



Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
Turkish Hotels Association



TUROB
IMEX - Frankfurt / Almanya
2015 Turizm Fuarı Sonuç Raporu

IMEX Frankfurt

Bu yıl on üçüncü kez düzenlenen, sadece profesyonellere açık olan, IMEX Frankfurt Fuarı, 19 - 21 Mayıs 2015 tarihleri arasında Messe Frankfurt Fuar Merkezi'nde gerçekleşmiştir.

Fuar idaresi tarafından açıklandığı üzere bu yıl fuara, 3.500'in üzerinde stantlı katılımcı, 3.964 profesyonel alıcı, 4.900 ticari ziyaretçi katılım sağlamış olup, fuar süresince 65.000 randevulu görüşme gerçekleşmiştir.

Bu yılki fuara geçen yıla oranla, 55 yeni stantlı katılımcı ilave olmuştur ve profesyonel alıcılar arasında ilk kez Çin, Hindistan, Brezilya, Arjantin, Mısır ve İsrail 'den davetliler yer almıştır.

IMEX Frankfurt Fuarı önümüzdeki yıl 19 - 21 Nisan 2016 tarihlerinde yine Messe Frankfurt Fuar Merkezi'nde düzenlenecektir.

Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği

Türkiye Standı

Turkish Hotels Association

Türkiye 12 yıl önce bu fuar 150 metrekaarelik bir stant ile katılım sağlamışken, bu yıl 400 metrekaarelik bir alan ile katılmıştır.

Türkiye standının organizasyonu T.C. Frankfurt Kültür ve Tanıtma Müşavirliği ve İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu ortaklığında, 33 katılımcı ünitesinde 50 firma ve sektör kuruluşunun katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

IMEX Fuar İdaresi tarafından fuar süresince günlük olarak yayınlanan ve fuarda tüm katılımcı ve ziyaretçilere dağıtılan "IMEX Daily" adlı yayında, üç gün boyunca Türkiye ilanı yayınlanmıştır.

Fuar süresince lokum, simit, Türk Kahvesi, çay ve baklava ikramlarında bulunulmuştur ve fuarın ikinci günü Canlı müzik performansı sergilenmiştir.



Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
Turkish Hotels Association

Türkiye Standı Katılımcı Listesi:

Frankfurt Kültür ve Tanıtma Ataşeliği

Hava Yolları

Türk Hava Yolları Harbiye Kongre Departmanı ve Frankfurt Ofisi

Kongre ve Ziyaretçi Büroları

Ankara Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

Antalya Kongre Bürosu

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

Sektör Kuruluşu

TUROB

Kongre Merkezleri ve Oteller

Barut Hotels

Cornelia Diamond

Crystal Hotels Resort & SPA

Dedeman Hotels and Resort

Ela Quailty Resort Hotel

EliteWorld Hotels

Ephesus Convention Center-Kuşadası/ECC

Eser Premium Hotel & SPA

Haliç Congress Center

ICC-İstanbul Congress Center

İstanbul Lütü Kirdar-ICEC

Kaya Palazzo Golf Resort

Liberty Hotels Lykia

Martı İstanbul Hotel

Maxx Royal Belek Golf Resort

2015 Yılı IMEX Frankfurt Fuarı

TÜRKİYE STANDI KATILIMCI LİSTESİ

Pera Palace Hotel Jumeirah

Radisson Blu Hotel İstanbul Şişli

Regnum Carya Golf & SPA Resort

Shangri-La Bosphorus, İstanbul

Sueno Hotels

Susesi Luxury Resort Hotel

TheMarmara Collection

The Ritz-Carlton, İstanbul

WOWİstanbul Hotels & Convention Center

Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel

Wyndham Grand İstanbul Levent





Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
Turkish Hotels Association

PCO (PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZER) & DMC (DESTINATION MANAGEMENT COMPANY)

Aqua MICE
Arar Tours DMC
ATY Events
Contrust Congress PCO-DMC
Etix Events
Eventist Tourism & EventMng. Ser. Ltd.
Insieme Tours
Intra Travel MICE
Inventum MICE
ITEM Travel&Event Management
Karavan Turkey
MEP Destination Business Solutions
Pronto DMC
Spectrum Event Technologies
Stimpol Destination Management Turkey
Tekser Tourism & Travel
Turset MICE

TUROB Standı

Türkiye standı içerisinde fuara katılım sağlayan TUROB standında, fuar süresince randevulu katılımcılar ile ikili görüşmeler gerçekleştirilmiş ve Ülkemize yönelik bilgilendirme ve tanıtım materyalleri takdim edilmiştir.

Dünya'da Kongre Turizmi

Genel eğilimi gösterdiği için, uluslar arası olarak referans alınan, ICCA (Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği) kriterlerine göre bir etkinliğin kongre ve toplantı olarak adlandırılması için en az 3 farklı ülkeden, 50 ve üzeri katılımcısı olması gerekmektedir.

Kongre turizmi ekonomik getirisiyle, dünya turizminde gözde yatırımların başında yer almaktadır. Toplamda 1 trilyon 75 milyon doları aşan dünya turizm gelirlerinde kongre turizminin payı 250 milyar dolarla yüzde 30 seviyesindedir. Dünya genelinde düzenlenen kongrelerin yüzde 57'sine ev sahipliği yapan Avrupa kıtası, kongre turizminin dünya lideri konumunda yer almaktadır.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) kongre ve toplantı turizmini turizm endüstrisi içerisinde en hızlı gelişme kaydeden turizm segmenti olduğunu belirtmektedir. Çünkü istatistiklere göre kongre turisti normal bir turiste oranla gittiği şehirde dört kat daha fazla harcama yapmaktadır.

Kongre turizmi kapsamında seyahat eden bir delegenin günlük ortalama harcama miktarı 708 \$ iken, toplantı başına ortalama harcama miktarı kişi başı 2,497 \$ olarak kaydedilmektedir.

Dünya'da kongre turizmi çoğunlukla sanayileşmiş ülkelerde yapılmaktadır. Son yıllarda kongre turizmi turizm zenginliği fazla olan ülkelere doğru bir yönelme göstermektedir. Kongre katılımcıları genel olarak kültür düzeyi ve gelir seviyesi yüksek kesimlerden oluştuğu için kongreye katılımın yanı sıra bir tatil imkânı ve en azından bir turistik kent ziyaret etme ve eğlenme şansını elde etmektedir. Bu itibarla, kongrenin konusu kadar yapıldığı mekân ve mekânın yer aldığı kent de önem taşımaktadır. Son dönemlerde 5 yıldızlı büyük tesislerde yapılan kongreler dünyada olduğu kadar Türkiye'de de ön plana çıkmıştır.

Kongre ve toplantı pazarını besleyen, "iş seyahatleri" gelişmiş ülkelerde yavaşlama eğilimine girerken, gelişmekte olan pazarlarda yükselmektedir. İş seyahatleri ve harcamalarında ABD ile yarışan Çin ise dikkat çekmektedir. Global Business Travel Association (GBTA - Global İş Seyahatleri Birliği), iş seyahatlerinin gelişmiş ülkelerde yavaşlarken, gelişmekte olan pazarlarda artış gösterdiğini açıklamıştır.

Ekonomisi hız kesmesine karşın Çin'in 2017 yılında dünyanın en büyük iş seyahatleri pazarı olarak ABD'yi geçeceği tahmin edilmektedir. Çin'in, iş kaynaklı seyahatlerindeki harcamaların, 2014'te yüzde 16,6 artarak 261 milyar dolara çıktığı kaydedilmiştir. Bu rakamın 2015'te yüzde 14,2 ve gelecek yıl yüzde 12 daha artacağı, böylelikle pazarın 334 milyar dolara ulaşarak, Çin'in en büyük iş seyahati pazarı olan ABD'yi geçeceği öngörülmektedir.

*GBTA verileri

Kıta	Kongre turizminden aldığı pay (%)
Avrupa	56,1
Kuzey Amerika	17,1
Asya	13
Güney Amerika	5,1
Avustralya	4,4
Afrika	4

*ICCA - Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği verileri

Son Elli Yıl Uluslar Arası Toplantı Sayıları

Yıl Aralığı	Uluslar arası Kongre & Toplantı Sayıları
1998-2002	25,535
2003-2007	40,823
2008-2013	66,529
Toplam (Son elli yıl 1963-2013)	185,117

*ICCA - Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği verileri

Son On Yıl Uluslar Arası Toplantı ve Katılımcı Sayıları

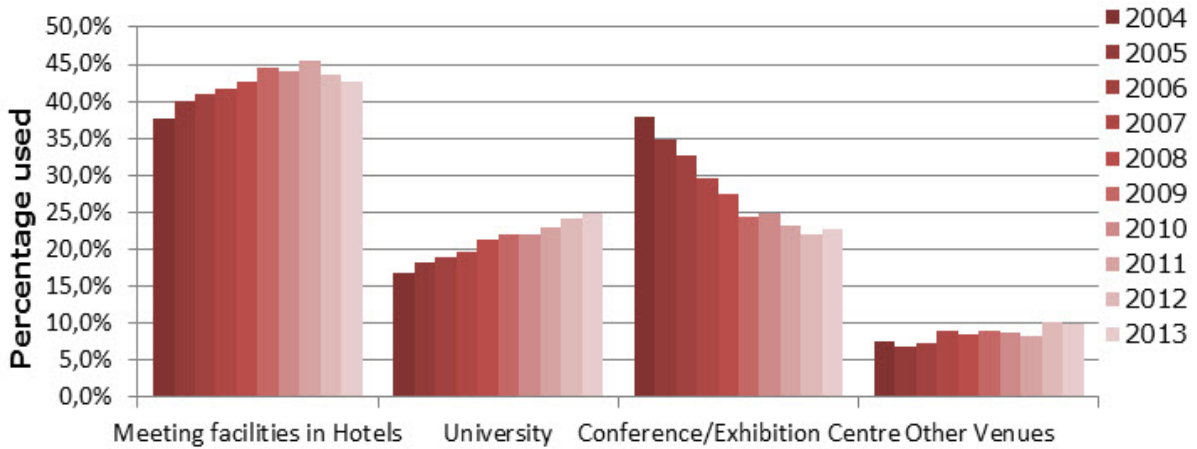
Yıl	Toplam Toplantı/Kongre Sayısı	Ortalama Katılımcı Sayısı
2004	7,513	426
2005	8,023	417
2006	8,773	416
2007	9,638	396
2008	10,466	406
2009	11,055	386
2010	11,727	383
2011	12,068	377
2012	12,224	386
2013	11,685	393

*ICCA - Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği verileri

Uluslar Arası Kongrelerde Mekân Tercihleri

Kongre Yeri	1993-1997	1998-2002	2003-2007	2008-2013
Oteller	31.1%	33.0%	40.2%	42,5%
Kongre Merkezleri	40.4%	37.7%	33.8%	22,5%
Üniversiteler	19.1%	18.9%	18.1%	25%
Diğer Mekânlar	9.4%	10.3%	7.9%	10%
Toplam	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*ICCA - Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği verileri



Meetings Congress venue



ICCA (Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği) verilerini incelediğimizde Avrupa ve Kuzey Amerika'nın Kongre Turizminden en çok pay alan bölgeler olduğu görölmektedir.

Avrupa'nın %60'a yakın yüksek bir oranı oluşturması, bu bölgedeki ölkelerin; teknik ve mesleki anlamda gelişmiş olması, sektörel ilerlemeye ve birlikteliğe önem vermeleri, inovasyonları yakından takip etmeleri, global anlamda trendlere yön vermeleri, güçlü ekonomilere sahip olmaları ve en önemlisi coğrafi yakınlık, gelişmiş altyapı ve teknoloji, profesyonel hizmet gücü sebepleriyle yine kendi bölgelerindeki Avrupa ölkelerini tercih ediyor olmaları şeklinde yorumlanabilir.

Verilerde dikkat çeken bir diğer noktada, ortalama katılımcı sayısında son on yılda yaşanan yüzde on oranındaki düşüştür. Böylelikle, kongre yapılan alanların arttığını, daha fazla kongre sayısı ile katılımcıların daha küçük ve odak gruplar halinde organize olduğu görölmektedir. Kişi sayılarının azalması ve kongrelerinin bir meslek alanı içerisindeki daha spesifik bölümlere ayrılmasıyla, etkinlik mekânları da devasa kongre merkezlerinden çok Otellere yönelmektedir. Özellikle katılımcı sayısı az olan kongrelerde etkinlik alanı olarak Otellerin tercih edilmesi, transfer zahmetinden de kaçınılması olarak yorumlanabilir.

Her zaman olduğu gibi, Eylül ayı etkinlikler kapsamında, en çok tercih edilen ay olmaya devam etmekle, Haziran ayı ikinci sırada, Ekim ayı ise üçüncü sırada gelmektedir.

Kongre ve Toplantı seyahatlerindeki kalış süresi ise son yirmi yılda 4,5 günden, 3,7 güne gerilemiştir.

Sektörlere göre yapılan etkinliklerin dağılımını incelediğimizde Tıp Bilimleri %16,7 pay ile ilk sırada yer alırken, sıralamayı %13,3 ile Teknoloji, %13,3 ile Fen Bilimleri takip etmektedir. Sanayi, Sosyal Bilimler, Ekonomi, İletişim en çok toplantı gerçekleştiren diğer sektörler arasında yer almaktadır.

Türkiye'de Kongre Turizmi

Türkiye'nin Kongre Turizmi kavramı ile tanışması ise 1995 yılında HABİTAT II'nin İstanbul'da yapılması ile olmuştur. Çünkü Kongre Turizmi için her şeyden önce bir kongre merkezi veya merkezleri yapılmasına ihtiyaç duymaktadır. Türkiye ilk ciddi kongre merkezine Habitat II nedeniyle tamamlanan Lütfü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı ile kavuşmuştur. Habitat öncesi dönemde de İstanbul'da kongreler düzenlenmişse de İstanbul ve Türkiye için kongre turizminin dönüm noktasının Habitat II olduğu tartışmasızdır.

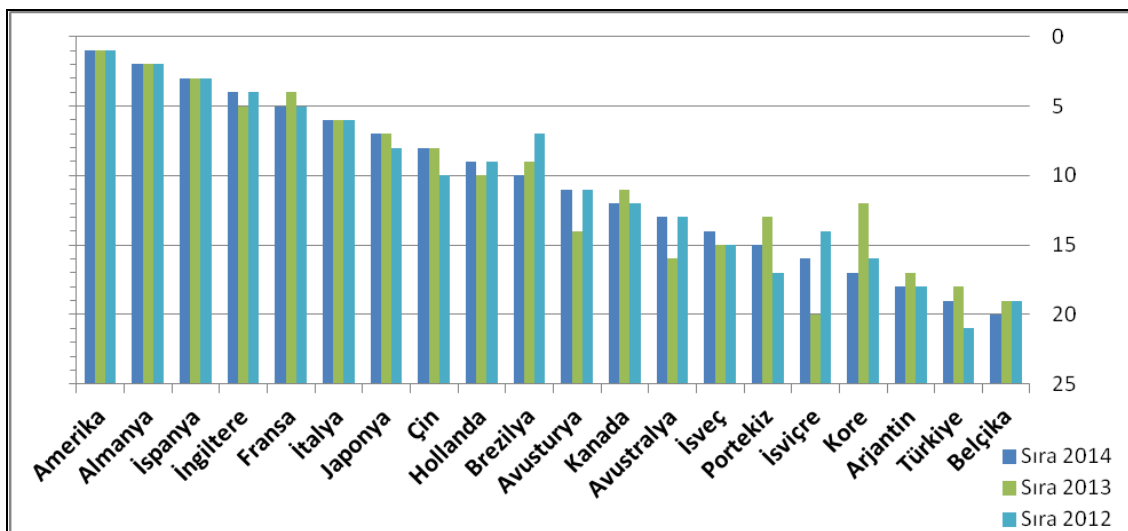
Bu organizasyon akabinde kongre ve iş turizmi alanında çalışmalar ve yatırımlar hızlandırılmış, etkinlik merkezleri artırılmış ve özellikle yeni otel yatırımları, toplantı segmenti ön planda tutularak tasarlanmıştır. Böylelikle uluslar arası turizmde en önemli alan olarak gösterilen Kongre ve Toplantı seyahatleri, Türkiye için de bir kaynak pazar haline gelmiştir.

Kongre turizminde destinasyon tercihlerini etkileyen en önemli etmenler; ulaşım, güvenlik, kongre altyapısı olarak öne çıkarken; doğal afetler (deprem, sel vs.) ile siyasi istikrarsızlık ise tercihi hızla olumsuz etkileyen etmenler olarak görölmektedir.

Ölkemiz Kongre Turizmi açısında önemli bir potansiyel içermekle beraber, güçlü ve zayıf yanları, fırsatlar ve tehditler anlamında aşağıdaki gibi bir analiz ortaya konulabilir.

<p>Güçlü Yanları</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ulaşılabilirlik (Geniz uçuş ağı ve coğrafi konumun avantajı ile pek çok noktaya kısa uçuş süresi) - Doğal güzellikler - Tarih ve Kültür - Özgün turizm alanları (Kapadokya, Pamukkale) - İş sahasındaki ve kamudaki İngilizce konuşan sayısında artış - E-vize kolaylığı - Zengin Türk Mutfağı - Eğlence ve Alışveriş imkânları - İç turizmde artan toplantı ve kongre talepleri - Türk Misafirperverliği 	<p>Zayıf Yanları</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tanıtım zayıflığı ve plansızlığı - Artan maliyetler - Bürokratik süreçler (uluslar arası kongre işlemleri için) - Şehir içi trafiği (İstanbul) ve toplu taşımada yetersizlik, konforsuzluk - Altyapı yetersizlikleri -Kongre Turizmi alanında yetişmiş profesyonel azlığı - Kongre Bürolarının sayılarının azlığı ve istenilen verimde çalışmamaları
<p>Fırsatlar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Genç ve eğitimli bir işgücünün yetişiyor olması - Özellikle sağlık sektöründeki gelişmeler - Gelişmekte olan altyapı ve üstyapı 	<p>Tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bürokrasinin turizm alanında yarattığı zorluklar -Döviz kurundaki istikrarsızlık -Artan rekabet -Özellikle Avrupa Ülkelerinde devam eden ekonomik sıkıntı -Global ekonomilerde durgunluk ve geri çekilme - Şehir Merkezindeki alanların tükenmesi ve yeni etkinlik/konaklama/toplantı merkezleri yatırımları için şehir dışına yönelmesi

Uluslar arası Kongre ve Toplantı segmentinde Dünya Sıralaması

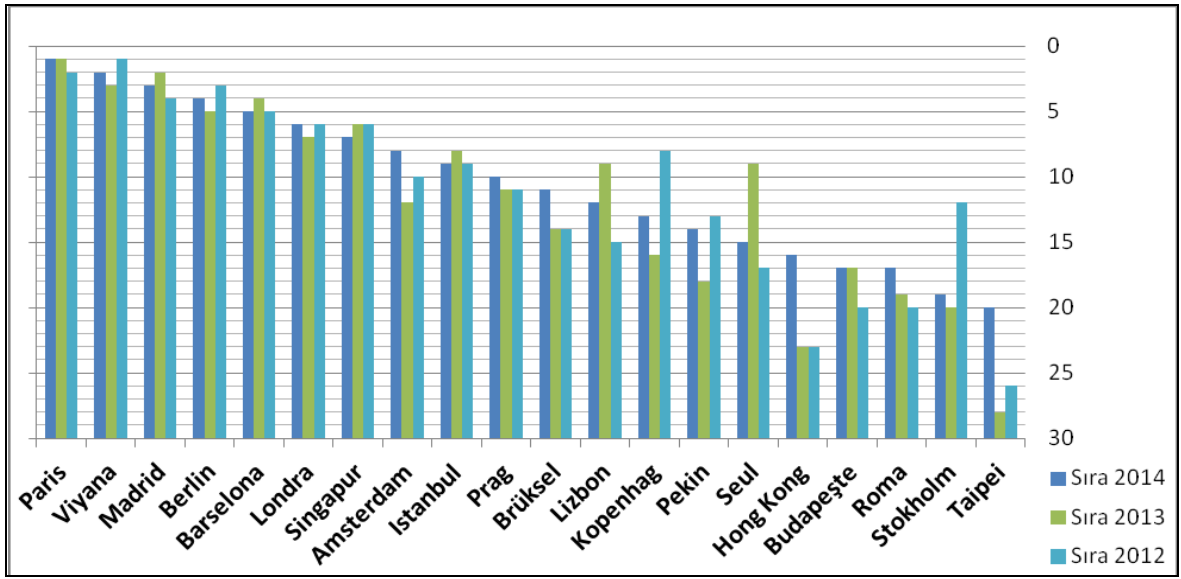


Ülkemizin bu alandaki sayısal değerlerini incelendiğinde,

2013 yılında bir önceki yıla gerek kongre sayısı, gerekse sıralama anlamında güzel bir başarı yakalandığı gözlemlenmektedir. 2012 yılında 179 olan kongre sayısı, 2013 yılında yaklaşık %25 artışla 221' ulaşmış ve dünya sıralamasındaki yerimiz 21'den, 18'e yükselmiştir.

2014 yılında ise sıralamadaki yerimiz 19 olurken, gerçekleşen kongre sayısı 190'a gerilemiştir. Verileri genel olarak incelediğimizde Ülke sıralamasında ilk on ülkenin nerdeyse hiç değişmediğini görmekteyiz. Bu ülkelerin gerek turizm anlamında gerekse ekonomik anlamda güçlü ülkeler olduğu ve belirgin turizm stratejilerinin olduğunu düşünürsek sürpriz bir tablo olmadığı aşikârdır.

Uluslar arası Kongre ve Toplantı segmentinde Destinasyon Sıralaması



Destinasyonlar açısından bakıldığında ise ülkemizde kongre turizminin en yoğun olduğu şehrimiz İstanbul, 2014 yılında dünya sıralamasında 130 kongre ile 9. sırada yer almıştır. Sıralamadaki yerimiz ve kongre sayısı bakımından, İstanbul'un iki yıl önceki sayıya gerilediği görülmektedir.

Barselona, Singapur, Lizbon ve İstanbul dışındaki destinasyonların 2014 yılında bir önceki yıla göre performanslarını arttırdığı görülmektedir.

Ülkeler arası ilk on sıralama son üç yılda, nerdeyse sabit olarak seyretmişken, destinasyonlar içerisinde ilk on kendi içerisinde değişkenlik göstermektedir. Dolayısıyla, Ülkelerin destinasyon bazlı pazarlama yaptığı ve kendi içlerinde yeni destinasyonlar yaratarak, zayıf bölge ve dönemler için yeni kaynak segmentler yarattığını böylelikle istikrarlarını koruduklarını söyleyebiliriz.

SONUÇ

- Kongre Turizmi Ülkemiz için önemli bir kaynak pazardır.

- Kongre Turizmi misafirleri seçecekleri destinasyonun altyapı ve teknolojik yeterliliğine oldukça önem vermektedir. Destinasyonun global imajı da ayrıca belirleyici faktör olmaktadır.



- Yapılan görüşmelerde Türkiye'nin ve özellikle İstanbul'un erişilebilirlik açısından avantajlı olduğu, otel ve kongre merkezleri anlamında aranan standartları taşıdığı, özellikle mutfak anlamındaki zenginliğinin beğenildiği aktarılmıştır.
- Fuar bu yıl ilk kez katılan ülkeler olan Hindistan ve Arjantin'den ülkemize yönelik talepler olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Arjantinli alıcılar ile yapılan görüşmelerde; Türkiye'nin dizi sektöründen kazandığı çok başarılı bir imajı olduğu, yoğun bir ilgi yaşandığı, ancak ülkede artan enflasyon (%40) ve artan sosyal problemlerin handicap yarattığı, Acente ve Tur Operatörlerinin, Türk Hava Yolları'nın politikasıyla da, Buenos Aires - İstanbul - Tel Aviv - Buenos Aires ve Buenos Aires - Atina - İstanbul - Buenos Aires paket satışlarına yöneldiği ve güzel neticeler aldığı bildirilmiştir.
- Türkiye standında görüşülen alıcılar, özellikle incentive grupları için kalış süresi kapsamında, günlük aktivite programı talep etmişlerdir. Alıcıların, program ve organizasyon operasyonu için DMC/Yerel Organizasyon Partnerleri ile görüşmeye taraf olmadıkları gözlemlenmiştir. Etkinlik yapılacak otel ve mekân bilgilerinden ziyade, şehir yaşamı, kültürel aktiviteler ve şehrin yıllık etkinlik ajandası hakkında bilgi talep etmişler, tarihlerini bu yönde oluşturmak istediklerini belirtmişlerdir. Bu anlamda ülkemizdeki destinasyonlara yönelik opsiyonel programlar ve etkinlik takvimleri anlamında eksikliğimiz olduğu tespit edilmiştir.
- Fuar süresinde öne çıkan en önemli kavramlardan biri tüm turizm çeşitlerinde olduğu gibi "yeni nesil turist" kavramı olmuştur. "Yeni turist"; marka bilinci daha yüksek ancak markaya sadakati daha az, en iyi tercihi yapmak için çevresi ile sürekli etkileşim halinde, teknoloji kullanımında daha bilgili ve internet kaynaklı karar veren, paket tatil turlarını tercih etmeyen, daha esnek, kendi segmentine uygun, kişiselleştirilmiş teklifler arayan, tatili artık eğitim ve profesyonel gelişimin bir parçası olarak algılayan, çevreye daha duyarlı, bir profil çizmektedir.
- Yapılan görüşmelerde ayrıca İstanbul'da gerçekleşen Ace of MICE etkinliği kapsamında bilgi talepleri de alınmıştır.
- Gelecek yıl bu alanda ülkemiz adına olağan dışı bir gelişme beklenmemektedir.
- Fuar süresince Türkiye standını ziyaret eden profesyonellerin listesi raporumuz ekinde yer almaktadır.

* Detaylı pazar raporu, 30.03.2015 tarihli ITB Berlin Turizm Fuarı Sonuç Raporumuzda açıklanmış olup, rapora web sayfamız Basın Bültenleri aracılığıyla ulaşabilirsiniz.
http://www.turob.com/basin_bultenleri.aspx

Kaynaklar _____ :

*Kültür ve Turizm Bakanlığı

*ICCA Uluslar arası Kongre ve Toplantı Birliği

(<http://www.iccaworld.com/newsarchives/archivedetails.cfm?id=4255>)

*GBTA - Global İş Seyahatleri Birliği

(http://www.gbta.org/foundation/pressreleases/Pages/rls_031015.aspx?Source=http://www.gbta.org/lists/news/All_items_all.aspx)

