sağlayacak sisteme sahip yerleri tercih edersiniz. Büyük kentlerde, normal şartlar altında bile, cüzdanınızı veya çantanızı çalıp kaçabilirler. Bu gibi durumları engelleyemezsiniz, fakat bu kentlere gitmeyi sürdürürsünüz.

Gizlemeye çalışmanız, "Biz en iyiyiz, endişelenecek bir şey yok" denilen modası geçmiş söyleme devam etmeniz bir işe yaramayacaktır. Yapmanız gereken, ne olup bittiğini tam olarak bilen, risklerin farkında olan biriyle görüşmek ve güvenlik sağlamada elinden gelenin en iyisini yapan destinasyonlara yönelmek. Böylesi destinasyonlarda, toparlanma süreci hayal ettiğinizden de hızlı olmaktadır.

**Clampet:** Şimdi daha olumlu ve heyecan verici konulara yönelelim isterseniz. Yükselen pazarlara baktığınızda sizi en çok heyecanlandıranlar hangileridir? Niçin?

**Rifai:** Pazarları iki kısma ayırmakta yarar var: İçe yönelik ve dışa yönelik (ülkeye gelen ve ülkeden çıkan turist).

**Clampet:** Önce içe yönelik (ülkeye gelen turist) pazarla başlayalım.

**Rifai:** İçe yönelik pazarlar: Burada trendler, yani eğilimler gayet net. Bugün yükselişte olan destinasyonlar gelişen yeni merkezlerdir. Dünyadaki tüm destinasyonlar, ABD ve bilhassa Avrupa'nın kökleşmiş olanları da dâhil olmak üzere büyümektedir. Günümüzde seyahat edenlerin %52-55'i Avrupa'ya gidiyor ya da Avrupa'dan geliyor. Avrupa, merkez konumda. Avrupa'ya seyahat edenlerin sayısı

artmaya devam ediyor. Avrupa ülkeleri, geçen yıla ilave olarak 30 milyondan fazla turist ağırladı.

50 milyon turistin otuz milyonunu Avrupa kaptı. Avrupa halen dışı ve güçlü bir pazar ve büyümeye de devam edecek. Avrupa'nın kalkınmış dünyada yeni destinasyonlar kura-bileceğini varsaysak bile, bu kıtanın 10, 15, 20 yıl içinde aynı pazar payını sürdürebileceği çok gerçekçi değil. Gelişen destinasyonlar pazardan daha fazla pay almakta fakat atlanmaması gereken bir husus var: Diğer tüm destinasyonlar da bu süre zarfında büyümeye devam ediyor. Gelişmiş destinasyonlar on yıl önce %60 ile daha üstün bir konumdaydı. O dönem gelişen destinasyonlar ise %40'lık bir paya sahipti. Bugün oranlar eşitlendi. 2030 yılına kadar bu oranın %60'a %40 gelişen destinasyonların lehine dönmesini bekliyoruz.

Gelişen destinasyonlar derken Asya, Güney Asya, Afrika ve Güney Amerika'da yeni ürünler sunan ve gelişen yeni pazarları kastediyorum. En heyecan verici olanlar bugün bunlar ve insanlar artık değişiklik, yeni tecrübeler arıyor. Elbette turistler bilinen, gelişmiş destinasyonlara gitmekten haz almaya devam edecektir. Söylemeye çalıştığım büyüme devam edecek. Hepsi büyüyor, ancak gelişen destinasyonlarda büyüme daha fazla olacak.

İç pazara yönelik şimdilik söyleyeceklerim bunlar. Dışa yönelik pazarlardan (bir ülkeden turist olarak çıkan) bahsedecek olursam, Çin son beş, altı yıldır dışa yönelik pazarlarda birinciliği elinde tutuyor. 6 yıl öncesine kadar zirvede Almanya oturuyordu. Çin dışa yönelik pazarlar arasında sadece birinci sırada olmakla kalmadı, aynı zamanda 2015 yılında 130 milyon turist ağırladı. Bir önceki yıla (2014) göre büyüme %30'dan fazla oldu.

Bir düşünsenize. 2000 yılında Çin'i ziyaret eden yabancı turist sayısı 10 milyondur. 10 milyondan 130 milyona bir sıçrama.

**Clampet:** Sadece 16 yılda...

**Rifai:** Bu, buzdağının görünen tarafı. Evet, 16 yılda 13 katlık bir artış.

Burada önemli olan yalnızca rakamlar değil. Mühim olan bu turistlerin, diğer ülkelerdekine nazaran ekonomik anlamda daha büyük bir etki bırakmasıdır. Şimdi bakın. 130 milyon turist, 290 milyar dolar harcıyor. Bu da demektir ki her turistin harcadığı meblağ 2000 dolardan fazla. Bu diğer ülkelerle ve o ülkelere seyahat eden turistlerin bıraktıkları dövizlerle kıyaslandığında dünya ortalamasının yaklaşık %80'den fazlasına tekabül ediyor.

Çinliler bir yere seyahat ettiklerinde kendi paralarının yanı sıra arkadaşlarının, komşularının hatta alacaklılarının parasını harcamaktadır. Bu turistler bolca alışveriş de yapmaktadır.

Çinli turistlerin ekonomiye verdikleri katkı inanılmaz.

**Clampet:** Bu pazarın olgunlaşmaya başlamasıyla sizce ne gibi şeyler tezahür edebilir? Çin'in dışa yönelik pazarı, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'dekiyle benzer duruma geldi gibi.

**Rifai:** Dürüst olmam gerekirse bana göre Çin'deki pazar olgunlaşmış durumda. Az önce değindiğiniz farkla ilgili olarak, Çin ve ABD, evet, trend yönünden benzerlik göstermektedir fakat asıl fark zaman farkında yatmaktadır. 60 yıl öteden konuşuyoruz. Dünya bugün Amerikalıların seyahat etmeye başladıkları yıllar olan 1950'ler ve 60'lara nazaran daha dışa açılmış durumda. Amerikalılar seyahat etmeye başladıklarında, özellikle Avrupa'nın en erişilebilir, uygun ve ulaşılması kolay destinasyonlarına yönelmişlerdi. Aralarında maceraperest olanlar Hindistan'a gitmiş olabilir elbette.

Çinlilerin bugün farklı bir mevcudiyetleri var. Trend aynı, ancak mesele artık çok daha küresel. Dört yıl önce Maldiv adalarına gitmiştim. Orada tek bir Çinli turist bile görmedim. Çinliler hakkında soru sorduğumda şu yanıtı aldım: "Çinliler güneşi sevmeyiz. Bu yüzden Çinlilere çekici gelen bir pazar konusunda değiliz." Geçen yıl Maldivlere yeniden seyahat ettiğimde ise ziyaretçilerin %72'sinin Çin'den geldiğini öğrendim. Sizce bunun sebebi nedir?

**Clampet:** Güneşi sevmeye mi başladılar?

**Rifai:** Hayır, güneşin saygınlığını sevmeye başladılar. Turizmle güneşin bağı bu kimsele çekici gelmeye başladı. Zengin ailelerin yeni evli çocuklarının Maldivlere geldiğini gördüm. Güneşin altında uzanmıyorlardı. Sadece orada olmak ve oradan olmanın tadını çıkarmak istiyorlardı. Oraya direkt havayolu bağlantısı var artık.

Bugün Çinlilerin gidebilecekleri yerler artık sayısız. Şimdi anlatacağım şey sizi şaşırtabilir. Sri Lanka'daydım. Dün gece Sri Lanka'dan döndüm. İnanılacak gibi değildi, o kadar çok Çinli turist vardı ki! Çinli turistler artık sadece Paris'e, Roma'ya ve Londra'ya seyahat etmiyorlar. Bütün ikincil pazarlara, dünyanın her köşesine seyahat ediyorlar. İşte bundan ötürü Çin pazarını olgunlaşmış kabul edebiliriz.

Çinlilerle ilgili olarak bir eklemede daha bulunabilirim. Çinli ziyaretçilere yemek ve alışkanlıklar bakımından özel bir ilgi ve hizmet sunulması gerektiği ile ilgili yanlış bir algı ve varsayım var. Yanlış bir varsayım. Zira ispatlanmış değil. Çinli turistlere sunabileceğiniz en iyi şey belki de kendi dilleri ile hizmet olabilir. Bu diğer turist kabileleri için de geçerli. Çince bilen rehberlere gereksinim var. Çinli turistlerin Sri Lanka veya Maldivlere Çin yemeği yemek veya Çin çayı içmeye gittiklerini ve bunu da kendi düzenlerine göre ya-



pacaklarını varsayarsak hata etmiş oluruz. Farklı bir şey görmek, farklı bir şey denemek istedikleri için bu destinasyonları ziyaret ediyorlar.

Tüm destinasyonlara naçizane önerim, Çinlilerden daha fazla Çinli olmaya çalışmamaları yönünde olacak. Onları oldukları gibi kabul edin, ağırlayın. Sarf edilmesi gereken tek çaba, onlarla olan iletişiminizi güçlendirmeniz olacaktır. Çinli turistler, kendi kültürlerinin güçlü izdüşümleri yerine farklı şeyler görmek ve deneyimlemek istiyorlar.

**Clampet: Pozitif turizm planlamasında öngördüğünüz etkin araçların bazılarının bahseder misiniz?**

**Rifai:** Her destinasyonun gereksinim duyduğu veya ne yapması gerektiği ile ilgili detaya girmem mümkün değil. Her biri, daha rekabetçi ve çekici bir destinasyon olabilmek amacıyla yapması gerekenler yönünden diğerinden farklıdır. En olmazsa olmaz nokta burada siyasi iradedir. Turist ağırlamak için hevesli bir ülke, turizmi ekonomik bir faaliyet olarak görmelidir. Bu konu öncelikli olarak önem verilmesi gereken bir husustur.

Siyasi irade olmadan hiçbir şey olmaz. Turizm konusu, sadece özel sektörün sorumluluğu değildir. Bir şeyler yaratabilmek için inanca, siyasi iradeye sahip olunmalı; turizm endüstrisini doğru algılamalı.

Söylediklerimle alakalı diğer her şey detaydan ibarettir. Yollar açmak, insanları eğitmek, doğru yönlendirmek bu yönde ilerlemeniz

gerektiğine olan inancınızın bir sonucudur. Sunabileceği çok fazla şey olmayan ancak yukarıdaki hususları gerçekleştirerek büyük başarılar imza atan birçok örnek ülke gördük. Potansiyel olarak zengin, ancak bir gıdım yol alamamış ülkeler de mevcut.

Peki neden? Konunun neye sahip olduğunuzla bir alakası yok; Sahip olduklarınızla neler yapabileceğinizin önemli olan.

**Clampet: Siyasi irade, her zaman uyusmayabilir. İleriye dönük mesajların güçlendirilmesinde turizm endüstrisinin yerine getirmesi gereken çabalar nelerdir?**

**Rifai:** Farkındalığı artırmak. BM Dünya Turizm Örgütü'nün güncel verileri ve araştırmaları bu hususa odaklanmış durumda. Araştırmamızın çoğu, bir terör saldırısı karşısında bir ülkenin neler kaybettiğini göstermek gibi konulara dayanmaktadır. Bugün ABD'de her 43 turist vizesinin bir istihdam yarattığını biliyor musunuz? Gayet basit. Kaç kişi bunu biliyor? Kaç kişi bu bağlantıyı kurabiliyor?

Bu, sadece ekonomiyi ilgilendiren bir husus değil; ne kadar yitirdiğimizle ilgili de bir konudur. Kayda geçmek istediğim bir not: Başkan Obama bu konu hakkında çok bilinçli olan sayılı devlet başkanlarından biridir. Kendisi iki yıl önce turist vizelerinin %17 oranda artırılması amacıyla kararname çıkarttırdı. O dönem çok basit bir açıklamada bulundu: ABD'yi ne kadar çok kişi ziyaret ederse o kadar çok kişi istihdam edilir. Mesele bu kadar basit.

Bunun benim güvenliğimi tehdit edeceğini mi söylüyorsunuz? İspatlayın o zaman. Şimdi tek tek ele alalım. Birkaç hafta önce Yunanistan'ın Turizm Bakanı beni ziyaret etti. Bana ne söylediğini biliyor musunuz? Yasa dışı göçmenlerimizin %92'si- tabii bu kimselere yasa dışı göçmen tabirini kullanmak isterseniz- vizesiz ülkemize giriş yapıyor. Vizeyle gelen %8'lik bir pay için tüm ülkeyi cezalandırmam mı gerekiyor?

Büyük bir mağazaya gittiğinizde ve herkesin üstünü başını aramaya kalktığınızda kimse o mağazaya bir daha gitmeyecektir. Bu mağazanın yapabileceği mantıklı bir şey vardır. “%4-5'lik bir soygunu göz önüne alıyoruz ve bununla yaşamayı kabul ediyoruz.” Vizeden bahsederken ülkelerin bunun gibi mantıklı bir şekilde düşündüklerini sanmıyorum.

Vizelerle ilgili sıkıntı da aynı. Bazı ülkeler müttekabiliyet denilen eski kavrama o kadar saplanıp kalmış durumdadır ki “Arjantinlilere vize vermem çünkü onlar da bize vize vermiyorlar” diyenler çıkıyor. Benim bu gibi yaklaşımlara yanıtım net. Bu, göze göz dişe diş bir kavrama dayanıyor. Göze göz dişe diş kavramı günün sonunda dünyayı kör bir hale getirecektir. Bu kavramlar bir işe yaramayacaktır.

Ve günün sonunda sizin için daha önemli hale gelecek olan soru şudur: İşler menfaatinize dönüştü mü dönüşmedi mi? Söz konusu salt ekonomik kazanımlar olduğunda müttekabiliyet kavramının uygulanması gerektiğine inanmıyorum. 🦋





# "LİKYA YOLU'NDA MASALLAR" PROJESİNİN YABANCI BASINDAKİ YANKILARI...

Fethiye'den başlayıp Antalya'ya kadar uzanan Teke Yarımadası'ndaki patikaların işaretlenmesiyle oluşturulmuş, Türkiye'nin ilk uzun mesafeli yürüyüş yolu olan Likya Yolu'nu tecrübe etmek üzere, 12 ülkeden 16 yabancı gazeteci ve seyahat bloggeri ile instagrammer 9-14 Mayıs 2016 tarihlerinde "Likya Yolu'nda Masallar" projesinde konuk edilmişlerdi.

Judith Liberman'ın anlattığı Anadolu Masalları eşliğinde Likya Yolu'nu tecrübe eden konukların yaptıkları haberler yabancı basında, bloglarda, gazete ve dergilerde geniş yer aldı. 🦋

Yunanistan, Likya Yolu'nu ve projeyi önemli seyahat dergisi Travel Book'ta 14 sayfada görsellerle ve detaylı anlatımlarla yayınladı.



İsviçre: Marcel Krebs blogunda Likya Yolu deneyimlerini detaylarıyla okuyucusuna aktardı.



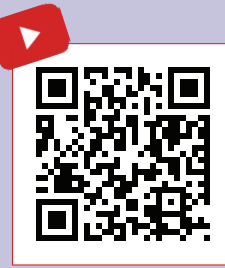




Fransa  
La Provence gazetesini yazarı Frederic Cheutin Likya Yolu ile ilgili bir yazı yayınladı.



Sırbistan  
Jovana Milenkovic LISA Iepa&srecna dergisinde Likya Yolu'nu ve manzaranın güzelliklerini anlattı.



[www.youtube.com/watch?v=vtzwSI42DQE](https://www.youtube.com/watch?v=vtzwSI42DQE)



[www.youtube.com/watch?v=0p9InBNX7SA](https://www.youtube.com/watch?v=0p9InBNX7SA)



İsveç: Lina Björkskog blogunda gezi boyunca günlük deneyimlerini paylaştı ve birçok görselle Likya Yolu'nu detaylarıyla anlattı.



Çin  
Xiaoli Mao mikro-blogunda birçok görselle keyifli Likya Yolu deneyimlerini paylaştı. Türk insanından, yemeklerinden, doğasından ve yaşam tarzlarından övgüyle sözetti.



Almanya  
Jörg Thamer blogunda Likya Yolu'na geniş yer verdi ve deneyimlerini okuyucularıyla paylaştı.



# “TURKUAZ” DÜNYA’NIN EN İYİ TURİZM TANITIM FİLMİ OLDU.



Bakanlığımızca ülkemizin yurt içinde ve yurt dışında yürüttüğü tanıtım kampanyası çerçevesinde; Türk Hava Yolları (THY) ile yapılan işbirliği ile gerçekleştirilen “Turkuaz” konseptli reklam filmi, Turkey Home sosyal ve dijital medya kanalları ile Bakanlığımız Kültür ve Tanıtma Müşavirlik/Ataşeliklerinin görev bölgelerinde açık hava, dijital ekran ve billboardlarda, TV kanalları ve sinemalarda gösterilmektedir.

“Turkuaz” konseptli tanıtım filmimizin turizm alanında görünürlüğünü ve etkisini artırmak amacıyla, **Uluslararası Turizm Filmleri Festivalleri Komitesi** (Comité International des Festivals du Film Touristique, CIFFT) tarafından koordine edilen ve uluslararası alanda öne çıkan turizm filmlerinin boy gösterdiği bir festival turnesine katılım gerçekleştirdik.

Uluslararası Turizm Filmleri Festivalleri Komitesi (Comité International des Festivals du Film Touristique, CIFFT), dünya genelinde 15 Turizm Film Festivalinin bünyesinde yer aldığı, uluslararası turizm sektöründe görsel-işitsel çalışmalarını desteklemek ve farkındalığını artırmak amacını taşıyan uluslararası bir festival komitesidir. Söz konusu Komite, Dünya Turizm Örgütü (WTO), Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC),

Asya-Pasifik Seyahat Derneği (PATA) ve Orta Amerika Turizm Örgütü (CATA) tarafından desteklenmektedir. Komite bünyesinde yer alan her bir Festival kendi uluslararası jürisini oluşturmakta ve oluşturulan bu jüri tarafından yarışmaya katılan filmler arasında ödüle layık görülenlere bağımsız bir şekilde karar verilmektedir. Festival sezonunun sonunda ise yıl boyunca Komite tarafından koordine edilen Festivallerde ödül kazanmış filmler arasında yapılan oylamada yılın “En İyi Film”i seçilmektedir.

2016 yılında “Turkuaz” konseptli tanıtım filmimiz, katılım gerçekleştirdiği Uluslararası Turizm Film Festivalleri Komitesi (CIFFT) bünyesinde yer alan;

- Art&Tur International Tourism Film Festival (Vila Nova de Gaia City/Portekiz);
- Cannes Corporate Media & TV Awards (Cannes/Fransa);
- Film Art & Tourism Festival “FilmAT” (Varşova/Polanya);
- ITFF-Bulgaria “On the East Coast of Europe” (Veliko Tarnovo/Bulgaristan);
- SilaFest – International Festival of Tourist and Ecology Film (Veliko Gradiste/Sırbistan);

- Tourfilm Karlovy Vary (Karlovy Vary/Çek Cumhuriyeti);
- Tourfilm Riga (Riga/Letonya);
- US International Film & Video Festival (Los Angeles/ABD);
- Zagreb Tourfilm Festival (Zagreb/Hırvatistan);
- İstanbul International Tourism Film Festival (İstanbul/Türkiye)
- Following the Equator – International Tourism Film Festival (Iru Fushi/Maldivler);

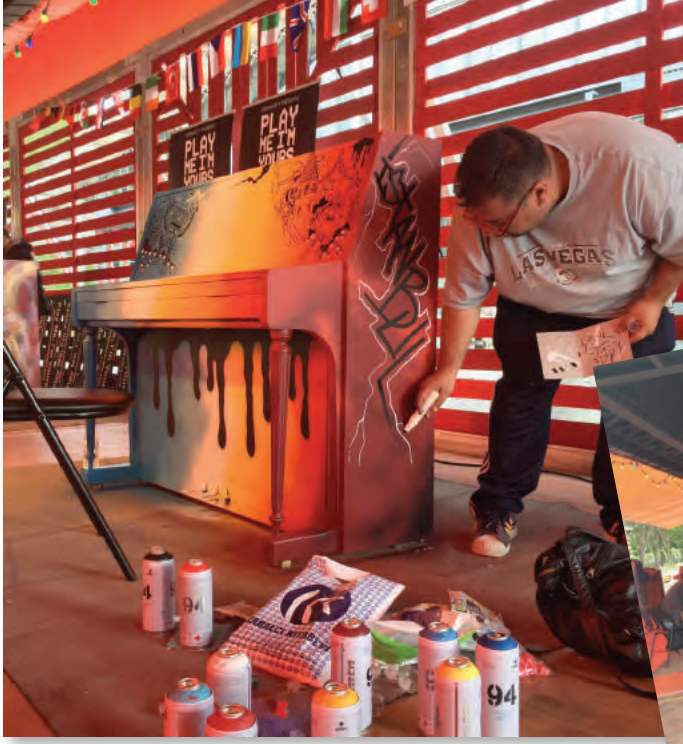
isimli festivallerde **“Turizm Tanıtım Filmleri-Destinasyonlar”** kategorisinde **“Birincilik”** ödülü almıştır.

Söz konusu Festival Komitesi tarafından yapılan değerlendirme sonucunda ise “Turkuaz” konseptli tanıtım filmimiz festival turnesi kapsamında 2016 yılının en iyi filmi seçilerek **“Büyük Ödül”e (Grand Prix)** layık görülmüştür. 26-28 Ocak 2017 tarihlerinde Avusturya’nın başkenti Viyana’da düzenlenecek CIFFT Festival Turnesinin Galası (Festival of Festivals) ile filmimize ödülü takdim edilecektir. 🌟





## PARİS “PLAY ME I’M YOURS” PİYANO ETKİNLİĞİ



Paris'te bu yıl 5.'si 18 Haziran-13 Temmuz 2016 tarihleri arasında gerçekleşen “Play Me, I'm Yours, Des Pianos Dans La Ville” adlı etkinliğe, Avrupa Futbol Şampiyonası'na katılan 24 ülkenin temsilcilikleri ile birlikte Paris Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz de katılım sağladı.

Söz konusu etkinlikte bize ait piyanonun üzerine duvar boyama ve grafik sanatçısı **Tunç Dinçtaş** tarafından sanatsal bir çalışma yapıldı. Etkinlik sonrasında ise piyano Paris Sorbonne Üniversitesi'ne tahsis edildi. 2008 yılından beri İngiliz sanatçı **Luke Jerram** tarafından gerçekleştirilen “Play Me, I'm Yours” etkinliği ile Dünya'nın önemli 50 şehrinde 1500'den fazla piyano kurularak 10 milyondan fazla insanın piyano çalmasına fırsat verilmiş. 🇹🇷



## PIER LOTİ'NİN ÜLKESİNDE MÜZİK



“Pierre Loti'nin Ülkesinde Müzik” Festivalinin 12.'si 01-07 Mayıs 2016 tarihleri arasında, Fransa'nın Rochefort ve Saint-Pierre d'Oléron şehirlerinde yapıldı.

2011 yılından bu güne kadar Bakanlığımızca desteklenen festival süresince, Saint-Pierre d'Oléron'da, festivalin turizm-enformasyon noktaları ve konser salonları girişlerinde ülkemizin tanıtım broşürleri dağıtıldı. Saint-Pierre d'Oléron'da Maison des Aïeules binasında verilen konserde Türk kompozitörlerin eserleri icra edildi. Müşavirliğimizin ev sahibi olarak lanse edildiği etkinlik kapsamında, Saint-Pierre d'Oléron'da düzenlenen konser sonrasında yaklaşık 250 seçkin konuğun katıldığı bir kokteyl verildi. Festivalin bu yılki program kitapçığında tam sayfa Türkiye reklamına yer verildi. 🇹🇷



## “İPEKYOLU KÜLTÜR YOLLARI” PROJESİ

UNESCO ve Dünya Turizm Örgütü desteğiyle yürütülen “İpekyolu Kültür Yolları” projesi çerçevesinde İspanya'nın Valencia şehrinde düzenlenen “Multaqa 2016” forumunda, 9 Haziran 2016 tarihinde, Azerbaycan ve Kazakistan'ın da katılımı ile “Türk Dünyası Tanıtım Gecesi” düzenlendik. Bakanlığımız söz konusu etkinlikte bir iftar yemeği verdi. 🇹🇷





# EUROLİG FİNAL FOUR'DA TÜRKİYE TANITIM RÜZGARİ



2016 Euroleague Basketbol Liginin Final Four müsabakaları 12-15 Mayıs 2016 tarihleri arasında Berlin'de gerçekleşti. Bakanlığımızın "Premium Destination" olarak Euroleague'in reklam ortağı olduğu organizasyon kapsamında Berlin'in en işlek meydanı olan "Alexanderplatz" da Fan Zone adı verilen ve taraftarlara yönelik tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bir festival alanı oluşturuldu. Alanda yer alan 150 metrekarelik standımızda ülkemizin tanıtımı yapıldı.

Bakanlığımız standı iki parçadan oluşmuş olup, Modulbox adı verilen kısımda ülkemiz hakkında tanıtıcı broşür ve hediyelik eşya dağıtımı yapılırken, ziyaretçilere ülkemiz hakkında bilgi verilen Photobox bölümünde, reklam görselimiz önünde hatıra fotoğrafı çekilen ziyaretçiler anında bu fotoğrafların çıktısını aldılar. 4 adet basketbol potasının bulunduğu "just hoops" adlı aktivasyon kısmında ise ziyaretçiler basketbol oynama fırsatı buldu. 14 Mayıs 2016 Cumartesi günü ise Final 4'e kalan yıldız oyuncular ile standımızda taraftar için imza günü düzenledi. Organizasyon boyunca festival alanı 600.000 kişi tarafından ziyaret edildi.

Etkinlik kapsamında, final maçlarının oynandığı Mercedes Benz Arena'nın saha içi ve saha dışı reklam alanlarında etkinlik süresince ülkemiz reklam görsellerine, logosuna ve tanıtım filmlerine yer verildi.

Euroleague'den alınan rapora göre, final maçlarını canlı olarak toplamda 7,5 milyon kişi, gecikmeli olarak ve maç tekrarlarını yaklaşık 9 milyon kişi, önemli anların yayınlandığı spor programlarını ise 134 milyon kişi izledi. Alınan bilgiye göre, 2015 senesine kıyasla 2016 yılında 15 milyon daha fazla kişi maçları takip etmiştir. 🏀



# LONDRA, "TASTE OF LONDON" FESTİVALI

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, 15-19 Haziran 2016 tarihleri arasında Londra Regent Park'ta gerçekleştirilen dünyanın en ünlü yiyecek, içecek ve yaz eğlencesi festivali Taste of London'a resmi destinasyon ortağı olarak katıldı.

Festival süresince ziyaretçiler, Regent Park'taki Türkiye çadırında eşsiz lezzetleri tatma ve aktivitelere katılma şansına sahip oldular. Bu bağlamda ünlü Türk aşçıları tarafından hazırlanıp sunulan Türk yemek ve tatlıları ziyaretçilere ikram edildi.

Türk mutfak şefleri festival esnasında çeşitli yemek şovları da sundular.

## ÜNLÜ İNGİLİZ ŞEF ED BAINES, "HÜNKAR BEĞENDİ" YAPTI.

Ünlü İngiliz Mutfak Şefi **Ed Baines**, festivalin ikinci gününde festival alanındaki AEG Taste Tiyatrosunda, geleneksel Türk yemeklerinden biri olan Hünkar Beğendi'yi özel şovu ile hazırladı. Bu şov yaklaşık 4.5 milyon izleyicisi

Ünlü İngiliz Şef **Ed Baines**, AEG Taste Tiyatrosunda izleyicilere geleneksel Türk yemeği Hünkar Beğendi'yi bir şov eşliğinde pişirdi. **Ed Baines**'in bu şovu Taste Of Turkey etiketiyle Turkey Home Facebook sayfasından 16 Haziran 2016 tarihinde canlı olarak yayınlandı. Bu video 548.961 kişi tarafından görüldü ve 47.225 kişi tarafından da izlendi. Great British Chefs'in videosu ise Facebook sosyal medya kanalında **Taste of London** etiketiyle canlı olarak yayınlandı, video 298.793 defa görüldü ve 84.530 defa izlendi. Ayrıca, Great British Chefs'in Facebook sosyal medya kanalında **Ed Baines** Taste of London etiketiyle yayınladığı Hünkar Beğendi şovu videosu, 98.144 defa görüldü ve 47.313 defa izlendi.

bulunan TurkeyHome Facebook hesabından canlı olarak yayınlandı (<https://www.facebook.com/TurkeyHomeOf/>).

## ZİYARETÇİLERE TÜRKİYE'DE TATİL KAZANMA FIRSATI SUNULDU.

Öte yandan, Türkiye çadırında özel olarak tasarlanan Instagram yarışması çerçevesinde fotoğraf çektirip, #TasteofTurkey etiketiyle instagramda paylaşan kişiler arasından bir kişiye, @Turkey\_Home tarafından 4 kişilik her şey dahil konseptinde Antalya'da bir haftalık tatil kazanma imkanı da sunuldu.

pilavı ve geleneksel soğuk mezelerimizden kısır ve cacık ikram edildi. Festivalin son günü yine geleneksel yemeklerimizden lahmacunun nasıl pişirildiği ziyaretçilere uygulamalı olarak gösterildi. Ayrıca, festival süresince katılımcılara Türkiye'yi tanıtan hediyelik eşyalar dağıtıldı. 🇹🇷



## FESTİVAL BEŞ GÜN SÜRDÜ.

Beş gün süren Gurme Festivali'ne katılan ziyaretçiler, sayısı kırktan fazla olan ünlü heyecan verici restoranları keşfedebilme, lezzetli yiyecekleri tadabilme, birbirinden farklı içecekleri deneyebilme, gösterileri ve canlı müzik performanslarını takip etme imkanına sahip oldular.

Yaklaşık 50 bin kişinin ziyaret ettiği Gurme Festivali'nde Türkiye çadırında geleneksel Türk tatlısı baklava ve lokum, simit, çatal, börek ve çörek, Türk kahvesi ve çayı ziyaretçilere ikram edildi. Hergün farklı bir yemek menüsüyle ziyaretçilerini ağırlayan çadırımızda günün çorbası, etli ve sebzeli yemek, piring veya bulgur





# İSPANYA'DA TÜRKİYE ODAKLI BİRLİKTE REKLAM

İspanya'da faaliyet gösteren ve 2015 yılında Türkiye'ye toplam 3.535 kişi taşıyan online seyahat acentası Destinia ve Türk Hava Yolları'nın İspanya'dan Türkiye'ye direkt uçuşlarının bulunduğu özerk bölgelerde yayımlanan en yüksek tirajlı bölgesel günlük gazeteler olan ABC (Madrid), El Correo (Bilbao), Diario Sur (Malaga) ve Las Provincias (Valencia)'da 2016 Mayıs ayında Türkiye odaklı birlikte reklam faaliyeti gerçekleştirildi.

Ayrıca, İspanya'da faaliyet gösteren ve 2015 yılında Türkiye'ye toplam 4.534 kişi taşıyan online seyahat acentası Atrapalo ve 2016 yılında yazılı basın mecrasında, İspanya'da en yüksek tirajlı ulusal günlük gazeteler olan El Mundo, La Razon, ABC, El Economista (seyahat eki) ve bölgesel günlük gazete Periodico Cataluna'da (seyahat eki) 2016 Mayıs-Haziran aylarında Türkiye odaklı birlikte reklamlar yapıldı. 🇹🇷

## BREZİLYA SBT TV KANALI'NDA TÜRKİYE

Brezilya'nın yüksek izlenme oranına sahip kanallarından olan SBT televizyon kanalının “Conexão Repórter” adlı programında hem Brezilyalı seyirciye ülkemizin kültürel, tarihi, turistik ve gastronomik değerlerini tanıtmak hem de güvenli, seyahat edilebilecek bir ülke olduğunun mesajını vermek üzere İstanbul-İzmir-Gaziantep'te çekim yapmak üzere kanalın 4 kişilik ekibi 01-07 Haziran 2016 tarihleri arasında ağırlandı. 🇧🇷

## İTALYAN GAZETECİLER TÜRKİYE'DE

İtalya'nın önde gelen arkeoloji dergileri Archeo ile Touring, TV2000 Kanalı, ve Aska Haber Ajansı için çekimler yapan 8 İtalyan gazeteci, 02-06 Haziran 2016 tarihleri arasında İzmir ve Aydın'da Bakanlığımız tarafından ağırlanmıştır. 🇮🇹





## ROMA MARATONU

Roma Müşavirliğimiz 8-10 Nisan 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen Roma Maratonu'na sponsor oldu. Dünyanın en eski ve önemli maraton organizasyonlarından biri olan Roma Maratonu'nun halka hitap eden "Roma Fun" halk koşusu etabında Türk ve İtalyan dostlarımız ile birlikte yer aldık. Maratonun tanıtım ve kayıtlarının yapıldığı fuar niteliği taşıyan "Maraton Expo"ya Türkiye standı ile katılım sağladık. 🇹🇷



## SARAYBOSNA 13. ÇOCUK FESTİVALİ

3-6 Haziran 2016'da Saraybosna şehir merkezinde düzenlenen, yaklaşık 30-40 bin çocuğun katıldığı açık hava festivalinde Bakanlığımızca tanıtım etkinlikleri gerçekleştirildi.

Festival alanında yer alan tanıtım standımızda yaratıcı atölye çalışmalarını gerçekleştirdi ve çocukların resimleri sergilendi. Oyuncak ve okul materyalleri dağıtılan küçük bir çekilişin gerçekleştirildiği standımız büyük ilgi gördü. 🇹🇷



## ROMA'DA 5. TÜRK FİLM FESTİVALİ

30 Haziran-3 Temmuz 2016 tarihleri arasında beşincisi düzenlenen, onursal başkanlığını yönetmen Ferzan Özpetek'in yaptığı 5. Türk Film Festivali Roma'nın en ünlü sinema merkezlerinden biri olan Casa Del Cinema'nın açık hava salonlarında gerçekleştirildi. Festival kapsamında; "Annemin Yarası", "Abluka", "Sivas", "Sarmaşık", "Ali Baba ve Yedi Cüceler", "Muhsin Bey", "Baskın: Karabasan" ve "Kalandar Soğuğu" filmleri gösterime sunuldu. 🇹🇷





## KİEV, "OUTLOOK WORLD CULTURE" FESTİVALİ



18 Haziran 2016 tarihinde Kiev Büyükşehir Belediyesi salonunda düzenlenen ve ülkelerin kültürlerini, el sanatlarını ve geleneklerini tanıtan "Outlook World Culture"

adlı festivale, Bakanlığımızca katılım sağlandı.

Kültür alışverişi ve farklı kültürlerin Ukrayna halkı ile buluşması açısından büyük önem taşıyan projeye, Ukrayna'daki 20 Büyükelçilik katılmış olup, festivali ise yaklaşık olarak 6000 kişi ziyaret etti.

Türkiye standında ülkemizin kültürünü tanıtan materyallerin dağıtıldığı etkinlik boyunca Ebru sanatçımız atölye çalışmaları gerçekleştirdi ve Türk kahvesi ikramı yapıldı. 🌊

## BELGRAD FESTİVALİ (MANİFEST)

Sırbistan Belgrad Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz, 27-29 Mayıs 2016 tarihleri arasında 2. Belgrad Manifest Festivali'ne 25 metrekarelik stant ile katılım sağladı. Ebru sanatçısı **Mehmet Murat Elhan** ve hat sanatçısı **Çetin Öztürk** söz konusu festivalde, standımız içerisinde üç gün boyunca sanatlarını icra ettiler. Festival boyunca ziyaretçilere baklava ve ülkemizi tanıtan broşürler dağıtılarak, Türkiye'deki yaz destinasyonları hakkında bilgiler verildi. 🍪





## ODESA TURİZM FESTİVALİ



3. Odesa Turizm Festivali 16 Nisan 2016 tarihinde Ukrayna'nın liman şehri olan Odesa'nın Merkez Parkı'nda gerçekleştirildi. Etkinlik turizm sektöründe faaliyet gösteren uzmanlar için Odesa Road Show, toplantı ve seminerlerle halk için şehir merkezinde düzenlenen tanıtım faaliyetine ev sahipliği yaptı. Etkinliğe turizm ofisleri, turizm acenteleri, tur operatörleri, otel, SPA ve tatil merkezleri, tatil evleri, dinlenme kampları, Ukrayna'nın turistik bölgeleri ve kitle iletişim araçlarının temsilcileri dahil olmak üzere toplam 42 kuruluş katıldı. Resmi açılıştan sonra halk dansları ve şarkıları içeren konserin ardından, 6 metrelik Odesa pastası kesilerek ziyaretçilere dağıtıldı. Festival açılışından sonra standımızda ziyaretçilerine "Hoş Geldiniz." kokteyli verilerek, Türkiye'nin turistik destinasyonlarına ilişkin broşürlerin dağıtımı yapıldı. Odesa Turizm Festivali esnasında Türkiye standında "Happy Ukrainian in Turkey" adlı fotoğraf yarışmasında ödül kazanan İrina Balyutina'ya Müşavirliğimizce özel ödül verildi. Ukrayna'da en fazla turist ağırlayan ve önemli bir liman kenti olma özelliği taşıyan Odesa'daki bu etkinlik 6000 kişi tarafından ziyaret edildi. 🇹🇷

## 21. MOLDOVA ULUSLARARASI TURİZM İHTİSAS FUARI

Bu yıl 21.'si düzenlenen "Tourism Leisure Hotels-2016" adlı Moldova Uluslararası Turizm İhtisas Fuarı 07-10 Nisan 2016 tarihleri arasında Moldova'nın başkenti Kişinev'de MOLDEXPO Uluslararası Fuar Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Moldova'nın en büyük turizm fuarı olan "Tourism Leisure Hotels-2016" fuarında katılımcı olarak, resmi temsilcilikler, tur operatörleri, turizm acenteleri, hava yolu şirketleri, kara yolu taşımacıları, otel ve tatil merkezleri, SPA, tatil kampları gibi kuruluşlar yer aldı. Fuarı Türkiye, Bulgaristan, Macaristan, Romanya, Slovakya, Moldova milli stantlarla katılım sağladı. Yaklaşık olarak 6000 kişi tarafından ziyaret edildi.

Bakanlığımızca fuara 49 metrekarelik ada şeklinde bir stand ile katılım sağlandı. Dört gün süren fuar boyunca "TurkeyHOME" videoları gösterildi ve Türkiye'nin çeşitli turizm destinasyonları hakkında bilgi içeren broşürler dağıtıldı. En çok ilgi çeken stantlardan biri olan Türkiye standı fuar idaresi tarafından en başarılı milli stant olarak değerlendirildi. 🇹🇷



## VİVA FİLM FESTİVALİ

01-05 Haziran 2016 tarihlerinde Saraybosna'da açılışı yapılan ve bu yıl ikincisi düzenlenen Uluslararası VİVA Film Festivalinde, "Home of" temalı tanıtım videolarımız yayınlandı.

Festivale Türkiye'den katılan ve "Gençler" kategorisinde gösterilen "Ta'riz: Gri Şehrin Renkli Çocukları" isimli belgesel ve yönetmeni Sezer Ağgez bronz kamera ödülü kazandı. 🇹🇷





# TÜRKİYE SAN SEBASTİAN GASTRONOMİKA ULUSLARARASI GASTRONOMİ KONGRE VE FUARI'NDA KONUK ÜLKE

İspanya'nın San Sebastian şehrinde bu yıl 18. kez düzenlenen San Sebastian Gastronomika Uluslararası Gastronomi Kongresi ve Fuarı, dünyaca ünlü şeflerin katılımları ile gastronomi alanında özel tekniklerin, çağdaş yaklaşımların, inovasyonların paylaşıldığı; aralarında çok sayıda Michelin yıldızlı şefin de bulunduğu gastronomi profesyonelleri tarafından yemek sunumları ve tadımları gerçekleştirilen bir platformdur. Alanında bu açıdan dünyada tek olma niteliği taşıyan kongre, uluslararası gastronomi sektörünün en önemli ve prestijli etkinliklerinden biridir. Bu kapsamda Türkiye, Bakanlığımız girişimi ve organizasyonu ile ilk kez ve konuk ülke statüsünde temsil edildi.

Göbeklitepe'den günümüze kadar Anadolu'dan geçen medeniyetlerden izler taşıyan geleneksel gastronomi kültürümüzün yanı sıra Modern Türk Mutfağı ilk kez gastronomi özelinde uluslararası bir vitrinde yer aldı.

Yalnızca sektör profesyonellerine açık olan dört gün süreli kongre esnasında, aynı mekânda üç gün süre ile profesyoneller yanında halka da açık olan bir gastronomi fuarı düzenlendi. "Sokak lezzetleri" adı altında düzenlenen etkinlik çerçevesinde ise ülkelerin geleneksel sokak yemekleri tanıtıldı. Ayrıca, seçilen belirli ülkelerden aşçılar, halka açık canlı performanslar gerçekleştirdiler. 2-5 Ekim 2016 tarihleri arasında gerçekleşen 18. Gastronomika Kongre'sinde bu yıl 5 kıtada 7 ülkeden gelen 50 şef farklı gastronomik bölgelerden sunumlar gerçekleştirerek küresel gastronominin mevcut durumunu özetlediler.

Güney Afrika, Brezilya, Japonya ve Macaristan ile birlikte 5 konuk ülkeden biri olarak ilk kez katılım sağladığımız kongrede; **Mehmet Gürs, Maksut Aşkar, Deniz Şahin** ve **Cüneyt Asan**, etkinliğin kongre ayağında avant-garde ve geleneksel Türk mutfağından örnek sunumlar gerçekleştirerek beğeni topladılar.

Fuar alanında özel tasarlanmış bir alanda Bakanlığımızca görevlendirilen heyette yer alan aşçılardan, **Hazer Amani, Murat Deniz Temel, Mustafa Otar ve Ali Ronay** tarafından canlı performanslarla; **Göbeklitepe Mutfağı, Selçuklu Mutfağı, Anadolu Mutfağı** ve **Modern Türk Mutfağı** örneklerinin pişirme, sunum ve tadımları gerçekleştirildi.

Kongre merkezi ile aynı mekanda olan fuar alanında, ülkemize ait 24 metrekarelik bir stantta, 03-05 Ekim 2016 tarihleri arasında her gün, kongre molalarına denk gelecek şekilde, yöresel ürünler ve Türk tatlılarının sunumu gerçekleştirildi. Ayrıca, ülkemiz mutfak kültürünün anlatıldığı "Gastronomi Broşürleri" ilgililere takdim edildi.

Ayrıca, Gastronomika'ya katılan Türk şefler ve basın mensupları ile iki ayrı kahvaltı etkinliğinde bir araya gelinerek, ülkemizin gastronomisinin mevcut durumu ve mutfak değerlerimizin turizmde daha etkili kullanılması üzerine bilgi alışverişi yapıldı.

Bu yıl San Sebastian Gastronomik'ya ilişkin sayısal veriler:

- 526 konferans delegesi
- Katılımcı ülkeler: 45







- Fuara katılan organizasyon sayısı: 150
- Ziyaretçi sayısı: 13.071
- Akredite gazeteci: 420

## BASIN VE SOSYAL MEDYA ÖZETLERİ

**Aydan Üstkanat - Star Pazar:** Star gazetesinin 9 Ekim tarihli pazar ekinde yayınlanan Aydan Üstkanat'ın köşesinde, San Sebastian Gastronomika'ya yer verildi.

**Nur Çintay - Sabah Pazar:** Sabah gazetesinin 9 Ekim tarihli pazar ekinde yayınlanan köşe yazısında, Bakanlığımızca katılım sağlanan San Sebastian Gastronomika'dan bahsedilmektedir.

**Ebru Erke - Milliyet:** Milliyet internet sitesinde yer alan 9 Ekim tarihli yazısında Ebru Erke, San Sebastian Gastronomika'da Türkiye'nin konuk ülke olmasının oluşturduğu genel görünümünden ve Türk şeflerinin performanslarından bahsederek, Türk şeflerinin görüşlerine yer vermiştir.

**Eda Özsoy - TurizmGüncel:** TurizmGüncel yayın danışmanı Eda Özsoy köşe yazısında festivale Kültür ve Turizm Bakanlığımızın özel davetli olarak "Geçmişin İzinde Geleceğin Peşinde" teması ile katıldığını belirtti ve yabancı davetlilerin ilgisinden bahsetti.

**El Pais:** İspanya'nın en çok okunan gazetesi El Pais, Bakanlığımız ve Gastronomika'nın davetli şeflerinden Cüneyt Asan ile kongre sunumu sonrası bir röportaj gerçekleştirmiştir.

**7 Canibales:** İspanya'da çok okunan dijital gastronomi dergisinde, Türk şeflerinin performanslarının yer aldığı 2 Ekim tarihli bir yazı yayınlanmıştır.

**El Diario Vasco:** İspanya'da Bask Bölgesinin en çok okunan gazetelerinden biri ve Gastronomika'nın ana sponsoru El Diario Vasco gazetesinin internet sitesinde Türkiye'nin konuk ülke olmasına dair 2 Ekim tarihli haberde "Türkiye ve Macaristan, San Sebastian Gastronomika'da Geçmişlerini Sergiliyor" denildi.

**Ali Esad Göksel - Habertürk:** Habertürk internet sitesinde yer alan 8 Ekim tarihli yazısında Ali Esad Göksel, San Sebastian Gastronomika'da Türkiye'nin katılımından ve Türk şeflerin performanslarından bahsetti.

## Sosyal Medya Paylaşımları:

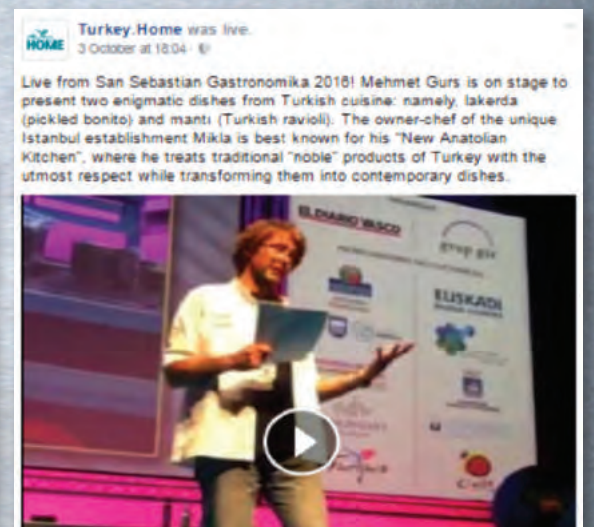
Facebook'ta "Turkey.Home" sayfasında, Türkiye'nin Gastronomika'ya katılımına ilişkin paylaşımlar.

Twitter'da "Turkey.Home" resmi sayfasında yer alan paylaşımlar.

**Facebook üzerinden Canlı Yayınlar:** 1-4 Ekim tarihleri arasında, Türk şeflerimizin performanslarının gösterildiği 5 canlı video yayını yapılmıştır. Geniş çapta izleyici çeken bu yayınlar Facebook'ta en çok izlenen canlı yayınlar arasında yer almıştır.

**Facebook üzerinde yapılan paylaşımlar:** Etkinlik süresinde "Turkey.Home" sayfasında çeşitli paylaşımlar yapılmıştır.

**Twitter'da Paylaşımlar ve Periscope Canlı Yayını:** Türk şeflerinden Hazer Amani'nin, Fuar alanında Show Cooking performansı Twitter'ın Canlı Yayın platformu olan Periscope üzerinden canlı yayınlanmıştır.





# TRAKAI YAZ FESTİVALİ ALANYA TANITIM GÜNLERİ

03-05 Haziran 2016 tarihleri arasında Litvanya'nın Trakai kentinde gerçekleşen yaz festivali kapsamında, Alanya ve Trakai kentlerinin kardeş şehir olmalarının 10. yıldönümü vesilesiyle özel Alanya etkinlikleri düzenlendi. Alanya ve Trakai Belediyeleri tarafından ortaklaşa düzenlenen etkinliklerin açılışı “Geçmişten Geleceğe Alanya İpekleri” ve “Alanya ve Türkiye'nin Güzellikleri” adlı fotoğraf sergileri ile yapıldı. Serginin açılışında 200 civarında katılımcı ile basın mensupları da hazır bulundu.

Festival dâhilinde Bakanlığımızca konuklar onuruna, Türk tatlarından oluşan bir gala yemeği verildi. 200'ü aşkın katılımcının bulunduğu yemeğe Alanya ve Trakai Belediye Başkanları, şehrin ileri gelenleri, kabile üyeleri ve basın mensupları iştirak etti. Litvanyalıların büyük ilgi ve beğeniyle izlediği etkinlik, ülkede hâlihazırda en çok tercih edilen turizm destinasyonu konumundaki ülkemizin Alanya ağırlıklı olarak tanıtımına büyük katkı sağladı. Etkinlik çerçevesinde yetkililer ve vatandaşları Türkiye'nin güvenli ve çok sayıda olanak vadeden bir tatil ülkesi olduğu vurgusunu yazılı ve görsel basında dile getirdi. 🌊



## ART TURKEY JAPAN 2016

3 Mayıs 2016 tarihinde Tokyo, Machida Grafik Sanatlar Müzesinde, İstanbul Japon Sanat Merkezi'nin düzenlediği ve genel teması “Türkiye'nin Estetiği” konulu sergi gerçekleştirildi. Sergide 82'si Türk, 26'sı Japon olmak üzere, 108 seçkin sanatçının 128 eseri sergilendi. 🎨

## JICA SEMİNERİNDE TÜRKİYE TANITIMI

5 Nisan 2016 tarihinde, Tokyo JICA Global Plaza'da Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, Tokyo Yunus Emre Enstitüsü, ve Kültür ve Tanıtma Müşavirliği'mizin katılımıyla Güney Ege, Batı Akdeniz ve Türkiye Citta Slow (Yavaş Şehir) konulu bir seminer gerçekleştirildi. 🌊



### JICA Seminerinde Sergi

01-30 Nisan 2016 tarihleri arasında, JICA Global Plaza'da, Türkiye'deki çeşitli destinasyonlarının fotoğrafların yer aldığı “The Comprehensive Story of Open Air Museum Turkey” adlı fotoğraf sergisi yapıldı. 🌊



## CONDE NAST TRAVELLER DERGİSİ "TÜRKİYE" EKİ

Bünyesinde Vogue, Allure, Vanity Fair, Glamour, Brides, GQ, GQ Style, The New Yorker, Golf Digest, Golf World gibi dergileri barındıran medya grubu **Conde Nast**'ın Orta Doğu'da yayımlanan **Conde Nast Traveller Middle East** adlı lüks turizm dergisi, Mayıs 2016 sayısı için Dubai Kültür ve Tanıtma Ataşeliğimiz ile birlikte 40 sayfa özel "Türkiye" eki hazırladı. Dergide İstanbul, Bursa, Yalova, Kapadokya, Uludağ, Bodrum, Antalya, Trabzon-Uzungöl, Rize gibi destinasyonlar tanıtılmakla birlikte; aile turizmi, balayı turizmi, gastronomi, medikal turizm, MICE, golf-yatçılık turizmi, Türkiye'de alışveriş, emlak ve turizm yatırımı gibi konular ile Orta Doğu'da meşhur TV dizilerimizin oyuncularıyla yapılan röportajlar da yer aldı. Söz konusu dergi, Arapça ve İngilizce dillerinde Arabian Travel Market adlı fuarda da Bakanlığımız standında sektör temsilcilerine dağıtıldı. 🌿



## "FLOWER MART" ETKİNLİĞİ



1916 yılından beri çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapan Washington Ulusal Katedrali ve bahçesinde 6-7 Mayıs 2016 tarihleri arasında "77. Flower Mart" etkinliği gerçekleştirildi.

Washington Ulusal Katedrali'nin iç mekanında, katılımcı ülkelerin kendilerine özgü çiçeklerini sergiledikleri alanda "Antalya Expo 2016 Çiçek ve Çocuk" temalı Türkiye haritalı bir çiçek tasarımı ile ülkemiz de temsil edildi. Söz konusu tasarım, şehit diplomatlarımıza ithaf edilmiş olup, katılımcı ülkeler arasında en çok beğenilen üçüncü tasarım seçildi. 🌿

## 5. TÜRK MÜZİĞİ ENSTİTÜSÜ WORKSHOP VE KONSERİ

ABD'de Türk Sanat Müziği alanında başarılı çalışmalara imza atan "Makam New York" Topluluğu, 1-8 Nisan 2016 tarihleri arasında "5. Türk Müziği Enstitüsü Workshop ve Konseri" proje kapsamında seminerlerin yanı sıra biri profesyonel diğeri öğrenci konseri olmak üzere iki adet konser gerçekleştirdi. 🌿



## MAINICHI SHIMBUN GAZETESİ TÜRKİYE SEMİNERİ



27 Nisan 2016 tarihinde Tokyo'da, Mainichi Gazetesi ve Japon Seyahat Acentası Mainichi Ryokou tarafından bir "Türkiye" semineri gerçekleştirildi. 🌿

## FRANSIZ TV'LERİNDE REKLAMLARIMIZ

Fransız televizyonlarında (BFMTV, RMC Découverte, Eurosport1, Eurosport2, Ma Chaine Sport) 27.06.2016-10.07.2016 tarihleri arasında 677 kez 15 saniyelik tanıtıcı spotumuz yayınlandı. 🌿



# KORE'DE TÜRKİYE TANITIMI

17 Mayıs 2016 tarihinde Kore Lotte Hotel Seoul Sapphire'de ülkenin önde gelen turizm önderleri ve medya temsilcileri, Kapadokya katılımcılarının tamamı, Seul Türk Hava Yolları Bölge Müdürlüğü temsilcileri, Kore Basınından temsilcilerinin de yer aldığı bir workshop gerçekleştirildi. 🍁



9-12 Haziran 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen Kore Dünya Seyahat Fuarı'nda standımızın ana teması **“Home Turkey”** oldu. Etkinlik boyunca ziyaretçilere ülkemizi tanıtan video gösterimleri, dondurma, çay, lokum ve Türk kahvesi ikramları gerçekleşti. 95.267 kişinin ziyaret ettiği fuarda ülkemiz **“En iyi Stant Operasyonu Ödülü”** kazandı. 🍁



Standımızın ana temasının **“Home Turkey”** olduğu, 15-19 Haziran 2016 tarihleri arasında Seul Uluslararası Kitap Fuarı'na Bakanlığımızca katılım sağlandı. 355 kuruluşun katıldığı fuarı, etkinlik boyunca 103.214 kişi ziyaret etti. Fuar boyunca DVD gösterimi ve TEDA Projesi Konulu bir Seminer gerçekleştirildi. 🍁



DAEJEON MBC TV Kanalında yayınlanacak olan üç ayrı haber/ belgesel programı için dört kişilik Koreli medya grubu, 30 Nisan-09 Mayıs 2016 tarihleri arasında İstanbul, Edirne, İzmir ve Denizli'de ağırlandı. 🍁



2-9 Nisan 2016 tarihleri arasında İstanbul ve Edirne'de, Mimar Sinan konulu çalışma kapsamında, 10 kişilik Koreli medya grubu ağırlandı. Etkinlik Kore medyasında yer aldı. 🍁





# 71. OTTAWA LALE FESTİVALİ'NDEYDİK.

Kanada'nın Ottawa kentinde 12-23 Mayıs 2016 tarihinde 71.'si gerçekleşen Lale Festivali bu yıl 800 bine yakın ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Ottawa'nın tarihi binası olan "The Horticulture Building"de gerçekleşen festivalde, ülkemizin dışında, Çin, Hindistan, Rusya gibi ülkelerin stantları da yer aldı.

Tanıtım alanımızda Türk Kahvesi ikramları, ülkemiz mutfağından değişik örnekler, ülkemiz hakkında enformasyon hizmeti ve tanıtım videolarımızın gösterimi ve Ebru sanatı gösterisi yer aldı. 12 gün boyunca süren festivalde ülkemizin enformasyon masasına ve tanıtıcı videolara yoğun ilgi gösterildi. Kapadokya, İstanbul, İzmir (Efes), Pamukkale, Antalya, Bodrum ve Fethiye en çok sorulan ve bilgi almak istenilen destinasyonların başında geldi. Bakanlığımızca baskıları gerçekleştirilen, Türkiye: Medeniyetlerin Evi/Yurdu, Turquoise Coast, İzmir, Kapadokya, İstanbul ve Antalya broşürleri katılımcılara dağıtıldı. 🌸



## ACTA GOLF TURNUVASI

Kanada Seyahat Acentaları Birliği (ACTA) tarafından 7 Temmuz 2016 tarihinde "2016 yılı Ontario Seyahat Acentaları"na yönelik bir golf turnuvası gerçekleştirildi. 195 kişinin katıldığı golf turnuvası etkinliğinde turizm sektörü, ilgili diğer sektörlerin temsilcileri ve basın mensupları da yer aldı. Bahsi geçen etkinlikte Ataşe **Derya Şerbetçi Acar**, ülkemizdeki golf turizminin sunduğu imkânları ve güzellikleri konu alan bir sunum gerçekleştirdi. Etkinlikten sonra katılımcılara hediyelik eşyalar ile tanıtım materyalleri hediye edildi. 🌸





## YENİ KONSEPT YAYINLARIMIZ: “KAPADOKYA, TÜRK MUTFAĞI VE YEŞİL KARADENİZ” BROŞÜRLERİMİZ

Ziyaretçilerine, hayal güçlerinin ötesinde doğa mucizelerini, estetikle donatarak sunan ve Pers dilinde Güzel Atlar Ülkesi anlamına gelen Kapadokya Bölgesini anlatan **Cappadocia**, harika manzarası doğa dostları için büyüleyici olan **The Verdant Black Sea** (Yeşil Karadeniz) ve binlerce yıllık bir kültürel birikimin mirası olan dünyaca ünlü Türk Mutfağı'nı farklı yönleriyle tanıtan **Turkish Cuisine** (Türk Mutfağı) broşürlerimiz Bakanlığımızca yayınlandı. 🇹🇷



## MONTREAL CAZ FESTİVALİ



Dünyanın en önemli ve prestijli caz festivalleri arasında yer alan Montreal Caz Festivali, 29 Haziran-9 Temmuz 2016 tarihleri arasında Türk Hava Yolları'nın (THY) ana sponsorluğunda gerçekleşti. Bu yıl 37.'si düzenlenen festival aynı zamanda Kanada'nın en önemli kültür ve sanat etkinlikleri arasında yer alıyor. Bakanlığımız ve Türk Hava Yolları ülkemizin kültür, sanat ve turizm değerlerine yönelik yapılan tanıtımlara ev sahipliği yapmıştır.

Ebru, hat ve çini sanatçıları ülkemiz görselleri ile kaplı alanlarda birbirinden değerli eserlerini festival boyunca sanatseverlerle buluşturdu. Ülkemizden gelen 12 kişilik halkoyunları ekibinin festival boyunca sergilediği performans yoğun ilgi gördü. 🇹🇷



## TERROİR SEMPOZYUMUNDA GAZİANTEP MUTFAĞI

Her yıl düzenlenen Terroir Sempozyumları, dünyanın farklı ülkelerinden aşçıları, gastronomi yazarlarını, bloggerları, yiyecek ve içecek tutkunlarını bir araya getiren, dünyanın farklı yemek kültürlerinin tanıtıldığı önemli organizasyonlar arasındadır.

25 Nisan 2016 tarihinde Toronto'nun kültür ve sanat merkezlerinden Art Galery of Ontario'da bu yıl 10.'su gerçekleşen "Terroir Symposium"da Gaziantep Mutfağının tanıtıldığı 15 dakikalık bir sunum yapıldı. "Gaziantep: Gastronomi Şehri" başlığını taşıyan sunumla konuklar, Türk Mutfağının tarihi, zenginliği ve yenilikçi tekniklerini tanıma fırsatı buldular. Ayrıca, katılımcılara Gaziantep'in tarih, kültür ve mutfağının anlatıldığı 2.5 dakikalık tanıtım videosu gösterildi.

600 kişilik resepsiyonun verildiği etkinlikte Globe and Mail Gastronomi yazarı **Lucy Waverman** ile Şef **Eyüp Kemal Genç**, Gaziantep ve genel olarak Türk Mutfağı üzerine bir söyleşi gerçekleştirdi. **Lucy Waverman** konuşmasında, Gaziantep'in adını ilk kez bu etkinlikte duyduğunu, kendisinde kente yönelik çok büyük bir merak uyandığını belirtti. Etkinlik yurt içi ve yurt dışı basında çeşitli haberlerde yer aldı. 🍷



## TURSAB, THY VE BAKANLIĞIMIZ İŞ BİRLİĞİ İLE GERÇEKLEŞEN FAMTRİP



Kanada'da Ontario, Ottawa ve Toronto merkezli 9 büyük seyahat acentesi/tur operatörünün sahibi ve ürün yöneticisi pozisyonunda görev yapan 9 kişi İstanbul, Kapadokya ve İzmir'de THY ve TÜRSAB'ın işbirliği ile ağırlandı. TÜRSAB'dan alınan bilgiye göre, İstanbul'da 120 acente ile buluşma, Kapadokya'da 35 acente ile buluşma, İzmir'de ise 52 Acente ile buluşma gerçekleşti. Kanada'da bulunan 200'den fazla acente ile çalışan bu işletmeler Türkiye'deki muhatap acenteler ile birebir görüşme fırsatı buldu. Bu acenteler içinde aralarında inanç turizmi yapan fakat hiç Türkiye paketi bulunmayan işletmelerin temsilcileri ilk kez ülkemizi ziyaret ettiler. Famtrip'e katılan Kanadalı sektör temsilcileri, organizasyondan memnuniyet duyduklarını ve oldukça başarılı geçtiğini belirterek, iş birliğini geliştirmek istediklerini bildirdiler. 🍷

## "KANKU TABİHAKU ETKİNLİĞİ"NE KATILIM

4-5 Haziran 2016 tarihleri arasında Kansai Uluslararası Havalimanı'nda gerçekleştirilen Kanku Tabihaku Etkinliği'ne, Bakanlığımız Tokyo Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimizce katılım sağlandı. 41.000 kişinin ziyaret ettiği fuara 162 kuruluş katılım sağladı. 🍷





# “THE EYE OF İSTANBUL” BELGESELİ



Dünyaca ünlü fotoğraf sanatçımız **Ara Güler**'in gözünden İstanbul'un anlatıldığı, yönetmenliğini **Binnur Karaevli** ve **Fatih Kaymak**'ın yaptığı “**İstanbul’un Gözü**” adlı belgesel film dünya prömiyerini Washington DC Bağımsız Film Festivali’nde yapmış olup, “**Best of Best**” (En İyinin İyisi) ödülüne layık görüldü. **Ara Güler**'in fotoğrafçılık serüveni, İstanbul, Beyoğlu sevgisi ve hayata bakışının anlatıldığı ve yakın dostlarının yanı sıra dünyaca ünlü meslektaşlarıyla yapılan röportajların da yer aldığı belgesel, Selanik Belgesel Film Festivali’nde de Avrupa prömiyerini yaptı. Söz konusu belgeselin “**Atina Özel Gösterimi**” ve **Ara Güler**'in 40 adet fotoğrafından

oluşan fotoğraf sergisi, Atina Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimizce 12 Mayıs 2016 tarihinde, Atina’nın önemli kültür/sanat mekanlarından olan Benaki Modern Sanat Müzesi’nde ziyaretçileri ile buluştu.

Belgesel gösterimi öncesinde filmin yönetmen ve yapımcısının da katılımıyla bir basın toplantısı düzenlenerek, belgesel ve **Ara Güler** ile ilgili bilgi verildi.

Belgesel gösterimi ve sergi etkinliğine, Yunan halkı başta olmak üzere, kordiplomatik temsilciler, fotoğraf dernekleri ve basın mensupları yoğun bir ilgi ve beğeni gösterdi. 🌹

## “BİR ŞEHRİN DEĞİŞİMİ: İSTANBUL GÖRSELLERİ”

Toronto’da bulunan Aga Khan Müzesi, 6 Şubat 2016 tarihinde başlayan ve 2016 yılı Haziran ayı sonuna kadar süren “**Bir Şehrin Değişimi: İstanbul Görselleri**” adıyla **Fuat German** fotoğraflarının ve **Ömer Koç**'un özel koleksiyonun da yer aldığı İstanbul görsellerinden oluşan bir sergiye ev sahipliği yaptı. Söz konusu serginin kapanış gününde ise “**The Eye of İstanbul**” adıyla **Ara Güler**'in yaşamı ve fotoğraflarıyla İstanbul'un anlatıldığı belgesel yoğun ilgi gördü. Etkinliğe, belgeselin yönetmeni **Fatih Kaymak** ile prodüktörü **Umran Sharma** da katılarak konukların sorularına yanıt verdiler. 🌹





# TECHNOPOLİS JAZZ FESTİVALİ



Yunanistan'ın uluslararası festivallerinden Technopolis Jazz Festivaline Bakanlığımızca "partner ülke" olarak katılım sağlandı.

Bu yıl 22-29 Mayıs 2016 tarihlerinde gerçekleşen festivalde, Türkiye'nin önemli müzisyenlerinden **Erkan Oğur** ve **Telvin Grubu** katıldı.

Festivalin 29 Mayıs 2016 tarihindeki kapanış konserinde de **Telvin Grubu** sahne aldı. 🎵

# "19. YÜZYILDA İSTANBUL MUTFAĞI" TANITIMI

Yeditepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğretim Üyesi **Özge Samancı**'nin "19. Yüzyılda İstanbul Mutfacı"

başlıklı kitabının tanıtımı 25 Mayıs'ta Bakanlığımız Paris Kültür ve Turizm Müşavirliğimizde gerçekleştirildi.

Fransız akademisyenler, Fransa'nın ünlü yemek okulu temsilcileri ve çok sayıda davetlinin katıldığı kokteyle ilgi yoğun oldu. 🍷



# AVRUPA MEYDANI - PLACE DE L'EUROPE

Paris'te 18 Haziran-10 Temmuz tarihleri arasında ve 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası süresince şampiyonaya katılan 24 ülkenin tanıtımıyla, kültürel ve sanatsal etkinlikler gerçekleştirilmesine imkan sağlayan "Hotel de Ville" meydanındaki "Fanzone" tarzındaki "Avrupa'nın Meydanı" etkinliğine Bakanlığımızca katılım sağlandı. Seine Nehri kıyısında yapılması düşünülen etkinlik Fransa'da gerçekleşen aşırı yağışlar ve buna bağlı olarak Seine Nehri'nin suyunun yükselmesi nedeniyle "Hotel de Ville" binasının meydanında gerçekleşti.

Ülkemiz etkinliği Safranbolu Evi konsepti ile katılım sağlamış olup ev içerisinde ülkemizi tanıtan görseller, video gösterimi, öndeki açık kısımda ise Kahramanmaraş dövme dondurma dağıtımı, animasyon, Türk kahvesi ve yöresel ürünlerin ikramı yapıldı. Ebru sanatı gösteriminin yanısıra duvar boyama, grafik sanatçısı **Tunç Dinçtaş** tarafından iki gün boyunca canlı performans gerçekleştirdi. 🎨





# LİVERPOOL BAHAR FESTİVALİ

23-24 Nisan 2016 tarihleri arasında Sefton Park'ta Bakanlığımızca gerçekleştirilen Liverpool Yiyecek, İçecek ve Yaşam Stili Bahar Festivaline resmi destinasyon ortağı olarak katılım sağlandı. Ziyaretçiler festival boyunca, Türkiye standındaki yemekleri tatma ve aktivitelere katılma şansı buldular. Ünlü Türk aşçıları tarafından hazırlanıp sunulan lezzeti eşsiz Türk yemek ve tatlıları ziyaretçilere ikram edildi. Festivale Türkiye Aşçıları ve Şefler Federasyonu (TAŞFED) Başkanı Yaşar Yalçın Manav, Mutfak Şefleri Turgut Ay, Bayram Özrek, Tacim Yetiş, Pasta Şefi Harun Akman ve Şeker Sanatçısı Ece Akyıldız katıldılar.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Cam Sanatçısı Nasif Cömert ise Türkler'in Orta Asya'dan

beri kullandıkları cam sanatına Liverpool'da yeniden hayat verdi. Cömert, festival ziyaretçilerine Osmanlı cam sanatının en değerli örneklerinden olan çesm-i bülbülün nasıl icra edildiğini gösterdi. Cam sanatının icrası ziyaretçiler tarafından büyük bir ilgiyle izlendi.

Bahsi geçen festival dâhilinde cam sanatının yanı sıra Türk sanatı Ebru'nun da nasıl icra edildiği Kültür ve Turizm Bakanlığı Ebru Sanatçısı Fusun



Önomay tarafından uygulamalı olarak gösterildi. Londra Türk Turizm Ofisi tarafından 4 kişilik bir aileye Antalya'da her şey dâhil bir haftalık tatil hediye edildi. 🦋

## FOOD TRAVEL DERGİSİ "TÜRK MUTFAĞI" EKİ

Birleşik Krallık'ta seyahat ve yemek konusunda en çok okunan dergilerden biri olan Food and Travel Magazine dergisinin Mayıs sayısı ekinde Türk mutfağını tanıtmak amacıyla "Turkey Gourmet Travel Secrets" isimli 52 sayfalık özel bir ek dağıtıldı. Söz konusu ekte, UNESCO yaratıcı şehirler ağına kabul edilen Gaziantep'in yanı sıra ülkemizin farklı coğrafik bölgelerine ait yerel yemekler ile genel destinasyon bilgileri de yer aldı. Baklava yapımının da anlatıldığı bahsi geçen ekin lansmanı için 24 Mayıs 2016 tarihinde Londra'nın Merkezi Piccadily Circus çevresinde bulunan Babaji Restoranı'nda basın mensupları, bloggerlar, dergi okuyucuları ve seçkin davetlilerden oluşan 100 kişilik bir topluluk için kokteyl düzenlendi. 🦋



## "PEYGAMBER SEVGİSİ" (LOVE FOR THE PROPHET) HİLYE-İ ŞERİF SERGİSİ

Londra'da kültür ve sanat etkinliklerinin yer aldığı Southbank bölgesinin galerilerinden olan Oxo Tower'da Hilye-i Şerif sergisi gerçekleştirildi. Londra'nın önde gelen sanat, sivil toplum temsilcileri ve diplomatik çevreler ile basından 100 kişinin katılımı ile 13 Nisan 2016 tarihinde açılış resepsiyonu yapılan sergi, 14-18 Nisan 2016 tarihleri arasında halk tarafından da ziyaret edildi.

Hz. Peygamber'in fiziksel özellikleri, güzel ahlakı, tavır ve hareketlerinin anlatıldığı eserler olan Hilye-i Şerif, Müslüman sanatkarlar tarafından, Hz. Peygamber'in kişisel özelliklerinin Hz. Ali'den rivâyet edilerek yazı ile anlatılmasını içermektedir. Koleksiyoner Mehmet Çebi'ye ait, Türk ve Osmanlı sanatçılarından yanı sıra İran, Mısır ve Suriyeli sanatçıların eserlerinin de yer aldığı sergiye Türk ve yabancı basının ilgisi yoğun oldu. 🦋





# IMEX FRANKFURT FUARI



Bu yıl 14.'sü düzenlenen ve dünya toplantı endüstrisinin önemli fuarlarından biri olan IMEX Frankfurt Fuarı, 19-21 Nisan 2016 tarihlerinde Almanya'da gerçekleşti. Profesyonellere açık olan söz konusu fuar, dünya kongre ve toplantı sektörü için önemli bir kaynak konumunda. Fuar boyunca gerçekleştirilen forum, toplantı ve eğitimler katılımcılara sektördeki yenilikleri gözlemlemek için fırsatlar sundu. Geçtiğimiz yıl 9.000 kişinin ziyaret ettiği fuara 75 ülkeden 4.000 davetli katılım sağladı.

Fuara, Bakanlığımız Frankfurt Kültür Ataşeliğimizce, 400 metrekaarelik bir stant ile katılım sağladı. Kongre ve toplantı konusunda ülkemizin sahip olduğu imkânların anlatıldığı fuarda, ülkemiz standı İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) işbirliği ile organize edildi. 30 firma ve sektör kuruluşunun yanı sıra İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara Kongre Büroları ile Türk Hava Yolları'na da ülkemiz standı içerisinde yer verildi. Profesyoneller ile stant katılımcılarının ikili görüşmelerinin esas olduğu fuarda İstanbul, Antalya, Ankara ve İzmir gibi Türkiye'nin önde gelen toplantı ve

kongre merkezlerinin sunduğu olanaklar ile konaklama ve etkinlik mekânlarının tanıtımı yapıldı. Fuar boyunca dijital ekranlarımızda yeni tanıtım filmimiz olan "Turkuaz" gösterilerek, Antalya'da düzenlenen "Antalya EXPO"nun da tanıtımı gerçekleştirildi.

IMEX'te düzenlenen Türkiye resepsiyonu kapsamında keman sanatçısı **Gül Gisella Tavilson**'un ziyaretçilere sunduğu canlı müzik performansı da yoğun ilgi gördü. Müzik dinletisinin ardından ziyaretçiler arasında düzenlenen yarışmada kazanan -Rusya ve Çin'den gelen- iki katılımcıya Türkiye tatili hediye edildi.

Fuarın 2. gününde bu yıl özel olarak düzenlenen ve ICCA (Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği) ile Brüksel Kongre ve Ziyaretçi Bürosu yetkililerinin de aralarında bulunduğu Türkiye Resepsiyonu sırasında bir açıklama yapılarak sektör temsilcileri tarafından birliktelik mesajı verildi. Ayrıca, fuar süresince günlük olarak yayımlanan "IMEX Daily" adlı gazetede üç gün boyunca Türkiye ilanları da yayınlandı. 🌟

## BİRLEŞİK KRALLIK ROADSHOWLARI

Birleşik Krallık'ın Londra, Birmingham, Manchester, Newcastle ve Glasgow şehirlerinde 20-24 Haziran 2016 tarihleri arasında ayrı ayrı roadshowlar gerçekleştirildi. Anılan etkinliklere 300'e yakın seyahat profesyoneli katılırken, ülkemizden TÜRSAB, THY, Dalaman Havalimanı Müdürlüğü ve DOKTOB'un yanı sıra 8 seyahat acentesi ve otel katılım sağladı. 🌟



## CONTEMPORARY İSTANBUL ULUSLARARASI ÇAĞDAŞ SANAT FUARI

2015'te 24 farklı ülkeden 102 çağdaş sanat galerisini ve 86.000 ziyaretçiyi ağırlayan, bu yıl 3-6 Kasım 2016 tarihlerinde düzenlenecek olan Contemporary İstanbul Uluslararası Çağdaş Sanat Fuarı öncesinde Türkiye ve İstanbul'un sanat ve kültürel yönü ile tanıtılmasını sağlamak ve özellikle sanat yatırımı yapmakta olan dünyanın önde gelen isimlerinin fuar döneminde İstanbul'a seyahat etmeleri ile önemli bir turizm hareketi yaratmak amacıyla 23.06.2016 tarihinde Pera Yatırım'ın kurucusu **Louis Negre**'nin Paris'teki konutunda Türkiye tanıtımı yapılmış ve tanıtım esnasında Bakanlığımızca 100 kişilik kokteyl de verilmiştir. 🌟



# MALEZYA'DA GEZİCİ TANITIM ARACI



Bakanlığımız Kuala Lumpur Müşavirliğince, 19 Mayıs-04 Haziran 2016 tarihleri arasında Malezya'nın Kuala Lumpur ve Selangor bölgelerinde Türkiye görselleri ile giydirilmiş, donatılmış gezici tanıtım aracı ile üç haftalık bir tanıtım kampanyası gerçekleştirdi.

Etkinlikte “Home of Snow” teması ile gerçekleştirilen kampanyada, Türkiye'nin kış turizmine elverişliliği vurgulandı. Türkiye kamyonu olarak adlandırılan aracı ziyaret eden ve Müşavirliğimizin Facebook sayfasını beğenen yaklaşık 8.000 kişiye ücretsiz dondurma ikram edildi. Ayrıca, kampanya süresince yürütülen yarışma kapsamında “Türkiye Kamyonu” ile fotoğrafını sosyal medyada paylaşan ve en çok beğeni toplayan 5 kişiye de çeşitli hediyeler verildi. 🌊

## TRAVEL NOW MAGAZINE

Filipinler'in en büyük yayın kuruluşu olan One Mega Group bünyesinde yayımlanan ve ülkenin en çok okunan seyahat ve yaşam tarzı dergilerinden biri olan “Travel Now Magazine” adlı dergiden 4 kişilik bir grup 14-18 Haziran 2016 tarihleri arasında Bakanlığımızca İstanbul'da ağırlandı.

Söz konusu derginin Temmuz sayısında 10 sayfalık tanıtıcı yayın yer alırken, derginin kapak sayfası da İstanbul'a ayrıldı. Ayrıca, ekip İstanbul'da bulunduğu süre içinde sosyal medyada paylaşımlar gerçekleştirdi ve bu paylaşımlar yoğun beğeni topladı. 🌊



## TÜRK YEMEKLERİ HAFTASI



Shangri La Hotel Kuala Lumpur ve Türk Hava Yolları işbirliğinde müşavirliğimizce 24-30 Mayıs 2016 tarihleri arasında “Türk Yemekleri Haftası” düzenledi. Etkinlik boyunca, Shangri La Hotel Bosphorus'da görevli aşçılar İbrahim Karakoç ve Özge Ateşoğlu'nun hazırladığı Türk mutfağından çeşitli örnekler ziyaretçilerin beğenisine sunuldu. Açılış gecesine davetli medya mensuplarına Türkiye broşürleri ve çeşitli hediyelik eşyalar takdim edildi. 🌊



## EBRU SANATI VE KARAGÖZ GÖLGE OYUNU GÖSTERİSİ

İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesinde yer alan, derin köklere sahip geleneksel Türk sanatı ve kültürel zenginliğimizin unsurlarından biri olan Türk kağıt süsleme sanatı “Ebru” ve gölgelerin gerdirilmiş, beyaz bir perdeye düşürüldüğü gösteri sanatı olan “Karagöz” gölge oyununun Polonya’da yakından tanıtılması amacıyla Varşova Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimiz, Polonya’nın Katowice şehrinde, Belediye Başkanı ve beraberindekilerin de katılımıyla Koszutka Şehir Kültür Merkezinde 14 Mayıs 2016 tarihinde bir gösteri organize etti. Türk Mutfağı ürünlerin sunulduğu ve Türk Müziği dinletisinin gerçekleştirildiği Karagöz gölge oyunu ve Ebru gösterisi etkinliği, Katowice Okullarında okuyan öğrencilerinin yanı sıra Çocuk Esirgeme Kurumu’ndan çocuklar ile gençler de ziyaret etti. İki ülke arasındaki dostane ilişkilerin pekiştirilmesi ve derinleştirilmesine yönelik önemli katkı sağladığı düşünülen etkinlik, katılımcılardan yoğun ilgi gördü. Etkinliğin ayrıca, yazılı basın ve radyo aracılığıyla tanıtımı da yapıldı.

Ziyaretçilerde büyük ilgi uyandıran etkinlikler sonrasında, katılımcı sanatçılarımız konularına göre izleyenlere icra ettikleri sanatın tarihine yönelik bilgilendirme yaparak gelen soruları yanıtladılar.



## WEZYR HOLIDAYS İLE BİRLİKTE AĞIRLAMA

Polonya’nın önde gelen tur operatörlerinden biri olan Wezyr Holidays ile gerçekleştirilen “Birlikte Ağırılama” faaliyeti kapsamında seyahat acentesi temsilcileri ve basın mensuplarından oluşan 280 kişilik bir grup, Antalya ve Bodrum bölgesinin tanıtımı amacıyla 11-25 Mayıs 2016 tarihleri arasında ülkemizde ağırlandı. Ağırılama kapsamında Antalya ve Bodrum’un tarihi ve kültürel değerlerini ziyaret etme fırsatı bulan Polonyalı temsilciler söz konusu destinasyonlarımızdaki otellerin konaklama imkânları ile ilgili bilgi edindiler.



## POLITYKA DERGİSİ TÜRKİYE EKİ

Polonya’da geniş bir okuyucu kitlesi olan Polityka dergisi ile birlikte Varşova Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimizin katkılarıyla çıkarılan Türkiye Eki’nde, ülkemiz hakkında genel bilgilerin yanı sıra Türklerin tarihi, Anadolu Kültürü, Osmanlı İmparatorluğu, Kültür ve Medeniyeti ve İstanbul’un Fethi, Osmanlı Padişahları, Osmanlı Saray Hayatı ve Kültürü, Mevlana, Türk Edebiyatı, Tiyatrosu ve Nobel Ödülleri, İstanbul’daki Tarihi Saraylar, Türk Çini Sanatı, Polonezköy, Türkiye Cumhuriyeti’nin Kuruluşu, Mustafa Kemal Atatürk ve Hayatı, TBMM’nin açılışı, Yakın Dönem Türkiye Siyasi Tarihi, Yeni Türkiye ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında çok geniş bilgilere yer verildi. Anılan dergi ekinin arka sayfasında ise “Home of Architectural Wonders” adlı reklam görselimiz yayınlandı.



## TÜRK FİLMLERİ GÜNLERİ

Bakanlığımızca, 13-15 Ekim 2016 tarihleri arasında Atina’da Kakoyannis Kültür Merkezinde “Türk Film Günleri” düzenlendi.

Bu kapsamda Türk sinemasının son 5 yılına dair başlıca filmler Yunan seyircisi ile buluştu. Filmler arasında: “Bir Zamanlar Anadolu’da”, “Sarmaşık”, “Sivas”, “Balık”, “Tepenin Ardı” gibi Türk sinemasının uluslararası alanda ödüllü filmleri yer aldı.

Etkinliğin açılış törenine açılış filmi olarak gösterilen “Kardeşim Benim”in oyuncusu Burak Özçivit de katılım sağladı.



Gösterimler kapsamında kanser hastası çocuklar yararına çalışan “Elpida Vakfı” da etkinlikte yer aldı. Etkinlikte Ülkemiz, Türk sinemasının tanıtımının yanı sıra sosyal sorumluluk projesinde de yer aldı.



# HİNDİSTAN'DA ÇALIŞTAY

Bakanlığımızca 26 Eylül-04 Ekim 2016 tarihleri arasında Hindistan'ın 8 farklı şehrinde Türk Hava Yolları (THY), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) işbirliğinde bir çalıştay (roadshow) düzenlendi. Söz konusu çalıştaya Türkiye'den yirmi üç seyahat acentesi ve otel temsilcisi ile birlikte İstanbul'da faaliyet yürüten bir Hint yemekleri restoranı katılım sağladı.

Roadshow; Hintli seyahat acentesi/tur operatörü temsilcilerine Türkiye ile ilgili tanıtım sunumlarının yapıldığı **"Türkiye Destinasyon Eğitimi"** ve Türk acente ve otel temsilcilerinin Hintli acente ve tur operatörleri ile ikili görüşmeler yapmalarının sağlandığı **"Türkiye Workshop"** olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleşti.

Hindistan'ın ilk beş şehrini (Mumbai, Bangalore, Kalküta, Lucknow ve Yeni Delhi) kapsayan ve Hintli acente ve tur operatörleri tarafından katılımın yoğun olduğu etkinliğin birinci bölümü OTOAI (Outbound Tour Operators Association of India) Başkanı **Guldeep Singh Sahni** ile TAFI (Travel Agents Federation of India) Başkanı **Praveen Chugh**'un Türkiye adına yararlı mesajlar içeren konuşmaları ve Büyükelçimiz Sayın Dr. **Burak Akçapar**'ın Türkiye'nin güvenliği hakkında yaptığı konuşmaları ile Yeni Delhi'de sona erdi. 5 şehirde gerçekleştirilen etkinlikte binin üzerinde Hintli seyahat acentesi/tur operatörüne; etkinliğin ikinci kısmı olan Ahmedabad, Hyderabad ve Chennai'de ise beşyüzün üzerinde Hintli seyahat acentesi/tur operatörüne ulaşıldı.

Önceki yıllarda sıklıkla tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilen Delhi, Mumbai, Haydarabad, Bangalore ve Chennai gibi büyük şehirlerin yanında bu sefer Lucknow ve Ahmedabad gibi çok önemli bir potansiyel barındıran şehirlere de gidilmesi sektör tarafından olumlu karşılandı. 🌊





# BİRLEŞMİŞ MİLLETLER DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ 2016 YILI EYLÜL AYI BAROMETRESİ

Uluslararası turist varışları, turizm gelirleri ve turizm harcamaları ile ilgili gelişmeleri içeren, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2016 yılı Eylül ayı Barometresinde yer alan bilgiler özetle aşağıdadır:

Dünya genelinde Ocak ve Haziran aylarında uluslararası turist varışlarında geçen yılın aynı dönemine göre %4 büyümeye gözlemlenmiştir. Dünya Turizm Örgütü Barometresindeki veri analizlerine göre dünya genelinde 561 milyon turist seyahat etmiş olup, 2015 yılına kıyasla turist sayısında 21 milyon kişi artış yaşanmıştır.

**2016 yılı kısa dönem eğilimleri:** Yılın ilk çeyreğinde, ikinci çeyreğe göre oldukça yüksek bir büyümeye hızı görülürken (%7), en yüksek büyümeye Mart ayında hesaplanmıştır (%8). Kısa dönem için yapılan öngörüler olumlu olmakla birlikte, 2016 yılının ikinci yarısında da aynı büyümenin yaşanması beklenmektedir. 72 ülkeden Temmuz ve Ağustos aylarında alınan sonuçlara göre büyümenin sağlıklı bir oranda devam edeceği öngörülmektedir.

**Uluslararası Turizm Gelirleri:** Turizm gelirleri sonuçlarına göre en yüksek artış Haziran ayı boyunca Tayland'da (+ %19) görülürken, ikinci sırada %7'lik artış ile İspanya yer almıştır. Temmuz ayı boyunca ise turizm gelirlerinde artış gösteren başlıca ülkeler olarak Japonya (%18), İsveç (%16) ve Hindistan (%15) göze çarpmaktadır.

**Uluslararası Turizm Harcamaları:** Turizm harcamalarında Çin, çift haneli büyümeye rakamlarını sürdürürken (2016 yılının ilk yarısında %19), uluslararası turizm harcamalarında ikinci büyük pazar olan ABD'de güçlü durumda olan Dolar sayesinde Temmuz ayı boyunca %8'lik artış görüldüğü belirtilmektedir. Turizm harcamalarında dünyada üçüncü büyük pazar olan Almanya'da ise Temmuz ayı boyunca turizm harcamalarında %4 oranında artış kaydedilmiştir. Almanya'nın ardından dördüncü büyük pazar durumunda olan Birleşik Krallık'da ise 2016 yılının ilk yarısında %10 artış gözlemlenmiştir.

Turizm harcamalarında artış kaydeden diğer ülkeler ise Avustralya (+%10), Mısır (+%38), Arjantin (+%27), İspanya (+%18), Hindistan (+%16), Tayland ve Ukrayna (her ikisi de +%15), İrlanda (+%12), Norveç ve Türkiye (her ikisi de +%11) ve İsrail (+%10) olarak göze çarpmaktadır.

Rusya Federasyonu (-%38), Fransa ve Kanada (her ikisi de -%2) ise turizm harcamalarında düşüş kaydetmişlerdir.

**Bölgelere göre Uluslararası Turist Varışları**

**Avrupa:** Geçen yılın ilk 6 aylık dönemine göre uluslararası turist varışlarında %3'lük artış görülen Avrupa bölgesinde ilk çeyrekte

paskalya tatili nedeniyle büyümeye kaydedilirken (+%6), ikinci çeyrekte destinasyonlarda büyümeye oranları daha zayıf kalmıştır (%0). Kuzey, Orta ve Doğu Avrupa'da yılın ilk yarısında büyümeye kaydedilirken (+%5), Fransa, Belçika ve Türkiye'deki terör saldırıları sonucu Güney Avrupa (+%2) ve Batı Avrupa'da (+%1) uluslararası turist varışları daha durgun düzeyde seyretmiştir.

2016 yılının ilk yarısında turist varışlarında %5'lik artış kaydedilen Kuzey Avrupa'da Temmuz ayı boyunca İzlanda (+%30), İrlanda (+%13) ve Norveç (+%11) çift haneli büyümeye rakamlarına ulaşan ülkeler olarak göze çarpmaktadır. Haziran ayında gerçekleşen Brexit referandumunun ardından zayıflayan Sterlin ile İngiltere'de %2'lik düşük düzeyde büyümeye kaydedilmiştir.

Orta ve Doğu Avrupa'da yılın ilk 6 ayında aralıksız büyümeye görülürken (+%5) uluslararası turist varışlarında Slovakya (%18), Macaristan(%14) ve Bulgaristan'da (+%13) en yüksek artış rakamlarına ulaşılmıştır. Gürcistan ve Litvanya(+%11), Romanya (+%10), ve Moldova'da (+%32) çift haneli büyümeye rakamları kaydedilmiştir. Çek Cumhuriyeti (+%7), Estonya (+%6) ve Letonya (+%5) sağlıklı büyümeye gösteren ülkeler arasında yer almakla birlikte Rusya Federasyonu ve Ukrayna'ya ait veriler henüz hesaplanma aşamasındadır.

Güney Avrupa'da ise turist varışlarında %2'lik büyümeye kaydedilirken, bu bölgede Portekiz (+%13), İspanya (+%11) ve Hırvatistan (+%10) bölgenin büyümeye göstermesinin başını çeken ülkeler arasında yer almıştır. Bölgenin en yoğun ikinci destinasyonu olan İtalya %4 artış kaydederken, mülteci ve göç sorunları yaşayan aynı zamanda Nisan ve Mayıs aylarında Rusya ile vize sorunları gündeme gelen Yunanistan'da %2'lik düşüş görülmüştür. Yılın üçüncü çeyreğinde ise son dakika rezervasyonları bu düşüşün telafi edilmekte olduğuna işaret etmiştir.

Türkiye'de ise, İstanbul'da Ocak ve Mart aylarındaki bombalı saldırılar ile Temmuz ayında yaşanan darbe girişiminin ardından uluslararası turist varışlarında önemli ölçüde düşüş yaşanmıştır (-%29). Türkiye'nin ikinci büyük pazarı olan Rusya Federasyonundan gelen düşük talebin de bu sonuçları etkilediği belirtilmektedir.

Batı Avrupa'da ise turist varışlarında Ocak- Temmuz 2016 döneminde %1 oranında artış görülmekle birlikte bu bölgede Hollanda(+%6), Avusturya (+%5) ve Almanya (+%2) artış kaydederken; Fransa ve Belçika'nın Kasım 2015'de yaşanan terör saldırıları ve Mayıs 2016'da Brüksel'de yaşanan bombalı saldırıların ardından yaşanan olumsuz sorunlarla

mücadele etmekte olduğu belirtilmektedir. Fransa'da yılın ilk çeyreğinde turist varışlarında artış görülmezken ikinci çeyrek için büyümeye rakamlarının hesaplanma aşamasında olduğu ifade edilmektedir. Belçika'da ise uluslararası varışlarda %13 oranında düşüş kaydedilirken uzmanlarca toparlanma sürecinin normalden uzun süreceği belirtilmektedir.

**Asya ve Pasifik:** Asya ve Pasifik Bölgesinde uluslararası varışlarda 2016 yılının ilk yarısında %9 oranında büyümeye görülmüş olup, Okyanusya'da %10, Kuzeydoğu ve Güneydoğu Asya'da %9 ve Güney Asya'da %7 oranında artış kaydedilmiştir.

Bölgenin en yoğun destinasyonu olan Tayland'da Temmuz ayı boyunca %12 oranında artış yaşanırken, Kuzeydoğu Asya'da Kore, Temmuz ayı boyunca %34 artış, Japonya'da ise %27 oranında artış kaydedilmiştir. Çin'de ise uluslararası turist varışlarında %4 lük artış yaşanmıştır. Okyanusya'da ise Avusturya ve Yeni Zelanda'da %12'lik artış kaydedilmiştir.

**Amerika:** Yılın ilk yarısında %4 oranında artış kaydedilen Amerika bölgesinde güçlü ABD Doları sayesinde bölgedeki birçok destinasyonun turist varışlarında artış kaydetmiş olduğu ifade edilmektedir.

Güney Amerika'da Paraguay (+%56) turist varışlarında beklenmedik bir artış gösterirken Brezilya'daki ekonomik durgunluğun bölgede etkili sonuçları olduğu belirtilmektedir. Kuzey Amerika'da ise Kanada'da %11'lik artış görülürken, ABD'de düşük artış oranı gözlemlenmiş olup, 2016 yılının ilk aylarındaki bu düşük talebin; güçlü ABD Dolarına, Kanada ve Brezilya gibi pazarlardan gelen düşük talep nedeniyle meydana geldiği ifade edilmektedir.

**Afrika ve Ortadoğu:** Bölgenin en gözde destinasyonu olan Güney Afrika'yı geçen yılın aynı dönemine göre %15 daha fazla turist ziyaret ettiği ifade edilmektedir. Kuzey Afrika bölgesinin ise (-%9) yılın ilk yarısı güvenlik sorunlarıyla uğraşmaya devam ettiği belirtilmektedir. Bu bölgede Tunus'un (-%2) geçen yıl yaşanan terör saldırılarının etkilerini halen yaşadığı belirtilmekte olup, Temmuz ve Ağustos aylarında olumlu yönde değişim gözlemlendiği ifade edilmiştir.

Ortadoğu Bölgesinde ise Ocak-Haziran 2016 ayları arasında uluslararası turist varışlarının %9 oranında düştüğü hesaplanmış olup, Lübnan (+%9) ve Suudi Arabistan'da (+%8) güçlü bir artış görüldüğü, Mısır'da ise (-%50) geçen yıl yaşanan güvenlik sorunlarının yanı sıra Rusya ve İngiltere gibi önemli pazarlarından yapılan olumsuz seyahat raporlarının turist varışlarında önemli ölçüde düşüşe neden olduğu belirtilmektedir.





## 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.

