



23 - 27 FEVEREIRO
FIL / PARQUE DAS NAÇÕES

TUROB FUAR SONUÇ RAPORU
BTL 2011 Turizm Fuarı

Fuar Tarihleri	23.02.2011 - 27.02.2011
Fuarın açık olduğu saatler	23/24/25/26/27.02.2011 - 10:00 – 20:00
2012 Yılı Fuar Tarihleri	Şubat 2012
Ziyaretçi Sayısı	70.000
Dağıtılan Malzemeler	1. İstanbul Guide (İngilizce + Portekizce) 2. İstanbul CD 3. İstanbul Haritası 4.Promosyonel Malzemeler

Portekiz'in Lizbon şehrinde düzenlenen fuara, T.C. Madrid Kültür ve Tanıtma Müşavirliği'nin organizasyonu ile yaklaşık 50m2'lik Türkiye standı ile TUROB olarak bu yıl ilk kez katılım sağlanmıştır.

Bu yıl 23. kez düzenlenen fuara toplam 45 uluslar arası destinasyon katılmıştır. 980 katılımcının yer aldığı fuarı 70.000 kişi ziyaret etmiş olup, ziyaretçilerin %39'unu profesyoneller oluşturmaktadır.

Portekizlilerin yaptığı yıllık 4 milyonu aşkın seyahatin 1 milyonuna yakını uçak ile yapılmakta olup, İspanya, Fransa gibi yakın bölgelere kara yolu ile seyahat edilmektedir. Ancak son yıllarda artan low-cost şirketleri hava yolu eğilimini artırmaktadır.

Yasal yıllık izin süreleri 22 gün olan Portekizliler yılda 1 kez uzun süreli bir tatili özellikle okulların da tatil olduğu Ağustos ayında planlarken, Noel ve Paskalya gibi ulusal tatillerin hafta sonu ile birleştirilmesi ile 5 günlük tatiller de tercih edilmektedir. İspanya, Fransa, Brezilya ve İngiltere Portekizlilerin en çok gittiği destinasyonlar olarak öne çıkmaktadır.

Tatil alımlarında ise Portekizlilerin %20'si tatilini bir seyahat acentesinden alırken, internetten tatil satın alma %10'u bulmuyor. Portekizlilerin internet kullanımının giderek yaygınlaşmasına karşın, tatilleri için interneti genelde bilgi amaçlı kullanmaktadırlar.

2010 yılı verilerine göre Ülkemizi 53.373 Portekizli ziyaret etmiş olup geçen yıla oranla pazarda yüzde 14'lük bir büyüme söz konusudur. İstanbul'u ziyaret eden Portekizli turist sayısı ise 2010 yılsonu itibariyle 25.035 olarak kaydedilmiştir.

SONUÇ:

BTL Lizbon, uluslar arası turizm fuarları ile kıyaslandığında daha küçük bir konsept ile genelde Akdeniz çanağındaki ülkelerin katıldığı bir fuar olarak görülmektedir. İlk iki gün sadece profesyonellere açık olması sebebiyle zayıf geçmiştir. Halka açık günlerde ise ilginin daha fazla olduğu ve direk bilgi almaya yönelik bir turist profilinin ziyaret ettiği tespit edilmiştir. Bununla beraber ekonomik sıkıntılarını atlatamamış olan Portekiz için tatil tercihleri yakın destinasyonlar ve düşük maliyetler olarak şekillenmektedir.

Türkiye standında ise fuarın halkın rağbet ettiği bir fuar olması sebebiyle görsel etkinliklere yer verilerek cazibenin artırılması sağlanabilir. Bununla beraber diğer uluslar arası fuarların aksine Türk Hava Yolları'nın Türkiye standında bağımsız farklı bir salonda yer alması olumsuz bir etki olarak düşünülebilir. Seyahat planlaması yapan ya da fikir almak isteyen ziyaretçiler ulaşım - konaklama – organizasyon gibi aşamaların hepsini bir arada bulmak isterler.

Bir okyanus ülkesi olan Portekiz'de tatile gidenlerin çoğu iklim olarak benzer ancak daha ılıman deniz suyuna sahip ülkeleri tercih etmekte, bu durumda da ülkemizde özellikle Antalya ön plana çıkmaktadır.

Netice olarak her ne kadar küçük ve yavaş gelişen bir pazar olsa da bilinirliğimizi genişletmek için destinasyon tanıtımına ağırlık verilerek hazırlanacak bir konsept ile katılımı uzun vadede etkisini gösterecek bir fuar olarak düşünülebilir.

