

DOSYA

Markaların 2018 yatırım vizyonu



Timur Bayındır:
Gelir kaybı devam ediyor



Numan Kurtulmuş:
Erken rezervasyonda hedef 5 milyon

19
yeni otel
geliyor

TÜROB
'güvenliğe'
odaklandı

Otel restoranları
nasıl
kazanır?



SWISSOTEL / MOSCOW

OTEL MOBİLYALARI, OTEL EKİPMANLARINDA 33 YIL

İTALYA ALMANYA FRANSA İNGİLTERE RUSYA İSVİÇRE
TÜRKİYE YUNANİSTAN GÜRCİSTAN AZERBAJCAN TÜRKMENİSTAN İSPANYA

YENİ ÜRÜNLERİMİZDEN



Karşılama Tepsisi



Banyo Buklet Tepsisi



Ceviz Sehpa, Varaklı



Hareketli Ayna



Giysi, Kravat Askısı



Ayakkabı Bağlama



Karşılama Tepsisi



Kaydırmaz Tepsisi

Tüm ürünlerde isteğe bağlı renk, ebat ve özel tasarım imkanı



HOTEL RONESANS / PARIS

OTEL MOBİLYALARI, OTEL EKİPMANLARINDA 33 YIL

İTALYA ALMANYA FRANSA İNGİLTERE RUSYA İSVİÇRE
TÜRKİYE YUNANİSTAN GÜRCİSTAN AZERBAJCAN TÜRKMENİSTAN İSPANYA

YENİ ÜRÜNLERİMİZDEN



Mantar Sehpa



Minibar Dolabı



Karşılama Tepsisi



Banyo Buklet



Çanta Askısı



Karşılama Tepsisi



Varaklı Masa

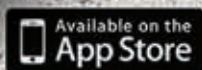


Cilalı Masif Sehpa

Tüm ürünlerde isteğe bağlı renk, ebat ve özel tasarım imkanı



2017 Product Catalogue



+90 530 875 40 89

ALL OVER THE WORLD



www.empero.com.tr
empero@empero.com.tr

OTELİNİZDE FARK YARATIN

Misafirlerinizi evinde hissettirecek ayrıcalık

Yabancı şifreli TV kanalları orjinal abonelikleri



BLUESAT SATELLITE

BlueSat

SATELLITE

Dünya parmağınızın ucunda

Yabancı şifreli TV kanalları orjinal abonelikleri



BLUESAT SATELLITE

Perpa Ticaret Merkezi B Blok Kat:12 No:2053 Okmeydanı / Şişli / İSTANBUL / TURKEY

Tel: 0212 210 13 15 (pbx) **Web:** www.bluesattv.net **E-Posta:** info@bluesattv.net

DOSYA

Markaların 2018 yatırım vizyonu

54

GÜNCEL

Kısa haberler

14

HAVA YOLU

Kısa haberler

28

HABERLER

Timur Bayındır:
Kur artışı dikkate alınmalı

30

19 yeni otel geliyor

32

Gürcistan yatırımcılarını
bekliyor

34

Numan Kurtulmuş:
Türkiye'yi bir dünya markası
olarak tanıtacağız

36

TÜROB 'güvenliğe' odaklandı

38

INFLOW Global Summit sosyal
medya fenomenlerini ağırladı

40

Otel restoranları nasıl kazanır?

42

Bakan Kurtulmuş: Erken
rezervasyon 5 milyona ulaşacak

46

Azade Dochi: Türk turizmcilerin
gözü İran pazarında

48

1 milyon Çinli turist hedefini
'uçarak' yakalayabiliriz

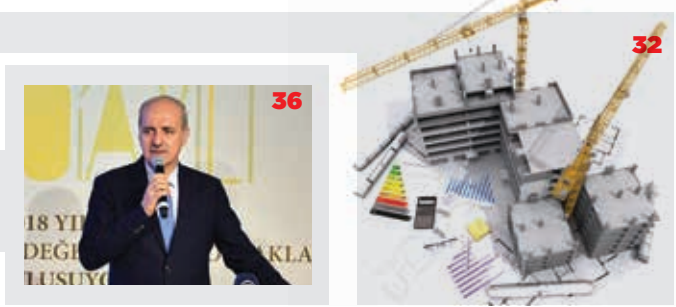
50

Turizmcinin PR ajansı kuruldu

52



30



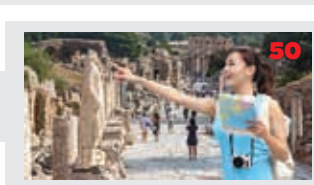
32



36



42



50



48



BİTKİLERİN DOĞALLIĞI ŞİMDİ DEMLİĞİNİZDE



YENİ



İçindekiler

TEDARİK

Burak İnceçam: 5 yıl içinde Avrupa'daki ilk 5 üreticiden biri olacağız

70

KLEO MiniBar'dan ilklere bir imza daha

72

Başar Ergün: Sektör kaliteye değil fiyata bakıyor

74

Bilge İnoks güvenilirliğini bu kez de AEO belgesiyle tescilledi

76

Guestinhouse'tan projelere özel çözümler

78

Kärcher'den profesyonel temizliğe en 'sessiz' çözüm

80



İNSAN KAYNAKLARI

Kısa haberler

70

TÜROB hotel

TÜROB Adına İmtiyaz Sahibi
Timur Bayındır

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Yılmaz Keleş

Yayın Kurulu:

- Timur Bayındır • Müberra Eresin
- Armin Zerunyan • Kasım Zoto
- Ayhan Hacıbektaşoğlu
- Levent Erdoğan • Eşref Yıldırım
- Aslı Aktürk Pehlivanlar • Dr. Faik Öztunç
- Hediye Güral Gür • Orkun Petekçi
- Ziya Cihan • Can Göktaş
- Taner Yallagöz • Murat Yumak

Yönetim Yeri Adresi

TÜROB
(Türkiye Otelciler Birliği)
Cumhuriyet Cad. Pak Apt.No: 30 Kat 6 D: 12 Harbiye
(Divan Oteli Yanı)
34437 Şişli - İstanbul

Yapım

turizmajansi

Gürsel Mah. Özogul Cad. No: 4/ 3 A
34400 Kağıthane İstanbul
Tel: 0212 320 20 38 / 48
www.turizmajansi.com

Yazı İşleri Müdürü

Yılmaz Keleş
yilmaz@turizmajansi.com
Bircan Güzel
editor@turizmajansi.com

Reklam

Saruhan Paizanoğlu
saruhan@turizmajansi.com
Hüseyin Bucak
huseyin@turizmajansi.com

Katkıda Bulunanlar

Anil Erarslan (Tasarım)

Baskı

Karakış Basım 2. Matbaacılar Sitesi 1Bf1 Topkapı - Zeytinburnu - İstanbul Tel: 0212 544 58 20

Yayın Türü

Aylık dergi- yerel süreli yayın

Basılan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir. Bu dergide yer alan yazı ve fotoğraflar kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

15 OCAK 2018

REKLAM İNDEKSİ

Atlantik Makina.....	69
Bilge İnoks.....	33
Bluesat.....	5-6
Caucas.....	A.K.İ
Çelikay.....	73
Demo.....	Ö.K.İ-3
Design&Ar.....	63
DK Tekstil.....	57
Empero.....	4-5
Fagor.....	11
Frenox.....	12
Galeri Kristal.....	17
Guestinhouse.....	59
Hotel On17.....	23
Ibatech Fuar.....	77
Karcher.....	35
Kayalar Çelik.....	41
Kleo.....	27
Kubilay Mutfak.....	37
Logo.....	A.K
Makpa Dış Tic.....	65
MEIKO.....	21
Metro.....	45-47
Öztiryakiler.....	15-53
Panatta.....	23
S4S.....	39
Tüyap Palas.....	19

Artık tüm fırınlarımıza **Otomatik Yıkama dahildir**



OTOMATİK YIKAMA

OTOMATİK YIKAMA
ARTIK TÜM FIRIN
MODELLERİMİZDE
STANDART BİR
ÖZELLİK

ADVANCE+ PLUS

Daha yüksek performansla
dayanıklı, güvenilir ve akıllı bir fırın.

ADVANCE

Buhar jeneratörü ve daha fazlası
ile rekabetçi bir ürün serisi.

CONCEPT

Çiğ ve sağlamlığa sahip,
sade ve ekonomik bir fırın.

Together we evolve

www.fagor.com.tr

FRENOX
Profesyonel
Buzdolapları
Dünyanın
Heryerinde



Rami Kışla Cad. Topçular Mah. Tikveşli Sk.
No:8 34140 Topçular Eyüp - İstanbul
Tel : +90 (212) 544 98 83 (Pbx) Faks : +90 (212) 493 42 11
info@frenox.com www.frenox.com

FRENOX
PROFESSIONAL REFRIGERATION

Şura sonuçlarını bekliyoruz

Turizm sektörü maalesef büyük ve uzun bir kriz yaşadı. Yeni yıla girdiğimiz şu günlerde 2018 yılına ilişkin işaretleri de alıyoruz. Henüz fiyatlar da arzu ettiğimiz seviyeye dönemesek de 2018 ve daha sonraki yıllar için umutlarımızım yeşerdiğini söyleyebilirim. Bildiğiniz gibi Türkiye ekonomisi için hayati önem taşıyan sektörlerin başında gelen turizm sektörü kasım ayında kamu ve özel sektör tarafından büyük bir toplantıyla masaya yatırıldı. Turizm sektörünün mevcut durumunun değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik ulusal bir turizm politikasının oluşturulabilmesi hedefiyle ilgili tüm tarafların katılımıyla 1-3 Kasım 2017 tarihlerinde Ankara'da 3. Turizm Şurası gerçekleştirildi. Şura'da kamu kurum ve kuruluşları, turizm meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, turizm sektörü ve akademik camianın katılımıyla güncel görüş ve öneriler paylaşıldı. Turizm sektöründe günümüzde yaşanan sorunların çözüm yollarının bulunması, dünya gerçekleri ile uyumlu sürdürülebilir turizm politikalarının tartışılarak turizm sektöründeki yeni trendleri yakalayacak geleceğe yönelik öngörü ve politikaların değerlendirilerek ülkemizin bu yönde izleyeceği yol haritasının çıkartılması Şura'nın ana hedefi oldu.

Biz de TÜROB olarak geniş bir katılımı ve uzun bir öneri listesiyle Şura'da yerimizi aldık. Şura öncesi, turizmde yeni bir hamle dönemine ve bu hamleyi başlatacak uygulamalara ihtiyaç olduğunu; turizmin ülke ekonomisi için hayati önem taşıırken, gerek ülke gerek dünyada yaşanan hızlı değişimler gözönüne alındığında, Türk turizminin yeni amaç ve hedefler doğrultusunda yeniden tanımlanması gerektiğini belirtmiştik. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Şura'nın açılışında yaptığı konuşmada koyduğu vizyon sektöre cesaret verirken, üç günlük Şura boyunca ele alınan konularla da sektörün geleceği açısından umutlandık.

Türkiye turizminin geçtiğimiz 30 yılda gerçek bir başarı öyküsüne imza attı. Türk turizmi dünya çapında eşine az rastlanır bir başarı elde etti. Dünya turizminin baş aktörlerinden biri haline geldi. Ancak bugün içinde bulunduğumuz durumda sektörel olarak sıkıntılar yaşadığımız da aşikar. Sıkıntılara geçici çözümlerle değil daha uzun vadeli yaklaşımlarla eğilmek lazım. Artık turizmde yeni bir hamle dönemine ve bu hamleyi başlatacak uygulamalara ihtiyaç var. Dünya genelinde turizm sektörünün talep ve ihtiyaçları ile siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik alanlardaki gelişmeler her geçen gün değişiyor. Özellikle de fiyat-kalite oranında Türkiye'yi üst lige çıkaracak uygulamaların ortaya konması gerekiyor. Türkiye'nin poyansiyeli bunu hakediyor. Şura'da sunulan önerilerin yeni bir hamle döneminin kapısını açacağını umuyoruz. Ancak Şura'nın üzerinden yaklaşık 2.5 ay geçmesine rağmen henüz Şura önerileri rapor haline getirilmedi ve yayımlanmadı. Söz konusu 'yol haritasının' netleşmesi ve bizlere rehberlik edebilmesi için Şura sonuçlarını beklediğimizi önemle belirtmek isterim.

İyi bir ay geçirmeniz dileğiyle.



Timur BAYINDIR
TÜROB Yönetim Kurulu Başkanı

SPONSORLARIMIZ

ECOLAB

BOYUT

İŞ ORTAKLARIMIZ

turizmajansı Deloitte.

STR

www.turizmajansi.com

ÜYE OLDUĞUMUZ KURULUŞLAR

TEGEV
TÜRKİYE GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI

Hotrec
Hospitality Science

TURÇEV
TÜRKİYE ÇEVRE VE EKONOMİ VAKFI

“2018’de Türkiye’de, Alman ve Rus turist yarışı olacak”

Avrupa’daki Türk kökenli seyahat acentecilerini tek çatı altında buluşturan Türk Acenteciler Birliği (COOP TRR), 2018 yılında

Almanya’dan ülkemize gelecek turist sayısında yüzde 30-40’a varan artış öngörüyor. Almanya’da faaliyet

gösteren COOP TRR üyesi acentelerden aldıkları bilgileri aktaran COOP TRR CEO’su Fatih Şenel, özellikle Alman ailelerin erken rezervasyon yaptırmaya başladığını, son bir aydır yapılan rezervasyonlardaki artışın önümüzdeki günler için de iyi sinyaller verdiğini söyledi. Almanya ile Türkiye arasındaki siyasi gerginliğin durulmasıyla birlikte Alman ailelerin başlıca tatil destinasyonu olan ülkemize yeniden rezervasyon yapmaya başladığını belirten Şenel, özellikle okul gezileri ve spor kulüplerinin rezervasyonlarında artış olduğunu belirtti. Şenel: “Krizde Türkiye’ye yönelik rezervasyonlarda ilk iptaller gruplardan, ailelerden, okul gezileri ve spor kulüplerinden gelmişti. Bu kesimin Türkiye’yi yeniden tercih etmeye başlaması demek turizmde ana kaynak pazarımızın eski günlerine döneceğine dair umudumuzu arttırıyor” dedi. Almanya’dan ülkemize turist getiren tur operatörlerinin 2018 planlamalarındaki kapasite artışına dikkat çeken Fatih Şenel, tüm göstergelerin Alman turist sayısının 2018’de 5 milyonu aşacağına işaret ettiğini söyledi. Şenel: “2018’de Türkiye’de, Alman ve Rus turist yarışı olacak. Her iki ülkeden Türkiye’ye gelecek turist sayısı birbirine yakın seyredecek gibi gözüküyor” yorumunu yaptı.



Timur Bayındır Travel Turkey Turizm Fuarı’na katıldı

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Başkanı Timur Bayındır, Türkiye’nin turizm alanında önemli buluşmalarından biri olarak kabul edilen ve 7-10 Aralık 2017 tarihleri arasında Fuarizm’de gerçekleşen 11. Travel Turkey Turizm Fuarına katıldı. Fuarın açılış

programı ve fuar kapsamında Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş’un başkanlığında düzenlenen “erken rezervasyon” toplantısına da katılan Başkan Bayındır, ayrıca fuara katılan turizm profesyonelleriyle de bir araya geldi.

TÜROB yeni yıl buluşması gerçekleşti

Türkiye Otelciler Birliği’nin (TÜROB) organize ettiği ‘yeni yıl buluşması’ Sortie’de gerçekleştirildi. TÜROB Başkanı Timur Bayındır, yönetim kurulu, üyeler ve basın mensuplarının katıldığı gece yoğun bir katılıma sahne

oldu. Turizmden Sorumlu Vali Yardımcısı İsmail Gültekin’in de yer aldığı gecede turizmciler, sektöre ilişkin 2017 yılı değerlendirmeleri ve 2018 yılı beklentileri hakkında sohbet etme imkanı buldu.



Wyndham Kalamış 5. yılını kutladı

Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel, kuruluşunun 5. yılını gala gecesiyile kutladı. Sektörün önde gelen liderlerini de gala gecesinde buluşturan Wyndham Grand Kalamış, yeni yıla girerken Türk turizmde moral vermiş oldu. Geceye Turgay Kıran, Bora Gencer, Güner Gürsoy, Mete Yazar, Turgay Aysever, Timur Bayındır, Kenan Kurt, Barış Muslu, Gür-

kan Boztepe, Zeki Kayahan Coşkun gibi önemli isimler katıldı. Beş yılın hikayesini anlatan Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel Genel Müdürü Mustafa Alparslan: “Üst üste kazanılan ‘Türkiye’nin En İyi İş Otel’ başta olmak üzere, uluslararası yüksek itibarlı ödüllerin bir tesadüf değil inanç, takım ve müşteriyle empati kurabilme yeteneğiyle ilişkilidir” dedi.

öztiryakiler



Gelişen ve büyüyen Türkiye'ye yakışır Türk malı mutfaklarımızı,
5 kıtada 100'ü aşkın ülkede kuruyoruz.

AC Hotels Marriott	Elazığ / Türkiye	Pullman İstanbul Airport	İstanbul / Türkiye
Elite World Otel	İstanbul / Türkiye	Radisson Blue	Kigali / Ruanda
Fairmont Quasar Otel	İstanbul / Türkiye	Raffles Hotel İstanbul	İstanbul / Türkiye
Hilton Garden Inn	Eskişehir / Türkiye	Sheraton Hotel Ataşehir	İstanbul / Türkiye
Hilton Garden Inn	İzmir / Türkiye	Sealight Resort Hotel	Kuşadası / Türkiye
Hilton Garden Inn	Sivas / Türkiye	St. Regis İstanbul	İstanbul / Türkiye
Hilton Garden Inn	Safranbolu / Türkiye	St. Regis Maldives	Maldivler
Hilton Müze Otel	Hatay / Türkiye	Sueno Deluxe Hotel	Belek / Türkiye
Keskin Capital Hilton Curio	İstanbul / Türkiye	W Hotel	Goa / Hindistan
Nikki Beach Resort & Spa	Bodrum / Türkiye	Wyndham	Ha Long Bay / Vietnam



TÜROB, Cibutli iş dünyası temsilcileriyle bir araya geldi

DEİK ev sahipliğinde düzenlenen İş ve Yatırım temalı Türkiye-Cibuti Yuvarlak Masa Toplantısı, Cibuti Cumhuriyeti Ekonomi ve Endüstriden sorumlu Maliye Bakanı İlyas Moussa Dawaleh, T.C. Maliye Bakan Yardımcısı Dr. Cengiz Yavilioğlu, DEİK Başkanı Nail Olpak ve DEİK/Türkiye-Cibuti İş Konseyi Başkanı Volkan Kazova'nın katılımıyla 20 Aralık 2017 tarihinde Ankara'da gerçekleştirildi. Toplantıya, TÜROB Ankara Temsilcisi Murat Uçan katıldı.



TÜROB Genel Müdürü İsmail Taşdemir: Sosyal medyanın önemini hepimiz kavradık

Fotoğraf, video ve yazılarıyla tüm dünyada milyonlarca kişinin tercihlerine yön veren içerik üreticileri, sosyal medya fenomenleri 17-24 Aralık 2017 tarihlerinde İstanbul, Kapadokya ve Gaziantep'te gerçekleştirilen INFLOW Global Summit'te bir araya geldi. Etkinlikle ilgili bilgilerin verildiği İstanbul The Ritz-Carlton da gerçekleştirilen basın toplantısına katılan Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Genel Müdürü İsmail Taşdemir: "Sosyal medyanın önemini hepimiz kavradık. Yapılan etkinlikte

de katılımcılar daha çok bizim destinasyonlarımızı ön plana çıkararak ülkemize yönelik tanıtım anlamında katkı sunuyor; yeni ürünlerin ortaya çıkmasını sağlıyorlar. Dünyadaki pek çok yeni destinasyon bu anlayışla ortaya çıkmıştır. Örnek olarak Alaçatı ve Kapadokya'nın niş alanları verilebilir" dedi. İnsanların artık "ben nereyi göreceğim diye değil, ben neyi deneyimleyeceğim" diyerek yola çıktıklarını belirten Taşdemir: "Şu anda deneyim, seyahat için ana unsurların başında geliyor.

Vefat ve Başsağlığı

Birliğimizin kurucu üyelerinden Sait Haluk Çatırlı'nın vefat ettiğini üzüntüyle öğrenmiş bulunuyoruz. Birliğimizin kurucuları arasında yer alan ve ilk başkanı olan merhum Çatırlı'nın girişimci kişiliği ile sektörümüzün gelişmesine kattığı emekleri her zaman saygıyla yad edilecektir. Merhum Çatırlı'ya Allah'tan rahmet, ailesi, sevenleri ve sektörümüze başsağlığı ve sabır dileriz.

İstanbul Ticaret Odası, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı ve İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nun değerli Başkanı Sayın İbrahim Çağlar'ın vefatını derin bir üzüntü ile öğrenmiş bulunuyoruz.

İstanbul ve ülkemiz için katkıları her zaman hatırlanacak, kıymetli kişiliği ile sektörümüzce her zaman sevgi ve saygıyla yad edilecek olan merhum Çağlar'a Allah'tan rahmet, başta ailesi olmak üzere sektörümüz ve sevenlerine başsağlığı ve sabır dileriz.

Türkiye Otelciler Birliği



Başkan Bayındır Kayseri'nin kış turizmi tanıtım toplantısına katıldı

Best Western Citadel Hotel'de, Kayseri protokolü ve acentaların katılımı ile "Erciyes Kayak Merkezi ve Kayseri Turizm Potansiyeli" konulu toplantı gerçekleştirildi. Toplantıya, Kayseri Valisi Süleyman Kamçı, Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Mustafa Çelik, Melikgazi Belediye Başkanı Dr. Memduh Büyükkılıç, Kocasinan Belediye Başkanı Ahmet Çolakbayraktar, Talas Belediye Başkanı Dr. Mustafa Palancıoğlu,

Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürü İsmet Taymuş, Erciyes A.Ş. Genel Müdürü Dr. Murat Cahit Cıngı, TÜROB Başkanı Timur Bayındır, TÜROB Genel Müdürü İsmail Taşdemir, Kayseri Erciyes Üniversitesi Dekanı Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Artaş Grubu Turizm Yatırımları Koordinatörü Recep Arifoğlu'nun aralarında bulunduğu yetkililer ile İstanbul ve Bursa'dan 100'e yakın acenta katıldı.



Galeri Kristal li sofra larda, taze lezzetlerin leziz sunum larında yız.



Steelite koleksiyonu ile; yine.
Galeri Kristal deyiz...

Dünya Turizm Örgütü'nün toplantısı Türkiye'de yapılacak



11 - 12 Aralık 2017 tarihleri arasında Umman'ın başkenti Muskat'ta düzenlenen Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve UNESCO'nun "Sürdürülebilir Kalkınma için Kültür ve Turizm" konferansında 70 ülkeden 800'den fazla katılımcı bir araya geldi. Dünyanın birçok ülkesinden Kültür ve Turizm Bakanı'nın, özel sektör paydaşlarının ve uzmanların katıldığı toplantıya Umman Konseyi Başba-

kan Yardımcısı H. H. Sayyid Fahd bin Mahmoud al-Said başkanlık yaptı. Konferans kapsamında turizm ve kültür alanında ortak çalışmalarının ve iş birliğinin artırılması için atılması gereken adımlar ele alındı. Toplantıda diğer yandan Dünya Turizm Örgütü'yle UNESCO'nun ortak yıllık toplantısının 2018 yılında İstanbul'da, 2019 yılında ise Japonya'nın Kyoto kentinde düzenlenmesine yönelik karar alındı.

Turizmin en önemli fuarlarından FITUR kapılarını açıyor



Turizm sektörünün en önemli fuarlarından FITUR 2018, bu yıl 17 - 21 Ocak tarihleri arasında İspanya'nın başkenti Madrid'te düzenlenecek. FITUR Madrid Fuarı, geçtiğimiz yıl dünya genelinde 160'dan fazla ülke ve bölgeden 9 bin 500 katılımcıyı ve 135 bin ziyaretçiyi ağırladı. 2017 yılında FITUR Fuarı kapsamında 6 bin 800'den yakın toplantı ve konferans gerçekleşti. Bu yıl düzenlenecek fuara da katılımın yüksek seviyede olması bekleniyor. FITUR Fuarı, özellikle Latin Amerika pazarına yoğunlaşmak isteyen turizm sektörü üyelerine önemli fırsat ve imkanlar sunuyor.



Tez Tour 2018'de Türkiye'ye 1 milyon turist getirecek

Tez Tour'un Yönetim Kurulu Başkanı Alexander Sinigibskiy, 2018 yılı hedeflerini açıklayarak Tez Tour için Türkiye'nin önemine değindi. 2017 yılının Tez Tour için iyi bir yıl olduğunu açıklayan Alexander Sinigibskiy: "2017, Tez Tour için çok iyi geçti. Bunda ana destinasyonumuz Türkiye'nin büyük bir payı bulunuyor. Rusya ve Rusça konuşan ülkelerin Türkiye'de tatil yapmayı çok sevdiğini biliyoruz. Buna otellerin fiyat indirimleri de eklenince turist rakamları büyüdü. Fiyat indirimlerine Ruslar çok çabuk tepki verdi ve pax'lar eski düzeyine geldi. Türkiye, talebe göre hızlı hareket edip fiyatlarını değiştirebiliyor. Bu noktada otellere çok teşekkür ediyoruz. Bu sayede Ruble'nin Dolar karşısında değer kaybetmesine rağmen

Tez Tour olarak iyi bir turist potansiyeli yakaladık. Tez Tour olarak 2017 yılında 1 milyon 300 bin turiste hizmet verdik. Bunun da 650 binini Türkiye'ye getirdik" dedi. Alexander Sinigibskiy, 2018 yılı için de Türkiye kapasitelerini artıracaklarını söyledi. Yine 4 ve 5 yıldızlı otellere odaklanacaklarını belirten Sinigibskiy şu açıklamaları yaptı: "2018 için Rusya ve Rusça konuşan ülkelere Türkiye'ye toplam 1 milyon turist getirmeyi planlıyoruz. Tez Tour olarak sadece Rusya'da değil Rusça konuşan ülkelere de bilinen bir markayız. Bu marka bilinirliğimizle hedefimize ulaşacağız. 2018 yılında Rusya'dan Antalya'ya ise 4.5 milyon turist geleceğine inanıyorum. Çünkü Rusya'da yılda iki kere tatil yapma alışkanlığı artıyor."



PRESTİJ

LEZZET

KONFOR

MUTLULUK

KOLAYLIK

Tüyap Palas'ta yıldızınız parlasın!



Bölgesinin en büyük ve görkemli 5 yıldızlı oteli Tüyap Palas'ta yıldızınız parlasın!

- Deniz ve göl manzaralı 630 oda
- Türk & Dünya mutfağından lezzetler ve muhteşem sunumlar
- Eşsiz manzaralı Roof Bar
- Keyifli dinlenme alanları
- Bölgesinin en görkemli, sütünsüz ve bölünebilir, 1250 kişi kapasiteli balo salonu
- Her ihtiyaca göre düzenlenebilen, farklı ölçeklerde 33 toplantı salonu
- Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'ne doğrudan geçiş imkânı

TÜYAP
Palas
★ ★ ★ ★ ★

Rezervasyon ve ayrıntılı bilgi
tuyappalas@tuyappalas.com / reservation@tuyappalas.com

www.tuyappalas.com

[f](https://www.facebook.com/tuyappalas) [@](https://www.instagram.com/tuyappalas) /tuyappalas

Adres
Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi / Büyükçekmece - İstanbul

Telefon
0 (212) 867 1414 / 0 (532) 111 0897

Radisson Blu, Beyrut'ta yeni bir otel açtı

Yenilikçi ve tasarım odaklı ikonik otel markası Radisson Blu, Lübnan'ın başkenti Beyrut'taki ikinci otelini açtı. 127 odalı Radisson Blu Hotel Beyrut Verdun, kentin en şık bulvarlarından ve en iyi alışveriş merkezlerinden biri olan Verdun Ana Caddesinde yer alıyor. Beyrut'un en prestijli yerleşim bölgelerinden biri olan bölge, dünyanın lüks moda markalarına, şık barlarına, kafelerine, lüks restoranlarına ve çeşitli yerel ve uluslararası diplomatik elçiliklerinin çoğuna ev sahipliği yapıyor. Radisson Blu Hotel, Beyrut Verdun, misafirlerine ana cadde manzaralı, modern ve şık tasarımlı çok çeşitli oda ve suite konaklama imkanı sunuyor. Tüm odalarında yüksek hızlı, ücretsiz kablosuz internet bulunan otelde, yine Verdun Ana Caddesine bakan Cook House restoranı ziyaretçilere modern ve uluslararası bir deneyim sunarken pan-asya restoranı olan Shogun Asya lezzetlerini tatma olanağı sağlıyor. Otelin 377 metrekaarelik bir balo salonunu modern toplantı ve etkinlik alanları 600 kişiyi ağırlayabiliyor, düğünler ve sosyal aktiviteler için harika bir mekan olarak hizmet veriyor. İklim kontrollü ve doğal ışıklı ferah beş toplantı odası ise Radisson Blu Hotel, Beyrut Verdun'u iş toplantıları için de ideal mekan haline getiriyor.



Yabancı ziyaretçi sayındaki artış sürüyor

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı rakamlara göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2017 yılının kasım ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 22.13 oranında artış kaydederek 1 milyon 652 bin kişi oldu. Ocak - Kasım 2017 dönemindeki yabancı ziyaretçi sayısı da 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 27.63 oranında artış göstererek 30 milyon 706 bin seviyesine yükseldi. 2016 yılının aynı döneminde Türkiye'yi 24 milyon 50 bin yabancı ziyaret etmişti.

Birinciliği İran aldı

Kasım 2017 döneminde Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülkeler, İran, Gürcistan, Bulgaristan, Almanya ve Rusya oldu. Türkiye'ye kasım ayında 196 bin 393 kişiyle en fazla yabancı ziyaretçi İran'dan geldi. Gürcistan'dan 179 bin 429, Bulgaristan'dan 148 bin 111, Almanya'dan 115 bin 890, Rusya'dan ise 81 bin 887 kişi Türkiye'yi ziyaret etti.



Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı açıklandı

Türkiye genelinde ilk 10 ve konaklama hizmetleri de dâhil olmak üzere 17 farklı sektörde ödül verilen "Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı" Ödül Töreni İstanbul Raffles Hotel'de gerçekleştirildi. Türkiye'nin hizmet ihracatı şampiyonlarının açıklandığı ödül töreninde, araştırmaya katkılardan ötürü TÜROB'a da bir teşekkür plaketi verildi. Plaketi birlik adına TÜROB Yönetim Kurulu Üyesi Ayhan Hacıbektapoğlu aldı. Ödül töreninde, 2016 yılında hizmet sektöründe en yüksek ihracat yapan şirketler de açıklandı. THY, 2016

rakamlarına göre yapılan bu yılın sıralamasında da birinci oldu. THY, 2016'daki 37,3 milyar dolarlık hizmet ihracatının 7 milyar dolarını gerçekleştirdi. İlk 10'da THY'nin ardından sırasıyla Polimeks, Pegasus, Yapı Merkezi, SunExpress, Netlog Lojistik, TAV Havalimanları, Rönesans Holding, Atlasjet ve Gap İnşaat yer aldı. İlk 10 firma ve 17 alt sektörde en çok ihracat yapan ilk 3 firmaya ödülleri Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Maliye Bakanı Naci Ağbal ile Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci'nin katıldığı törenle verildi.



m
MEIKO

The clean solution



Mükemmel temizliğin keşfi

Bundan tam 90 yıl önce kurucularımız daha iyi bir temizlik ve hijyen için ilk fikirlerini üretmeye başladılar ve bu fikirler büyük bir başarıya dönüştü. Bugün MEIKO, profesyonel bulaşık yıkama, temizleme ve dezenfeksiyon teknolojileriyle dünya çapında temiz çözümler üreten uzman bir firmadır. MEIKO'nun başarı hikayesi bundan sonra da devam ediyor. Yaratıcı ruhumuz ve enerjimizle dünyayı daha temiz, daha hijyenik ve daha yaşanabilir bir yer haline getirmek için çalışıyoruz.

www.meiko.com.tr



Eskişehir, EMITT'te çıkarma yapacak

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Eskişehir İl Temsilciliği, 25-28 Ocak tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilecek olan EMITT 22. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'nda yerini alıyor. TÜROB Eskişehir İl Temsilciliği 'Eskişehir'i Çok Seveceksiniz' sloganıyla dört gün boyunca EMITT Fuarı'nda şehrin tanıtımını yapacak. Konuyla ilgili açıklama yapan TÜROB İl Temsilcisi Kaan Erdin, her geçen sene daha çok merak edilen ve ziyaret edilen Eskişehir'in kamu, kalkınma ajansı, işletmeler ve sivil toplum örgütleri beraberliğinde tüm dinamikleriyle fuarda yer alacağını, yeni destinasyon olan Eskişehir'i anlatacağını belirtti. Dünyanın en büyük beş turizm fuarından biri olan EMITT Fuarı, Türkiye ve dünya turizm sektörünü aynı platformda bir araya getiriyor ve sektörün en önemli uluslararası buluşma noktası olarak kabul ediliyor.



Türkiye'ye 11 ayda 307 kruvaziyer gemisi yanaştı

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü'nün açıkladığı verilere göre; 2017 yılının ilk 11 ayında Türkiye'de yer alan 16 limana 307 kruvaziyer gemisi yanaştı. Kuşadası Limanı, 126 kruvaziyer gemisiyle en çok geminin yanaştığı liman olurken; Kuşadası'nı 61 gemiyle İzmir Çeşme Limanı ve 23 gemiyle Marmaris Limanı izledi. 2017 yılının ilk 11 aylık döneminde kruvaziyer yolcu sayısı toplam 306 bin 887 olarak belirlendi. Bu rakamın 57 bin 717'si gelen yolcu, 60 bin 668'i giden yolcu, 188 bin 502'si ise transit yolcu oldu. Yolcu trafiği açısından en yoğun limanlar ise Kuşadası, İzmir Çeşme, Antalya ve Bodrum oldu. Kruvaziyer trafiğinin

aylara göre dağılımına bakıldığında en çok geminin yanaştığı ay, 55 kruvaziyer ile eylül ayı oldu. 2017 yılının Kasım ayında ise Türkiye limanlarına sadece 8 gemi yanaştı. 2017 yılının Ekim ayında Türkiye limanlarına 2 bin 673 yolcu gelirken; 2 bin 469 yolcu çıkış yaptı. 7 bin yolcu da transit geçiş yaptı. Kasım ayında toplam yolcu trafiği ise 12 bin 144 oldu. Kruvaziyer yolcu sayısı mart ayında 5 bin 356, nisan ayında 37 bin 429, mayıs ayında 47 bin 683, haziran ayında 27 bin 619, temmuz ayında 43 bin 268, ağustos ayında 52 bin 261, eylül ayında 53 bin 870, ekim ayında ise 27 bin 257 seviyesinde gerçekleşmişti.

POYD İstanbul geleceğin turizm yöneticilerini yetiştiriyor

Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği (POYD) İstanbul'un proje ortaklarından Kültür Üniversitesi ile yapmış olduğu iş birliği ilk meyvelerini vermeye başladı. Proje kapsamında verilen eğitim, panel ve koçluk desteğinin yanı sıra öğretim görevlisi kadrosuna POYD tarafından yapılan takviyelerle bölüm öğrencilerinin sektörel bilgi ve motivasyonu üst düzeye taşındı. Buna paralel olarak eğitim hayatına devam eden 25 öğrenciden arzu eden 10 öğrenci POYD tarafından işe yerleş-



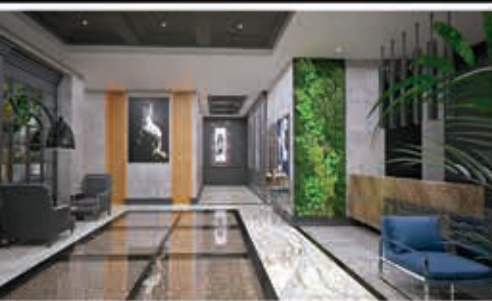
tirilerek çalışma hayatına atılmaları sağlandı. Bu öğrenciler okullarına devam ederken, koçlarının da desteğiyle yarı zamanlı olarak kariyerlerinin ilk temellerini atacaklar. POYD İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı ve Öğretim Görevlisi Muhammet Cüntay proje ile ilgili şunları söyledi: "Sektörün bugünlerde yaşadığı, hissettiği sorunların ve eksikliklerin tamamını bugünün yöneticilerinin çözmesi beklenemez fakat bugünün yöneticilerinin geleceğe bir borcu var. Bu borç yarını kurtar-

acak yöneticileri hazırlamaktır. Bizler de üstümüze vazife bildiğimiz geleceğe yatırım yapmayı sürdürüyoruz. Proje kapsamında öğrencilere, sektörde önemli deneyimlere sahip olan yöneticilerimiz kariyer koçu olarak atandı. Bu atamalar POYD İstanbul tarafından gönüllülük esasıyla yapıldı. 20 öğrenciye, 20 üst düzey yönetici kariyer koçluğu yapmaya başladı. Bu proje kapsamında eğitim koçları, öğrencilerin kariyer planlamasına uygun olarak seçildi."

ON7

HOTEL

"Sehrin kalbinde kalın."



“Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika’da, tur operatörlerimiz olmalı”

İstanbul turizmini değerlendiren Artaş Grubu Turizm Yatırımları Koordinatörü Recep Arifoğlu: “İstanbul turizmi açısından, 2017 yılına pek umutla başlamamıştık. Ancak mart ayındaki yükselmelerle birlikte 2017 yılını, 2016 yılına göre daha başarılı geçirdik. Geçtiğimiz yıl ağırlıklı olarak Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinden turistleri ağırladık. Gelen turist sayısındaki artışa rağmen, kentimizin oda geliri 2015 yılının % 50 gerisinde kaldı. Özetle, İstanbul olarak 2018 yılında da yoğun olarak, Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinden turistleri misafir edeceğiz ve bu yıl da % 20- % 30 arasında bir büyüme öngörüyoruz” açıklamasında bulundu. Son yıllarda, Orta Doğu, Asya ve Afrika ülkelerinden gelen turistlerin, İstanbul’da turizmcilerin yüzünü güldürdüğünü söyleyen Recep Arifoğlu, şunları kaydetti: “Avrupa’dan gelen turist sayısında ciddi düşüşler yaşanınca, bizler de Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerine yöneldik. Bu pazarlar-



dan daha fazla turist alabilmemiz için tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yanı sıra, tur operatörlerimizin de olması gerekiyor. Ancak, bu üç pazarda (Orta Doğu, Asya ve Kuzey Afrika) tur operatörümüz bulunmuyor. Gerekli destek ve teşviklerle bu pazarlarda biran önce Türk tur operatörlerimizi oluşturmamız.”

“Çin ile Türkiye arasındaki uçuş sayısı arttırılmalı”

Çin’den daha fazla turist almak için iki ülke arasındaki uçuş sayısının artırılması gerektiğini söyleyen Arifoğlu: “Şuan rakamsal olarak telaffuz edilen Çinli turistleri, ülkemize getirebilecek kadar koltuk bulunmuyor. Nitekim, 3. Havalimanı’nın devreye girmesiyle birlikte, İstanbul küresel bir havacılık merkezi olacaktır” dedi. Bu yıl da Avrupa’dan İstanbul’a ciddi bir turist beklemediklerini söyleyen Arifoğlu: “Ancak, tanıtım ve pazarlama çalışmalarımızı bu pazarlarda arttırmalı ve aralıksız olarak sürdürmeliyiz. 2019 yılından sonra, gerek tanıtım-pazarlama çalışmalarının etkisi, gerek Galataport’un açılması ve gerekse 3. Havalimanının açılması gibi birçok olumlu gelişmeyle, daha fazla Avrupalı turisti yeniden ağırlamaya başlayacağımızı öngörüyoruz” diyerek konuşmasını tamamladı.

Vefat ve Başsağlığı

TÜROB üyelerinden, eski Eminönü ve Fatih Belediye Başkan Yardımcısı Coşkun Aksu’nun babası İzzet Aksu vefat etmiştir. Merhum İzzet Aksu’ya Allah’tan rahmet, ailesi, yakınları, dost ve sevenlerine sabır, metanet ve başsağlığı dileriz.

Türkiye Otelciler Birliği

TÜROB 2018 yılı maratonuna Utrecht’te başlıyor

Türkiye Otelciler Birliği, 2018 yılı tanıtım ve pazarlama çalışmalarına Hollanda’nın Utrecht şehrinde düzenlenecek “Vakantiebeurs Turizm Fuarı” ile başlıyor. 09-14 Ocak 2018 tarihleri arasında düzenlenecek fuara, TÜROB, 8. salonda yer alan Türkiye standı içerisinde A040 numaralı stand ile katılım sağlayacak. TÜROB standında, ülkemizin tanıtımına yönelik çeşitli tanıtım ve promosyon malzemelerinin dağıtımının yanında sektör profesyonelleri ile ikili görüşmeler yapılması planlanıyor. Fuara ilişkin değerlendirmeye yapan TÜROB Başkanı Timur Bayındır: “Özellikle son iki yıldır Avrupa kaynak pazarlarında önemli bir gerileme yaşadık. Bu dönemde, hızlı dönüş alınabilecek Orta Doğu, İran, Balkanlar gibi destinasyonlardaki faaliyetlerimizi arttırdık. Ancak, Avrupa’nın

Türkiye turizmi için en önemli pazar olduğu gerçeğini unutamayız. Dönemsel bir sıkıntı yaşansa da orta ve uzun vadede Avrupa her zaman öne çıkan bir pazar olacaktır” dedi. Hollanda’dan gelen turist sayısının, 2003 yılından beri ilk kez 2016 yılında 1 milyonun altına düşerek, 906.000 olarak gerçekleştiğini söyleyen Bayındır: “Bu pazardaki varlığımızın uzun bir dönemi kapsadığını ve ağırlığımızı gösterse de bir taraftan da bize önemli bir mesaj vermektedir. Dolayısıyla, sektör olarak umutsuzluğa kapılıp, ana pazarlarımızı ihmal etmemeliyiz. Yenilikçi stratejiler ve turizm diplomasisini kuvvetli tutarak, pazarı geri kazanacağımıza inanmaktayım. Fuarın ülkemize hayırlı olması temennisiyle katılan tüm meslektaşlarıma başarılar dilerim” açıklamasında bulundu.



Divan Cizre'de

Koç Topluluğu'nun turizm sektöründeki markası Divan Grubu işletmeciliğinde, yatırımı Limçağ Turizm ve Otelcilik tarafından gerçekleştirilen ve toplam inşaat maliyeti 18 milyon dolar olan Divan Cizre hizmete başladı. Toplam 285 yatak kapasiteli Divan Cizre, bölgenin ilk 5 yıldızlı oteli olma özelliğini taşıyor.

"Bölgeye yeni standartlar getireceğiz"

Divan Grubu CEO'su Richard Appelbaum Şırnak'ın Cizre ilçesinde hayata geçirilen yatırımla ilgili şunları söyledi: "Divan Grubu olarak Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı merhum Mustafa V. Koç'un inancı ve manevi desteğiyle temellerini 2014 yılında attığımız bu iş birliğini hayata geçirmenin gurur ve

mutluğu içindeyiz. Bugüne kadar yaptığımız tüm yatırımlarla turizm sektöründe pek çok ilke imza atmış Divan Grubu olarak, bölgede ve sektörümüzde yaşanan tüm zorluklara rağmen Divan Cizre'nin bölge turizmine ve yaratacağı istihdamla da ekonomiye katkıda bulunmayı hedefliyoruz. İnanıyoruz ki bu proje ile bölgeye otelcilik sektöründe yeni standartlar gelecek ve turizm sektörü daha da güçlenecek."

"Divan Cizre, bölgede turizmin kapılarını açacak"

Divan Cizre yatırımcısı Limçağ Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı, Cizre Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı Süleyman Çağlı ise konuyla ilgili şu bilgileri aktardı: "Bölgemizin ilk 5 yıldızlı oteli olan

Divan Cizre, hem ticari hem de turizm bakımından bölgeye hacim kazandıracak ve istihdam sağlayacak önemli bir proje. Birçok tarihi yapıyı ve zenginliği barındıran Cizre, otelinin açılmasıyla bölgeye turizmin kapılarını açacaktır." Havaalanına 17 km, Cizre şehir merkezine 3 km uzaklıkta, İpek Yolu ile Dicle Nehri arasında kalan 7500 metrekare arsa üzerinde inşa edilen Divan Cizre, 5 yıldızlı otel standartlarının getirdiği her türlü konfora sahip. Otel toplam 285 yatak kapasiteli 132 oda, 5 adet toplantı salonu, 410 kişi kapasiteli balo salonu ve fuayesi, Divan Pub, Cafe Divan, Roof 6 by Divan ve 900 kişi kapasiteli açık teras-toplantı alanı, kapalı otopark ve açık yüzme havuzuyla da misafirlerine Divan ayrıcalığını yaşatmaya devam edecek.



VAZGEÇİLMEYEN MARKA
NİLTEKS TEKSTİL
 MASA ÖRTÜLERİ ve PEÇETELER

NİLTEKS
 TEKSTİL SANAYİ VE DİŞ TİCARET PAZ. A.Ş.

Mesrulliyot Mah. Şehit İsmet Armağan Sok.
 No: 10B 34363 Nişantaşı - İstanbul
 Tel: 0212 241 45 04 - 240 63 25 - 234 16 66
 Fax: 0212 240 66 81
 e-mail: niltex@niltex.com.tr
 web: www.niltex.com.tr

TUI'den İsviçre atağı

Alman tur operatörü TUI, İsviçre'de faaliyet gösteren Cruisetour AG ve Croisimonde AG firmalarını satın aldığını duyurdu. Satış bedeline ilişkin bir açıklama yapılmadı. İsviçre pazarında 15 yıldır faaliyet gösteren Cruisetour AG, İsviçre'nin Almanca konuşulan bölgelerinde, kardeş firması Croisimonde AG ise İsviçre'nin Fransızca konuşulan bölgelerinde faaliyet gösteriyordu. Bu iki İsviçre firması, TUI Cruises ve Hapag-Lloyd Cruises yanı sıra diğer önde gelen kruvaziyer firmalarının da cruise turlarının satışını gerçekleştiriyordu. Bu satın alma sonrasında TUI İsviçre, ülkedeki cruise pazarının lideri konumuna yükselecek. TUI İsviçre CEO'su Martin Wittwer konuya ilişkin yaptığı açıklamada: "Cruisetour AG ve Croisimonde AG'nin TUI tarafından satın alınmasının tur operatörünün cruise pazarında büyümesine ve bu pazarda büyüme hedeflerini gerçekleştirebilmesi adına önemli bir adım olduğunu" söyledi.

Wyndham, Yunanistan'da 3 yeni otel açacak

Konaklama sektörünün önde gelen markalarından Wyndham Hotel Group, Yunan otel yönetimi ve danışmanlık firması Zeus International ile gerçekleştirdiği iş birliği kapsamında 2018 yılında Yunanistan'da üç yeni otel açacağını duyurdu. Yeni açılacak oteller şu şekilde: Vravrona bölgesinde The Dolce Attica Riviera, Mati bölgesinde The Ramada Attica Riviera ve Atina'da Karaiskaki Meydanı'nda yer alacak The Wyndham Grand Residences & Suites. Yunanistan pazarı için ortak çalışmalar yürüten iki marka daha önce Atina'nın Karaiskaki Meydanı'nda yer alan Wyndham Grand Athens ve Wyndham Loutraki Poseidon, Ramada Loutraki Poseidon resort otellerinin açılışını gerçekleştirmişti.



Jumeirah Group, 2018'de yeni alt markasıyla hizmet verecek

Dubai merkezli otel zinciri Jumeirah Group'un, 2018 yılının ilk aylarında yeni alt markasını kamuoyuna duyuracağı açıklandı. Jumeirah Group'un hayata geçireceği yeni alt markası, potansiyel müşteri kitlesi olarak "milyenyum kuşağını" hedef alacak. Yeni alt marka, 2018 yılının ilk aylarında faaliyete geçecek. Jumeirah'ın yeni alt markasının otelleri "küçük oda" konseptiyle ön plana çıkarken; oteller şehirlerin en cazip, yoğun ilgi gören noktalarında konumlandırılacak. Diğer yandan

yeni alt marka otellerinde, hizmet anlayışı bakımından yiyecek ve içecek servisine önem verilecek, müşterilere zengin menüler sunulacak. Henüz ifşa edilmeyen Jumeirah'ın yeni alt markası; ilk etapta 3 ya da 5 projeyi hayata geçirecek. Yeni alt marka otelleri, Jumeirah Hotels & Resorts'un mevcut otellerinin fiyat aralığının üstünde yer alacak. Bunun yanı sıra otel zincirinin yeni alt markası, Jumeirah otellerinin sadakat programı olan Sirius kapsamında yer almayacak.

1.1 milyar kişi seyahat etti

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayımladığı son "UNWTO World Tourism Barometer" raporuna göre dünya genelinde Ocak - Ekim 2017 döneminde seyahat eden kişi sayısı 1.1 milyar seviyesine ulaştı. Bu rakam geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre % 7 oranında artış gösterdi. Özellikle Güney Avrupa, Akdeniz Çanağı, Kuzey Afrika ve Orta Doğu destinasyonları bu dönemde ziyaretçi rakamlarında önemli artış kaydetti. Güney Avrupa ve Akdeniz Çanağı destinasyonlarına yönelik ziyaretçi sayısında

yaşanan artış % 7 seviyesinin üzerinde gerçekleşti. Raporda bu artış rakamında Türkiye'nin geri dönüşünün ve bu bölgelerdeki diğer destinasyonlarda yaşanan çift haneli artış oranlarının önemli rol oynadığı belirtildi. Bir önceki yıl önemli gerileme yaşayan Kuzey Afrika ve Orta Doğu destinasyonları arasında yer alan Mısır, Tunus ve Filistin bu yıl ziyaretçi rakamlarında önemli artış kaydetti. Bunun yanı sıra Fas, Bahreyn, Ürdün, Lübnan, Umman ve Birleşik Arap Emirlikleri yükselişini sürdürdü.



A+++



 **KLEO**[™]
m i n i b a r

www.minibar.com.tr

0 242 321 46 76

Atlasglobal başarılarını 4 yıldızla taçlandırdı

Atlasglobal, hızla büyümeye, yolcularına sunduğu kaliteli ürün ve hizmetleriyle de dikkat çekmeye devam ediyor. Havaacılık sektörünün en saygın havaacılık derecelendirme şirketi Skytrax'ten pek çok alanda tam not



alan Atlasglobal, '4 Yıldızlı Hava yolu Şirketi Sertifikası'na layık görüldü. İstanbul'da Raffles Otel'de düzenlenen ödül töreninde Atlasglobal Yönetim Kurulu Başkanı Murat Ersoy, Skytrax CEO'su Edward Plaisted'ten sertifikasını aldı. Yurt içi ve yurt dışından çok sayıda basın mensubunun katıldığı ödül töreninde katılımcılar Atlasglobal'in uçak içinde sunulan menülerini de tatma fırsatı buldu.

Corendon daha fazla Alman turist getirecek

Hollanda, Belçika, Almanya ve İskandinav ülkelerinden Alanya'ya uçuşlar düzenleyen Corendon Airlines, 2018 yazında programına eklediği ilave seferler ile Köln, Stuttgart ve Hannover'den de Gazipaşa'ya uçuşlar düzenlemeye başlayacağını açıkladı. Corendon Airlines, Mayıs 2018 itibarıyla Gazipaşa Havalimanına her çarşamba ve cuma Köln'den; her cuma Stuttgart ve Hannover'den seferler düzenleyecek. Corendon Airlines Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Yıldırım Karaer, ek seferler ile ilgili olarak: "Gazipaşa Havalimanı, hem Alanya için hem de tur operatörleri için çok önemli bir konumda. 2018 turizm sezonunda Gazipaşa Havalimanı'na düzenlediğimiz uçuş sayısını arttırmaya karar verdik. Ek seferlerle Alanya'ya daha fazla Alman turist getirmeyi hedefliyoruz" açıklamasında bulundu.



Hizmet ihracatının şampiyonu THY oldu

Türkiye İhracatçılar Meclisi, (TİM) Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısını açıkladı. Sıralamanın 2016 rakamlarına göre belirlendiği hizmet ihracatçılarından birincisi THY oldu. THY, 2016'daki 37,3 milyar dolarlık

hizmet ihracatının 7 milyar dolarını gerçekleştirdi. İlk 10'da THY'nin ardından sırasıyla Polimeks, Pegasus, Yapı Merkezi, SunExpress, Netlog Lojistik, TAV Havalimanları, Rönesans Holding, Atlasjet ve Gap İnşaat yer aldı.

Pegasus'un verilerini Turkcell koruyacak

"Türkiye'nin verisi Türkiye'de kalmalı" diyerek, geçen yıl Gebze'de Türkiye'nin en büyük veri merkezini devreye alan Turkcell, kurumsal müşterilerine katma değerli hizmetler sunmaya devam ediyor. Bu kapsamda Turkcell, Türkiye'de havacılık sektörüne yeni bir soluk getiren Pegasus ile yeni bir anlaşmaya imza attı. Yapılan anlaşmayla Pegasus'un bilişim altyapısı Mart 2018 itibarıyla Turkcell Veri Merkezi'nde korunacak. Pegasus, Turkcell Gebze Veri Merkezi'nde kendisine tahsis edilen özel güvenli bölgede kendi bilişim altyapısını işletecek. Turkcell uzun yıllardır verdiği veri merkezi servisleri kalitesini Gebze Veri Merkezi ile beraber bir seviye daha yukarıya çıkarırken bu kalitesini uluslararası ve yerli birçok lider firmaya hizmet vermeye başlayarak yaptığı yatırımların



karşılığını almaya devam ediyor. 275 milyon TL'lik yatırımla Gebze'de hayata geçirilen Türkiye'nin en büyük Tier 3 sertifikalı Turkcell Veri Merkezi, 10 bin metrekarelik beyaz alan olmak üzere yaklaşık 33 bin metrekarelik kapalı alana sahip. Uluslararası standartlara uygun olarak inşa edilen merkez, yapısal olarak da deprem gibi afetlere karşı dayanıklı olarak inşa edildi.

PANATTA

Worldwide Fitness Company

CARDIO FENIX TOUCH SCREEN

MADE IN ITALY
1982'den günümüze...

ITALYA TATILI
HEDİYE!
ÜSTELİK
PANATTA KOSU BANDI
ALAN HERKESE!



1FXT003

TV + INTERNET FENIX TOUCH SCREEN

FARKLI RENK SEÇENEKLERİYLE
Siyah, Kırmızı, Beyaz, Sarı, Gri
ya da size özel renklerde



- > Professional
- > Smart
- > User friendly
- > Multimedia

CARDIO FENIX LED



1FX003

DESIGN
& MADE
IN ITALY

TÜRKİYE TEK YETKİLİ DIST.
Miya Dış Tic. Ltd. Şti.
+90 212 549 04 34
info@miya-spor.com
www.panattasport.com

f panattaturkey

ig panattasportturkiye

Timur Bayındır:

Kur artışı dikkate alınmalı

Konaklama sektöründe doluluklar artarken, Türkiye otellerinde Kasım 2017'de ortalama otel dolulukları yüzde 62.7; 11 ayda yüzde 60.3 oldu. Gelirler yükselen kurların da etkisiyle hafif artarken, oda fiyatları gerilemeye devam etti. TÜROB Başkanı Timur Bayındır: "TL bazlı gelir artışı görülse de enflasyona bağlı olarak giderlerde de artış olduğu göz ardı edilmemeli" dedi.

Konaklama sektöründe 11 aylık veriler doluluklarda artışa işaret ederken, artan kurların da etkisiyle gelirlerde hafif artışa rağmen fiyatların hâlâ istenilen seviyeye ulaşmadığı gözlemlendi. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) 'Kasım 2017 Ülke Performans Raporu'nu açıkladı. Veri ve analiz şirketi STR'nin TÜROB için hazırladığı ve araştırmaya dahil olan otellerin doluluk ortalamasını veren rapora göre, Türkiye'nin Kasım 2017 otel dolulukları, 2016 yılının aynı dönemine yüzde 13.4 artarak, yüzde 62.7 olarak kaydedildi. Kasım 2016'da bu oran yüzde 55.3 olmuştu. 11 aylık doluluk oranı ise geçen yılın aynı döneminde 51.1 Euro iken, bu yıl yüzde 60.3'e yükseldi.

ADR (Average Daily Rate) olarak adlandırılan ortalama günlük satılan oda bedeli Kasım 2016'daki 62.9 Euro'dan Kasım 2017'de 56.7 Euro'ya gerilerken, toplam oda sayısı üzerinden odabaşı elde edilen gelirler ise (RevPAR) hafif artışla 34.8 Euro'dan 35.5 Euro'ya yükseldi. İlk 11 ayda ortalama gün-

Timur Bayındır: Gelir kaybı devam ediyor

Verileri değerlendiren Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Başkanı Timur Bayındır, sektörde gelir kaybının dikkat çekmeye devam ettiğini kaydetti. Bayındır: "Döviz kurunda son bir senede yaşanan artış da dikkate alınmalı. Kasım 2016'da 3.64 TL olan Euro, Kasım 2017'de 4.67 TL'ye yükseldi. Ancak kur yükselmesinin, TL bazlı gelir artışına yol açtığı görülse de, enflasyona bağlı olarak giderlerde de artışa yol açtığı göz ardı edilmemeli" diye konuştu.

lük satılan oda bedeli geçen yıla göre 77.7 Euro'dan 67.6'ya gerilerken, odabaşı elde edilen gelirler 39.7 Euro'dan 40.8 Euro'ya yükseldi. 2017 yılı ilk 11 ayında oda fiyatlarında en büyük kaybı yaşayan ülke yüzde 13 düşüş ve 67.6 Euro ile Türkiye oldu. Bununla beraber ilk 11 ay otel doluluklarında en yüksek artışı gösteren ülke de yüzde 18.1 artış ve yüzde 60.3 doluluk oranıyla Türkiye oldu.



İstanbul kimildadı

Şehir bazında bakıldığında, İstanbul'un Kasım 2016'da yüzde 55.8 olan doluluk oranı, Kasım 2017'de yüzde 18.3 artarak yüzde 66 olarak ölçüldü. Kasım 2017'de doluluk oranlarında en yüksek artışı yaşayan destinasyon İstanbul oldu. İstanbul'da Kasım 2017'de ortalama günlük satılan oda bedeli 69.5 Euro olarak, 2016'ya göre yüzde

9 düşüş gösterdi. Kasım 2016'da bu rakam 76.4 Euro olmuştu. Toplam oda sayısı üzerinden odabaşı elde edilen gelirlerde ise geçen yıla oranla yüzde 7.6 artış yaşandı ve 45.9 Euro olarak ölçüldü. Bu rakam Kasım 2016'da 42.6 Euro olmuştu. İstanbul'da Ocak-Kasım 2017 döneminde doluluk oranı geçen yılın aynı döneminde-

ki yüzde 49.5'ten yüzde 62.6'ya, oda başı elde edilen gelir 44.8 Euro'dan 48.1 Euro'ya yükselirken; ortalama günlük satılan oda bedeli 90.5 Euro'dan 76.8 Euro'ya geriledi. 2017 ilk 11 aylık dönemde oda fiyatlarında en büyük kaybı yaşayan Avrupa destinasyonu yüzde 15.1 düşüş ve 76.8 Euro ile İstanbul oldu.

Antalya'da hafif artış

Antalya'da Kasım 2017 otel dolulukları bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 1.3 artarak, yüzde 56 oldu. Kasım 2016'da bu oran yüzde 55.2 olmuştu. Kasım 2017'de ortalama günlük satılan oda bedeli 42.5 Euro olarak, 2016'ya göre yüz-

de 3.8 düşüş gösterdi. Kasım 2016'da bu rakam 44.2 Euro olmuştu. Odabaşı elde edilen gelirlerde geçen yıla oranla yüzde 2.5 düşüş yaşandı ve 23.8 Euro olarak ölçüldü. Kasım 2016'da bu rakam 24.4 Euro olmuştu. Antalya'da Ocak- Kasım 2017

döneminde ise doluluk geçen yılın aynı dönemindeki yüzde 54.3'ten yüzde 60.3'e yükselirken, ortalama günlük satılan oda bedeli 81.1 Euro'dan yüzde 77.19 Euro'ya geriledi. Oda başı elde edilen gelir 44.0 Euro'dan 46.5'ya yükseldi.

19 yeni otel geliyor

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Ekonomi Bakanlığı tarafından 2017 yılı Kasım ayına ait verilen Yatırım Teşvik Belgeleri'ni konaklama sektörü açısından değerlendirdi. Buna göre, Kasım 2017'de ülke genelinde toplam 17 ayrı şehirde yatırım bedeli 181,678 milyon TL olan 19 yeni otel projesi teşvik belgesi aldı. Raporda dikkat çeken nokta ise Bitlis, Çorum, Hakkari, Kocaeli ve Zonguldak'ın, 2017 yılında ilk kez teşvik alan iller olmasıydı.

Otel yatırımlarında artış trendi devam ediyor. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB)'un Ekonomi Bakanlığı'nın Kasım 2017 yatırım teşvik verilerinden hareketle yaptığı araştırmaya göre; 2017 Kasım ayı içerisinde, ülke genelinde toplamda 17 ayrı şehirde 19 yeni otel projesi 'teşvik belgesi' aldı. Toplamda 181,678 milyon Türk Lirası harcanarak tamamlanacak olan yeni yatırımlar sonrasında, sektöre 658 yeni ek istihdam sağlanacak. Kasım 2017'de renovasyon teşviği alan otel sayısı 7, yatırım tutarı ise 85.459 milyon Türk Lirası oldu.

Bitlis, Çorum, Hakkari, Kocaeli ve Zonguldak ilk kez teşvik aldı

Raporda dikkat çeken nokta ise Bitlis, Çorum, Hakkari, Kocaeli ve Zonguldak'ın, 2017 yılında ilk kez teşvik alan iller listesinde yer alması oldu. 17 ayrı şehirde yapılacak yatırımların tamamlanması ile yatak kapasitesi 2.344 adet artacak. Yatak sayısı açısından; 240 yatak ile ilk sırada yer alan Kocaeli ve Konya'yı, 215 yatak ile Artvin takip etti.

En çok teşviği 4 yıldızlı aldı

Kasım 2017 de otellerin yıldız kategorisine göre dağılıma baktığımızda ise; teşvik belgesi alan oteller içerisinde 4 yıldızlı oteller, toplam 8 otel ile ilk sırada yer aldı. Üç yıldızlı oteller 6 otelle ikinci; 5 yıldızlı oteller 2 otelle üçüncü sırada yer aldı. Ocak - Kasım 2017 otellerin yıldız kategorisine baktığımızda ise 2017 yılının ilk on bir ayında teşvik belgesi alan oteller içerisinde 3 yıldızlı oteller, toplam 69 otel ilk sırada yer alırken, kapasite bakımından 11.095 yatak ile 5 yıldızlı oteller ilk sırayı aldı.

Kasım 2017 yatırım teşvik belgeleri

İller	Toplam otel sayısı	Yatak	Yatırım TL (Bin TL)	İstihdam
Artvin	1	215	9.000	70
Bitlis	1	90	1.700	20
Çorum	1	92	5.500	18
Gaziantep	1	25	1.300	10
Hakkari	1	88	5.310	24
İstanbul	2	118	13.200	34
İzmir	2	60	13.319	35
K.Maraş	1	200	19.873	60
Kocaeli	1	240	32.000	60
Konya	1	240	14.000	80
Muğla	1	64	8.360	20
Osmaniye	1	198	16.200	40
Rize	1	170	7.026	27
Samsun	1	130	2.549	30
Trabzon	1	110	7.000	30
Van	1	162	14.850	50
Zonguldak	1	142	10.491	50
Toplam	19	2.344	181.678	658

Sektörde bir ilk tescilli güvenilirlik



Bilgeinox; firmalara, teslimat zincirinde uluslararası güvenilirlik kazandıran ve başta Avrupa Birliği'ne bağlı ülkeler ile ABD olmak üzere, dünyada 46 ülkede kabul gören Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası'nı (AEO) almaya hak kazandı.

HIZLI VE GÜÇLÜ OPERASYON

AEO Belgesi ile yerinde gümrükleme yetkisi alan Bilgeinox ihracata yönelik tüm işlemleri kendi tesislerinde hızlı ve kolayca gerçekleştiriyor.

SEKTÖRDE İLK VE TEK

Paslanmaz çelik mutfak eşyaları sektöründe AEO Sertifikası'na sahip ilk ve tek marka olmanın gururunu yaşıyor.

bilgeinox.com.tr

[f bilgeinoks](https://www.facebook.com/bilgeinoks) [@ bilgeinoxx](https://www.instagram.com/bilgeinoxx)

 **Bilgeinox**

Fabrika
Makina İhtisas O.S.B. 8. Sk. No: 3 Dilovası KOCAELİ
T: +90 444 77 40 F: +90 212 612 69 12

Gürcistan, yatırımcılarını bekliyor

Gürcistan Ekonomi ve Sürdürülebilir Kalkınma Bakan Yardımcısı Giorgi Cherkezishvili ve beraberindeki heyet TÜROB yönetimiyle bir araya geldi. Yapılan görüşmede, Türkiye ve Gürcistan arasında turizm alanında işbirliği ve yatırım imkanları değerlendirildi.

Gürcistan Ekonomi ve Sürdürülebilir Kalkınma Bakan Yardımcısı Giorgi Cherkezishvili ve beraberindeki heyet TÜROB Merkez Ofisi ziyaret etti. Ziyaret kapsamında düzenlenen toplantıya TÜROB Başkanı Timur Bayındır'ın beraberinde, Yönetim Kurulu Üyeleri Kasım Zoto ve Murat Yumak, TÜROB Genel Müdürü İsmail Taşdemir, TÜROB üyeleri Nuri Kalyoncu ve Bülent Hasanreisolu ve TÜROB Dış İlişkiler Sorumlusu Ferbal Yaman katıldı.



“Türkiye ilk beş kaynak pazar arasında”

Bakan Yardımcısı Giorgi Cherkezishvili, Türkiye'nin Gürcistan turizmde, Azerbaycan, Ermenistan, Rusya ve Ukrayna ile birlikte ilk beş kaynak pazar arasında yer aldığını söyledi. Gürcistan'da resort, wellness, dağ ve kayak merkezleri açısından önemli yatırım fırsatlarının olduğunu belirten Bakan Yardımcısı Cherkezishvili, devletin franchising ücretlerinde ve yatırımlar genelinde teşvik ve destekler verdiğini ifade etti.

“Gürcistan önemli bir bağlantı noktası olacak”

Gürcistan'ın coğrafi konumuna dikkat çeken Cherkezishvili; Çin pazarına yönelik olarak ülkelerini “Çin ve Avrupa” arasında bir bağlantı noktası haline getirmeyi planladıklarını açıkladı.

Yükselen değer: Kutaisi

Giorgi Cherkezishvili, Batum ve Tiflis haricinde, Kutaisi'nin özellikle low cost hava yolu şirketleri için önemli bir merkez haline geldiğini; böylelikle Avrupa'dan trafik çekmeyi hedeflediklerini söyledi. Batum'da otel arzının halen yetersiz olduğuna değinen Cherkezishvili, özellikle kongre - toplantı turizmi için bölgede otel kapasitesinin artırılması gerektiğini vurguladı.

Gürcistan Devleti'nin yabancı yatırımcılara sağladığı teşvik ve destekler hakkında da bilgi veren Cherkezishvili: “Öncelikli olarak Gürcistan'ın vergi sistemi iyi hazırlanmış, basit ve yatırımcı dostu bir yapıya sahip. Yabancı yatırımcılara bir takım vergi istisnaları, imtiyaz bedeli veriyoruz. Otel yatırımcılarına yönelik farklı bölgeler için farklı yatırım imkanları sunuyoruz. Tiflis ve Batum

dışındaki destinasyonlar için yatırımlarda öncelikli olarak teşvik ve destek sunuyoruz. Devlet olarak özel bankalardan daha düşük faiz oranlarıyla krediler veriyoruz. 2016 yılından itibaren Gürcistan Hükümeti, Tiflis ve Batum dışındaki destinasyonlara yönelik turizm ve konaklama sektörü için önemli finansal ve teknik yardımlar sunuyor. Hükümet, ilk 2 yıl için franchising ve yönetim anlaşması ücretlerini yatırımcıyla ortak finanse ediyor. Gürcistan Ulusal Yatırım Ajansı (Georgian National Investment Agency) vasıtasıyla yatırımcılara yatırım öncesinde, yatırım aşamasında ve sonrasında önemli destekler sağlıyor. Bu kurum yatırımcı, hükümet ve yerel firmalar arasında diyalog ortamı oluşturuyor ve yabancı yatırımcılara hukuki danışmanlık hizmeti sunuyor” diyerek konuşmasını tamamladı.

10 adet
koyun yünü
toz torbası
HEDİYELİ!

(Ortalama olarak 1 yıllık kullanım)

2+1
YIL
GARANTİLİ

İnternet üzerinden kayıt yaptırmayı unutmayın

~~₺ 59,00~~ +KDV

ALMAN TEKNOLOJİSİ
ALMAN TEKNOLOJİSİ

HAFİF VE GÜÇLÜ...

Profesyonel T 7/1 Classic Kuru Elektrikli Süpürge

7 LİTRE TOZ HAZNESİ İLE DAHA AZ TOZ TORBASİ TÜKETİMİ

Çok hafif: Sadece 3,5 kg

Üstün emiş gücü performansı: 230 mbar

Çok sessiz: Sadece 63 dB(A)

~~₺ 700,00~~

₺ 439,00

KDV DAHİL

KÄRCHER

makes a difference



“Türkiye’yi bir dünya markası olarak tanıtacağız”

2018 Troia Yılı kapsamında düzenlenecek olan etkinlikler hakkında bilgi veren Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş, Türkiye’yi bir dünya markası olarak tanıtacaklarını söyledi. Bakan Kurtulmuş, dünyanın Türkiye’den, Çanakkale’den, Troia’dan haberdar olmasının sağlayacaklarını da sözlerine ekledi.

Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) İlahiyat Fakültesi İÇDAŞ Kongre Merkezi’nde düzenlenen “2018 Troia Yılı” tanıtım toplantısına katıldı. Bakan Numan Kurtulmuş, yaptığı konuşmada, Türkiye’nin zengin bir tarihi birikime sahip olduğunu, bu birikimin daha güzel bir şekilde anlatılması ve dünyaya tanıtılması gerektiğini belirtti.

“Türkiye’yi dünyaya tanıtacağız”

“2018 Troia Yılı” dolayısıyla Troia’nın, Türkiye’nin bir değeri olarak tanıtmakla kalmayacaklarını, aynı zamanda Türkiye’yi bir dünya markası olarak tanıtacaklarını aktaran Bakan Kurtulmuş; Troia’nın 1998’de UNESCO Dünya Kültür Mirası Lis-

tesi’ne girdiğini ve 2018’in bunun 20. yılı olduğunu hatırlattı. Bakan Kurtulmuş, Troia Yılı dolayısıyla dünyanın Türkiye’den, Çanakkale’den, Troia’dan haberi olmasının sağlanacağını aktardı. Bakan Kurtulmuş, bundan sonra her sene ülkedeki başka bir güzelliğin dünyaya tanıtılması için çalışmalar yapılacağını belirtti.

Troia Yılı kapsamında birçok etkinlik düzenlenecek

Troia Yılı dolayısıyla yıl boyunca düzenlenecek etkinliklerle ilgili de bilgi veren Bakan Kurtulmuş, şunları söyledi: “Devlet Opera ve Balesi’nin düzenleyeceği etkinlikleri Türkiye’nin birçok yerinde icra edeceğiz. Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü’nün tertip ettiği konserler, birtakım etkinlikler vasıtasıyla Troia’ya hem burada hem Tür-

kiye’de hem de yurt dışında bütün ilgililere tanıtmaya gayret edeceğiz. Devlet Tiyatroları üzerinden sahnelenecek oyunlarla Troia’ya karşı ilginin ortaya çıkması için gayret sarf edeceğiz. Burada tertiplenecek 3 günlük bir uluslararası etkinlikle Troia ile ilgili insanları bir araya getireceğiz ve o etkinlikler çerçevesinde, Türkiye’nin en güzel müzelerinden biri olan Troia Müzesi’nin açılışını Sayın Cumhurbaşkanımızın katılımıyla gerçekleştireceğiz. Dünyanın farklı yerlerinden basın mensuplarını buraya getirip Troia’yı tanıtmak ve onlar üzerinden Troia’nın dünyaya tanıtılması için faaliyetlerimizi sürdüreceğiz. Yurt dışında onlarca fuara katılacağız.” Bakan Kurtulmuş, 2018’den sonra Troia defterinin kapanmayacağını, sonraki yıllara taşınacağını da altını çizdi.



KUBİLAY®
ENDÜSTRİYEL MUTFAK

Endüstriyel
Mutfak
Ekipmanları



1995'ten beri Projeden Gerçeğe...

Merkez :

- 🏠 Ataşehir Mah. Tatarlar Sok. No:2 Elazığ
- ☎ 0424 248 00 33
- ✉ info@kubilaymutfak.com

İstanbul Ofis :

- 🏠 Zümrütevler Mah. Karayemiş Sok. No : 12 Maltepe / İSTANBUL
- ☎ 0216 504 84 15
- ✉ istanbul@kubilaymutfak.com

Antalya Ofis :

- 🏠 Tarım Mah. Perge Blv. Yeşilevler SİT. Blok : 43/A Muratpaşa / ANTALYA
- ☎ 0242 258 18 10
- ✉ antalya@kubilaymutfak.com



TÜROB 'güvenliğe' odaklandı

Son dönemlerde ülkemizde ve bölgemizde yaşanan gelişmeler 'güvenlik' unsurunu ön plana çıkardı. Bu noktadan hareketle Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), otellerde fiziki güvenlik ve bilgi/veri güvenliği kapsamında bir dizi eğitim/panel düzenlemeye karar verdi. İlk panel "Güvenlik Risk Faktörleri ve Çözümleri" Intercontinental İstanbul Hotel ev sahipliğinde gerçekleştirildi.

İşletmelerdeki güvenlik risklerini tespit etmek ve çözüm önerileri ile yeni teknolojiler hakkında bilgi aktarmak üzere Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB); S4S Teknoloji Hizmetleri işbirliğiyle ve Intercontinental İstanbul Hotel ev sahipliğinde 'Güvenlik Risk Faktörleri ve Çözümleri' konulu panel düzenledi. Güvenlik konusu kapsamında, teknik ve fiziki güvenlik, bilgi ve veri güvenliği, kişisel verilerin korunması ve mevzuat konularındaki toplantılar ise ilerleyen zamanlarda periyodik olarak TÜROB tarafından organize edilecek.

Açılış konuşmasını TÜROB Başkanı Timur Bayındır'ın yaptığı panele konuşmacı olarak; S4S Teknoloji Hizmetleri'den Emre Eken, Honeywell'den Burak Demirbilekliler, Hikvision'dan Aral Ekrem Uzun, Oncam'dan Abdullah Doğanay, Dell Platinum Partner DESistem'den Serdar Gökçe, Alcad'dan Kemal Yer, S4S Teknoloji Hizmetleri'den Iker Onier katıldı. Konuşmacılar sırasıyla; entegre bina güvenlik sistemleri, yangın ve güvenlik sistemleri, kamera ve



güvenlik sistemleri, 360° kamera sistemleri, network sistemleri, IP TV sistemleri, sistemlerin bakım ve servis önemi hakkında sunum yaptı.

Timur Bayındır: Güvenlik, turizmin önceliğidir

Son dönemlerde ülkemizde ve bölgemizde yaşanan gelişmelerin güvenlik unsurunu turizm sektörünün önceliği olarak ortaya çıkardığını söyleyen TÜROB Başkanı Timur Bayındır, konuşmasına şöyle devam etti: "Otellerimizde fiziki güvenliğin yanı sıra bilgi ve

veri güvenliği de dikkat etmememiz gereken hassas noktalar arasında yer alıyor. Konu bu denli geniş olunca, güvenlik konusundaki etkinliklerimizi devam eden seriler halinde organize etmeyi kararlaştırdık. Güvenlik Risk Faktörleri ve Çözümleri panelinde ağırlıklı olarak teknik açıdan güvenlik unsurunu ele alacağız. Bilgi ve veri güvenliği, özellikle kişisel veriler ve mevzuat konularındaki toplantılarımızı ise ilerleyen zamanlarda periyodik olarak gerçekleştireceğiz."

İşletmelerin etkin hizmet vermesini engelleyebilecek güvenlik risk faktörlerinin belirlenmesi ve önlenmesi hakkında bilgi paylaşımında bulunmaya devam edeceklerini söyleyen Timur Bayındır: "Sunulan yaşanmış hikayeler, tehdit unsurları ve etkin çözümleri sizlere aktarabilmek üzere "S4S (ESFORES) Teknoloji Hizmetleri" ile bu panelde iş birliği yaptık" dedi. Bayındır, konuşmasının sonuna programa ev sahipliğinden dolayı Intercontinental İstanbul Hotel Genel Müdürü Fatih Şenulu'ya ve ekibine teşekkür etti.

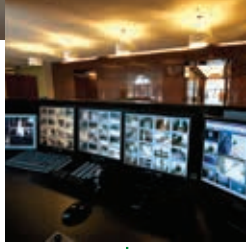
RİSK ALMAYIN DESTEK ALIN!



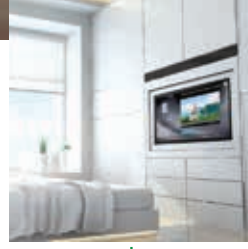
+
Entegre Bina
Güvenlik Sistemleri



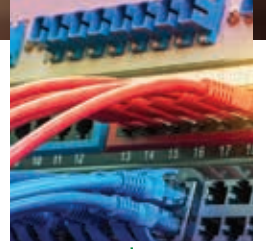
+
Yangın Algılama ve
Alarm Sistemleri



+
IP Kamera
Sistemleri



+
IPTV & Interkom
Sistemleri



+
IT & Network
Sistemleri

OTELCİLİK HİZMETLERİNDE GÜVENLİK İÇİN ÇÖZÜMLER...

S4S teknoloji hizmetleri, otellerin güvenlik ihtiyaçlarını karşılayan, kurumun katma değerini artıran ve verimlilik sağlayan teknolojileri kullanarak entegre sistemler oluşturur ve çözümler geliştirir.

Bakım ve servis hizmetleriyle sistemlerin etkinliğini her zaman üst düzeyde tutarak, işletmeleri tehdit eden unsurlara ve yasalara karşıda koruma altına almış olur. Teknik personeller için hazırladığımız eğitimler, otellerin iş gücü verimliliğini artırmaktadır.

S4S teknoloji hizmetleri ile risk almayın destek alın.



0212 242 07 24 | info@s4s.com.tr | www.s4s.com.tr



S4S
SOLUTIONS FOR SECURITY



INFLOW Global Summit

sosyal medya fenomenlerini ağırladı

Dünyada milyonlarca kişinin tercihlerine yön veren içerik yaratıcıları ve sosyal medya fenomenleri The Ritz Carlton İstanbul'da gerçekleştirilen INFLOW Global Summit'de bir araya geldi. Dünyanın en büyük influencer marketing etkinliği olan INFLOW Global Summit'e, 10 milyon ile 100 bin arasında takipçi sayısı olan, dünyanın çeşitli ülkelerinden 200'den fazla sosyal medya fenomeni katıldı.

Tüm dünyada milyonlarca kişi tarafından takip edilen influencerlar, INFLOW Global Summit'de bir araya geldi. Influencer pazarlamasının merkeze alındığı oturumlarda, seyahat, lüks, moda, gastronomi, anne-çocuk temalarıyla paylaşımlarda bulunan sosyal medya fenomenleri deneyimlerini ve konuyla ilgili görüşlerini aktardı. Ayrıca ekonomi ve pazarlama dünyasının önde gelen isimlerinin ağırlandığı INFLOW Global Summit'e birçok influencer da katıldı.

Etkinliğin açılış konuşmasını yapan Inflow Summit Kurucu Ortağı Afşın Avcı, INFLOW'un dünyanın en büyük influencer etkinliği olduğuna dikkat çekti. INFLOW Global Summit'te yerli ve yabancı 250'ye yakın influencerın yer alacağını belirten Avcı, konuşmasına şöyle devam etti: "Bu etkinlikte influencerların toplamda hitap ettiği insan sayısı 80 milyon kişinin üstünde. Influencer Marketing'in önemini anlatmak için dünyadaki tüm influencerları bir araya getirmeyi hedefledik. Amacımız bu

alandaki dünyadaki bir numaralı platform haline gelebilmek. İlk etkinliğimizi Inflow Travel Summit adıyla 17-23 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirdik. Bu etkinliğe 29 farklı ülkeden 137 influencer katıldı. Bir sonraki etkinliğimiz ise 25-27 Ağustos'ta Venedik'te gerçekleştirildi. Bu etkinlik daha küçük çaplıydı ve Inflow Meetup adını verdik. 2018 yılında da ilk uluslararası etkinliğimiz 25-27 Şubat tarihleri arasında Katar'ın Doha şehrinde gerçekleştirilecek."

Dünyaca ünlü isimler

INFLOW Global Summit'de konuşan, THY Satıştan Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Ahmet Harun Baştürk ve Turckcell Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İsmail Bütün, Influencer pazarlamasının günümüz pazarlama dünyasına katkıları, ekonomik açılımı ve gelecek dönem öngörülerini paylaştılar. Etkinliğe ayrıca, Jack Morris, Lauren Bullen, Melanie Martins, Sara Sabry, Jonny Ward, Abdel Aziz Kardeşler, Cristina Musacchio, Roberto De

Roza gibi dünyaca ünlü ve milyonlarca takipçisi bulunan influencerlar katıldı. Aynı zamanda etkinlik sırasında düzenlenen birçok panele katılan dünyaca ünlü isimler, farklı görüşleriyle izleyicilere farklı bir vizyon kazandırdı. Dünyaca ünlü İrlandalı ekonomist David McWilliams, influencer pazarlama ekonomisini ele alarak, dünyada yeni ortaya çıkan ve uluslararası anlamda etki yaratan, etkileşim pazarlamasının yeni formu hakkındaki görüşlerini aktardı.

B2I toplantılar

INFLOW Global Summit, 20 Aralık'ta uluslararası arenada önemli yere sahip influencerlar ile pazarlama dünyasının önemli isimlerini bir araya getirecek B2I toplantıları ve networking etkinlikleri ile sürecek. Katılımcıların, Türkiye'nin doğal güzelliklerini ilgili destinasyon özelinde de deneyimleme imkanı yakalamaları için zirve sonrası gerçekleşen gezi programı dahilinde 21-24 Aralık tarihlerinde Kapadokya'da Argos in Cappadocia'da ağırlandı.



the jewels



the vault



kayalarmutfak.com.tr

Otel restoranları

nasıl kazanır?

Kaya Demirer
TURYİD Başkanı

Lokasyon, hizmet kalitesi, manzara gibi birçok avantajı barındırmasına rağmen, otellerin kendi binalarında konaklayan misafirlerinin dahi pek tercih etmediği restoranlar, otel işletmecilerinin gündeminde kronikleşmiş bir sorun olarak durmaya devam ediyor. Restoranın ayrı bir girişi mi olmalı? Personel kalitesi ne kadar önemli? Menüler nasıl hazırlanmalı? Otel restoranları daha mı pahalı? Bu soruları Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD) Başkanı Kaya Demirer'e sorduk.

Geçmiş yıllarda otelciliğin gelirler kaleminde önemli bir yer tutan food & beverage gelirleri, artık bu alana yapılan yatırımları sorgulatır seviyelere geldi. Konuya ilişkin sıkıntıları dile getiren işletmeciler ve mutfak yöneticileri aynı zamanda çözüm önerilerini de sundu. Türkiye'de şehir otelciliğinin ilk yıllarında, restorancılığın oldukça ilkel koşullarda olduğunu söyleyen Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD) Başkanı Kaya Demirer: "Turistler ve ülkenin gelir düzeyi yüksek kesimleri de doğal olarak tercihlerini otel restoranlarından yana kullanıyordu. Otel restoranları o yıllarda batı tarzı yaşamı ve statüyü temsil ediyordu. Turistlerin tercihinin ana sebebi ise alternatifsizlik ve hijyendi" dedi.

İbre ne zaman otellerin aleyhine döndü?

Türkiye'de otel dışı restorancılığın gelişmesinde otellerin büyük bir rolü olduğunun altını çizen Kaya Demirer, konuşmasına şöyle devam etti: "Gelişen mo-

dern otelcilik, standartları yükseltirken restoranlar için model olmanın yanında insan kaynağı sağlayan okullar haline dönüştü. Otellerde yetişen mutfak ve servis personelleri edindikleri tecrübeyi lokantalara taşıyarak, restorana doğru başlayan dönüşümü hızlandırdı. Menülerden, servis düzenine, çalışma sisteminden hijyene kadar her şeyde oteller model alındı. Böylece oteller kendilerine rakip olacak restoranların gelişimini başlatmış oldu. Diğer taraftan talep ile arzın birbirini tetiklemeye başladığı yeni milenyum dönemi ile birlikte gastronomi ve F&B işletmeciliği eğitimlerini batı ülkelerinin üniversitelerinde tamamlayan birtakım yeni kuşak (1960-1970 doğumlular) yatırımcılar ve girişimciler İstanbul ve Ankara başta olmak üzere sektörün yeni oyuncularını sahaya çıkardılar."

"Türkiye'de gastronomi devrimi yaşandı"

"Yakın tarihe gelindiğinde ise bir yandan otel sayısı artarken diğer yandan ülkeyi gastronomi rüz-

garı sardı" diyen Kaya Demirer: "İşini beğenmeyen, emekli olan veya nakit para döngüsü için restorancılığa yatırım yapan romantik bir girişimci türü ortaya çıktı. Son yıllarda bu rüzgarın etkisi ile yeni jenerasyona hitap eden mekanlar açılmaya başladı. Gastronomideki gelişim yurt içinde belli bir kalite ve olgunlaşmaya gelmiş olan markaların doğudan başlayarak batıya hızla yatırım yapmaya başlaması ve yeni şubeler açmasıyla ciddi bir ivme kazandı" açıklamasında bulundu.

"Farklı refleksler ve dinamiklere ihtiyaç var"

Kaya Demirer, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Restorancılıkta farklı refleksler ve dinamiklere gereksinim duyulduğu için otelcilerin restoranlarını kiraya vermeleri konusunda başarılı işletmeciler ile işbirliği yapmalarında fayda var. Bugün bu tarz işletmelelere başarılı örnekler verilebiliriz; Marmara Otel de yer alan Mikla, Swiss Otelde yer alan Günaydın, Hilton Otel'de Dragon, The Sofa Hotel'in roofunda Frankie İstanbul, St Regies otel roofunda

Spago gibi... Turizm gelirlerinin yükseltilmesinin gastronomiden geçtiğini ve bu alanda uzman işletmecilerin otellerdeki verimsiz restoranları değerlendirmesinin önünün açılması gerekmektedir.” Restoran seçimine ilişkin muhtelif araştırmalar olduğunu söyleyen Demirer: “Dr. Roy C. Wood Wood ve Mona A. Clark’ın yaptıkları araştırmada öne çıkan altı kriterin, restoran seçiminde etkili olduğu, otoriteler tarafından genel kabul görüyor” diyor ve konuşmasına şöyle devam ediyor:

“Ayrı kapı ne kadar avantajlı?”

Restoranın otel girişinden bağımsız bir girişe sahip olması, işletmecilerin çoğunun hemfikir olduğu bir konu. Bazı markalarımız “olmazsa olmaz” koşul olarak ele alıyorlar bu konuyu. Bu konuda öne sürülen gerekçeler ise psikolojik. Kolay ulaşılabilirliğin öneminin yanında otel kapısından girmenin pahalılık algısı yarattığı ya da “stand alone” tabir edilen herhangi bir binaya, markaya bağımlı olmayan restoranların tercih edildiği tartışmaları oldukça yoğun. Otelin ana kapısından girilen veya asansörle çıkılan restoranlara pek şans tanınmasa da bu yargıyı yıkan Frankie İstanbul, Spago, Günaydın ve Mikla gibi örnekleri unutmamak gerekiyor.

“Yemeğin akılda kalan bir hikayesi olmalı”

Müşteriyi tatmin edecek bir yemeğin diğer tüm faktörlerin ya-

Turist ne istiyor?

İstanbul’da tatilini geçiren çok uluslu ve değişik coğrafya ve kültürden gelen turistler için 436 turistle geçtiğimiz yıllarda gerçekleştirilen anket, Türkiye’yi tercih etme sebepleri arasında Türk mutfağı dördüncü sırada yer aldı. En çok tarihi özellikleri ve şehrin enerjisi nedeniyle Türkiye’yi tercih ettiklerini belirten turistler mutfağımızı farklı bulduklarını fakat tanımadıklarını dile getirdi. Çalışma kapsamına alınan turistlerin en fazla beğendiği Türk yemeği kebaplar, lahmacun ve pödlere oldu. Bunları hamurlu tatlılar, börekler, zeytinyağlı yemekler ve dolmalarla sarmalar takip etti.

nında anlatılacak bir de hikayesi olmalı. Başarılı restoranlarda bu yakalanırken, banket standardizasyonuna alışmış oteller bu konuda sınıfı geçmekte ve özel bir ruh katmakta zorlanıyorlar. Araştırmacılar, restoranlarda duyulan tatminin çoğunlukla tüketici beklentileri ile restoran performansına ilişkin algılamalar üzerinden şekillendiğini belirtiyor. Temalı restoranlara ilişkin çalışmalar gerçekleştiren Araştırmacı Weiss, yemek deneyiminin bileşenleri arasında yer alan yemek kalitesi ve atmosferin, tüketicilerin restorana tekrar gitme isteği üzerinde etkili olan en önemli iki faktörü olduğunu belirtiyor.

“Menünün etkisi”

Restoran menüleri üzerine yapılan araştırmalar, menünün restoran ve yemek seçimi kararlarını etkileyebilecek önemli bir değişken olduğunu gösteriyor. Yapılan çalışmaların bulguları ışığında dışarıda yemek yeme modelindeki değişkenlerden tatmin, yemek seçimi ve restoran seçimi ile menü arasında birtakım ilişkiler kurulabilir. Menü planlamasında, restoran yöneticilerinin tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının yanında satın alma eğilimleri ve tatmin düzeylerini bilmesi önemlidir. Menü çeşitliliğinin artırılması ve belirli aralıklarla menülerde değişiklik yapılması da restoran seçimini olumlu yönde etkilemektedir. Restoranlarda mevsimsel ve özel günlere yönelik hazırlanacak menüler tercihleri pozitif yönde etkilemektedir.

“Farkı hissettirmek”

Menüdeki yemeklerin isimlerinin ilgi çekici olmasının yanında ‘el yapımı, usulü (yöre, bölge ismi), özel seri’, ‘mevsiminde yöresinden tedarik edilen’ gibi nitelendirmelerle farkının müşteriye hissettirilmesi duygusal tatminde faydalı olacaktır. Menü kartının kağıt kalitesi, yazı karakteri ve boyutu, düzeni; satışı arttırılmak istenen yemeklerin menü kartındaki yerleri, işletme tarzına uygun ise kutu içerisine alınması, daha büyük harflerle yazılması; menü kartında fotoğraf kullanılması restoran yöneticilerinin dikkate alması gereken en önemli menü tasarımı unsurlarıdır.





“Restoran yatırımcısı ne istiyor?”

En başta restoran işletmesi, otel personeli ve işletme kurallarından bağımsız olmalı. Mekanın bağımsızlığı kendine özgü dekoru, tarzını yaratabilmesi en önemli unsurların başında gelmektedir. Restoranın bağımsız bir kapısı/ulaşımı tercih olmakla beraber, işletme yapısal durumlarda kendini farklı şekillerde konumlandırabilmektedir. Diğer önemli bir husus işletmenin finansal durumuyla ilgili. Bir otele katma değer yaratan marka işletme bir AVM veya cadde mağazacılığı tarzında işletme giderlerini çok ciddi bir şekilde olumsuz etkileyen yüksek kira bedelleriyle karşı karşıya kalmamak ister. Genellikle tercih edilen model ciro kirası modelidir. Salt işi ve mesleği restoran işletmeciliği ve gastronomi olan yatırımcılar otellerin avantajlı (manzaralı teraslar, high Streetlerdeki / işlek caddelerdeki giriş katları vs.) konumlarındaki restoranlarını kar eden işletmeler olarak ele alıyor ve mevcuttaki ya da yaratacakları yeni markalarıyla otel bünyesine dışarıdan enerji sağlamış oluyorlar. Yurt dışında bu konuda birçok başarılı örnek bulunmakta., NewYork'ta; The NoMad@Eleven Madison park, Londra; Nobu@Como Metropolitan, Alan Ducasse@Dorchester, Paris; Le Cinq @ Four Seasons George V, L'abeille @ Shangri-La, LasVegas; Nobu @ Caesars Palace, bunlardan sadece birkaç örnek olarak yer almaktadır.

Bu konuları birlikte ele aldığımız zaman ortaya çıkan iki taraf için de kazan/kazan modelinin püf noktaları ise şöyle:

1. F&B departmanlarının, otel yatırımı esnasında otel içinde restoranın konumlandırılması aşamasında, oldukça erken bir noktada girişimciyi tespit et-

meleri ve mümkün olduğunca uzun vadeli sözleşme imzalamaları önemlidir.

2. F&B departmanın komple outsource edilmesi ya da bağımsız bir restoran işletmesi için ana restoran alanının (alt) kiralanması kararı önemli.

3. Söz konusu restoran yatırımında otel yatırımcısı, üzerinde mutabık kalınacak dekorasyon sonrasında “FFE” tabiri kullandığımız mobilya ve tefrişat, mutfak yatırımı, alt yapı ve diğer taşınmaza ait olacak yatırımı üstlenmesi; restoran yatırımcısının ise sözleşme sonunda ya da erken fesihlerde iktisadi kıymet olarak tabir edilen (tabak - çanak, mutfak gereçleri) yatırımın hızlı taşınabilir kısmını üstlenmesi daha sağlıklı olarak görülen bir usuldür.

4. Üzerinde en çok konuşulan konu olarak görülen kira bedellerinde tarafların mutlaka kazan-kazan modelini benimsemeleri sağlıklı ve sürdürülebilir ilişki açısından çok önemli. Sabit kira modelinden uzaklaşan hasılatın kira bedeli tahsilatına yaklaşan uluslararası bir model, gün geçtikçe karşılık buluyor. Bu noktada restoran yatırımcısı, otelin ve misafirlerinin desteğini almalı. Aynı zamanda otel misafirleri dışında da misafir ağırlamalı. İç ve dış pazar misafirlerinin oluşturacağı portföye daha fazla hitap etmek için kira giderini ciroya endekslemeli. Bunu başardığı durumda üzerindeki önemli risk yükünü hafifletecek, iletişim ve pazarlamaya daha fazla bütçe ayırabilecek. Kazan-kazan modelinde restoran kiralarının cironun yüzde 8-9 oranında olması sağlıklı bir oran olarak kabul edilmiş durumda ancak kiranın gelirlerin üzerine çıkılması durumunda, üstte kalan ciro miktarından yeni ek kira ödeme modeli tartışılabilir yeni modeldir.



GEÇMİŞİM DE, GELECEĞİM DE
HÜNERLİ ELLERDE:
#BENTÜRK MUTFAĞI

Gelecek nesiller de görebilsin diye
Türk mutfağının değerlerine sahip çıkıyoruz.

METRO
TOPTANCI MARKETİNİZ

Bakan Kurtulmuş: Erken rezervasyon 5 milyona ulaşacak

Turizm sektörünün nabzını tutan 11. Travel Turkey İzmir Turizm Fuar ve Kongresi, erken rezervasyon indirim fırsatları, yurt içi ve yurt dışı tatil destinasyonları tanıtımları ile seyahat tutkunlarının bu yıl da buluşma noktası oldu.

Erken Rezervasyon Kampanyası İzmir’de düzenlenen Travel Turkey Fuarı’nda yapılan lansmanla başladı. Toplantıya, Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş, TÜROB Başkanı Timur Bayındır, TÜROFED Başkanı Osman Ayık, TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy ve THY Yurt İçi Satış Başkanı Halil İbrahim Polat katıldı. Turizmin 12 aya yayılması gerektiğini söyleyen TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy: “Erken rezervasyon aralık ayında başlıyor ve yüzde 45’e varan indirimler sağlanıyor. Turizm sektöründe ayrıca sigortalı seyahat dönemi de başladı. Güvenle birlikte müşteri sayısı da arttı” açıklamasında bulundu. Başaran Ulusoy’un ardından söz alan Türk Hava Yolları Yurt İçi Satış Başkanı Halil İbrahim Polat; erken rezervasyon kampanyasının bugüne kadar hep münferit yolcularla ilerlediğine dikkat çekti. Erken rezervasyonun MICE ve diğer turizm alanlarında da geliştirilebileceğini söyleyen Polat, erken rezervasyon dönemindeki uçak biletlerinin, birkaç ay sonra aynı fiyatlarla satışa sunulmaması gerektiğinin altını çizdi. Son 10 yıldır iç pazarı geliştirmek için önemli çalışmalar yürüttüklerini belirten TÜROFED Başkanı Osman Ayık ise: “Erken satın almanın ne kadar avantajlı olduğunu misafirlere anlatmamız lazım. Biz, uluslararası alanda büyük turizm ülkeleri ile rekabet ediyoruz. Bugün İspanya’da iç pazarın ağırlığı yüzde 25 - 29 arasında değişiyor. Bizim de hedeflerimizi bu şekilde belirlememiz lazım. 10 milyon



vatandaşımızı tesislerimizde tatil yapar hale getirmemiz gerekiyor. Erken rezervasyonla sadece kıyı tatili satın alınmıyor. Bu ülkenin insanlarına sunacağı o kadar çok şey var ki... Bizim artık alt markalar yaratmamız lazım. İzmir, neden bir Barselona olmasın?” dedi.

Timur Bayındır: Krizlerde bizi kendi halkımız destekliyor

Konuşmasına erken rezervasyon kampanyasının önemine dikkat çekerek başlayan TÜROB Başkanı Timur Bayındır: “Erken rezervasyon, bütçemize göre tatil imkanı sunuyor. Ama Türkiye’de bazı zorluklar da maalesef var. Kişi tatilini ne kadar önceden planlarsa planlasın; iş yerindeki nedenlerden dolayı o tarihte o tatile gidemeyebiliyor” dedi. Erken rezervasyonun otelciler açısından da gerekli olduğuna dikkat çeken Bayındır: “Bizim insanımızın ülke içinde seyahat etmesi lazım. İnsan kendi ülkesi içinde de turist olabilir. Kaynayan bir kazanın ortasındayız. Böyle bir durumdayken, krizlerde bizi ancak kendi halkımız destekliyor” dedi.

Numan Kurtulmuş: Erken rezervasyonun lansmanı çok iyi yapılmalı

Türk halkının turizme giderek daha yatkın bir hale geldiğini vurgulayan Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş: “Erken rezervasyon da bu açıdan son derece önemli. Erken rezervasyon lansmanının çok iyi yapılması lazım. Bu, sektörün vazifesidir. Sektör, erken rezervasyon kampanyasını güçlü bir şekilde duyurmak durumunda” şeklinde konuştu. Geçtiğimiz yıl 4.5 milyon olan erken rezervasyon satışlarının bu yıl 5 milyon seviyesine ulaşacağına inandıklarını söyleyen Kurtulmuş, konuşmasını şu sözlerle sürdürdü: “Üniversiteler, meslek kuruluşları, birliklerin, odaların... Herkesin turizmde yapabileceği işler var. Devlet olarak yapacağımız katkı önünüzü açmak, imkanlarınızı arttırmaktır. Örneğin, otellerin tahsislerinin yeniden 49 yıla çıkarılması, yabancı ortak alma hatta satın alma olanağının getirilmesi. Hava yolu şirketlerine 9 bin dolara kadar destek veriyoruz. Kruvaziyer için destek yakında hayata geçecek. Biz bunları yapabiliriz ama gerisi sizin işiniz.”



Gelecek nesiller de görebilsin diye
Türk mutfağının değerlerine sahip çıkıyoruz.

**ŞEFLERİMİZİN GELİŞİMİNE
KATKIDA BULUNUYORUZ.**

#BENTÜRKMUTFAĞI

METRO
TOPTANCI MARKETİNİZ



Azade Dochi:

Türk turizmcilerin gözü İran pazarında

2009 yılında Azade Dochi tarafından kurulan Sea Travel, İran pazarı üzerine çalışıyor. İran ve Türkiye pazarını konuşmak üzere bir araya geldiğimiz Sea Travel Genel Müdürü Azade Dochi, 2017 yılında düşen otel fiyatlarının etkisiyle İranlı turist sayısının arttığını söyledi. Dochi: “Eskiden İranlılara oda vermek istemeyen otelciler, Avrupalı turisti kaybedince gözünü İran pazarına dikti” dedi.

Sea Travel’ı 2009 yılında İstanbul’da kurduklarını söyleyen Sea Travel Genel Müdürü Azade Dochi: “Kısa süre içinde hizmet verdiğimiz bölgelerde pazarın en büyük acentesi haline gelerek, yeniliklere öncülük eden, her yıl bir önceki yılın üzerinde hizmet vermeyi amaçlayan ve müşteri memnuniyeti anlayışla sektöre yön veren bir marka haline geldik. 5 personelle kurmuş olduğumuz acentede bugün 97 personele istihdam sağlıyoruz” dedi.

“Türkiye’ye yılda 200 bin turist getiriyoruz”

Sea Travel olarak İran’dan Türkiye’ye yılda ortalama 200 bin turist getirdiklerini söyleyen Azade Dochi: “Gelen turistlerimize havalimanı transferi, otel rezervasyonu, düğün organizasyonu, kongre,

seminer ve isteğe bağlı olarak çeşitli kültür ve eğlence tur hizmetlerini içeren incoming hizmetleri sunuyoruz” açıklamasında bulundu.

“Online rezervasyon kanalımızı kurduk”

Dünyada online pazar trendinin hızla devam ettiğini söyleyen Azade Dochi, konuşmasına şöyle devam etti: “22 Ocak 2018 tarihinde online.seatravel.com.tr adresinden b2b online rezervasyon kanalımızı satışa açacağız. Online satışa başlamamızla birlikte, tur operatörlerimiz satış yaparken otellerin müsait olup olmadığını kontrol etmek için zaman kaybetmeden, sistemde tanımlanmış olan kontenjanları kullanarak direkt rezervasyon yapabilecek; voucher alabilecek ve İranlı operatörlerimiz ödemelerini

İran tomanı olarak da yapabilecekler. Aynı zamanda Dünya’nın her yerinden istedikleri güzergah için uçak bileti araması yapabilecek ve biletleme işlemini kendileri tamamlayabilecekler. 35 binden farklı noktada 350 binin üzerinde konaklama seçenekleri, dünya çapında uçak bilet satışı ve transfer hizmetleri, online satış sitemiz üzerinden seyahat acentelerine ve tur operatörlerine sunacağız.”

“Türkiye, İranlıların vazgeçemeyeceği bir destinasyon”

2016’da Türkiye’de yaşanan olumsuz gelişmelerden dolayı ülkemize gelmek istemeyen İranlılar için alternatif pazarlar araştırdığını ancak Türkiye’nin hem fiyat hem de hizmet kalitesiyle yarışabilecek bir destinasyon olmadığını vurgulayan Azade Dochi, Türkiye’nin



sahip olduğu avantajları şöyle sıraladı: “Türkiye, İran’a yakın, vize yok, uçuş süresi kısa, damak tadı ve kültürler çok yakın. Hatta Azeri kesim Türkiye’de kendi dilini konuşuyor.” İranlıların, kendi yaşam tarzından kaynaklı sıkıntılar yaşadıklarını söyleyen Dochi: “Örneğin, baba kız veya eşler birlikte denize giremiyor. Artık insanlar aileleriyle tatil yapmak istiyor. İranlılar için Türkiye, çok iyi bir destinasyon. İranlılar gezmeyi seven ciddi bir nüfusa sahip ve Türkiye gelmeye devam edeceklerdir” dedi.

“İranlılar ‘her şey dâhili’ tercih ediyor”

Eskiden İranlıların tatil bölgelerine 7 Temmuz da gelip, 15 Eylül de gittiğini ifade eden Dochi, şimdi ise sezonun mart ayından başladığını, kasımın ilk haftasına kadar devam ettiğini söyledi. “Sahil bölgelerinde her şey dâhil sistemini uygulayanların İran pazarını alması çok zor” diyen Dochi, Kuşadası’nda 5 yıldız ve her şey dâhil otellerle çalıştıklarını ve yazın haftada 2 bin turisti ofislerinin bulunduğu Kuşadası’na götürdükleri bilgisini verdi.

“Üst segment İranlı Türkiye’ye gelmiyor”

Artık üst segment turistin Türkiye’ye gelmediğini belirten Dochi, nedenini ise şöyle açıklıyor: “Hem

yeni destinasyon görme isteği hem de Türkiye’de üst segment otellere artık herkesin ulaşabilmesi.”

“Fiyatlar düştü, İranlı turist sayısı arttı”

2017’de düşen otel fiyatlarının etkisiyle İranlı turist sayısının arttığını söyleyen Dochi: “Sahil bölgelerimizde sezon uzadı, pax sayımız arttı. Ama İstanbul’da 2015 yılındaki pax sayımızı yakalayamadık. Ancak 2018 yılının daha iyi geçeceğine inanıyorum” dedi.

“Türkiye turizmi için üzülüyorum”

Türkiye’ye Avrupalı turist gelmediği için artık her yerde Orta Doğulu ve İranlı turistin olduğunu söyleyen Dochi: “Eskiden İstiklal’de yürüdüğünüzde farklı ülkelerden turistleri görürdünüz. Ama şimdi durum öyle değil, sadece Arap ve İranlı turist var. Hatta İranlılar bile, İranlı turist görmekten mutlu değil. Bu durum beni üzüyor. Türkiye, pazar çeşitliliğini yeniden yakalamalı” şeklinde konuştu.

“Sektörü İran’da buluşturacağız”

Bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilecek olan Sea Travel Third Tourism Exhibition and Conference hakkında da bilgi veren Dochi, şunları kaydetti: “Organizasyon, 21-24 Ocak 2018 tarihleri arasında TÜROB ve Turizm Bakanlığı’nın teşvikleriyle Tahran’da gerçekleşecek. Geçtiğimiz yıl İstanbul, Kuşadası ve İzmir’den toplam 42 otel ve başta Tahran olmak üzere İsfahan, Tabriz, Şiraz, Meşhed’den yaklaşık 800 tur operatörünü bir araya getiren organizasyonun hızlı bir şekilde olumlu geri dönüşleri alındı. Bu yıl da yaklaşık 60 otelin katılımıyla gerçekleştirmeyi planladığımız programın ana hatları şöyle; 21 Ocak 2018 İstanbul’dan Tahran’a hareket, 22 Ocak 2018 work shop, 23 Ocak 2018 Tahran turizm fuarı, 24 Ocak 2018 Tahran’dan İstanbul’a dönüş.”



Azade Dochi
Sea Travel Genel Müdürü

Azade Dochi kimdir?

4 Temmuz 1982’de Tahran’da doğdu. 2 yaşındayken ailesiyle birlikte Türkiye’ye göç etti. İlköğretimine İstanbul’da bulunan İran İslam Cumhuriyeti İlkokulu’nda başladı, lise eğitimini Ataköy Cumhuriyet Lisesi’nde tamamladıktan sonra Marmara Üniversitesi sınıf öğretmenliği bölümünü kazandı ve 2005 yılında mezun oldu. Yaz aylarında da Marmaris ve Bodrum’da dil avantajını kullanarak İranlı turistlere rehberlik yaparak turizm kariyerine ilk adımını öğrencilik yıllarında attı. 2004 yılında Erguvan Turizmde rezervasyon departmanının da çalışmaya başladı. Dochi, buradaki görevini 2009 yılına kadar İran departman müdürü olarak yürüttü. 16 Ocak 2009 yılında Sea Travel’i kurdu. Dochi, incoming hizmetinin yanında düğün davet ve çeşitli organizasyonlar için aldığı talepler üzerine 2011’de Dochi Event’i kurdu.

1 milyon Çinli turist hedefini ‘uçarak’ yakalayabiliriz

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Çin turizm pazarına ilişkin uçak sıkıntısına dikkat çekti. TÜROB Başkanı Timur Bayındır: “Bütün Çin Türkiye’ye gelmek istese mevcut uçuş kapasitesiyle senede ancak 300 bin kişi gelebilir. Çin’den Türkiye’ye uçuşların mutlaka artması lazım. 1 milyon Çinli turist hedefi ulaşılabilir bir rakam. Yeter ki ulaşım imkanı sağlansın” açıklamasında bulundu.

2018 yılının Çin’de ‘Türkiye Turizm Yılı’ ilan edilmesiyle birlikte çalışmalarını hızlandıran Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Çin turizm pazarına ilişkin uçak sıkıntısına dikkat çekti. TÜROB Başkanı Timur Bayındır konuyla ilgili yaptığı açıklamada, 1.3 milyarlık dev bir nüfusa sahip olan ülkede yılda 122 milyon kişi yurt dışına çıkarken, Türkiye’nin pazar payına ayrılan 1 milyon Çinli turist 3’te birini bile alamadığını söyledi. Bayındır: “Bütün Çin Türkiye’ye gelmek istese mevcut uçuş kapasitesiyle yılda ancak 300 bin kişi gelebilir. Çin’den Türkiye’ye uçuşların mutlaka artması lazım” dedi.

“Çinli şirketler de uçabilmeli”

Çin hükümetinin Türkiye’ye yeni uçak seferleri koymasının sağlanması gerektiğine işaret eden Bayındır, şunları söyledi: “Çinli hava yolu şirketlerinin Beijing-Atina direkt uçuşları başladığını hatırlatmak isterim. Bu uçuşların Türkiye’ye gelmesini sağlarsak Çinli turist sayısı artar. 1 milyon Çinli turist ulaşılabilir bir rakam. Yeter ki ulaşım imkanı sağlansın. TÜROB olarak

yaptığımız çalışmalarda, China Southern’ın geçmiş yıllarda olduğu üzere, yeniden İstanbul direkt uçuşlarına başlaması için gerekli bağlantıları sağlamaya koyulduk. 2018 yılında yeniden bu uçuşların başlamasını ve trafiğin artmasını ümit ediyoruz. Böylece, THY’de karşılık olarak Çin’e seferlerini arttıracaktır. Üst düzey ziyaretlerde bulunarak, Çinli büyük şirketler ile görüşüp, incentive gruplarını İstanbul’a çekebilmek de yakın zamanlı hedeflerimiz arasında.”

“Sefer sayısı artmazsa 1 milyon hayal”

“2018 yılının Çin’de ‘Türkiye Turizm Yılı’ ilan edilmesiyle birlikte Bakanlığımızın ve sektörün bu konuda tanıtım ve pazarlama çalışmaları üzerine odaklandığını görüyoruz” diyen Bayındır, şöyle devam etti: “TÜROB olarak, daha öncesinde başlattığımız temaslar ile bu çalışmaların içerisinde her zaman yer almaya devam edeceğiz. Tüm meslektaşlarımızın pazarın öneminin farkında. Ancak burada iki temel hususun çözülmesi gerekiyor. Birincisi, güvenlik algısı özelinde diplomatik ilişkilerin artırılma-



sı, ki zannediyorum devletimiz bu konuda gerekli girişimleri sağlamaktadır. İkincisi ve biz turizmci-ler açısından daha önemlisi ulaşım, yani uçak sorunudur. THY’nin Pekin, Şangay ve Guangzhou gibi temel noktalara uçuşu önemli bir fırsat, ancak yeterli değil. Koltuk sayısı ve sefer sayıları ile kısıtlı bu rakamın tamamının direkt ülkemiz hedefli uçmadığı düşünüldüğünde, Çin’den 1 milyon turist beklemek, gerçeğe yakın bir hedef olmayacaktır. Dolayısıyla THY’nin yanında, Çinli hava yolu şirketlerinin de İstanbul uçuşları yapması için hızlı



girişimlerde bulunmamız gerek. Çinli turistlerin rezervasyon eğilimleri, yüzde 70 bireysel, yüzde 30 ise acentelerdir. Ülkemize gelen kesim çoğunlukla yüzde 30'luk pay içinde yer alan grup rezervasyonlarıdır. Yani gelen gruplar; belirli bir program ve uçuş imkanları dahilinde gelen, bütçe paketleri satın alan Çinlilerdir. Bizim, 1 milyon kotamıza ve harcama yapan Çinliye ulaşmamız için, Çinlilere uçuş özgürlüğünü vermemiz gerekiyor.”



“Bu yıl yüzde 40 arttı”

Çin'den Türkiye'ye 2012 yılında 114 bin, 2013'te 138 bin, 2014 yılında 199 bin, 2015 yılında 313 bin turist geldi. 2016 yılında bir önceki yıla göre yüzde 46 düşüşle 167 bin Çinli turist geldi. Ocak- Ekim 2017 döneminde ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 40 artışla 192 bin Çinli Türkiye'yi ziyaret etti. 2014 yılında yurtdışına çıkan Çinli sayısı 107 milyon iken, 2015'te bu sayı 117 milyona, 2016'da 122 milyona yükseldi. Geçen yıl Çinli turistlerin global düzeyde yaptığı harcama 110 milyar dolara ulaştı.

Turizmcinin dilinden anlayan PR ajansı kuruldu

Yıllarca Türkiye'nin lider tur operatörlerinde farklı pozisyonlarda görev alan turizm pazarlama ve medya iletişim uzmanı Sarp Özkar; 25 yıllık turizm ve 12 yılı aşkın medya iletişimi deneyimini tek çatı altında birleştirerek Travel PR'ı kurdu.

Turizm sektörünün en önemli eksiklerinden birinin, turizmcinin dilini konuşan, derdini anlayan ve turizm sektörünün ihtiyaçlarına çözüm üreten bir pazarlama ve medya iletişimi şirketinin bulunmadığını söyleyen Travel PR Kurucusu, turizm pazarlama ve medya iletişim uzmanı Sarp Özkar, yeni oluşumları Travel PR hakkında şu bilgileri verdi: "Travel PR, küçük-büyük, zincir oteller, hava yolları, havalimanları, tur operatörleri, kalkınma ajansları, turizm tanıtma ofisleri, cruise-nehir turu şirketleri, uçak-otel arama portalları gibi turizmin içindeki birimler adına medya iletişimi ve markalaşma süreçlerinin yürütülmesi anlamını taşır. En önemli hedef, istenilen marka konumlandırmasına ulaşabilmek ve bu konumlandırmaya ulaştıktan sonra rakiplerle sahip olduğu aynı ürünü daha pahalıya rahatlıkla sattırabilmektir. Zira markalaşma süreci istenilen şekilde tamamlandığında, her markaya daha fazla ödendiği gibi sizin markanıza da daha fazla ödeyeceklerdir."

"Tüm otellere hizmet veriyoruz"

Küçük butik oteller, büyük oteller veya zincirlerin kendilerinden hizmet alabileceğini söyleyen Sarp Özkar: "Her müessesenin küçük olsun, büyük olsun pazarlamanın en önemli unsurlarından olan PR hizmetine kesinlikle ihtiyacı var. Tabii bu hizmetler için yatırım yapmayı da göze alabilmeleri gerekiyor. Zira varılacak yol uzun



Sarp Özkar
Travel PR Kurucusu

olduğundan, PR çalışmaları yıllık anlaşmalar şeklinde yapılıyor ve markanın da bu sürece / yolculuğa tüm operasyon birimleri ile hazırlıklı olması gerekiyor" dedi.

"Turizmcii en iyi anlayan PR ajansıyız"

Verdikleri hizmetin klasik PR hizmetinden farkına değinen Sarp Özkar, şunları söyledi: "Turizm ve iletişim tecrübemiz sayesinde, klasik PR ajansları gibi çalışmıyoruz. Hem geleneksel PR hem de dijital PR çalışmalarını ciddi anlamda değerlendiriyoruz. Sosyal medyada etkileşimi yüksek kişilerle deneyimler, workshop'lar yapabiliyoruz, mecralarda turiz-

min öğelerini daha güzel gösterebileceğimiz fotoğraf galerileri, video işleri, özel röportaj ve mecralar için nitelikli içerik oluşturma gibi konularda çalışıyoruz. Ve bunları yaparken, iddia ediyoruz turizm terminolojisine hakim ve turizmcii en iyi anlayan PR ajansıyız. Bizimle çalışırken no-show'u, DBL-TWN ayrımını anlatmanız gerekmeyecek. Sadece stratejimize konsantre olup, birlikte aynı hedefe koşacağız. Bunu yaparken de turizm pazarlama tecrübemizle de PR haricinde de yapılması gereken pek çok tavsiyede bulunacak ve izin verildiği kadar tüm süreçlere müdahil olacağız."

Öztiryakiler

TEMİZLİK SİSTEMLERİ

“Mutfaktan Gelen Tecrübe...”



TEMİZLİK / BAKIM / HİJYEN

Merkez: Cumhuriyet Mah. Eski Hadimköy Yolu Cad.
No:8 34500 Büyükçekmece / İstanbul - Türkiye
Tel: + 90 212 886 78 00 Fax: + 90 212 886 78 09



www.oztiryakiler.com.tr





Markaların 2018 yatırım vizyonu

Yeni yılın ilk sayısında 'franchise' ve 'management' veren yerli ve yabancı otel markalarını mercek altına aldık. Konaklama sektörünün önde gelen markalarına; tarihçesi, alt markaları, mevcut otel sayısı, oda - yatak kapasitesi ve sağladığı istihdamın yanı sıra yeni yatırım planlarına ilişkin sorular yönelttik. Hilton, Marriott, Choice, Best Western vb. gibi dünya markalarının ve Elite, Eser, Gloria, Titanic gibi yerli markaların hem global hem de Türkiye ölçeğinde fotoğrafını çekmeye çalışırken, yeni açılacak otellerin listesini de çıkardık. Gördük ki hem yabancı markalar hem de yerli markaların bazıları ülkemizde daha fazla otel açmak ve Anadolu'ya yayılmak için fırsat kollarken, bazıları da temkinli davranıyor ve 2018'de yeni otel açmayı planlamıyor.

2018 yılında otel açmayı planlayan yabancı otel markalarına baktığımızda; daha önce ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara ve İzmir'de olan yatırımcılar, artık ülke genelindeki büyükşehirlere otel açmak istiyor. Diğer yandan 2018 yılında yeni yatırım planlayan ve ülkemizde istikrarlı büyüme gösteren bazı yerli zincir markalar, yurt dışına gitmeye veya yurt dışındaki varlığını genişletmeye oldukça istekli görünüyor.

2018 yılının, 2017 yılına kıyasla daha iyi geçeceğini öngören yerli ve yabancı markalar; güvenliği tehdit edecek olaylar yaşanmadığı takdirde, turizm sektörünün devlet desteğiyle eski günlerine geri döneceğini ifade ediyor. Yeni pazarlara ağırlık vermenin yanı sıra mevcut pazarların da korunması gerektiğini hatırlatan markalar; bu noktada tanıtım ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, etkin ve doğru tanıtıma ağırlık verilmesi gerektiğinin de altını çiziyor.



7 yeni otel geliyor

76 yıllık başarılı bir franchisee geçmişine sahip olan Choice Hotels International, 40 ülkede faaliyet gösteriyor. 2014 yılında Türkiye’de ilk otelini açan Choice Hotels, Türkiye’deki varlığını büyütmek istiyor. Bu amaçla çalışmalarına hız kesmeden devam eden zincir, 7 yeni otel açmayı ve Türkiye’deki otel sayısını 11’e yükseltmeyi hedefliyor.

Amerika merkezli Choice Hotels International, 76 yıllık franchisee geçmişine sahip. Dünya üzerinde 6 bin 500’den fazla oteli, 500 binden fazla oda sayısı ve 34 milyon aktif üyesiyle 40 ülkede hizmet sunuyor. Zincir, toplamda 11 marka konseptine sahip ancak Avrupa’da “Comfort, Quality, Clarion ve Ascend Hotel Collection” markaları için görüşmeler yapıyor.

Türkiye’de 11 otelle hizmet verecek

2014 yılının ikinci çeyreğinde Türkiye’de ilk otelini açan Choice Hotels, Clarion Hotel İstanbul Mahmutbey, Clarion Hotel Golden Horn, Clarion Hotel Kahramanmaraş, The S, an Ascend Hotel Collection ile hizmet veriyor. Türkiye’deki otel sayısını büyütmek isteyen zincir, 2018 yılı ve sonrasında 7 yeni otel açacak. Böylece, Türkiye’deki otel sayısını 11’e çıkarmış olacak.

Markalar

Choice Hotels’in markaları şöyle; Ascend Hotel Collection, Cambria, Comfort Inn, Comfort Suites, Sleep Inn, Quality, Clarion, Main Stay Suites, Suburban, EconoLodge, Rodeway Inn.

2018 yılında Türkiye’de açılacak oteller

Otel adı	Şehir	Oda S.	Yatak S.
Clarion Hotel Bakırköy	İstanbul	210	420
Clarion Hotel	Bursa	211	422
Comfort Hotel	Bursa	90	180
Quality Hotel	Bursa	90	180
Quality Hotel	Balıkesir	90	180
Ascend Hotel Collection	Bodrum, Muğla	120	240
Ascend Hotel Collection	Ayvalık, Balıkesir	120	240
Toplam	7	931	1862

Choice oteller tarihine kısa bir bakış

- 1941** Amerika’da ‘Choice Hotels’in kuruluşu
- 1983** Küresel rezervasyon sisteminin uygulanması
- 1985** Avrupa’nın ilk otelinin Neumünster/Almanya’da açılışı
- 1992** Choice Otel Grubu’nun, dünyada en büyük franchisee otel zinciri olması
- 1995** Choice Hotels, merkezi rezervasyon sistemine gerçek zamanlı erişim sunmak için konaklama sektöründe ilk web sitesi olan ChoiceHotels.com’u başlattı
- 2003** Clarion Collection markası tanıtıldı
- 2007** Avrupa’da ‘yüzde 100 misafir memnuniyeti garantisi’ programının uygulanması
- 2008** Avrupa’da ChoicePrivileges ödül programının uygulanması
- 2009** Global iPhone application’in uygulanması
- 2011** ‘Ön büro yönetim sistemi Choice Advantage’in Avrupa’da web ortamında uygulaması
- 2014** Türkiye’ye gelişi

Yatırımcılara sunulan avantajlar

Misafir memnuniyeti, finansal performans, dünya çapında tanıtım ve pazarlama altyapısı, misafir odaklı hizmet anlayışı, katif operasyon desteği, esneklik, kültürel dizayna saygı, uygun maliyetler, yatırımın geri dönüşüne destek, renovasyonda finans desteği, yerel yangın standartları kabulü, bölgesel ve ana dilde destek, hali hazırda operasyondaki otellerin yangın standartlarını kabul.

BED LINEN
BATH LINEN
TABLE LINEN



DK TEKSTİL

DK TEKSTİL VE OTEL EKİPMANLARI SAN. TİC. A.Ş.

FABRİKA: Organize Sanayi Bölgesi 3.Kısım 31.Cadde No:7 Döşemealtı ANTALYA-TÜRKİYE

Tel: +90.242 313 13 31 Fax: +90.242 313 13 34

MERKEZ OFİS: Meclis Mh. Teraziler Cad. Karacaoğlan Sk. No:5 Sancaktepe İSTANBUL-TÜRKİYE

Tel: +90.216 540 01 01 pbx Fax: +90.216 540 01 00

e-mail: info@dktekstil.com.tr www.dktekstil.com.tr

Marriott'tan 13 yeni otel

90 yıllık tecrübeye sahip olan Marriott, bugün 125 ülkede 6 binin üzerinde otele sahip. Türkiye'de şu anda 13 marka altında 25 oteli ve 5 binin üzerinde odası bulunan zincir; 2018'de Türkiye'deki portföyüne 8 otelle en az 1.300 oda daha eklemeyi hedefliyor. Zincirin önümüzdeki 3 yıllık hedefi ise 13 yeni otel.

Dünya çapında işletilen ve franchise verilen tüm tesislerindeki çalışanlarıyla her geçen gün hızla büyüyen Marriott International; J. Williard ve Alice Marriott tarafından 1927 yılında kuruldu. 90 yıllık tecrübeye sahip olan Marriott, bugün 125 ülkede 6 binin üzerinde otele sahip.

Türkiye'de 13 marka, 25 otel ve 5 binin üzerinde oda

Zincirin Türkiye'de şu anda 13 marka altında 25 oteli ve 5,300'un üzerinde odası bulunuyor. Türkiye, oda sayısı bakımından Marriott International için Avrupa'da 5. en büyük pazar olarak ön plana çıkıyor.

2018'de hedef 8 yeni otel

Marriott International, Türkiye'de önümüzdeki 3 yıl içinde 13 otel açmayı planlıyor. 2018 yılında ise Türkiye'deki portföyüne 8 otelle en az 1.300 adet oda daha eklemeyi hedefliyor.

Marriott'un çatısı altındaki markalar

Lüks segment: Bulgari, The Ritz Carlton, Ritz Carlton Reserve, St. Regis, JW Marriott, The Luxury Collection, Edition, W Hotels. Üst segment: Autograph Collection, Marriott, Sheraton, Westin, Renaissance, Westin, Le Meridien, Tribute Portfolio, Delta by Marriott, Marriott Executive Apartments (*), Gaylord Hotels (*). Orta segment:

Marriott'un Türkiye'de açmayı planladığı oteller			
Marka	Oda	İsim	Açılış tarihi
Autograph	82	Sofa Istanbul, Autograph Collection	2018
Edition	159	The Bodrum EDITION	2018
Luxury Collection	110	Reges, A Luxury Collection Hotel, Çeşme	2018
Delta by Marriott	242	Delta by Marriott Bodrum	2018
Marriott	277	Cappadocia Marriott Turkey	2018
Four Points	173	Four Points by Sheraton Istanbul, Kağıthane	2018
Marriott	397	Istanbul Marriott West Hotel & Conference Center	2019
Four Points	159	Four Points by Sheraton Gebze	2019
Residence Inn	110	Residence Inn by Marriott Ankara	2019
Four Points	110	Four Points by Sheraton Istanbul Ataşehir	2020
Courtyard	120	Courtyard by Marriott Istanbul Asia Maltepe	2020
Marriott	154	İzmir Marriott Hotel	2020
JW Marriott	483	JW Marriott Istanbul	2021

Courtyard by Marriott, Four Points by Sheraton, AC by Marriott, Residence Inn by Marriott, Aloft, Element, Springhill Suites (*). Ekonomik segment: Moxy, Protea Hotels (*), Fairfield Inn and Suites (*), Towneplace Suites (*). Not: Yıldız bulunan markalar Avrupa'da geliştirilmiyor.

Poğda Demircan: Türkiye turizmi eski günlerine hızla dönecek

2018 yılının, 2017'den daha iyi geçeceğini öngördüğünü söyleyen Marriott International Türkiye Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı Poğda Demircan, konuşmasına şöyle devam etti: "Güvenliği tehdit edecek olaylar ol-

mazsa, Türkiye turizminin hızlıca eski günlerine döneceğini düşünüyorum. Bu konuda çok ciddi tedbirler alındığını da görüyorum. Ancak, İstanbul'un kongrelere ihtiyacı var. Sektörün devlet desteğiyle en az 2-3 yıl sonrasının hazırlıklarını yapması gerekiyor. Büyük kongreler tekrar İstanbul'a dönerse, 2015 öncesi İstanbul'unu görmemiz mümkün olacaktır." Yeni pazarlara ağırlık verilmesi gerektiğini belirten Poğda Demircan: "Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkelere ciddi şekilde odaklanılması gerektiğini düşünüyorum. Polonya ve Doğu Avrupa ülkelerinde de ciddi potansiyel var. Bu pazarlardaki talep ve ihtiyaçlar iyi analiz edilmeli ve buna uygun çözümler sunulmalı" dedi.



Bentley

starmix

indell B

craster

CROWN

MOBILE-PACK

WATERBURY

Heute

Foundations

wanzl

sambonet

Rosenkaval

PADERNO

Cosy Hall

sola

Luz Bernini

ksi

ScanBox

JACOB JENSEN

SICO

GHSI Otel Malzemeleri Dış Tic. Ltd. Şti.

Eğitim Mah. Asil Sok. Sadıkoğlu İş Merkezi 6 No: 7/2 Kadıköy 34722 İstanbul, Türkiye / Opr. Mrk. Tel: +90 216 385 5511 Faks: +90 216 385 5513 Showroom Tel: +90 216 385 5553

info@guestinhouse.com - www.guestinhouse.com

Yatırımlarda hız kesmiyor

Turizm sektörüne 1970'li yıllarda giriş yapan Elite World Hotels, bugün 6 oteliyle hizmet veriyor. 2018 yılında Elite World Asia'yı açmayı planlayan grup, 2019 yılında ise Elite World Sapanca'yı hizmete sunmayı hedefliyor. Elite World Hotels, 2019'da Türkiye'nin yanı sıra ST Petersburg'da da yeni bir yatırım planlıyor.

Turizm sektörüne 1970'li yıllarda Van'da adım atan Elit Turizm Yatırım A.Ş. İstanbul'daki ilk yatırımları olan Elite World Prestige Hotel'i 2002 yılında Taksim Talimhane bölgesinde hizmete açtı. 2008 yılında yine Talimhane bölgesinin ilk 5 yıldızlı oteli olan Elite World İstanbul Hotel'i devreye alan grup, bu sayede zincirleşme yolundaki ilk adımı da attı. Doğu Anadolu Bölgesi'nde gerek ulusal gerekse uluslararası ticaret potansiyelinin artmasıyla birlikte bölgeye yatırım yapma kararı alan Elit; 2012 yılında Van'ın ilk 5 yıldızlı oteli olan Elite World Van Hotel'i açtı.

Elit World Hotels hızla büyüyor

2014 yılında İstanbul'da havaalanına ve fuar merkezlerine yakın mesafede bulunan Elite World Business Hotel, 2015 yılında zincirin ilk resort oteli olan Elite World Marmaris Hotel devreye girdi. 2017 yılında ise Elite Turizm Yatırım A.Ş.'nin bugüne kadarki en büyük yatırımı olan Elite World Europe Hotel, Basın Ekspres güzergahında hizmete açıldı. Elite World Hotels, kurulduğu günden bu yana Türkiye'nin en hızlı büyüyen otel zincirlerinin başında geliyor.

3 yeni yatırım

Elite World oteller zinciri, 2018 yılında Elite World Asia'yı açmayı planlıyor. 350 oda ve 700 yatakla hizmet vermesi hedeflenen otel,

Gelecek yatırımlar

Elite World oteller zinciri	Çalışan kişi	Oda sayısı	Yatak	Açılış tarihi
Elite World Asia	300	350	700	2018
Elite World Sapanca	400	425	850	2019
Elite World ST Petersburg Moskovsky	350	700	1400	2019

300 kişiye istihdam sağlayacak. Zincirin bir diğer yatırımı olan Elite World Sapanca ise 850 yatak kapasitesi ve 425 odasıyla hizmet verecek. 2019 yılında kapılarını açacak olan otel, 400 kişiye istihdam sağlayacak. Elite World Hotels, Türkiye'nin yanı sıra ST Petersburg'da da otel açacak. Elite World ST Petersburg Moskovsky, 1400 yatak, 700 oda ve 350 çalışanıyla 2019 yılında hizmet verecek.

Markaları

Elite World Hotels zincirinin tüm otelleri Elite World markası altında. Otelciliğin yanı sıra, Coffee Company, The Grill Restaurant, L'Oliva Restaurant, The Brasserie ve Chocolate Company markalarıyla F&B alanında da markalaşmaya giden zincir, SPA ve spor alanında da Fit Life markasıyla tüm otellerinde gerek otel misafirlerine gerekse üyelere hizmet veriyor.

Mevcut oteller

	Çalışan kişi	Oda sayısı	Yatak	Açılış tarihi
Elite World Prestige (4 yıldız)	45	102	206	2002
Elite World İstanbul (5 yıldız)	157	245	490	2008
Elite World Van (5 yıldız)	110	230	460	2012
Elite World Business (5 yıldız)	103	181	362	2014
Elite World Marmaris (5 yıldız)	65	93	186	2015
Elite World Europe (5 yıldız)	199	401	802	2017



Best Western, 5 otel açacak

4 binden fazla oteliyle 100'ün üzerinde ülkede faaliyet gösteren Best Western Hotels & Resorts; 2018'de başta İstanbul olmak üzere, Ankara, Konya, Eskişehir'de 5 yeni otel açmayı planlıyor. Açılacak otellerin oda sayısı ise 98'den 2019 aralığında değişim gösteriyor.

Best Western Hotels & Resorts, 4 binden fazla oteliyle 100'ün üzerinde ülkede faaliyet gösteriyor. Uluslararası satış-pazarlama kanalında oldukça dinamik ve güçlü bir altyapıya sahip olan zincirin, Türkiye'de 7 farklı ilde 14 oteli bulunuyor. Best Western Hotels & Resorts, 2018'de başta İstanbul olmak üzere, Ankara, Konya, Eskişehir'de 5 yeni otel açmayı planlıyor. Açılacak otellerin oda sayısı ise 98'den 209'a kadar değişim gösteriyor. ABD menşeli küresel bir otel zinciri olarak 72. yılında her kıtada misafirlerine hizmet vermeyi sürdüren zincir; üyelik sistemiyle faaliyet gösteriyor. Zincir, üye otellerine etkin gelirler yönetimi, satış, pazarlama, kalite güvence, sistem, bilgi işlem, marka standartları ve operasyonel alanlarda destek de veriyor. Best Western'in merkezi Phoenix'de olmakla beraber, Dublin'de uluslararası operasyon merkezi, Kanada ve İngiltere'de satış ofisleri ve ekipleri de bulunuyor.

“2017 de memnuniyet verici gelişmeler yaşandı”

2017 yılının son çeyreğinden itibaren yeni yatırımlar ve markalaşmayla ilgili memnuniyet verici gelişmeler yaşandığını kaydeden Best Western Hotels & Resorts, Türkiye, Orta Doğu ve Orta Asya Başkanı Baran Türkel: “Rekabetin günden güne arttığı bir dönemde; bağımsız oteller bir markanın geniş ve maliyet avantajlı dağıtım ağı, küresel anlaşmaları ve sadakat kulübü gibi somut faydalarından yararlanmak, dolayısı ile yatırımlarının en hızlı ve en etkin şekilde geri dönü-

Markalar

Best Western Hotels & Resorts'un portföyünde her segment için marka bulunuyor. Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Vib, Executive Residency by Best Western, Glo. Soft markalar ise BW Premier Collection, BW Signature Collection ve Sure Hotel Collection. Soft markalar otelcilik sektöründe devrim niteliğinde bir yapılandırma ile yatırımcıların kendi markalarını kullanmaya devam etme olanağı sağlarken, aynı zamanda Best Western Hotels &

Resorts'un güçlü sadakat kulübü, altyapı ve dağıtım kanallarını kullanma imkanı sunuyor; tüm global anlaşmalarında faydalanma ayrıcalığı sağlıyor. Best Western Rewards sadakat programı, üyelerine sunduğu avantajlardan ve yüksek potansiyelde iş sağlanan kaynaklardan biri. Best Western, tüm otellerini etkin ve kesintisiz olarak farklı programlar ve promosyonlar ile tanıtıyor. Best Western Rewards programı; Loyalty Expo'da Top Honors ödülleriyle layık görüldü.



şünü sağlamak istiyor. Bu doğrultuda markamıza gösterilen ilgi artarak devam ediyor.” açıklamasında bulundu.

Best Western, misafir eğilimlerini takip ediyor

Ayrıca, BestWestern.com web sitesi günümüz gezginleri ve yeni neslin alışkanlıkları, beklentileri ve kolay kullanım prensiplerine uygun olarak yeniden tasarladı. Bestwestern.com ABD'de Dynatrace tarafından son beş yılda art arda en iyi web sitesi ödülüne layık görüldü. Zincirin

önemli bir diğer hizmeti ise otellerin rekabet yelpazelerindeki otellerin ve bölgelerin haftalık olarak fiyat ve doluluk analizlerinin periyodik olarak ofisleri tarafından yapılması. Farklı sistemler kullanılarak toplanan veriler ışığında izlenebilecek stratejiler belirleniyor, pazar payını arttıracak aksiyonlar yapılıyor. Misafirleriyle etkin iletişim ve her alanda bağlantı kurabilmeyi önemseyen Best Western; misafir yorumlarını periyodik olarak Medallia sistemi ile takip ediyor.

Hilton

Hilton 2018'de 9 yeni otel açacak

Hilton Worldwide, dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen konaklama firmaları arasında yer alıyor. Bugün 103 ülke ve bölgede, 5 binin üzerinde tesis ve 838 binin üzerinde odayla faaliyet gösteren Hilton; 100 yıla yaklaşan geçmişinde konaklama sektörünü şekillendiren adımlar atarak dünya standartlarında 14 markayı hayata geçirdi. Bunlar arasında dünyanın en tanınmış otel markası olan ve zincirin amiral gemisi konumundaki Hilton Hotels and Resorts da bulunuyor. Ödüllü sadakat programı Hilton Honors ise 69 milyondan fazla üyeye sahip.

Türkiye'de 57 otelle hizmet veriyor

Hilton'un Türkiye portföyünde 57 otel bulunuyor. Bu otellerin 11'i Hilton Hotels and Resorts, 1'i Conrad, 18'i Hilton Garden Inn, 14'ü Double Tree by Hilton ve 13'ü Hampton by Hilton markası ile faaliyet gösteriyor.

9 yeni otel geliyor

Hilton'un 2018'de açmayı planladığı oteller ise şöyle; Hilton İstanbul Bakırköy, Hilton Antakya Museum, Double Tree by Hilton Eskişehir, Double Tree by Hilton Antalya Kemer, Double Tree by Hilton Kocaeli, Double Tree by Hilton Adana, Hilton Garden Inn Adı-

yaman, Hilton Garden Inn Isparta ve Hilton Garden Inn Yalova.

Hilton'un dünya genelindeki markaları

Hilton portföyünde şu an 14 marka yer alıyor. Bu geniş yelpazenin içerisinde Waldorf Astoria Hotels & Resorts ve Conrad Hotels & Resorts gibi üst düzey lüks markaların yanı sıra Curio Collection by Hilton ve DoubleTree by Hilton gibi tam kapsamlı hizmet sunan markalar ile Embassy Suites ve Homewood gibi suit sunan markalar da yer alıyor. Hilton Garden Inn ve Hampton by Hilton gibi markalar ise odaklı hizmet segmentinde faaliyet gösteriyor.

TITANIC
HOTELS

Belek'e golf oteli yapacak

AYG Şirketler Grubu'nun çatısı altında bulunan Titanic Hotels, faaliyetlerine 1993 yılında başladı. İlk otelini İstanbul'da Titanic Comfort Şişli adı altında açan şirket, 1998 yılında da Taksim'deki otelini faaliyete geçirdi. Titanic Hotels'in asıl büyük çıkışı, 2003 yılında Antalya'da açtığı ilk resort oteliyle oldu. Gemi konseptli, 5 yıldızlı ve 653 odalı Titanic Beach Lara, döneminin dikkat çeken otelleri arasında yer aldı.

Anadolu'ya yayılmayı hedefliyor

Titanic Hotels'in 2018'e yönelik yatırım planları arasında Belek'te bir golf

oteli projesi var. Grubun kısa dönem projeleri arasında ise Almanya başta olmak üzere Avrupa'nın farklı ülkelerinde otel açmak ve franchise sistemi ile Anadolu'ya yayılmak yer alıyor.

Toplam 3500 oda, 7000 yatak, 3000 çalışan

Hızlı ve istikrarlı bir büyüme stratejisi benimseyen Titanic Hotels, İstanbul ve Antalya'dan sonra Berlin'de açılan otellerle uluslararası arenada adından söz ettirmeye başladı. 2013 yılında Antalya Belek'te açılan Titanic Deluxe Belek ve 2015 yılında Berlin'de hizmete giren Titanic Gendarmenmarkt Berlin markayı dünya çapında önem-

li bir konuma taşıdı. Titanic Hotels 2016 yılında yatırımlarına Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biri olan Bodrum'da açılan 5 yıldızlı Titanic Deluxe Bodrum ve Berlin'in en merkezi caddelerinden biri olan Chaussee'de açılan Titanic Chaussee Berlin ile devam etti ve otel sayısını 12'ye çıkardı. Grup bünyesine 2015 senesinde Türkiye'nin ilk 27 delikli golf sahası olan Titanic Golf Club dahil oldu. Antalya, Bodrum, İstanbul ve Berlin'deki otellerinde toplam 3500 oda ve 7000 yatak kapasitesi ile hizmet veren Titanic Hotels bünyesinde 3.000 çalışanı bulunuyor.

DESIGNO

contracts

+



=

DESIGNO
contracts



***Halı ve Duvar Kaplamalarında
Güç Birliği***

KARTELA DEKORASYON VE TEKSTİL SAN.TİC.LTD.ŞTİ.
T: 0212 212 90 80 / 0212 212 46 86
info@designo.com.tr / info@ardisticaret.com

Rotana, 2018'de 4 otelle hizmet verecek

1993 yılında Abu Dhabi'de kurulan Rotana markası bugün Orta Doğu, Afrika, Güney Asya ve Doğu Avrupa'nın lider otel zincirleri arasında yer alıyor. Çatısı altında, farklı segment ve seyahat ihtiyaçlarına göre dizayn edilen 5 ayrı marka bulduran Rotana Grubu'nun şu anda dünya çapında 57 oteli bulunuyor. Markanın 2020 hedefi ise toplamda 100 otele ulaşmak.

Yatırımlarına devam edecek

Rotana'nın 2018'de Türkiye'ye yönelik hedefi ise şöyle; yılın ilk çeyreğinde İstanbul Avrupa Yakası'nda Basın Ekspres yolu üzerinde açılacak WestSide Arjaan by Rotana ve WestSide Centro by Rotana otelleriyle de Türkiye'deki otel portföyünü 4'e çıkarmak. Her iki otel de 153 oda

Rotana Hotels & Resorts 2018'deki yatırımları			
Oteller	Oda sayısı	Lokasyon	Yatırımcı
WestSide Arjaan by Rotana	153	İstanbul	Mar Yapı ve Rotana
WestSide Centro by Rotana	153	İstanbul	Mar Yapı ve Rotana

ve süitle hizmet verecek. Oteller Mar Yapı ve Rotana'nın ortak yatırımı ve Rotana işletmeciliğiyle faaliyete girecek. Başarılı otel grubu, Türkiye'deki büyüme stratejisine hem Rotana, hem de diğer alt markalarıyla devam edecek. Rotana markası Türkiye'de ilk olarak 2015 yılında, İstanbul Anadolu Yakası'nda Burgu Arjaan by Rotana ve Tango Arjaan by Rotana otelleri ile faaliyete geçti. İkonik mimarisi, Adalar'a bakan deniz manzaralı modern odaları, Orta Doğu kültürünün sıcaklığıyla Türk misafirperverliğini har-

manlayan gelişmiş hizmet anlayışı ve Maltepe metro istasyonunun yanı başındaki ideal konumuyla her iki otel de kısa zamanda İstanbul'un önde gelen otelleri arasında yerini aldı. Burgu Arjaan by Rotana dünyanın seyahat oscarları olarak nitelendirilen, prestijli Dünya Seyahat Ödülleri'nde hem 2016 hem de 2017 yılında üst üste kendi kategorisinde Türkiye'nin en iyisi seçildi. Burgu Arjaan by Rotana ve Tango Arjaan by Rotana toplamda 289 oda ile misafirlerine ayrıcalıklı bir hizmet sunuyor.

İki otel projesi üzerinde çalışıyor

Eser Hotels'in temelleri 1969 yılında İsmail Alıcı tarafından atıldı. İlk olarak restoran işletmeciliğiyle başlayan yatırımlar, kafeterya işletmeciliğiyle devam etti ve irili ufaklı inşaatlarla inşaat sektörüne de girildi. Bugün 4 oteliyle hizmet veren Eser Hotels, üzerinde çalıştığı iki otel projesini bekletmeye aldı ancak projeleri 2018 yıl sonunda tekrar değerlendirip, nasıl bir yol izleyeceğine karar verecek.

4 otel ve 551 oda

Grubun ilk oteli olan İstanbul Fatih'teki The City Hotel, 1994 yılında hizmete açıldı. Böylece turizm giriş yapan Eser Hotels, 2000

Eser Hotels'in mevcut kapasitesi			
Otel	Oda	Yatak	Çalışan sayısı
Eser Premium Hotel & SPA	172	340	150
Eser Diamond Hotel & Convention Center	218	440	100
The City Hotel (Old City)	116	240	50
The City Pot Hotel (Yenikapı)	45	90	30

yılında Fatih Yenikapı'daki ikinci otelini açtı. Grubun amiral gemisi olan Eser Premium Hotel & Spa, 2008 yılı Mayıs ayında hizmete girdi. 2011 yılında da Silivri Çanta Köyünde bulunan ikinci 5 yıldızlı otel grup bünyesine katıldı. Böylece, gruptaki otel sayısı 4'e çıkmış oldu. Bu, grubun ilk satınalma yoluyla büyüme hamlesi oldu, çünkü bun-

dan önceki 3 otelin inşaatını kendi yapmıştı. Silivri'deki oteli satın alındıktan sonra 6 milyon dolar yatırım yapan Eser Hotels, 8 ay boyunca oteli kapalı tutularak renovasyon yaptı. Eser Hotels'in toplamda 4 otel, 551 oda 1.110 yatak kapasitesi mevcut. Eser Hotels bünyesinde oteller, Eser ve The City markaları altında hizmet veriyor.



Mutfakta Profesyonel Çözüm Ortağınız

PROJE - DANIŞMANLIK

MUTFAK - CAFE - BAR

EKİPMANLARI

TEKNİK DESTEK

Makpa

www.makpa.com.tr

İstanbul, Ankara, Çeşme'yi mercek altına aldı

The House Hotel Collection'ın temellerini, Türkiye'nin ilk yerel kafe zinciri The House Café'nin kurucuları Canan Özdemir, Ferit Baltacıoğlu ve Ramazan Üren, Kerten Private Equity ortaklığında attı. 2015 yılında ise markanın konut projelerine uygulanması için talep gelmesiyle The House Residence konsepti doğdu. The House otellerine başarıyı getiren tarif, bu sefer konut projelerinde kullanıldı. The House Residence Bomonti, Eylül 2017 tarihinde hayata geçirildi. The House Residence Miami'nin ise önümüzdeki birkaç ay içinde hayata geçirilmesi hedefleniyor. The House

markasının sahibi İrlandalı Kerten firmasının amacı, uluslararası uzmanlığını ve tecrübesini kullanarak temel değerlerini ve butik ruhunu koruyarak, The House markasını büyütme.

Yeni projeler üzerinde çalışıyor

Türkiye'nin sunduğu fırsatlara, yüksek potansiyeline ve insanlarına inanan Kerten Hospitality, İstanbul Anadolu Yakası'nda, Ankara'da ve Çeşme'de üzerinde çalıştığı birkaç projesi bulunuyor. 2019 yılında İran'da The House Residence ve Cidde'de The House Hotel açacak

olan grup, Balkan bölgesinde de yatırımlarına devam edecek.

Yatırım yapmaya devam ediyor

Kerten Hospitality markasının altında bulunan The House Hotel'in diğer markalar ise ofis projesi olan Ouspace ve diğer bir otel markası olan Cloud7 Hotels'dir. Kerten Grup yüzde 100 sahibi olduğu ve yönettiği The House Hotel Karaköy, The House Hotel Cappadocia, The House Residence & Hotel Bomonti ve Cloud 7 Ataköy otellerine yatırım yapmaya devam ediyor.



2018 hedefinde yeni yatırım yok

2005 yılında sektöre Crystal markası ile adım atan Kilit Group, zaman içinde otel sayısını arttırarak 2017 itibarıyla Kemer, Side/Manavgat, Belek/Boğazkent, Bodrum ve Kapadokya'da toplam 16 otele ulaştı. Crystal Otelleri

artık Kilit Hospitality Group çatı markası altında faaliyet gösteren 3 markadan biri. Crystal markası altında 12, Nirvana markası ile 1 ve Amara markası ile 2 otel bulunuyor. Yüksek sezonda çalışan sayısı 7 bin 500, yatak

sayısı ise 22 bin. İstihdamı arttırma projesine bağlı olarak Kilit Hospitality Group, sektörde 'en yüksek İstihdamı sağlayan şirket' ödülünü aldı. Kilit Hospitality Group'un, 2018'de yeni bir otel açma planı bulunmuyor.



Gloria, yeni otel açmayacak

1997 yılında kapılarını ilk kez Gloria Golf Resort ile açan Gloria Hotels & Resorts; 2001'de Gloria Verde Resort, 2007'de Gloria Serenity Resort ve Gloria Golf Club'ı da bünyesine katarak Özaltın Holding kalite ve güvencesiyle turizm sektörüne hizmet sunan markalardan biri.

1177 oda ve 2878 yatak kapasitesi

Gloria markası günümüzde, Gloria Golf Resort 515 oda ve 1276 yatak;

Gloria Verde Resort 293 oda ve 631 yatak; Gloria Serenity Resort 369 oda ve 971 yatak ile hizmet veriyor. Gloria toplamda, 1177 oda ve 2878 yatak olmak üzere; 4 otel ve 1 adet 45 delikli Golf Club'a ve 1 adet Gloria Sports Arena spor tesisine sahip. Gloria Sports Arena; kapalı alan, açık alan ve su sporları tesisleriyle Antalya Belek'te, 50'den fazla branşta sporcu ve kampların ağırlayabilen 105.000 metrekare (10,5 hektar alan) üzerine kurulu. Tesisler, spor

alanındaki en son teknolojiyle donatılı. Gloria Golf Club ise hem golf profesyonellerinin hem de meraklılarının tercih ettiği ünlü mimar Michel Gayon tarafından tasarlanan iki adet 18 delikli şampiyona sahası ve bir adet 9 delikli Verde Golf Sahası ile Akdeniz Rivierası'nın 45 deliğe sahip tek golf kulübü. Eğitim gruplarına özel ders vermek amacıyla inşa edilen ve bireysel antrenman için de ideal olan tesiste, 24 adet eğitim alanı bulunuyor.



IC Hotels, 4 oteliyle hizmet veriyor

40 yıl önce kurulan IC Holding bünyesinde faaliyet gösteren IC Hotels, 4 otelle hizmet veriyor. IC Hotels Airport; havaalanına yakın olması sebebiyle uçuş ekipleri, rötör misafirleri ve iş adamlarının konaklama yaptığı bir tesis olarak ön plana çıkıyor. Otel yaz sezonunda havuz başı ve ormanlık alanıyla da düşünlere ev sahipliği yapıyor.

IC Hotels Green Palace; bölgenin en yeşil tesislerinden biri. Otel, denize sıfır olmasının yanı sıra bünyesinde yüzlerce ağaç barındırıyor. 2018 yaz sezonunda hazırlanan otelde, mini club

IC Hotels'in mevcut kapasitesi			
Otel	Oda	Yatak	Çalışan sayısı
IC Hotels Santai Family Resort	508	1000	770
IC Hotels Green Palace	472	1096	
IC Hotels Residence			
IC Hotels Airport	179	358	

ve su kaydıraklarının inşaatına devam ediliyor. Sadece villalardan oluşan IC Hotels Residence; bölgenin konsept bakımından özel ve farklı tesislerinden biri. VIP sunulan hizmetlerin yanı sıra ala carte olanakları mevcut. Misafirler

IC Hotels Green Palace tesisinden de faydalanabiliyor. IC Hotels Santai Family Resort ise aile ve çocuk konseptine sahip. Yeni konseptli villaların yer aldığı otelde, geniş alana kurulu bir mini club da bulunuyor.



Mövenpick gözünü Anadolu'ya dikti

Mövenpick Hotels & Resorts, 1973 yılında İsviçre'de Ueli Prager tarafından kuruldu. 16 binin üzerinde çalışanıyla 24 ülkede 83 otel, tatil köyü ve Nil yolcu gemileriyle hizmet veren zincirin, toplam yatak sayısı ise 2 bin 401'dir.

Türkiye hedefleri

Mövenpick Hotels & Resorts 2018 yılında, İstanbul Anadolu Yakası'nda, Kapadokya, Kayseri, Gaziantep

ve Bursa gibi Türkiye'nin diğer şehirlerinde franchise hedefliyor.

Dünyada 40'ı aşkın otel projesi var

Zincirin, Kuredhivaru (Maldivler), Lahay (Hollanda) ve Basel (İsviçre) de dahil olmak üzere planlanan veya yapım aşamasında olan 40'ı aşkın projesi bulunuyor. Hedef pazarı olan Avrupa, Afrika, Orta Doğu ve Asya'da büyüme ve gelişmeye öncelik veren Mövenpick

Hotels & Resorts; iş ve konferans otelciliği ile tatil yörelerinde resort otelciliği yapıyor ve otellerinin bulunduğu tüm bölgelerin karakteristik özelliklerini korumaya ve saygı göstermeye önem veriyor. Zincir, Türkiye'de 4 otelin işletmesini sürdürüyor. Bu otellerin ikisi İstanbul'da diğerleri İzmir ve Ankara'da yer alıyor. Türkiye'de toplam 746 oda - 1044 yatak kapasitesiyle hizmet veren Mövenpick Hotels & Resorts, 550 kişiye istihdam sağlıyor.



Rixos'un 2018'de yeni yatırımı yok

2000 yılında kurulan ve dünyanın hızla büyüyen lüks otel zincirlerinden biri olan Rixos Hotels, Antalya merkezli olup Türkiye, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Hırvatistan, İsviçre, Mısır ve Kazakistan gibi ülkelerde toplam 27 otele sahip. Rixos

Hotels hali hazırda yaklaşık 10 bin çalışanı ile konuklarına, geleneksel Türk misafirperverliğini en güzel biçimde sunmayı hedefliyor. 2017 sonu itibarıyla yaklaşık 9 bin oda ve 20 bin yatak kapasitesine sahip. Rixos Hotels'in 2018 yılı içerisinde Türkiye'de

kesinleşen bir otel yatırımı olmakla birlikte, 2016 yılında Belek'te açılan yeni nesil eğlence, alışveriş ve yaşam destinasyonu The Land of Legends Theme Park'ın 2. etabı olan (dry park) kara parkı 2018 yılının Mayıs ayında açacak.



Shangri-La, sürpriz bir yatırım yapabilir

Merkezi Hong Kong'da bulunan ve Asya-Pasifik bölgesinin en önemli otel zinciri olarak kabul edilen Shangri-La'nın hikayesi, 1971 yılında Singapur'da açılan ilk lüks otel ile başladı. Hong Kong merkezli olan zincir, dünyanın birçok bölgesinde; Asya Pasifik, Kuzey Amerika, Orta Doğu ve Avrupa'da 42 bin çalışanıyla, 40 binin üzerinde oda ka-

pasitesine sahip; 100'e yakın otel ve tatil köyünde misafirlerini ağırlıyor. Zincirin önde gelen otellerinden biri olan Shangri-La Bosphorus, İstanbul; Dolmabahçe Sarayı ve Deniz Müzesi arasında Beşiktaş semtinin en merkezi noktasında 186 oda ve sütiyle misafirlerine Asya deneyimini sunuyor. 2013 yılından beri hizmet veren, şehrin ilk ve tek Asya oteli olan Shangri-La Bosphorus, aynı zamanda zincirin

Avrupa bölgesinde açılan ikinci oteli. Shangri-La Hotels & Resorts'ün halihazırda yapım aşaması devam eden birçok projesi bulunuyor. Çin, Kamboçya, Hong Kong, Malezya, Myanmar ve Suudi Arabistan destinasyonları bu projelerinin başlıcaları. 2018 yılında Türkiye'de netleşen bir yatırım planlarının olmadığını açıklayan zincir, her an yeni sürprizlerle adından söz ettireceği sinyalini veriyor.



2018 hedefinde yeni yatırım yok

Turizm sektöründe yenilikçi hizmet anlayışı ve farklı konseptlere sahip prestijli otelleriyle dikkat çeken Stone Group; bünyesinde 7 adet 5 yıldızlı ultra her şey dahil konseptinde hizmet veriyor. 2005 yılında açılan Royal Wings Hotel 457 odasıyla hizmet

vermeye başladı. Özel sınıf kategorisinde, kendini yıldızsız olarak konumlayan, tasarım ödüllü Adam & Eve tesisi ise 2006 yılından bugüne 478 odası ve 68 villası ile Belek bölgesinde misafirlerini ağırlıyor. 2008'de açılan Royal Dragon Hotel 564 oda; 2011 yılında açılan Ro-

yal Holiday Palace 604 oda; 2012 de açılan Royal Alhambra Palace 579 oda; 2015 yılında açılan Royal Taj Mahal Hotel 450 oda; 1 Mayıs 2017'de açılan Royal Seginus ise 498 odayla hizmet veriyor. Stone Group'un 2018 yılında yeni bir otel yatırımı düşünmüyor.



Sbe, İstanbul ve Bodrumda otel açmaya hazırlanıyor

Dünyaya ilk 'butik' otel kavramını getiren isim olarak bilinen Morgans Otel Grubu, 2016'da Sbe Group bünyesine katıldı. Böylece Morgans Grup bünyesinde; 71 oda, 96 yatak ve

52 çalışanla hizmet veren 10 Karaköy, Sbe bünyesine geçmiş oldu. Oteller, restoranlar, gece hayatı ve emlak gruplarında gelişen stil sahibi ve ödüllü mekanlardan oluşan bir koleksiyonla hizmet sunan Sbe;

dünya üzerinde toplamda 26 otel, 3 bin 976 oda ve 6 bin çalışanıyla hizmet veriyor. Türkiye'de yeni yatırım planlayan Sbe, İstanbul ve Bodrum'da otel açmaya hazırlanıyor.

UniMac®

Çamaşırhane Teknolojileri
Çözüm Ortağınız



Atlantik

MAKİNA SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

Yakuplu Mah. 61. Sok. No:2 Atlantik Plaza Kat:3 Daire:5

34524 Beylikdüzü / İSTANBUL - TÜRKİYE

Telefon: +90 (212) 244 63 10 / Fax: +90 (212) 244 63 11

Email: info@atlantikmakina.com.tr

http://www.atlantikmakina.com.tr



facebook.com/atlantikmakina



youtube.com/atlantikmakina



twitter.com/atlantikmakina



Adres Tarifi



Burak İnceçam: 5 yıl içinde Avrupa'daki ilk 5 üreticiden biri olacağız

Endüstriyel soğutma sektörünün önemli oyuncularında Frenox, sektördeki pek çok firmanın aksine tek ürüne odaklanan ve o alanda uzmanlaşmış bir firma. Endüstriyel buzdolabında Türkiye'nin öncü firmalarından olan Frenox, ürün yelpazesi ve ürün çeşitliliği anlamında Avrupa'nın önde gelen üreticileri arasında yer alıyor. Avrupa'daki ilk 5 üretici arasına girmeyi hedefleyen firma, hedefine emin adımlarla ilerliyor.

Frenox'un elde ettiği başarıyı tek ürüne odaklanmasına bağlayan Frenox Genel Müdür Yardımcısı Burak İnceçam ile Frenox'u ve endüstriyel mutfak sektörünü konuşmak üzere bir araya geldik.

Frenox'un kuruluş hikayesini anlatır mısınız?

Endüstriyel Soğutma Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin geçmişi 1976 yılına kadar dayanır. 1976 yılında beyaz ticari buzdolapları üretimiyle başlamış olduğumuz ticari soğutucularda, 1993 yılında yatay geçiş yapmış olduğumuz endüstriyel buzdolaplarıyla devam ettik. Değişen dünya şartlarına uyum sağlayabilmek amacıyla 2008 yılında Frenox'u kurduk. 25 senelik tecrübemizi ve birikimimizi, modern

teknolojik cihazlarla birleştirerek, kalite ve üretim anlamında her türlü pazarda rekabetçi bir firma ortaya çıkardık. 100 litrelik en ufak buzdolaplarından 2100 litrelik en büyük buzdolaplarına ve derin dondurucularına kadar çok geniş bir ürün yelpazesine sahibiz. Kurduğumuz yılda Avrupa'daki en büyük üretici firma 25 milyon Euro ciroya sahipti. Biz, bugün bu rakamın yarısını geçmiş durumdayız. Yine o dönem Yunanistan'daki firmalar bizden çok daha büyüktü şu an biz Yunanistan'daki firmaları geçmiş durumdayız. 10 yılda çok iyi mesafe kat ettik.

Sizi, sektörünüzdeki diğer firmalardan ayıran özellikler nelerdir?

Türkiye'de endüstriyel mutfak sek-

törünün geçmişine ve bugününe baktığımızda firmaların tek bir ürüne odaklanmak yerine pek çok kalemde üretim yaptıklarını görüyoruz. Örneğin, hem buzdolabı, hem pişirici, hem de paslanmaz tezgah gibi ürünler üretiyorlar. Dünyanın en büyük üreticilerine baktığımızda ise sadece bir ürüne konsantre olduklarını görüyoruz. Frenox olarak biz de Türkiye'deki firmalardan farklı bir politika izledik, sadece soğuk ürünlere konsantre olduk ve buzdolabı ürettik. Avrupa'daki gibi bir dünya markası yaratmak ve bu dünya markasını buzdolabıyla özdeşleştirmek; buzdolabı denince Frenox, Frenox denince buzdolabının akıllara gelmesini hedefliyoruz.



“Her yıl 10 ile 15 yeni ürün üretiyoruz”

Biz her sene üretimimizi ve satışımızı % 20 oranında arttırıyoruz. Her yıl ürün gamımıza yaklaşık 10 ile 15 yeni ürün ekliyoruz. TUSİD fuarında mutlaka en az 10 yeni ürünle katılıyoruz. “Dünyanın bildiği bir markayız”

Yıllarca kendi ürünlerimize yaptığımız yatırımlar sayesinde ürünlerimiz, tüm dünyada kalitesi ve güvenilirliğiyle tanınan bir marka haline geldi. Tek ürün ve sadece endüstriyel paslanmaz buzdolabı alanındaki çalışmalarımızın ülkemiz ve sektörümüz için ciddi bir başarı örneğidir. Fiyat performans olarak ihtiyaca yönelik en iyi ürünü sunuyoruz. Aynı zamanda en geniş ürün ve test teknolojileri, en ileri üretim ve test teknolojilerini kullanıyoruz. Tüm Türkiye’de işinde uzmanlaşmış servis ağımla hızlı servis hizmeti sunuyoruz.

Ürün gamınız hakkında bilgi verir misiniz?

Türkiye’de endüstriyel buzdolabı sektöründe ürün çeşitli en fazla olan firmamız ve bu alanda çok güçlüyüz. Yaklaşık 500’e yakın ana modelimiz var. Ana modelleri versiyonlarıyla çıktığımızda ürün gamımızda binlerce model bulunuyor. Ufacık bir buzdolabından soğuk odaya kadar tüm ürünleri tek çatı altında sunuyoruz. Bu nedenle proje firmalarının çoğuyla çalışıyoruz. Ayrıca, her yıl ürün portföyümüzü en az 30 yeni ürün ekliyoruz.

İhracat rakamınız nedir?

Ciromuzun % 65’i ihracat % 35’i iç piyasa oluşturuyor. İhracat pek çok firma gibi bizim için de çok önemli. Türkiye’nin ihracat pazarlarında ilerleyebilmesi için serbest dolaşım anlaşmalarında atak yapması gerekiyor. Bugün birçok Orta Doğu ülkesinde Avrupalı üreticiler ürünlerine vergi alınmadan mal satıyor. Ama bize vergi uygulanıyor. Bu nedenle Avrupa’daki firmalarla Avrupa pazarı dışındaki bölgelerde rekabet konusunda sıkıntı yaşıyoruz.



Burak İnceçam
Frenox Genel Müdür Yardımcısı

“Sektörün İtalya’da şansı var”

Sektörün en büyük üreticilerini barındıran İtalya’da bağımsız üreticilerin çoğu artık büyük gruplara satılmaya başlandı. Bu gruplar, ürünleri kendi kanallar üzerinden satmaya başladı. Bu durum önümüzdeki on yıl içinde Türkiye’nin Dünya’da endüstriyel mutfak pazarında çok ciddi bir şansa sahip olduğunu gösteriyor.

Sektörde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileriniz nelerdir?

Türkiye’deki tüm proje firmaları neredeyse her ürünü üretmek ve kendi ürünlerini projede kullanmak istiyor. Bu durum, yatırımcıların gereksiz birçok ürüne ciddi bir yatırım yapmasına ve dünya kalitesini yakalamada noktasında problem yaşamasına neden oluyor. Söz konusu firmalar, kaliteyi yakalasa bile üretim adetlerini toplayamadığı ve yurt dışına ürün pazarlarken birim maliyette sıkıntı yaşadığı için kârsız satışlarla çalışmalarını sürdürüyor. Bu durum ise kalite ve tek ürüne konsantre olmaya çalışan firmaların, büyümesine ciddi bir set çekilmesiyle sonuçlanıyor. Böylece, pazar küçük kalıyor ve firmalar sivrilemiyor. Yaşanan bu sorunlar ise yıllardır Türkiye’den endüstriyel mutfak pazarında ürün bazında bir dünya markasının çıkarmasına neden oluyor. Frenox ola-

rak bu kısır döngüyü kırmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Hedefimiz önümüzdeki ilk 5 yıl içerisinde Avrupa’daki ilk 5 firmadan biri olmak.

“Sektör, standartları yakalamalı”

Biz, ev tipi buzdolabı üretmiyoruz. Ürettiğimiz ürün çok zor şartlarda çok yoğun kullanılan bir ürün. Bu nedenle Türkiye’deki tüm üreticiler kendilerine şu soruyu sormalı; ürünüm Alaska, Katar’a veya Suudi Arabistan’a kullanılabilir mi? Her yerde aynı performansı gösterir mi? Biz ülkelere özel üretim yapmıyoruz. Aynı modeli tüm dünyaya satıyoruz. Artık sektörün de bu standartları yakalamış olması gerekiyor. Ancak o zaman başarılı oluruz.

Peki, yatırımcılara tavsiyeleriniz nedir?

Yatırımcılar, ürünün arkasında kim var, ürünü kim üretiyor ve bir problem yaşadığımda kimle muhatap olacağım? Sorularına mutlaka cevabını aramalı. Firmayı araştırmalı, fiyat odaklı değil, kalite odaklı satın alma gerçekleştirmeli.

2018 yılına ilişkin hedefleriniz nelerdir?

Hedefimiz ciromuzu (euro bazında) ve üretimimizi % 25 oranında arttırmak. Ürünlerimizi daha fazla ülkede satılmasını sağlamak, ürün adedimizi ve marka bilinirliğimizi arttırmak.

KLEO MiniBar'dan ilklere bir imza daha

Duvar Tipi Minibar KEB20C Model, Ekovat Sistem **A+++**, Realtime Clock gibi sistemler geliştirerek dünyada ilklere imza atan KLEO MiniBar; bu ilklere 2018 yılında da devam edecek. Türkiye'de 20L serisini üreten ilk firma olmaya hazırlanan KLEO MiniBar; duvar tipi minibar çalışmalarını da sürdürecektir.

KLEO MiniBar, sektöre sunduğu ürün çeşitliliği ve verimlilik açısından otel yatırımcılarının tercihi olmayı sürdürüyor. Ürünlerini Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları doğrultusunda hayata geçirdiklerini söyleyen KLEO MiniBar Ticaret Müdürü Evrim Gür; her yıl en az 2 yeni ürünü hizmete sunduklarının altını çiziyor.

Sektörünüzde bugüne kadar hangi yeniliklere ve ilklere imza attınız?

KLEO MiniBar olarak dünyanın ilk duvar tipi mini barını ISVEC Eurobar ile ortak ürettik. 20 yıl önce tasarladığımız ürünümüzü Duvar Tipi Minibar KEB20C model koduyla müşterilerimize sunmaya devam ediyoruz. KEB20C modelinin 3. Jenerasyonu, yüzde 100 milli tasarımıyla son şeklini aldı. 4. jenerasyon çalışmalarını ise Akdeniz Üniversitesi ile gerçekleştiriyoruz. Bu konuda devlet teşviki ile yol almak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu ürün, dünyada ilk KLEO tarafından üretildi. Avrupa'da bir üretici bu modelin benzerini üretmeye başladı ancak ürünümüz rekabet noktasında konumunu korumaya devam ediyor.

"Pek çok ilke imza attık"

KLEO ayrıca dünyada Realtime Clock (RTC Sistem) özelliğini müşterilerine ilk kez sunan firma olma özelliğine de sahip. Aynı zamanda RTC sistemle Ekovat Sistem **A+++** enerji sınıfındaki minibar modellerimizin hem sıcaklık aralıkları (fresh mod / kiler mod) hem de otel ya da hastaneni mevsim / sezon durumuna göre çalışma saat aralıkları,



Evrım Gür
KLEO MiniBar Ticaret Müdürü

USB slot yardımıyla programlanabiliyor. Bu sistemle dünyada bir kez daha adımızdan söz ettirdik ve söz konusu sistem hala başka bir üretici tarafından üretilmedi.

Ar-Ge stratejiniz ve çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Maalesef Ar-Ge tek başına yeterli olmamakla birlikte Ür-Ge ile eş güdümlü hareket ediyor. Minibar ve oda ekipmanları, misafirler tarafından doğrudan kullandığı için hem misafirlerden hem de kurumsal yöneticilerden almış olduğumuz geri dönüşler bizim en önemli Ar-Ge kaynağımızı oluşturuyor. Bu noktada iletişimi çok önemsiyoruz. Bu doğrultuda kurumsal alıcılarda ikili ilişkileri en yüksek seviyede tutan sektördeki nadir firmalar arasında yer alıyoruz. Dolayısıyla sahadan alınan bilgiler ışığında hızlı bir Ar-Ge çalışması gerçekleştiriyor; sonra Ür-Ge çalışmalarına geçiyoruz.

"Ür-Ge çalışmalarına ağırlık veriyoruz"

Ürünlerimizi, Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmaları doğrultusunda hayata geçiriyoruz. Her yıl en az 2 yeni ürünü hayata geçiriyoruz. Bu nedenle artık sunum yaptığımız fuarlarda mutlaka profesyonel kullanıcılar "Bu seneki yeniliğiniz nedir?" diye soruyorlar. Bu nedenle Ar-Ge çalışmalarından çok Ür-Ge çalışmalarına önem veriyoruz.

Önümüzdeki yıllarda hangi alanlarda ne tür yenilikler planlıyorsunuz?

KLEO MiniBar'ın ana hedefi çevreci ürünleri hayata geçirmek. Yanı sıra easy to clean şartları, kullanım ve temizlik kolaylığı ve enerji tüketimi de ana hedeflerimiz arasında yer alıyor. Tüm ürünlerimizde bu konulara ağırlık veriyoruz. 2018 yılında 20L serisini çıkaran Türkiye'deki ilk firma olacağız. Duvar tipi minibar çalışmalarımız devam edecek.

çelikay®



www.celikaymutfak.com

**PROFESYONEL
ŞEFLERİN
MUTFAĞI**



since 1967

alectra®

Kitchen of professional chefs

Tel: +90 312 319 0808

Fax: +90 312 319 2060

Plevne caddesi no:88 Gülveren / Ankara

Başar Ergün: Sektör kaliteye değil fiyata bakıyor

2018 yılında Meiko ismini Türkiye'ye yerleştirmeyi, marka bilinirliğini ve katma değerini arttırmayı hedeflediklerini söyleyen Meiko Genel Müdürü Başar Ergün; önlerindeki en büyük engelin ise fiyat odaklı yaklaşım ve bilgi eksikliği olduğunu söylüyor.



Başar Ergün
Meiko Genel Müdürü

Bulaşık yıkama makinelerinde kilometre taşı olan Meiko; 1927 yılında Almanya'da kuruldu. Bugün dünya çapında 2000 kişiye istihdam sağlayan ve 90'dan fazla ülkede yenilikçi, yüksek kaliteli ve son teknoloji ürünlerini sunan firma, 2016 yılından beri Türkiye'de kendi şubesiyle faaliyet gösteriyor. Konaklama, restoran, catering, hastane gibi sektörlere kapsamlı ürün portföyüyle çözüm sunmaya devam eden Meiko'nun Genel Müdürü Başar Ergün ile 2018 yılına yönelik hedef ve planlarını konuşmak üzere bir araya geldik.

“Sektörün kronikleşen sorunları var”

Sektörün sorunlarına değinen Başar Ergün: “Dünyada danışman firmalar aracılığıyla oluşturulan bir standart var. Siz bütçenizi, müşteri portföyünüzü ve hizmet sunacağınız alanı belirliyorsunuz. Danışman firma, vermiş olduğunuz bilgiler doğrultusunda sizin için bir standart belirliyor. Siz de standartlara bağlı kalarak çalışmalarınızı sürdürüyorsunuz. Maalesef ülkemizde böyle bir çalışma sistemi ve danışman yok. Bu durumda iş tamamen fiyat savaşına dönüşüyor. Doğru bir mutfak yapmak isteyen firmalara, mutfak tasarımı için gidilmiyor daha çok ürün satmak için gidiliyor. Aynı zamanda sektörümüzde uygulanan teknik bir standart da yok. Halbuki sektörümüzde öncelikle standartlar belirlenmeli ve denetim mekanizması olmalı” dedi. Yemek

firmalarına yönelik denetimin olmadığından ve hijyen standartlarına uyulmadığından da yakınan Başar Ergün: “Bu nedenle çok ciddi hijyen sorunları yaşanıyor. İşte bu noktada Meiko, hijyen sağlayan makineleriyle rakiplerinden sıyrılıyor” şeklinde konuştu.

“Bilgi eksikliği var”

Sektörde bir diğer sorunun teknik satın almada yaşandığını söyleyen Ergün: “Her otelde veya firmada teknik satın alma görevini farklı statüde insanlar üstleniyor. Bu durumda daha çok fiyat odaklı yaklaşım izleniyor. Alınan makine birkaç yıl içinde çöpe atılacaksa aslında çok pahalı bir yatırım yapılmış demektir. Halbuki bilinçli bir satın almada, fiyat odaklı yaklaşımdan ziyade makinenin teknik özellikleri, sağlayacağı avantaj, tasarruf ve kullanım süresi boyunca harcanacak para hesaplanmalı. Maalesef sektörde bu bilinçle hareket edilmiyor. Biz, bu bilinci oluşturmak için çalışıyoruz. Ancak epey bir zamana ihtiyacımız var” açıklamasında bulundu.

“2018, Antalya’da kendimizi ispat etme yılımız”

2018’de Antalya pazarına odaklanacaklarını söyleyen Ergün: “2018 bizim Antalya’da kendimizi ispat etme yılımız olacak. Sahip olduğumuz avantajları yatırımcılara anlatacağız. Ancak Antalya, fiyat odaklı olduğu için zor bir pazar. Bu nedenle önce müşteriye bilinçlendirme gerekiyor. Müşteri, neyi hedef

olarak ürün almaya karar vermeli? Bunu anlatacağız. Yanı sıra birkaç otelde denenir hale gelmek ve kulağın kulağa pazarlama faaliyetini sağlamayı da hedefliyoruz. Sayısal hedeften ziyade marka bilinirliğini ve marka değerini arttırmayı hedefliyoruz” dedi.

“Rakiplerimize kıyasla yüzde 30 daha az enerji harcıyoruz”

Meiko'nun rakiplerine göre yüzde 30 daha az enerji harcadığını belirten Ergün: “Bunu biz değil, araştırmalar söylüyor. Şöyle ki San Francisco Havalimanına enerji sağlayan bir firma, havalimanındaki Meiko ve rakip bulaşık makinesinin ne kadar su ve enerji harcadığını ölçmüş. Araştırmanın sonunda, Meiko'nun rakibe göre yüzde 30 daha az enerjiyle çalıştığını görmüşler” şeklinde konuştu.

2018’de gıda atık sistemleri, konveyör sistemleri ve tırnaklı bulaşık makinesine yönelik çalışmalarına ağırlık vereceklerini söyleyen Ergün; 3 ürün hakkında şunları söyledi:

“Meiko Konveyör Sistemleriyle en ideal çözümleri sunuyoruz”

“Meiko konveyör sistemleri, bulaşıkların iadesinden, bulaşıkhaneye taşınması, yıkanması ve tekrar kullanıma sokulmasına kadar tüm bulaşık döngüsünün tam veya yarı otomatik seçenekleriyle optimum şekilde düzenlenmesini sağlıyor. Tek elden planlanıp kurulan bu komple çözüm sayesinde, lojistik açıdan optimize

edilmiş otomatik sistem yönetimiyle maliyetler düşürülüyor; bulaşık yıkama süreçleri mevcut üretim akışlarına, en zorlu ortam koşullarında bile entegre edilebiliyor; ergonomik ve verimli çalışma koşulları oluşturuluyor; hijyen güvenliği sağlanıyor ve hijyen kalitesi artıyor. Meiko konveyör sistemleri, kirli veya temiz bulaşık, GN küvet, sepet, kasa, taşıma arabası veya atık gibi farklı malzemelerin taşınması için çok çeşitli ebat ve modellerde kullanılıyor.” Konveyör portföyüyle fonksiyonel ve teknik açıdan en ideal çözümleri sunduklarını söyleyen Başar Ergün, bu çözümleri şöyle sıraladı: “Bi-cord konveyörler, bantlı konveyörler, dikey konveyörler, yatay çıkış ve iniş hatları (yukarı ve aşağı yönlü rampalar), bi-cord teknoloji dönüşler, tepsi hatları birleştirme sistemi, istifleme ve sınıflandırma sistemleri, çatal-bıçak toplama mknatısları.”

“M-iQ tünel tipi bulaşık makinelerinin ömrü en az 15 yıl”

Bulaşık yıkama makinelerinde bir kilometre taşı olan Meiko'nun M-iQ konveyörlü ve tırnaklı bulaşık makinelerinin, maksimum temizlik, optimum verimlilik ve minimum kaynak tüketimi arasında mükemmel bir denge sağladığını ifade eden Ergün, konuşmasına şöyle devam etti: “Bulaşık yıkamada standartları yeniden belirleyen M-iQ birçok farklı özelliğiyle öne çıkıyor. AirConcept hava akış teknolojisiyle, makinenin temiz ve sıcak kısmındaki hava, soğuk yükleme kısmına doğru yönlendirilerek yıkama için ısı sağlanıyor. Entegre ısı geri kazanım sistemi, atık hava miktarını en aza indirerek ve havayı soğutarak, doğrudan atık hava bağlantısı gereksinimini ortadan kaldırıyor. Kurutma bölümündeki özel hava akım teknolojisi sayesinde üstün bir kurutma sonucu elde edilirken,

enerji de yıkamanın her aşamasında proses içerisinde tutuluyor. Makinenin kalbi olan kademeli filtre, periyodik ters yıkamayla gıda artıklarını aktif bir şekilde yıkama prosesinden uzaklaştırıyor, bu da önemli ölçüde deterjan ve su tasarrufu sağlarken temizlik seviyesi de optimum düzeyde kalıyor. Yüksek basınçlı yıkama ve ideal püskürtme geometrisi için bilgisayar tarafından tasarlanmış yıkama nozulları tekrar yıkama gerektirmeyen temizlik sonuçları sağlıyor.” M-iQ'nun günün sonunda mevcut tank suyunu kullanarak kendi kendini temizlediğini ve aynı anda ısı geri kazanım sisteminin de otomatik olarak temizlendiğini belirten Ergün: “Geriye, elle temizlenmesi gereken mavi renkle belirtilmiş çok az bir kısım kalıyor. Sağlam yapısı sayesinde en az 12-15 yıl problemsiz kullanılır. Fazla yedek parça değişimi gerektirmediğinden bakım maliyetleri de çok düşük. Makinedeki tüm kritik parçalar paslanmaz çelik malzemedir. İnsan ve makinenin uyum içinde çalışmasını sağlayan GreenEye-Technology, optimum kapasite kullanımı için kullanıcıyı, bulaşıkların hangi hatlara konulması gerektiği konusunda yönlendiriyor. Aynı zamanda bu sistem sayesinde bulaşıklar ve sepetler arasındaki boşluklar saptanarak, durulama fonksiyonu sadece bantın bulaşık bulunan kısımlarında çalıştırılıyor. Tüm bu özellikleriyle M-iQ, bir yandan en iyi yıkama sonuçlarını sağlarken, aynı zamanda kaynak kullanımını da önemli ölçüde azaltıyor. M-iQ'nun hem tırnaklı hem de konveyörlü modelleri, diğer makinelere göre % 33 daha az su, enerji ve kimyasal tüketirken, temizlik performansı da % 30 oranında daha iyi” açıklamasında bulundu. M-iQ'nun, en geniş konveyörlü ve tırnaklı bulaşık makinesi seçeneklerine sahip olduğunu ve işletmenin şartlarına ve ihtiyaçlarına göre tasarlandığını söyleyen Ergün: “Bulaşık veya konteyner (örneğin GN küvet) veya her iki malzemeyi de yıkayacak şekilde üretilebilir. İster konveyörlü ister tırnaklı model olsun, her iki modelde de uzunluk, giriş yüksekliği ve bant genişlikleri ihtiyaca göre seçilebiliyor” dedi.

“Otellerin en büyük sorununu, gıda atık sistemiyle çözüyoruz”

Otellerin en büyük sorunlarından birinin çöp toplama işini yönetmek olduğunu söyleyen Ergün, Meiko'nun bu soruna gıda atık sistemleriyle çözüm bulduğunu söyledi. Ergün, konuşmasına şöyle devam etti: “Gıda atık sistemleri bulaşıkhaneye ve hazırlama alanlarında oluşan organik mutfak atıklarını toplayarak hacim olarak küçültmek, bertaraf etmek veya geri kazanmak üzere kullanılır. Farklı ebat ve ka-

pasitedeki modeller, gıda atıklarını parçalıyor, posa haline getiriyor, suyunu çıkararak orijinal hacminin % 60-80 boyutuna küçültüyor. Geriye kalan substrat tekrar kullanılmak üzere değerlendirilebilir. İster bir, ister farklı yerlerdeki birden fazla besleme istasyonundan, atıkları doğrudan kaynağında toplayan ve borularla taşıyan sistem, tek bir öğütücüyle atıkları işliyor ve biriktirme tankında topluyor.”

Bilge İnoks güvenirliğini bu kez de AEO belgesiyle tescilledi

Paslanmaz çelik endüstriyel mutfak eşyaları sektörünün önde gelen markalarından Bilge İnoks, başarılarına bir yenisini daha ekledi. Bilge İnoks, firmalara teslimat zincirinde uluslararası güvenilirlik kazandıran ve dünyada 46 ülkede kabul gören Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası'nı alarak, güvenilirliğini tescilledi.

Ergun Bilge
Bilge İnoks Yönetim
Kurulu Başkanı

Bilge İnoks, firmalara teslimat zincirinde uluslararası güvenilirlik kazandıran ve başta Avrupa Birliği'ne bağlı ülkeler ile Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere, dünyada 46 ülkede kabul gören ve sektörde ilk olan Yetkilendirilmiş Yükümlü Sertifikası'nı almaya hak kazandı. Bilge İnoks, Yetkili Ekonomik Operatör (AEO - Authorised Economic Operator) kimliğini de aldı. Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü'nün esas hedefi, uluslararası ticaret zincirinde güvenliğin sağlanmasıdır. Statü bu amaçla gümrük müdürlüğünde gümrük işlemlerini yerine getiren mali yeterliliğe ve güvenlik standartlarına sahip firmalara veriliyor. Ülkemizin 2023 ihracat hedeflerine daha kolay ulaşması için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın başlattığı Yetkilendirilmiş Yükümlü Statü uygulaması ile üreticiler ve ihracatçılar daha az kontrolle karşılaşiyor, gümrükte öncelikli işlem görüyor, nakliyede transit sistemi hızından yararlanıyor. Böylece Türk ürünleri piyasalarda daha fazla talep görmekte, uluslararası ticaretteki rekabet

gücümüzü bütün bir ülke olarak arttırıyor.

“Sektörde bir ilke imza attık”

Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Bilge İnoks Yönetim Kurulu Başkanı Ergun Bilge: “Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü, üretici ve ihracatçılara imtiyazlı konum sağlayan bir uygulamadır. Temel amacı, uluslararası ticaret zincirinde güvenilirliğin sağlanmasıdır. Bu amaçla gümrük yükümlülüklerini yerine getiren, mali yeterliliğe ve güvenlik standartlarına sahip firmalara veriliyor. Bilge İnoks olarak, Türkiye'nin 130 büyük ihracat firması arasında yer alarak, hem Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü'nü almanın hem de sektörümüzde bu statüye sahip ilk ve tek firma konumunda olmanın mutluluğunu yaşıyoruz” dedi. AEO Statüsü'nün gümrükleme işlerinde firmalara büyük kolaylık sağladığına değinen Ergun Bilge: “Bilge İnoks, sahip olduğu dünyaca ünlü AEO Statüsü ile yerinde gümrükleme yetkisine kavuştu. Artık ürünlerin ihracata yönelik tüm işlemleri, Bil-

ge İnoks tesislerinde kolayca yapılacaktır. Ürünlerimiz İhracat Gümrük İdaresi'ne uğramaksızın, doğrudan Çıkış Gümrük İdaresi'ne sevk edilecek. Bu da her değişkenin önem arz ettiği uluslararası ticarete, büyük bir zaman ve maliyet tasarrufu demektir.” Dünyada 46 ülkede, Avrupa Birliği'ne bağlı ülkelerde ve Amerika Birleşik Devletlerinde kabul gören Yetkilendirilmiş Yükümlü Statüsü Bilge İnoks ailesi olarak almış bulunmaktayız” şeklinde konuştu.

Bilge İnoks, dünya devleri için üretiyor

Bilge İnoks; sürdürdüğü Ar-Ge çalışmaları ve aralıksız devam ettirdiği yatırımlarıyla sektörün önemli oyuncularında yer alıyor. Yurt içinde endüstriyel mutfak üreticisi firmaların çoğuna ve Fagor, Hobart, Colged ve Electrolux gibi dünya devi firmalara üretim yapar hale gelen Bilge İnoks; 15 bin metrekarelik üretim tesisinde 300 kişilik ekibiyle ürettiği uluslararası kalite standartlarındaki ürünlerini hem Türkiye'nin hizmetine sunuyor hem de 55'in üzerinde ülkeye ihraç ediyor.

Yeni Ticaret Kapıları Açar

Messe Stuttgart
Ares Fuarcılık



IBATECH

12. ULUSLARARASI EKMEK,
PASTA MAKİNELERİ, DONDURMA,
ÇİKOLATA VE TEKNOLOJİLERİ FUARI

12-15 NİSAN 2018

İSTANBUL FUAR MERKEZİ
CNR EXPO, YEŞİLKÖY
İSTANBUL - TÜRKİYE

www.ibatech.com.tr

Destekleyenler



REPUBLIC OF TURKEY
MINISTRY OF ECONOMY

Messe Stuttgart Ares Fuarcılık Ltd. Şti.

Tel: +90 212 284 11 10 • Fax: +90 212 284 10 01

www.messe-stuttgart.com.tr • info@messe-stuttgart.com.tr



[messe.stuttgartares](https://www.facebook.com/messe.stuttgartares)



[AresMesse](https://twitter.com/AresMesse)



[messe-stuttgart-ares](https://www.linkedin.com/company/messe-stuttgart-ares)



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



[ibatech_fuari](https://www.youtube.com/channel/UC...)

“2016’da
114 Ülkeden
74.536
Ziyaretçi”

1-2-3-4-8. Salon
50.000 m²

Gelişmekte olan pazarların
muazzam potansiyelini
keşfedin.
Şimdi Kayıt olun!



Guestinhouse'tan projelere özel çözümler

Yurt içinde ve yurt dışında pek çok otel ve restoranın açılış ve yenileme projelerinde yer alan Guestinhouse; hem Avrupa ve Amerika menşeli ithal markalar, hem de Türkiye'de üretilen yerli ürünlerden oluşan geniş ürün gamıyla ön plana çıkıyor. Ürün gamını müşterilerin talep ve beklentilerine göre şekillendiren firma, projelere özel çözümler sunuyor.



Burcu Erdoğan Ergül
Guestinhouse Yönetici Ortağı

2018 yılında da yurt içi ve yurt dışındaki seçkin otellerin ve otel zincirlerinin açılış ve yenileme projelerinde yer alacaklarını söyleyen Guestinhouse Yönetici Ortağı Burcu Erdoğan Ergül ile Guestinhouse'u, hedef ve planlarını konuştuk.

Guestinhouse, hakkında bilgi verir misiniz?

Yurt içinde ve yurt dışında pek çok otel ve restoranın açılış ve yenileme projelerinde yer alan Guestinhouse, kuruluşundan bugüne turizm sektöründe hizmet veriyor, geniş ürün yelpazesi sayesinde aranan ürün özelliklerine göre değişik alternatifler ve proje bazlı çözümler sunuyor. Otel ve restoran ekipmanları ithalatı, ihracatı ve tedarigi üzerine uzmanlaşan firmamızın ürün gamında yiyecek-içecek, misafir odası, banyo, kat hizmetleri, genel alanlar, konferans salonu gibi otellerin ve restoranların farklı bölümlerinin ihtiyaçlarını karşılayan çok çeşitli ürünler bulunuyor. Guestinhouse, bir otelin birçok ihtiyacının tek seferde karşılanmasını sağlamakla birlikte turizm endüstrisinde hizmet veren profesyonellere bilgili ve doğru satın alma kararları vermeleri için yardımcı olma görevini de üstleniyor.

"20'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz"

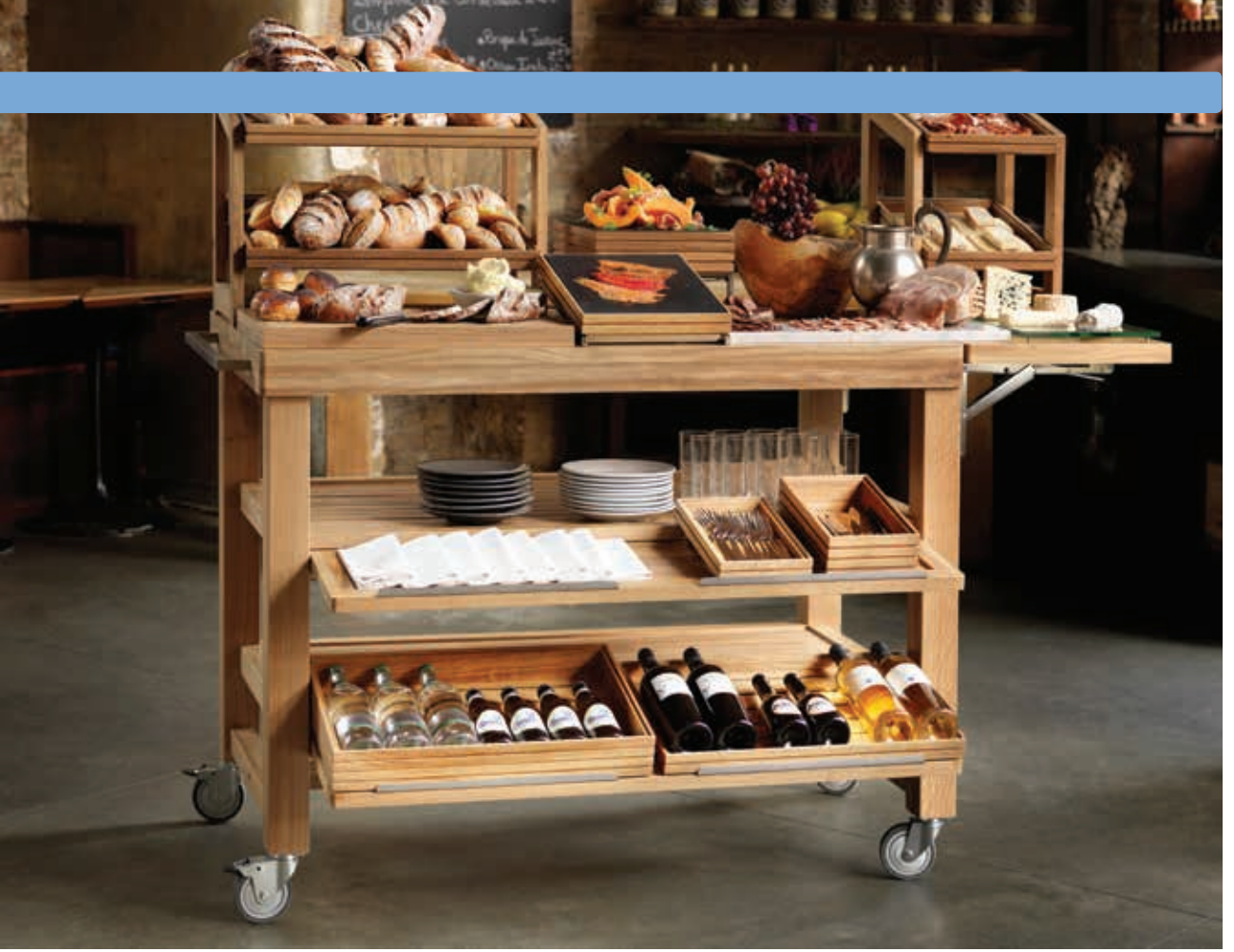
Açılış ve yenileme projelerinde uzmanlaşmış olan ve tam hizmet ilkesiyle çalışan bir firma olarak, otel/restoran açılış ve yenileme projelerinde bütün ürün gruplarımızla yer alıyoruz. Ürün gamımızda hem Avrupa ve Amerikan menşeli ithal ürünler hem de Türkiye'de üretilen yerli ürünler yer aldığı için genelde üzerinde çalıştığımız projelerde, proje kapsamındaki bütün ürünleri İstanbul'da bir araya getirmek suretiyle; yerli müşterilerimizin yanında, yurt dışındaki müşterilerimiz için de transit ticaret ve ihracatı aynı anda gerçekleştiriyor ve müşterilerimize ihtiyaçları olan tüm ürünleri tek seferde sevk ve tedarik ediyoruz. İhrac ettiğimiz ürün grupları ağırlıklı olarak paslanmaz çelik, ahşap, deri

ve tekstil gibi Türkiye'de iyi kalitede ve yurt dışına göre daha uygun maliyetlerde üretilebilen ürünler. Şimdiye kadar Gürcistan, Azerbaycan, Moldova, Kazakistan, Suudi Arabistan, Almanya, İspanya, Özbekistan, KKTC, Bosna Hersek, Cezayir, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri dahil yirminin üzerinde ülkeye ihracat yaptık ve bu alanda faaliyetlerimiz devam ediyor.

Ürün gamınız hakkında bilgi veriri misiniz?

Misafir odası, banyo, kat hizmetleri, genel alanlar, konferans salonu, yiyecek içecek gibi bir otelin farklı bölümlerinin ihtiyaçlarını karşılayacak çok kapsamlı ve çeşitli ürünleri sektöre sunuyoruz. Ürün gamımızda hem Avrupa ve Amerika menşeli ithal markalar, hem de Türkiye'de üretilen yerli ürünler yer alıyor. Ayrıca projeye özel çözümler sunan bir





firma olarak, müşterilerimizin isteklerine ve beklentilerine uygun ürünleri onlarla birlikte belirliyoruz. Geliştirdiğimiz ürünlerin tasarımlarının ve teknolojik özelliklerinin hem otel misafirlerine hem de otel personeline sağladığı konforun, kullanım kolaylığının ve memnuniyetin devam etmesi ve artması için müşterilerimiz ile sürekli iletişim halinde kalıyoruz. Ürünlerin kullanım kolaylığı, teknolojik özellikleri, sunulan konfor ve otel müşterisinin memnuniyetine ne şekilde yansıdığı her zaman takip ettiğimiz ve gelişmesine katkı sağladığımız özellikler.

Müşteri portföyünüz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bizim ana müşteri kitlemiz, misafir memnuniyetine maksimum derecede önem veren, her koşulda ekipman ve hizmet kalitesini koruyarak uluslararası kabul görmüş standartlardan asla taviz vermeyen kuruluşlar. Bu yüzden 2018'de de geçmiş yıllarda olduğu gibi yurt içindeki ve yurt dışındaki seçkin otellerin ve otel zincirlerinin açılış ve yenileme

projelerinde yer alacağımızı öngörüyoruz.

Horeca kanalındaki müşterileriniz hangi işletmelerden oluşuyor?

Daha çok uluslararası ve yerli otel zincirleri ve restoranları ile çalışıyoruz. Zincir otel açılış ve yenileme projelerinde uzmanlaşmış olmamız sayesinde, hem yatırımcı firmanın hem de otel yönetiminin zamandan tasarruf etmesini ve maddi tasarruf sağlamasını mümkün kılarak iş yüklerini önemli ölçüde hafifletmeyi hedefliyoruz. Bünyemizde bulduğumuz tecrübeli proje yönetimi, satın alma, lojistik ve gümrükleme ekibimiz ile projelere ciddi anlamda katkı sağladığımızı düşünüyoruz.

Önümüzdeki dönem için plan ve hedefleriniz nelerdir?

Diğer ürün gruplarımızda olduğu gibi masaüstü ekipmanları alanında da ürün gamımızı müşterilerimizin beklentilerine uygun olarak sürekli geliştiriyor ve çeşitlendiriyoruz. Bu doğrultuda, iş ortaklarımızla beraber müşterilerimizin fikirlerine ve geri

bildirimlerine cevap verecek ve onların memnuniyetini sağlayacak en uygun özelliklere sahip ve en üstün kaliteli ürünleri bir araya getirmek için çalışıyoruz. Amacımız, yeni dönemde de her zaman müşterilerimizin projeleri için hem ihtiyaçları olan bütün ürünleri ve çeşitli hizmetleri bir arada bulabilecekleri bir kaynak hem de güvenerek ve memnuniyet duyarak birlikte çalışacakları bir iş ortağı olmak. Önümüzdeki dönemde de önceliğimiz Guestinhouse'un müşteri odaklı, dinamik, değişime kucak açan, yenilikleri teşvik eden, dürüst ve güvenilir, sorumluluk sahibi, becerikli, zorluklarla mücadele etmeye istekli ve mükemmeliyet için çabalayan kurumsal yapısını ve değerlerini devam ettirmek olacak. Ürün gamımızla ilgili olarak ise yurt içi ve yurt dışı sektörel fuarları takip ederek dünya çapındaki gelişmeleri değerlendirecek ve en yeni ve en ileri teknolojiye sahip yeni ürünleri müşterilerimizle buluşturacağız. Bunlara ek olarak yeni pazarlar geliştirerek, ihracat hacmimizi daha da artırmayı hedefliyoruz.

Kärcher'den profesyonel temizliğe en 'sessiz' çözüm

Oteller, ofisler ve hastaneler profesyonel temizliğe en çok ihtiyaç duyulan alanların başında geliyor. Özellikle bu alanlarda, temizlik yapılırken ses seviyesinin düşük olması gerekiyor. İşte bu noktada devreye Alman temizlik devi Kärcher, giriyor. Sadece 59 dB (desibel) ses seviyesine sahip, sınıfının en sessizi T 15/1; yüksek emiş gücü ve taşınabilirliğiyle de fark yaratıyor.

Alman temizlik devi Kärcher, sessiz ve etkili bir profesyonel temizlik arayanların sorunlarına T 15/1 elektrikli süpürgeyle çözüm buluyor. 59 dB (desibel) ses seviyesiyle sınıfının en sessizi T 15/1 elektrikli süpürge, otel, hastane, ofis gibi profesyonel temizlik gerektiren alanlarda emiş gücü ve taşınabilirliği ile de fark yaratıyor. T 15/1'in emiş gücü, gürültü seviyesinde belirgin bir artış olmadan, tutma yerinden kolayca ayarlanabiliyor.

15 litre atık deposuyla kesintisiz temizlik

15 litre atık deposuna sahip T 15/1, bu sayede uzun süreli kesintisiz temizliğe imkan tanıyor. Klasik kağıt filtre torbasından yaklaşık iki kat daha yüksek kapasitesi olan yırtılmaya karşı korumalı filtre torbasıyla T 15/1, filtre kullanımını en aza indirerek bütçeye de katkı sağlıyor. T 15/1, profesyonel temizliğin zorlu koşullarına karşı da oldukça dayanıklı. Kärcher'in sessiz temizlik uzmanı, tüm gövdesini çevreleyen darbeye dayanıklı kenara ve esnek, güçlü bir madde olan poliüretan kabloya sahip. T 15/1, sadece 8 kg

ağırlığıyla da ister elde ister temizlik araçlarının arkasında kolayca taşınabiliyor. Döşeme aparatı, detay aparatı, kalorifer fırçası gibi aksesuarlarla tüm temizlik ihtiyaçlarına etkili bir şekilde cevap verebilen T 15/1, tüm aksesuarlarını doğrudan makinenin üzerinde depolayabiliyor. Böylece kullanıcı ihtiyacı olduğunda gerekli aksesuara anında erişebiliyor.

Kärcher hakkında

Kärcher, 1935 yılında Almanya'da Alfred Kärcher tarafından kuruldu. Temizlik makine, ekipman ve aksesuarlarının yanı sıra temizlik kimyasalları ve deterjanlarını da üreten Kärcher; dünyada 190'ı aşkın ülkede 40 bini aşkın satış noktasından kullanıcılara hizmet sağlayan bir sanayi devidir. 12 binin üzerinde çalışanı ile Kärcher, 80 yılı aşkın bir süredir tüm dünyada hem profesyonel kullanıcılara hem de ev kullanıcılarına yenilikçi temizlik çözümleri sunuyor.



SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK İÇİN SİZİ DE

"GREENING HOTELS SERTİFİKASI" Almaya Davet Ediyoruz...



AK-KA HOTELS ALINDA 	AK-KA HOTELS ANTEDON 	ASKA LARA HOTEL 	BELCONTI RESORT HOTEL 	CENDER OTEL 	CLUB HOTEL SERA 	CLUB MEGA SARAY 	CORNELIA DE LUXE RESORT
CORNELIA DIAMOND GOLF RESORT OTEL 	PARK DEDEMAN LEVENT 	DIVAN ADANA HOTEL 	DIVAN BURSA OTEL 	DIVAN EXPRESS ESKİŞEHİR 	DIVAN GAZİANTEP 	DIVAN İSTANBUL CITY 	DIVAN İSTANBUL OTELI
DIVAN PALMIRA OTELİ 	DIVAN SUITES GAZİANTEP 	DIVAN SUITES İSTANBUL GÜLSU GÜNEŞLİ 	GRANADA LUXURY BELEK 	GRANADA LUXURY OKURCALAR 	GRAND HABER HOTEL 	HOTEL RIU KAYA BELEK 	TUI BLUE SARIGERME PARK
KADIKÖY RIHTIM OTEL 	KAYA PALAZZO GOLF RESORT OTEL 	LA BLANCHE RESORT & SPA 	MARTI HEMITHEA HOTEL 	MARTI LA PERLA 	MARTI MYRA HOTEL 	MARTI RESORT DE LUXE 	MIDTOWN HOTEL İSTANBUL
MÖVENPICK HOTEL İSTANBUL 	NG GÜRAL SAPANCA WELLNESS PARK 	NG GÜRAL AFYON 	PORT NATURE LUXURY RESORT & SPA 	RADISSON BLU HOTEL & SPA 	RAFFLES İSTANBUL HOTEL 	RAMADA İSTANBUL TAKSİM 	ROMA BEACH RESORT HOTEL
SEA LIFE BUKET RESORT&BEACH 	SEA LIFE FAMILY RESORT HOTEL 	SENNACITY HOTEL 	SUSCSI LUXURY RESORT 	SWISSOTEL BÜYÜK EFES İZMİR 	THE PARMA HOTEL 	TITANIC DELUXE HOTEL BELEK 	TÜYAP PALAS

Yeşillenen Oteller Ailesi Büyümeye Devam Ediyor...

TÜİK: 3 milyon 419 bin kişi işsiz

TÜİK, eylül ayı işsizlik rakamlarını açıkladı. Verilere göre; Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2017 yılı Eylül döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 104 bin kişi azalarak 3 milyon 419 bin kişi oldu. İşsizlik oranı 0.7 puanlık azalış ile % 10,6 seviyesinde gerçekleşti. Aynı dönemde; tarım dışı işsizlik oranı 0.9 puanlık azalış ile % 12.8 olarak tahmin edildi. Genç nüfusta (15-24 yaş) işsizlik oranı 0.1 puanlık artış ile % 20 olurken, 15 - 64 yaş grubunda bu oran 0.8 puanlık azalış ile % 10.8 olarak gerçekleşti.

İstihdam oranı % 47.9 oldu

İstihdam edilenlerin sayısı 2017 yılı Eylül döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 milyon 233 bin kişi artarak 28 milyon 797 bin kişi, istihdam oranı ise 1.1 puanlık artış ile % 47.9 oldu. Bu dönemde, tarım sektöründe çalışan sayısı 197

bin, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı 1 milyon 36 bin kişi arttı. İstihdam edilenlerin % 20.3'ü tarım, % 18.8'i sanayi, % 7.7'si inşaat, % 53.1'i ise hizmetler sektöründe yer aldı. Önceki yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında tarım sektörünün istihdam edilenler içindeki payı 0.2 puan, sanayi sektörünün payı 0.3 puan azalırken, hizmet sektörünün payı 0.4 puan arttı, inşaat sektörünün payı ise değişim göstermedi.

İşgücüne katılma oranı % 53.6

İşgücü 2017 yılı Eylül döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 milyon 128 bin kişi artarak 32 milyon 215 bin kişi, işgücüne katılma oranı ise 0.8 puan artarak % 53.6 olarak gerçekleşti. Aynı dönemler için yapılan kıyaslamalara göre; erkeklerde işgücüne katılma oranı 0.6 puanlık artışla % 73.1, kadınlarda ise 1 puanlık artışla % 34.5 olarak gerçekleşti.



Y kuşağı söze değil eyleme inanıyor

İş yerindeki karar alıcıların inisiyatifleriyle oluşan ve gelişen yüksek güven kültürü, çalışanlar arasındaki eşitliğin sağlanmasında belirleyici bir faktör. Kurumsal stratejinin belirlenmesinde de önemli bir yeri olan güven kültürü, tüm çalışanlar için olumlu yönde tesir ederken yarının liderleri olan Y kuşağını daha fazla etkiliyor. Y kuşağına bağlı güven temelli bir iş yeri kültürüne öncelik vermek kurumların geleceği için bir zorunluluk haline geldi. "Best Workplaces for Milleninals" araştırmasından elde edilen bilgilere göre, Y kuşağı için yaşadıkları deneyimler, onlara verilen unvanlardan ve sözlerden daha inandırıcı. Bu nesil, CEO'ların iş-hayat dengesini teşvik ettiğini söylemelerini veya şeffaf bir liderlik sürecinden bahsetmele-

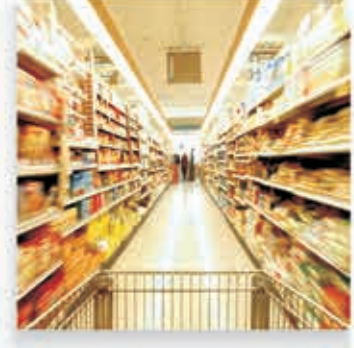
rini değil, bu değerleri günlük çalışma deneyimlerinde görmeyi talep ediyor. Bu taleplerin karşılandığı iş yerlerinde Y kuşağı, çeviklik ve inovasyonda 8 kat daha verimli oluyor. Bu durum, aynı zamanda bu neslin iş yerinin marka elçisi olmasını da beraberinde getiriyor. Güven temelli bir kültür tesis etmenin nitelikli ve genç işgücü yaratmak için her zamankinden daha önemli olduğunu belirten Great Place to Work Türkiye Genel Müdürü Eyüp Toprak, araştırmaya dair: "Y kuşağı için yaptığımız tüm araştırma çıktılarında aynı sonuç ile karşı karşıya kalıyoruz. Yüksek güven kültürünün tüm jenerasyonlar üzerinde pozitif yönde etkisi mevcut ama bu etki Y kuşağında her zaman daha yüksek. İş yerinde güven kültürünü içselleştirmiş şir-

ketlerde çalışan Y kuşağının % 89'u çalıştıkları şirketlerde uzun süre kalmayı planlıyor" dedi. Y neslinin bir anlam arayışı içinde olduklarını belirten Toprak, sözlerine şöyle devam etti: "Y kuşağı katıldıkları organizasyonlarda bir etki oluşturmak, faydalı olmak, değer katmak istiyorlar. Analizlerde iş yerinde bir fark yarattığını düşünen bu kuşağın temsilcileri, diğer iş arkadaşlarına göre 6 kat daha uzun bir gelecek planladıklarını ifade ediyor. En iyi işverenlerde çalışan X kuşağı çalışanları, liste dışı kalan şirketlerdeki akranlarına göre mevcut iş yerlerinde kalmaya 15, Y kuşağı ise 20 kat daha yatkın." Y kuşağı için mükemmel bir kurum kültürü yaratmanın 5 yolu ise şöyle; şirketler, Y kuşağı odaklı stratejiler geliştirmeli. Bu kuşağa samimiyetle liderlik edilmeli. Temel değerler tanımlanmalı ve bu değerler iş süreçlerine taşınmalı. İşveren markası güçlendirilmeli. Konuya tümleşik açıdan yaklaşarak tüm çalışanlar için mükemmel bir iş yeri inşa edilmeli.

HOTEL
CAUCASUS

restaurant
CAUCASUS

supermarket
CAUCASUS



HOREX
CAUCASUS

**12. KAFKASYA ULUSLARARASI
OTEL, RESTORAN VE
SÜPERMARKET İÇİN
TECHİZAT VE MALZEME
FUARI**

**5-7 NİSAN 2018
BAKÜ, AZERBAYCAN
BAKÜ EKSPONER MERKEZİ**

ORGANİZATÖR



Tel. : +99412 404 10 00
Faks : +99412 404 10 01
E-mail : horex@iteca.az

www.horex.az

#HorexCaucasus

www.facebook.com/HorexCaucasus

İşletmenizin Emniyet Kemeri: berqNET

Her gün onlarca işletme siber saldırılara maruz kalıyor. Bu saldırılar sonucunda yaşanan veri kayıpları ciddi **maddi zararları** da beraberinde getiriyor. Türkiye'nin Yeni Nesil Firewall'u berqNET olarak **%100 yerli AR-GE** ile geliştirdiğimiz çözümlerle sizi hem siber saldırılara karşı korurken hem de **yasalara uygun internet kayıtlarınızı** tutmanızı sağlıyoruz.

Türk Lirası fiyatlarıyla bütçenizi üzmeyen berqNET, koşulsuz müşteri memnuniyetini hedefleyen **ücretsiz teknik destek hizmetiyle** de alanında bir ilki gerçekleştiriyor. Türk mühendisleri tarafından sadece Türkiye için geliştirilen berqNET'le tanışmak için bizi hemen arayın, işletmenizin siber güvenliğini yerli yazılımlara emanet edin!



TR Yerli ve Milli Arge

Ücretsiz Teknik Destek

Yasalara Uygun Loglama (5651)

₺ Türk Lirası Fiyatlar

Mobil Raporlama Uygulaması

Basit ve Türkçe Arayüz



berqNET: Türkiye'nin yeni nesil ve yerli firewall'u!

berq
NET

www.berqnet.com

☎ 0850 577 23 77

f /berqnetworks | /berqnet | in /berqnet

LOGO
HOLDING
KURULUŞUDUR