img

hotel restaurant & hi-tech

TURİZM KONAKLAMA VE GASTRONOMİ DERGİSİ
Mart / March / 2024
ISSN : 1305-1792 | Fiyat 80 TL
www.hotelrestaurantmagazine.com

iş'te kadın röportaj

Yeşim Topalhan

Gorrion Hotel Istanbul
Genel Müdürü

2. TÜRSAB Turizm Kongresi gerçekleşti

Accor, Türkiye'de 5 yılda 100 otele ulaşacak

İşte **Türkiye'de** zincir ve grup otel sayısındaki **son durum!**

KONOVEN
GASTRONOMY & BAKERY EQUIPMENTS
zorman
www.konoven.com

Gastronominin ALTIN KAŞIKLARI dağıtıldı

Baba tavsiyesiyle şef SERHAT ELİÇORA

BİLHAN
Süt Ürünleri

Taze Sütten
DOĞAL LEZZETLER

www.bilhansuturunleri.com.tr

ÇALLI
Pastacılık

USTA LEZZETLERİN
SIRRI

0216 592 42 70 - 71-72

info@callipastacilik.com.tr

SPEED-X

SPEED-X™, kendi kendini yıkayan ilk kombi hızlı fırın: mükemmel kombinasyon kalite ve hız.

unox.com

+90 530 176 62 03

UNOX®

Kombi Modu

Taviz vermek zorunda kalmamak için üretildi.

Kusursuz pişirmeyi garanti etmek için Konveksiyon ve buhar bir araya geliyor.

250 makaron makarna

12 dakika içinde

7.5 kilo sandviç patates

20 dakika içinde

15 bölünmüş korniş tavuk parçaları

35 dakika içinde

HYPER.Speed Modu

Türünün ilk örneği.

Pişirme ve mikrodalgaları bir araya getiren devrim niteliğindeki teknoloji.

1.5 kg bütün patates

420 saniyede

6 adet fileto somon ile sebzeler

150 dakika içinde

6 adet tavuk şnitzel ile mantarlar

180 dakika içinde

ggmgastro

Şarap Buzdolabı
2 iklim bölgesi
410 Litre
Kapasite: 160 Şişe
ART: WKM450S-2N

Şarap/Şampanya Standı
Yükseklik: 61 cm
Ağırlık: 5 kg
ART: CHSPG61

ggmgastro.com

ggmgastro

ONLINE MAĞAZAMIZA **ÖZEL ÜRÜNLER**

GGM GASTRO

Farkıyla...

Şarap Dispanseri
Sıcaklık aralığı: 7 °C bis 18 °C
LED sıcaklık göstergesi
ART: WDA2

ggmgastro.com

hotel & restaurant

hotelrestaurantmagazine

@Hitechdergisi

hotelrestaurantmagazine

Şehirler otel, kıyılar oda sayısında lider: İlk 3 yine değişmedi

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, "2023 Yılı Turizm Verileri Değerlendirme Toplantısı"nda geçtiğimiz yılın verileriyle birlikte bakanlık çalışmalarını değerlendirdi. 2023'ün turizmde rekor yılı olduğunu belirten Ersoy, 2024 yılı hedefleri için hangi rakamları açıkladı? Detaylara "gündem" başlığımızdan ulaşabilirsiniz.

Geçtiğimiz haftalarda Accor Türkiye Operasyon Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu, zincir grubun Türkiye'deki hedef ve yatırımları hakkında geniş bir bilgilendirme toplantısı yaptı. Da Vittorio Ristorante Italiano'nun leziz yemekleri eşliğinde gerçekleşen o samimi toplantıdan ayrıntılar "gündem" başlığımızda!

Gorrion Hotel Istanbul'un Genel Müdürü. Aslen fen-matematik kökenli. Turizmle güçlü bağlarını kuran ise, işin matematiksel yönü kadar sosyal ilişkileri kuvvetlendiren dinamik yapısı da. 90'lı yılların başında turizme resort otelcilikle girişini yapan, yurt içi ve yurt dışı açılış tecrübeleri ile kariyer yolculuğunun ana yapı taşlarını oluşturan Yeşim Topalhan bu sayımızın iş'te kadın konuğu...

Otel zincir ve gruplarının en fazla ilgi gösterdiği ülkelerin başında gelen Türkiye'de zincir ve grup otel sayısı 67'ye ulaştı. 46'sı yerli, 21'i yabancı olan zincir ve grup otellerdeki oda kapasitesi 157 bine yükseldi. İlk 3 yine değişmedi. Haberin ayrıntılarını "gündem" başlığımızdan okuyabilirsiniz.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nce bu yıl ikincisi düzenlenen TÜRSAB Turizm Kongresi 16-18 Şubat tarihleri arasında gerçekleşti. Kongrenin açılışında konuşan Başkan Firuz Bağlıkaya, 1618 Sayılı Yeni Yasa'ya atıfta bulunarak, "Bizlerin yok olacağını düşünmek turizmin yok olacağını düşünmektir. Biz var oldukça turizm, turizm var oldukça seyahat acentaları olacaktır. Seyahat acentaları var oldukça onların meslek örgütü TÜRSAB da var olacaktır" dedi. Royal Seginus Hotel Antalya'da düzenlenen kongrede ılımlı bir konuşma yapan Bağlıkaya'nın mesajları "gündem" başlığımızda.

Mutfak Dostları Derneği tarafından bu yıl beşincisi organize edilen 5. Altın Kaşık Gastronomi Ödülleri sahipleriyle buluştu. Four Seasons Sultanahmet ev sahipliğinde düzenlenen gecede açıklanan ödüllerin kategorileri ve kazananları "gastro etkinlik" sayfalarımızda.

Bolu, Mengen doğumlu. Baba memur, anne ev hanımı. Ailedeki tek aşçı. Diğer herkes neredeyse ya öğretmen ya farklı iş kollarından devlet memuru. Serhat Eliçora'nın çocukluğunda en büyük tutkusu, bilgisayarlar. Bir kasayı rahatlıkla söküp takacak kadar düşkün üstelik de. Anlattığına göre bilgisayar mühendisliğine takıyor kafayı o vakitler. Üstüne üstlük Anadolu Teknik Lisesi Bilgisayar Bölümü'nü de kazanıyor. Ne var ki kayıt tarihini kaçırmasıyla soluğu Mengen Anadolu Aşçılar Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde alıyor. O da baba tavsiyesiyle malum! IZAKA Terrace'nin Executive Şefi Eliçora'nın ek kontenjanla girip beş yıldızlı sofralara uzandığı başarılı şeflik yolculuğu da bu sayımızda!

Cities are the leaders in the number of hotels, coasts are the leaders in the number of rooms: The top 3 remain unchanged

Minister of Culture and Tourism Mehmet Nuri Ersoy evaluated the ministry's work with last year's data at the "2023 Tourism Data Evaluation Meeting". Stating that 2023 will be a record year in tourism, what figures did Ersoy announce for the targets for 2024? You can find the details in our heading of "agenda".

In recent weeks, Accor Turkey Vice President of Operations Sinan Köseoğlu held an extensive information meeting about the chain group's goals and investments in Turkiye. Details from that intimate meeting, accompanied by delicious food at Da Vittorio Ristorante Italiano, are in our "agenda" heading!

General Manager of Gorrion Hotel Istanbul... Originally from science-mathematics background. What establishes her strong ties with tourism is the dynamic structure that strengthens social relations as well as the mathematical aspect of the business. Yeşim Topalhan, who entered tourism with resort hotel management in the early 90s and formed the main building blocks of her career journey with her domestic and international opening experiences, is the female in business guest of this issue.

The number of chain and group hotels in Turkiye, which is one of the countries where hotel chains and groups show the most interest, has reached 67. The room capacity in chain and group hotels, 46 of which are local and 21 of which are foreign, increased to 157 thousand. The top 3 remained unchanged. You can read the details of the news in our "agenda" heading.

TÜRSAB Tourism Congress, organized for the second time this year by the Association of Turkish Travel Agencies, was held between 16-18 February. Speaking at the opening of the congress, President Firuz Bağlıkaya, referring to the New Law No. 1618, said, "To think that we will disappear is to think that tourism will disappear. As long as we exist, there will be tourism, and as long as tourism exists, there will be travel agencies. "As long as travel agencies exist, their professional organization TÜRSAB will also exist," she said. The messages of Baglikaya, who made a moderate speech at the congress held at Royal Seginus Hotel Antalya, are in our "agenda" heading.

The 5th Golden Spoon Gastronomy Awards, organized for the fifth time this year by the Kitchen Friends Association, met with their winners. The categories and winners of the awards announced at the night hosted by Four Seasons Sultanahmet are on our "gastro event" pages.

Born in Bolu, Mengen... The father is a civil servant, mother is a housewife... The only cook in the family... Almost everyone else is either a teacher or a civil servant from different branches of work. Serhat Eliçora's biggest passion in his childhood was computers. Moreover, he is passionate enough to easily disassemble and reassemble a safe. According to what he said, he was obsessed with computer engineering at that time. Moreover, he also gets into Anatolian Technical High School Computer Department. However, after he missed the registration date, he went to Mengen Anatolian Cooks Hotel Management and Tourism Vocational High School. This is also known as father's advice! The successful chef journey of IZAKA Terrace's Executive Chef Eliçora, where he entered with an additional quota and reached five-star tables, is also in this issue!

Hatice Ünal Bilen

İmtiyaz Sahibi

İSTMAG MAGAZİN GAZETECİLİK İç ve Dış Tic.Ltd.Şti. Adına — **H. FERRUH IŞIK**

GENEL MÜDÜR (Sorumlu) — **MEHMET SÖZTUTAN** *mehmet.soztutan@img.com.tr*

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ — **HATİCE ÜNAL BİLEN** *hatice.unal@img.com.tr*

REKLAM SATIŞ PAZARLAMA
REKLAM KOORDİNATÖRÜ
Emir Ömer ÖCAL
emir.ocal@img.com.tr
0212 454 22 22

KONSEPT TASARIM — **TOLGA ÇAKMAKLI** *tolga.cakmakli@img.com.tr*

TEKNİK MÜDÜR — **TAYFUN AYDIN** *tayfun.aydin@img.com.tr*

BİLGİ İŞLEM — **İMG WEB TEAM MAIL** *web@img.com.tr*

YAYIN DANIŞMANLARI — **Prof. Dr. HÜSNÜ GÜNDÜZ**
Doç. Dr. MURAT DOĞDUBAY
GÜRKAN BOZTEPE
Gastronomi Turizmi Derneği Başkanı
TEZER ÖNER
Agon Danışmanlık / Gayrimenkul ve İşletme Yatırım Danışmanı
HÜSEYİN KURT
Uluslararası MICE Endüstrisi Derneği Başkanı
AYDIN DEMİR
Yeditepe Üniversitesi Gastronmi Mutfak Sanatları Chef Öğretim Görevlisi/ The Maestro Hotel Executive Chef

website
www.hotelrestaurantmagazine.com
e-mail
info@img.com.tr

CTP - BASKI — **İHLAS GAZETECİLİK A.Ş.**
Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi İhlas Plaza No:11 A/41 Yenibosna–Bahçelievler/ İSTANBUL
Tel: +90 212 454 30 00 Fax: +90 212 454 34 94
www.ihlasmatbaacilik.com

İRTİBAT BÜROLARIMIZ — **BURSA +90.224 211 44 50-51**
KONYA +90.332 238 10 71

ADRES — **İSTMAG**
Magazin Gazetecilik Yayıncılık İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.
İHLAS MEDIA CENTER
Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi
No: 11 Medya Blok Kat: 1
34197 Yenibosna / İstanbul / Turkey
Tel: 0212 454 22 22
Faks: 0212 454 22 93

İSTANBUL MAGAZİN GRUBU

hotel & restaurant hi-tech dergisinde yer alan makalelerdeki fikirler yazarlarına aittir. Yayınlanan ilanların sorumluluğu reklam verene aittir. **hotel & restaurant hi-tech** dergisinin bütün yayın hakları İSTMAG Magazin Gazetecilik Yayıncılık İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.'ne aittir. Yazılar kaynak gösterilmeden yayınlanamaz. Yaygın süreli bir yayın olan **hotel & restaurant hi-tech** dergisi ayda bir yayınlanır. ISSN:1305-1792

bambum®

Reeds
Sunum Tepsisi

@bambum

www.bambum.com.tr

App Store
Google play
/ bambum

hotel & restaurant & hi-tech

Bu sayımızda

antre

10 Sektörden kısa haberler

gündem

16 İşte Türkiye'de zincir ve grup otel sayısındaki son durum

20 Dedeman yönetiminde koltuk değişimi

22 Turizm hedef yükseltti

26 Wyndham EMEA'nın liderleri İstanbul'da buluştu

28 İTP gündemi hareketli

30 TUROYD Başkanı'ndan belediye başkanlarına çağrı

32 GlobeMeets kurucu ekibi, 2024 projeksiyonunu tanıttı

36 Öner: Git o turisti bul getir, saçlarını yol getir

38 EMITT Fuarı 27. kez kapılarını açtı

42 Türkiye kruvaziyer pazarında rakiplerine karşı ne durumda

44 2. TÜRSAB Turizm Kongresi gerçekleşti

yeni yatırımlar

48 Accor, Türkiye'de 5 yılda 100 otele ulaşacak

52 Elite Grubu 2030'a kadar 50 otele ulaşacak

FSUMMIT
CONGRESS & EXHIBITION

54 Radisson Grubu 2023'te rekor seviyede büyüdü

58 Waldorf Astoria, Seyşeller'de

62 Dedeman 2024'ün ilk imzasını Sapanca için attı

yatırım

66 Kadim zeytin ağaçları gölgesinde eşsiz bir deneyim: Zeyt Inn

iş'te kadın

68 Topalhan: Turizmin en çok dinamik ve kendini yenileyen yapısını seviyorum

marka

74 Tüzemen: İhracattan çok müşterilerimizin yapacakları ithalata odaklıyız

76 Yüksel: 2024, genişleme ve derinleşme yılımız olacak

78 Bilardo masalarında referans marka: Zeki Bilardo

şefin gözünden

80 Baba tavsiyesiyle şef: Serhat Eliçora

gastro etkinlik

84 Gastronominin altın kaşıkları dağıtıldı

86 Türk gastronomisine değer katanlar GTD etkinliğinde buluştu

88 Ceres kış menüsünü gastronomi yazarlarına deneyimletti

90 Emre Şef ve ekibi dünya finali bileti için yarışacak

gastro güncel

92 Barry Callebaut 2024 çikolata trendlerini araştırdı

94 Doğan: Türkiye gastronomisinin büyük ustası

96 2023'te kaç lokanta kapandı

98 Tartıcı: Geleceğimiz için doğayla barışmalıyız

fuar

100 Anfaş Food Product, EDT'yi 30'uncu kez buluşturdu

102 Cargill, geniş çözüm yelpazesini şeflere tanıttı

104 SuperFresh lezzetlerine profesyonel şeflerden tam not

106 Bizim Toptan EDT'de açık ara liderliğini ilan etti

108 Ambiente Fuarı küresel liderlik konumunu daha da artırdı

110 34. Anfaş Hotel Equipment Fuarı yoğun ilgiyle sona erdi

gastro aktüel

112 Gastronomi sektöründen haberler

yeni mekan

114 Le Pain Quotidien yeni şubesiyle Fulya'da

115 Genova 1050 şimdi de Yalı Ataköy'de

HoReCa teknoloji & sistemleri

116 Turizmde 2024 yapay zeka yılı olacak

117 Protel ve Interel sürdürülebilirlik için iş birliği yaptı

118 HoReCa teknoloji ve sistemleri

www.hotelrestaurantmagazine.com

BAR BLENDER

Dijital ve manuel Model
Digital and manuel model

2 ve 3 Lt
Sürahi kapasitesi
2 and 3 Lt Jug capacity

3 Farklı
renk seçeneği
3 Different color options

2200 W motor gücü
2200 W motor power

Buz kırma
özelliği
Ice Crushing

omake
All Kitchen Equipments

oma | Ömer Atiker Holding A.Ş.

Celestyal'den **yeni bir rota**

Atina – Yunan Adaları ve ötesine seyahatler düzenleyen Celestyal, Journey gemisi ile Kasım 2024'ten itibaren Basra Körfezi'nde 4 yeni ülkeyi ve 6 yeni uğrak limanını ziyaret edeceğini duyurdu.

Celestyal Journey, yeni 7 gecelik Desert Days' turu için 9 Kasım'da Katar Doha'dan yola çıkacak ve ilk kez Bahreyn, Dubai, Umman, Sir Bani Yas Adası ve Abu Dabi'ye uğrayacak. Celestyal ayrıca, iki gemiden oluşan filosu ile yıl boyunca seferler düzenleyeceğini ve mevsimlik seferlerin de olacağını teyit etti. Buna göre, filoya bu yıl katılan 1.266 yolcu kapasiteli Celestyal Discovery, Kasım-Mart 2025 tarihleri arasında Yunanistan, Türkiye, Kıbrıs, İsrail ve Mısır'ı kapsayan Üç Kıta seyahatini gerçekleştirecek. Celestyal'in Nisan'dan Ekim'e kadar devam edecek olan programı Heavenly Adriatic; Yunanistan'dan hareketle, Karadağ, Hırvatistan ve İtalya olmak üzere 4 ülkeyi kapsayacak. Celestyal Journey bu rotada Kefalonya, Dubrovnik, Kotor, Korfu, Bari ve Katakolo'ya uğrayacak. Heavenly Adriatic Yaz Programı'nda Karadağ, Hırvatistan, İtalya ve Yunanistan'ı kapsayacak; turlar Venedik'den başlayacak. Bir Ege klasiği olarak Yunan Adaları ve Türkiye'yi kapsayan Idyllic Aegean turları ve Mart-Kasım ayları arasında Celestyal Discovery ile 3, 4 gecelik Iconic Aegean seferleri de devam edecek.

A new route from Celestyal

Celestyal, organizing trips to Athens - the Greek Islands and beyond, announced that it will visit 4 new countries and 6 new ports in the Persian Gulf starting from November 2024 with the ship called Journey.

Celestyal Journey will depart from Doha, Qatar, on November 9 for its new 7-night Desert Days tour, stopping by Bahrain, Dubai, Oman, Sir Bani Yas Island and Abu Dhabi for the first time. Celestyal also confirmed that it will organize voyages throughout the year with its fleet of two ships and that there will also be seasonal voyages. Accordingly, Celestyal Discovery, with a capacity of 1,266 passengers, which joined the fleet this year, will travel to Three Continents, covering Greece, Turkey, Cyprus, Israel and Egypt, between November and March 2025. Heavenly Adriatic, Celestyal's program that will run from April to October; will cover 4 countries with Greece departure: Montenegro, Croatia and Italy. Celestyal Journey will visit Kefalonia, Dubrovnik, Kotor, Corfu, Bari and Katakolo on this route. Heavenly Adriatic Summer Program with Venice departure will include Montenegro, Croatia, Italy and Greece. As an Aegean classic, Idyllic Aegean tours covering the Greek Islands and Turkey and 3, 4-night Iconic Aegean cruises with Celestyal Discovery between March and November will go on.

Yunanistan Turizm Bakanı TÜRSAB heyeti ile bir araya geldi

Türkiye'de temaslarda bulunan Yunanistan Turizm Bakanı Olga Kefaloyanni başkanlığındaki Yunanistan heyeti İstanbul'da TÜRSAB heyeti ile görüştü.

Temaslarda bulunmak üzere Türkiye'ye gelen Yunanistan Turizm Bakanı Olga Kefaloyanni başkanlığındaki Yunanistan heyeti Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Yönetim Kurulu Başkanı Firuz Bağlıkaya başkanlığındaki TÜRSAB heyeti ile Biz İstanbul'da yemekli bir çalışma toplantıda bir araya geldi. Ortak çalışmanın önemine dikkat çeken Yunan Bakan, 10 Yunan adası için planlandığı açıklanan kapıda vize uygulamasının mart ayı itibariyle başlayıp yıl boyunca devam edeceğini kaydetti. Kefaloyanni, Türk turistlere çok aşina olmadıkları bölgeleri de açmayı ve buraları da tanıtmayı hedeflediklerini belirtti. TÜRSAB Başkanı Bağlıkaya ise, iki ülke arasındaki turist trafiğinin artması için çaba gösterdiklerine işaret ederek kapıda vize uygulamasına diğer Yunan adalarının da dahil edilmesini beklediklerini ifade etti.

Greece Minister of Tourism Gathered with TÜRSAB delegation

The Greek delegation led by Greek Tourism Minister Olga Kefaloyanni, who had contacts in Turkey, gathered with the TÜRSAB delegation in Istanbul.

The Greek delegation, headed by the Greece Minister of Tourism Olga Kefaloyanni, came to Turkey to hold contacts, and gathered with the TÜRSAB delegation, headed by the Chairman of the Board of Directors of the Association of Turkish Travel Agencies (TÜRSAB), Firuz Bağlıkaya, at a business dinner in Biz Istanbul. Drawing attention to the importance of joint work, the Greek Minister noted that the visa on arrival application, which was announced to be planned for 10 Greek islands, will start as of March and continue throughout the year. Kefaloyannis stated that they aim to open and introduce regions that Turkish tourists are not very familiar with. TÜRSAB President Bağlıkaya pointed out that they are making efforts to increase tourist traffic between the two countries and stated that they expect other Greek islands to be included in the visa on arrival application. Bağlıkaya, stated that they were very pleased with the efforts made at the Greek consulate to shorten the visa processes and obtain faster results and their results.

ZEKI Bilardo

Türkiye Bilardo Federasyonu' nun Resmi Sponsoru

www.**zekibilardo**.com.tr

Firuzköy, Mezarlıkaltı Cd.
No:8, 34325 Avcılar / İstanbul
+90 (212) 428 4070
mail@zekibilardo.com.tr

Dorak Holding,
5 kıtadan iş ortaklarıyla buluştu

Türkiye başta olmak üzere uluslararası alanda yeni projelerine devam eden Dorak Holding; 14- 17 Ocak tarihlerinde dünyanın 5 kıtasından 250 çalışanı ve iş ortağını dev bir organizasyonla İstanbul'da bir araya getirdi.

Dünyanın 23 farklı ülkesinden turizm temsilcilerini ağırlayan "Building The Future" isimli vizyon toplantısında, Türkiye'nin 2024 turizm hedefleri, Türkiye'ye getirilen turistlerin sayısını artırma stratejileri ve turistlerin daha mükemmel hizmet alması için çözüm önerileri masaya yatırıldı. Başta İstanbul ve Kapadokya merkezli olmak üzere 28 farklı restorandan temsilciler, mağazacılar, turizm acenteleri, balonculuk firmaları ve

ulaşım profesyonellerinin de hazır bulunduğu toplantıda konuşan Dorak Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Ahmet Serdar Körükçü, İstanbul Ritz Carlton Otel'de gerçekleşen ve 2 gün süren çalıştayda, her bir ülke yetkisiyle ayrı ayrı temaslarda bulundu. 2023'te Kapadokya turist sayısının 4 milyona yaklaştığını ifade eden Körükçü, "2024'te bu sayının 10 milyona çıkabilme potansiyeli var. Bu rakamlar, bölgenin Türkiye turizm sektöründeki ikonik ve stratejik değerinin altını bir kez daha çiziyor diye düşünüyorum" dedi.

Dorak Holding,
Gathered with business partners from 5 continents

Dorak Holding, keeping with new projects internationally, especially in Türkiye, gathered 250 employees and business partners from 5 continents of the world in a giant organization in Istanbul between 14 and 17 January.

At the vision meeting titled "Building The Future", having hosted tourism representatives from 23 different countries of the world, Turkey's 2024 tourism targets, strategies to increase the number of tourists and solution suggestions for tourists to receive more quality service were discussed. Speaking at the meeting, where representatives from 28 different restaurants, mainly based in Istanbul and Cappadocia, retailers, tourism agencies, ballooning companies and transportation professionals were present, Dorak Holding Chairman and CEO Ahmet Serdar Körükçü said that the 2-day event took place at the Istanbul Ritz Carlton Hotel. During the ongoing workshop, he contacted each country's authorities separately. Stating that the number of tourists in Cappadocia is approaching 4 million in 2023, Körükçü said, "This number has the potential to increase to 10 million in 2024. I think these figures underline once again the iconic and strategic value of the region in the Turkish tourism sector."

Stratejik iş birliği

Yenilikçi bir B2B pazar yeri olan Roibos ve önde gelen konaklama teknolojisi sağlayıcısı HotelRunner, sektör standartlarını yeniden tanımlayacak stratejik iş birliklerini duyurdular.

HotelRunner ve Roibos iş birliği, operasyonları kolaylaştırmak, misafir deneyimini geliştirmek, tesislerin dağıtımlarını desteklemek, daha verimli ve karlı bir dağıtım ekosistemi oluşturmak için her iki şirketin de güçlü yanlarından besleniyor. Sürekli gelişen konaklama sektöründe bu stratejik iş birliği, Roibos'un otel dağıtımına yeni bir soluk getirme konusundaki kararlılığını ve 35 binden fazla B2B seyahat operatöründen oluşan şeffaf ve kapsamlı dağıtım ağını, HotelRunner'ın uçtan uca otel yönetimi çözümleri sunma konusundaki uzmanlığı ve dünya çapında 60 binden fazla tesisten oluşan kullanıcı tabanı ile bir araya getiriyor. İki sektör liderinin güçlerini birleştirmesi, hem tesislere hem de dağıtımcılara önemli bir değer sunmayı amaçlıyor. Roibos, HotelRunner'ın gerçek zamanlı envanter güncellemeleri için doğrudan bağlantı deneyimi sunan son teknoloji platformuna erişim sağlarken, oteller ve distribütörler arasında doğrudan kontrat yapılmasını kolaylaştırma konusundaki öne çıkan uzmanlığından da yararlanacak.

Strategic cooperation

Roibos, an innovative B2B marketplace, and HotelRunner, a leading hospitality technology provider, announced their strategic collaboration that will redefine industry standards.

The HotelRunner and Roibos collaboration draws on the strengths of both companies to streamline operations, improve guest experience, support the distribution of facilities, and develop a more efficient and profitable distribution ecosystem. This strategic collaboration in the ever-evolving hospitality industry demonstrates Roibos' commitment to bringing a new breath to hotel distribution and its transparent and comprehensive distribution network of more than 35 thousand B2B travel operators, HotelRunner's expertise in providing end-to-end hotel management solutions and user base of more than 60 thousand hotels worldwide. The joining of forces between two industry leaders aims to deliver significant value to both facilities and distributors. Roibos will benefit from its prominent expertise in facilitating direct contracting between hotels and distributors, while providing access to HotelRunner's cutting-edge platform that offers a direct connection experience for real-time inventory updates.

g2m

Ev Dışı Tüketimde Güvenilir Alışverişin Adresi

ÇÖZÜMDE **BİZ VARIZ**

ÜRÜNDE **BİZ VARIZ**

HİZMETTE **BİZ VARIZ**

KALİTEDE **BİZ VARIZ**

TEDARİKTE **BİZ VARIZ**

UZMANLIKTA **BİZ VARIZ**

g2m

www.g2m.com.tr | 0850 222 2 426

MUTFAKTA **BİZ VARIZ**

Can Göktaş'a yeni görev

Uluslararası turizm ve otelcilik sektörünün saygın isimlerinden Can Göktaş, Kaplankaya'daki mevcut Operasyon Direktörü (COO) görevinin yanı sıra, Six Senses Kaplankaya'da da Ocak 2024'ten itibaren genel müdür olarak görev yapacak. Göktaş, Kaplankaya'daki mevcut görevine ek olarak Six Senses Kaplankaya'nın Genel Müdürlük görevinin de teklif edilmesi ile ilgili olarak düşüncelerini ifade etti: "Kaplankaya'da gördüğüm büyük potansiyel, iki yıl önce Türkiye'ye dönme kararımda önemli bir rol oynadı. Kaplankaya çok özel bir destinasyon ve Ege yaşam tarzının gerçek bir temsili" dedi. Göktaş ayrıca, Kaplankaya'daki farklı fonksiyonları bir araya getirerek misafir deneyimini yükseltmenin sadece Kaplankaya'ya değil, genel olarak Türk turizmine değer kattığını ve bu çok özel yerin yıldızını parlattığını vurguladı.

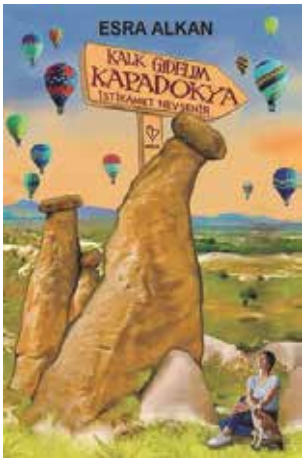
MK Group Turizm'de **üst düzey atama**

Türkiye'nin önde gelen otelcilik profesyonellerinden Erhan Enüstün, MK Grup Turizm bünyesindeki Radisson Blu Kaş, Mekvin Suit&Villa ve Mekvin Lighthouse projelerinden sorumlu Kaş Oteller Genel Müdürü olarak atandı. Meslek hayatına Divan Otellerinde başlayan ve kariyerine Richmond Nua Wellness-Spa, Les Ottomans, Maslak Sheraton Hotel, Hilton İstanbul Maslak, Çırağan Palace Kempinski ve Ceylan Intercontinental gibi markalarda üst düzey yöneticilik görevlerinde bulunan Enüstün, bundan sonraki süreçte meslek hayatında elde etmiş olduğu bilgi ve tecrübeleri MK Turizm Group bünyesinde aktarmaya devam edecek. Enüstün atamayla ilgili olarak "MK Grup'un benzersiz projelerini yönetmek ve bu projeleri Türk turizmine kazandırmak benim için büyük bir onur. Bu yeni görevimde, sektöre katkı sağlamak ve MK Grup'un zirveye çıkmasına liderlik etmek için sabırsızlanıyorum." açıklamasında bulundu.

Turizmle iç mimariyi buluşturan iş birliği

Dedeman Hotels & Resorts International ve Özyeğin Üniversitesi, genç iç mimar adaylarının ilham verici fikirlerini turizm sektörüyle buluşturmak amacıyla kapsamlı bir iş birliğine imza attı. İş birliği kapsamında Özyeğin Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü 4. sınıf öğrencileri; proje oteli olması için talep edilen "Dedeman Palandöken Ski Lodge" otelini, ders programlarıyla eş zamanlı olarak yeniden tasarladı. Turizm sektörüyle iç mimari akademi dünyasını bir araya getirmeyi amaçlayan ve mimarinin sektördeki önemli yerinin altını çizen iş birliğinde Özyeğin Üniversitesi öğrencileri, bir dönem boyunca çalışarak yaratıcılıkta sınır tanımayan tasarımlarını kapsamlı birer proje haline getirdiler. İş birliği kapsamında 1. ve 2. vize jürilerinde Dedeman'ın mimari ekip liderleri de yer aldı. Proje sunumları kapsamında yapılan değerlendirme ve geri bildirimler doğrultusunda projeye dahil olan 28 öğrenci, çalışmaları üzerinde gerekli düzenlemeleri yaparak 2023 – 2024 güz dönemi final jürisi sunumuna hazırlandılar. Final jürisinin ardından uygulamaya uygun görülen bir proje seçilmesi durumunda, çalışmanın fikri mülkiyet hakları satın alınarak seçilen bir Dedeman oteline uygulanacak.

Seyahat nasıl edebiyat olur?



Araştırmacı, seyahat kültürü yazarı, belgesel yapımcısı ve yönetmeni Esra Alkan, "Seyahat Nasıl Edebiyat Olur" adlı söyleşi ve "Kalk Gidelim Kapadokya" kitabının imza gününde okurlarla buluştu. Söyleşide konuşan Alkan, seyahatin bir edebiyata dönüşmesinin ardında mutlaka derin bir kültür bulunması gerektiğini ifade etti. Alkan, Can Çocuk'tan çıkan Düzce, Varlık Yayınları'ndan çıkan Rize, Mardin, Sinop, Ahlat, Tokat, Edirne, ve Çanakkale'den sonra serinin yeni kitabı olan "Kalk Gidelim Kapadokya" ile okuyucuları Kapadokya'nın büyüleyici dünyasına götürüyor. Alkan, Kapadokya'nın doğal ve tarihi güzelliklerini peribacalarının dilinden anlatarak bölgeye dair yepyeni bir bakış açısı sunuyor. Kitap ellerinde Kapadokya'ya gidecek seyahatseverlere farklı bir gözle bakacakları tüm köy kasaba ve ilçeleriyle birlikte komple bir Nevşehir sunuyor. Kitapta Alkan, Kapadokya'yı sadece bir turist destinasyonu olarak değil, bir tarih ve kültür hazinesi olarak da ele alıyor. Peribacalarının oluşumundan bölgede yaşayan uygarlıklara kadar Kapadokya'ya dair bilinmeyenleri okurlarla paylaşıyor.

USTALARIN TERCİHİ
USTAM PASTACILIK YAĞLARI

Ustam Pastacılık Yağları, lezzet ve performansta mükemmeli yakalamak isteyen pasta ustalarının farklı beklentilerine cevap vermek üzere geliştirildi. Zengin ürün çeşidine sahip Ustam ailesinde her tarif için farklı bir Ustam bulabilirsiniz. Ustam ürünleri; kalite, lezzet ve performanstan vazgeçmeyen profesyonellerin tercihi...

USTAM
PASTACILIK ÜRÜNLERİ

/ustampastacilik | /UstamPastacilikUrunleri | www.ustam.com.tr

MARSA

İşte Türkiye'de zincir ve grup otel sayısındaki son durum!

Otel zincir ve gruplarının en fazla ilgi gösterdiği ülkelerin başında gelen Türkiye'de zincir ve grup otel sayısı 67'ye ulaştı. 46'sı yerli, 21'i yabancı olan zincir ve grup otellerdeki oda kapasitesi 157 bine yükseldi. İlk 3 yine değişmedi...

TÜROB Başkanı Müberra Eresin, Türkiye'de konaklama sektörünün yerli ve yabancı yatırımcılar açısından her zaman cazip olduğuna dikkat çekti. Çok başarılı yerli zincirler olduğunu kaydeden Eresin, yerli otel zincirlerinin yurt dışına da açılabilmesi için desteklenmesi gerektiğine işaret etti.

Otel zincir ve gruplarının Türkiye turizm pazarına ilgisi devam ediyor. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Türkiye Zincir&Grup Oteller Araştırması 2023'ü açıkladı. TÜROB araştırmasına göre, son beş yılda Türkiye'de faaliyet gösteren zincir ve grup otel sayısı, 2020-2021 yıllarındaki iki yıllık pandemi molasına rağmen artışını sürdürerek 67'ye ulaştı. Bu özelliği ile Türkiye, yerli ve yabancı otel zincir ve gruplarının en fazla ilgi gösterdiği ülkelerin başında geldi.

722 tesiste 157 bin oda

Araştırmaya göre, 67 adet zincir ve grup otelin 46'sı yerli ve 21'i yabancı yatırımlardan oluştu. Türkiye'de faaliyet gösteren olan zincir ve grup otellere bağlı toplam 722 konaklama tesisinde oda sayısı ise 157 bin 495'e ulaştı. 2019 yılında yine TÜROB'un araştırmasına göre, bu sayı 57 olarak tespit edilmişti. 2019 yılında 57 adet zincir ve grup otellere bağlı toplamda 627 konaklama tesisinde 145 bin 450 oda sayısı bulunuyordu. Buna göre; 2023 yılında tesis sayısında 95 adet ve oda sayısında da 12 bin 45 adet artış gözlemlendi.

Şehirler otel, kıyılar oda sayısında lider

Araştırmada tesisler, 'şehir oteli' ve 'resort oteli' olarak ayrıldı. 74 bin 343 oda sayısıyla 470 adedi 'şehir oteli' ve 83 bin 152 oda sayısıyla 251 adedi 'resort oteli' olarak belirlendi. Otellerin 221'i İstanbul'da, 155'i Antalya'da, 73'ü de Muğla'da yer alıyor.

321'i işletmeci, 257'si mal sahibi

Söz konusu 722 adet tesisin işletme modeli dağılımlarına bakıldığında; 321 adedi franchise, 257 adedi owner (mal sahibi), 79 adedi management (yönetim) ve 65 adedi lease (kiralama) olarak karşımıza çıkıyor.

Eresin: "Her zaman cazip sektör"

Araştırmada görüşlerine yer verilen TÜROB Başkanı Müberra Eresin, Türkiye'de konaklama sektörünün yerli ve yabancı

yatırımcılar açısından her zaman cazip olduğuna dikkat çekti. Eresin, "Her şeye rağmen sektör cazibesini korudu ve korumaya devam ediyor. Yatırımlardaki artışın yanı sıra yerli ve yabancı otel zincirlerinin bünyelerindeki otel sayılarını artırması da bu durumun göstergesi. Türkiye özellikle İstanbul turizm yatırımları için hâlâ dünyanın en cazip şehirleri arasında" dedi.

'Yerli zincirlerin yurt dışına açılması desteklenmeli'

Yerli otel zincirlerinin yurt dışına da açılabilmesi için desteklenmesi gerektiğine işaret eden Eresin, şu görüşleri dile getirdi: "İşletme tiplerindeki ayırım fazlasıyla karıştırılıyor ancak özellikle belirtmek isterim ki bütün bu işletme tiplerinde yatırımcı çoğunlukla Türk firması oluyor. Otelini kendi markası ile işleten yatırımcılar dışında, bazı yatırımcılar oteli açmadan önce, yerli veya yabancı bir zincirin isim hakkını alarak oteli o yabancı isimle kendi işletiyor ya da işletmesini tamamen yerli veya yabancı markanın işletebilmesi için sözleşme yapıyor. Özellikle altını çizmeye çalıştığımız husus, bu otel yatırımlarını yapan Türk firmalara yurt içinde ve özellikle yurt dışında destek verilebilmeli ve bu başarılarını yurt dışına taşıma imkanı oluşturulmalı. Şu anda Turquality'den konaklama sektörünün yararlanma şartları zor. Çok başarılı yerli otel zincirlerimiz var. Yerli markaları özellikle yurt dışı projelerini hayata geçtirebilmeleri için daha fazla destek olup, öne çıkarabilmeliyiz."

Wyndam, Hilton ve Accor ilk 3 sırada

Wyndham Hotels, zincirindeki 105 otel ile tesis sayısında ilk sırayı alıyor. Wyndham Hotels'in markaları Days Hotel by Wyndham, Hawthorn Suites by Wyndham, La Quinta by Wyndham, Ramada, Ramada by Wyndham, Ramada Encore by Wyndham, Ramada Hotel & Suites, Ramada Hotel & Suites by Wyndham, Ramada Plaza, Ramada Plaza by Wyndham, Ramada Residence by Wyndham, Ramada Resort, Ramada Resort by Wyndham, Trademark Collection, Tryp by Wyndham, Wyndham, Wyndham Garden, Wyndham Grand ve Wyndham Residences'da toplam oda sayısı 15 bin 368 adede ulaşıyor.

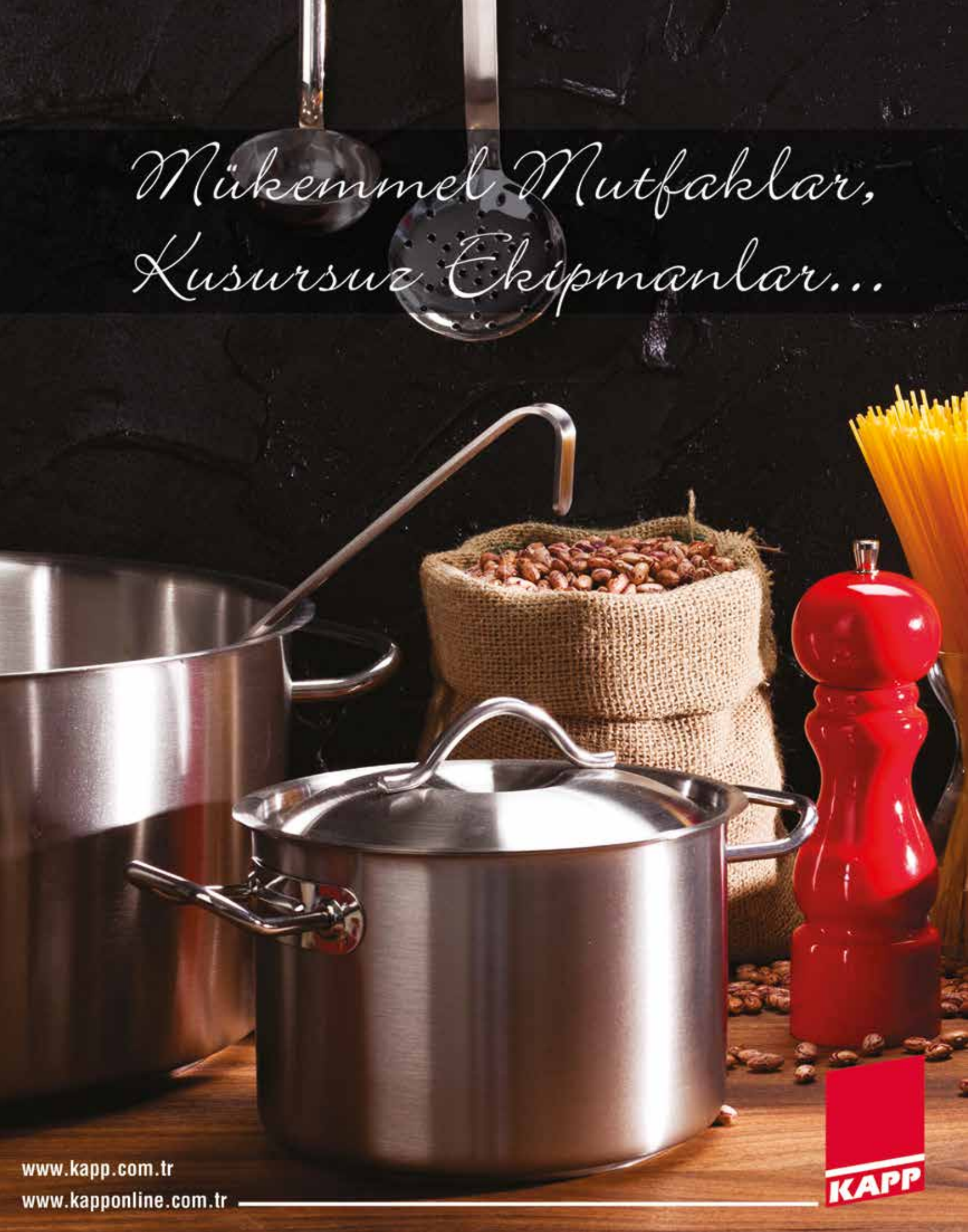
Hilton Worldwide listede ikinci sırada yer alıyor. Bünyesinde; Conrad, Curio, DoubleTree by Hilton, Hampton by Hilton, Hilton, Hilton Garden Inn ve LXR markalarını bulunduran Hilton Worldwide'ın Türkiye'de 77 otelinde toplam 13 bin 873 oda bulunuyor.

Accor Grubu, 62 otelde toplam 13 bin 233 odası ile üçüncü sırada. Accor Grubu; Fairmont, Grand Mercure, Ibis, Ibis Styles, Mercure, Mgallery, Movenpick, Novotel, Pullman, Raffles, Rixos, Sofitel, Swissotel ve The House of Originals otellerini çatısı altında topluyor.

Marriott Hotels dördüncü sırada yer alıyor. Marriott Hotels bünyesindeki markaları AC Hotels By Marriott, Aloft Hotels, Autograph Collection, Courtyard By Marriott, Delta Hotels and Resorts, Design Hotels, Edition, Four Points by Sheraton, JW Marriott Hotels and Resorts, Le Méridien, Marriott Executive Apartments, Marriott Hotels & Resorts, Renaissance Hotels & Resorts, Residence Inn By Marriott, Sheraton Hotels, St. Regis Hotels, The Luxury Collection, The Ritz-Carlton, Tribute Portfolio, W Hotels ve Westin Hotels olmak üzere 44 otelde toplam 7 bin 674 odaya sahip.

Radisson Hotel Group; Park Inn by Radisson, Radisson, Radisson BLU, Radisson Collection, Radisson Individuals ve Radisson Residences markalarıyla 33 tesiste 4 bin 876 oda ile beşinci sırada yer alıyor.

IHG-InterContinental Hotels Group; (Crowne Plaza, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Intercontinental ve Six Senses) 30 tesiste toplam 5 bin 383 oda ile altıncı sırada yer alıyor. Listenin devamında ise sırasıyla; 25 tesis 3.241 oda sayısı ile Dedeman Hotels & Resorts (Dedeman, Park Dedeman, Ready to Stay by Dedeman, Smart by Dedeman, Managed by Dedeman), 24 tesis 2.355 oda sayısı ile Anemon Hotels, 20 tesis ile 3.867 oda ile Coral Group Hotels, 16 tesis ile 8.139 oda ile Crystal Hotels, yine 16 tesis 6.801 oda ile TUI Hotels & Resorts ve 10 tesis 3.306 oda sayısı ile Titanic Hotels yer alıyor.


Mükemmel Mutfaklar,
Kusursuz Ekipmanlar...
www.kapp.com.tr
www.kapponline.com.tr
KAPP

Latest situation in the number of chain and group hotels in Turkey

The number of chain and group hotels in Turkey, which is one of the countries that hotel chains and groups show considerable interest, has reached 67. The room capacity in chain and group hotels, 46 local and 21 international, increased to 157 thousand. The top 3 remained unchanged...

TÜROB President Müberra Eresin pointed out that the accommodation sector in Turkey has always been attractive for local and foreign investors. Noting that there are very successful local chains, Eresin pointed out that local hotel chains should be supported in order to expand abroad.

Hotel chains and groups' interest in the Turkish tourism market continues. Turkish Hoteliers Association (TÜROB) announced the Türkiye Chain & Group Hotels Survey 2023. According to TÜROB research, the number of chain and group hotels operating in Turkey in the last five years continued to increase despite the two-year pandemic break in 2020-2021 and reached 67. Thanks to this feature Turkey has become one of the countries that attract the most interest from local and foreign hotel chains and groups.

157 thousand rooms in 722 facilities

According to the research, 46 of 67 chain and group hotels were domestic and 21 were foreign investments. The number of rooms in a total of 722 accommodation facilities affiliated with chain and group hotels operating in Turkey reached 157 thousand 495. According to TÜROB's research in 2019, this number was determined to be 57. In 2019, there were 145 thousand 450 rooms in a total of 627 accommodation facilities affiliated with 57 chain and group hotels. According to this; In 2023, an increase of 95 in the number of facilities and 12 thousand 45 in the number of rooms was observed.

Cities are the leaders in the number of hotels, coasts are the leaders in the number of rooms

In the research, the facilities were divided into 'city hotel' and 'resort hotel'. 470 of them were designated as 'city hotels' with 74 thousand 343 rooms and 251 of them were designated as 'resort hotels' with 83 thousand 152 rooms. 221 of the hotels are located in Istanbul, 155 in Antalya and 73 in Muğla.

321 are operators, 257 are owners

When looking at the operating model distribution of the 722 facilities in question; 321 of them are franchises, 257 are owners, 79 are management and 65 are leases.

plast port®

Yıllarca beraber...

THERMOCASE

www.plastport.com

Dedeman yönetiminde koltuk değişimi

Dedeman Hotels & Resorts International, yönetim değişikliğini düzenlediği basın toplantısıyla duyurdu. Dedeman markasının yönetim koltuğuna deneyimli turizmci Ergün Demiray getirilirken, Banu Dedeman'ın oğlu Murat Özmestçi ise Banu Dedeman'ın oğlu Murat Özmestçi'nin ise Yönetim Kurulu Başkan Vekili olarak görev yapacağı bildirildi.

58 yıllık bir geçmişe sahip Dedeman Hotels & Resorts International bu yıl başlayan atılım ve değişim süreçlerini bir basın toplantısı ile açıkladı. Toplantıda aynı zamanda Dedeman Turizm Yönetimi yeni Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray ilk defa basın mensupları ile bir araya geldi ve süreçle ilgili ayrıntıları paylaştı. Dedeman İstanbul'da yapılan basın toplantısında açılış konuşmasını yapan Dedeman Holding ortaklarından Banu Dedeman, yeni dönem stratejisinin en önemli parçalarından olan yönetim değişikliğinin gerçekleştiğini ve sektörün tecrübeli isimlerinden Ergün Demiray'ın Dedeman Hotels & Resorts International Yönetim Kurulu Başkanı olduğunu açıkladı.
Banu Dedeman kendisinin ve kardeşi Rıfat Dedeman'ın artık yönetim kurulu üyesi olarak görev yapacağını belirterek "Dedeman markası Ergün Demiray yönetiminde hizmete devam edecek. Oğlum Murat Özmestçi ise Yönetim Kurulu Başkan Vekili olarak görev yapacak. Bu iki ismin büyük başarılara imza atacaklarından eminim" dedi.

Demiray: "Yıl sonu hedefimiz: 2.5 milyon misafir"

Banu Dedeman'dan Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini devralan Ergün Demiray ise Dedeman markasının Türkiye'nin en önemli markaları arasında olduğunu, 2024 yılında başlattıkları projeler ile büyüme ve değişim konusunda örnek gösterilecek bir sonuca ulaşacaklarını belirtti. Demiray "Bugün toplam 9 ana marka, 29 hizmete açık ve imzalanmış 24 proje ile toplam 53 otel, yaklaşık 1700 çalışanımız ile hizmet veriyoruz. 2025 yılı sonuna kadar hizmete açık ve imza aşaması tamamlanmış otel sayısını 100'e, hizmet verdiğimiz ülke sayısını ise 10'a çıkarmayı hedefliyoruz. Yıl sonu hedefimiz ise markamıza katılan yeni otellerimizle birlikte 2.5 milyon misafir ağırlamak" dedi.

"2024 yılına 2 otel açılışı, 6 yeni proje imzası ile başladık"

Büyüme stratejisi kapsamında 2024 yılına hızlı bir giriş yaptıklarını belirten Demiray, "Yılın başında Almaty ve Karabük otellerini hizmete açtık. Ocak ayında Sapanca otelimiz, Şubat ayının başında Çanakkale ve Istranca (Kırklareli) otellerimizin imzalarını attık. 15 Şubat'ta ise 'tek günde 3 imza birden' dedik; Bakü, Batman ve Kemer franchise sözleşmelerini imzaladık. Park Dedeman Bakü, yurt dışındaki dördüncü otelimiz olması sebebiyle ayrı bir önem taşıyor. Batman'daki The Mesopotomia Managed by Dedeman da 'Managed by Dedeman' markamızın üçüncü oteli olacak. Dedeman Kemer Resort ile Antalya'da bayrağımızı yeniden dalgalandıracağız" diye konuştu.

Özmestçi: "Gençlerin ve çocukların Dedeman'ı olmak istiyoruz"

Dedeman ailesinin 4. kuşak temsilcisi olarak yönetim kadrosunda yerini alan Dedeman Hotels & Resorts International Yönetim Kurulu Başkan Vekili Murat Özmestçi de "Dedeman markasının yönetiminde olmaktan büyük bir gurur duyuyorum. Kurucumuz büyük dedem merhum Mehmet Kemal Dedeman'ın bizlere aktardığı ilke ve prensiplerini, dedem merhum Murat Dedeman'ın vizyonunu 4. kuşak olarak devam ettirmek, en büyük sorumluluklarımdan biri. Daha çok insanı, farklı beklentileri ve hayalleri kapsamak, özellikle gençlerin ve çocukların Dedeman'ı olmak istiyoruz" dedi.

Otellere Özel Vodafone Business Metro Ethernet

İLK 3 AY ÜCRETSİZ İPTAL

SEZON DIŞI DÖNEMDE AZ ÖDE

Birlikte mümkün

vodafone business

30.04.2024 tarihine kadar, yeni Vodafone kurumsal tip aboneler için geçerlidir. İlk 3 ay içerisinde feshederseniz ayrıca cayma bedeli ödemezsiniz. Oteller, seçmiş oldukları dönemde internet limitlerinde değişikliğe giderek daha az ödeyebilirler. Detaylar: vodafone.com.tr

Turizm hedef yükseltti
60 milyon turist, 60 milyar dolar gelir bekleniyor

2023 yılı turizm verilerini değerlendiren Bakan Ersoy, "2023'te 56,7 milyon ziyaretçi, 99 dolar kişi başı gecelik gelir ve 54,3 milyar dolar toplam gelir ile 2023 turizmde rekor yıl oldu diyebiliriz." dedi. Ersoy, 2024 hedefini ise 60 milyar dolar olarak açıkladı.

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Ersoy, "2023 Yılı Turizm Verileri Değerlendirme Toplantısı"nda geçen yılın verilerini, Bakanlık çalışmalarını değerlendirdi ve turizmde gelecek hedeflerini anlattı. Atatürk Kültür Merkezi'nde gerçekleşen toplantıda konuşan Bakan Ersoy, 2022'nin küresel koronavirüs salgınından çıkış yapılan çok önemli bir yıl olduğunu belirterek, "Türkiye pandemi sürecini çok iyi yönettiği için 2022'de turizm sektörü olarak da çok ciddi sıçramalar yakaladığımız, çok başarılı geçirdiğimiz bir sezon oldu. Hatta sektörel bazda baktığımızda dünyada pandemi öncesi rakamları ilk yakalayan ülkeler arasında Türkiye gelmişti." dedi.
Türkiye'nin bu öngörüyle 2023'e hızlı bir giriş yaptığını ve ocak ayında ciddi sıçramalar kaydedildiğini aktaran Bakan Ersoy, Kahramanmaraş merkezli depremler, seçim süreci ve Orta Doğu'da yaşananlar nedeniyle bu yüksek hızda bir gevşeme olduğunu, buna rağmen 2023 yine rekorlara imza atılan bir yıl olarak gerçekleştiğini ifade etti.

"Ziyaretçi sayısı 2023'te 56,7 milyona yükseldi"

Bakan Ersoy, 2022'de 51,4 milyon olan ziyaretçi sayısının yüzde 10 artışla 2023'te 56,7 milyona yükseldiğine işaret ederek, "Ziyaretçi sayılarını ülke bazında incelediğimizde ilk üç ülke arasında birinciliği Rusya Federasyonu 6,3 milyon ziyaretçiyle, ikinciliği çok yakın bir rakamla 6,2 milyonla Almanya'dan ziyaretçiler, üçüncülüğü de 3,8 milyonluk rakamla İngiltere yani Birleşik Krallık'tan gelen ziyaretçiler elde etti." değerlendirmesinde bulundu. Turistlerin 2022'de 10,3 gece olan ortalama kalış süresinin 2023'te yüzde 5 azalarak 9,8'e gerilediğini ve bunun olumlu bir gelişme olduğunu aktaran Bakan Ersoy, şunları kaydetti: "Seyahat isteğinden vazgeçmiyor turist ama ortalama kalış süresinde azaltmalara gidebiliyor. Yani ne yapıyor? 14 gece kalacaksa 12 gece, 12 gece kalacaksa 10 gece gibi ortalama kalış sayısını azaltıyor ama seyahat isteğinden vazgeçmiyor. Yine Türkiye'ye has bir özellik var, yurt dışı yerleşik Türk vatandaşları yabancı turistteki büyüme hızının altında kaldığı için pasta payı azalıyor. Pasta payı azaldığı zaman da ortalama kalış süresi aşağı iniyor. Yurt dışı yerleşik Türkler 20 gün ve üzeri ortalama konaklama gerçekleştiriyor. Yabancılar da 8,5 ile 9,5 gün arasında ortalama kalış sürelerinde gerçekleştirmeler yaptıkları için yabancı turistin payı arttıkça ortalama kalış süresinde hafif bir gevşeme oluyor."

"Kişi başı gecelik gelire endekslenmek önemli"

Turizmde ürün ve destinasyon çeşitliliğe gidildiğine değinen Bakan Ersoy, "Hafta sonu şehir kaçamakları, uluslararası etkinlikler, sportif turnuvalar, festivaller gibi kısa süreli konaklamaları içeren ürünleri de piyasaya sürdüğümüz için ve bunların da olumlu sonuçlarıyla turist akışında artış sağladığımız için ortalama kalış süresine etkilerini görüyoruz. Bir de sezonun 12 aya yayılmasının da etkisi var. Deniz, kum, güneşin yanına kış ürünlerini ön plana çıkarttığınız zaman insanlar kışın yaza

Profesyonel Yağın Adresi

www.yudumtoptan.com

Açıldı!

Yudum, Yudum Egemden ve Sırma markalı ayçiçek yağı, zeytinyağı, mısır yağları ile Vala markalı profesyonel yağlara hızlı ve zahmetsiz ulaşmanın güvenilir adresi **Yudum Toptan'a hemen gir, siparişini ver, ürünlerin kapına gelsin!**

Tüm ürünlerde geçerli kodu kullanan ilk 50 kişi

10% indirim

İndirim Kodu: H&R10DISC

göre çok daha kısa süreli konaklamalar gerçekleştirdikleri için yani aslında bizim ürün çeşitliği konusunda attığımız olumlu adımların sonuçlarını aldığımız için konaklamalarda bir gevşeme olabilir." diye konuştu.
Bakan Ersoy, kişi başı gecelik harcamaların 2017 ile 2023 arasında yüzde 53 artışla 65 dolardan 99 dolara yükseldiğini, kişi başı harcamanın ise yüzde 36 artışla 700 dolardan 952 dolara çıktığını, kişi başı gelir değil de kişi başı gecelik gelire endekslenmenin önemini vurguladı.
Türkiye'nin 2018'de turizmde bir strateji değişikliğine giderek nicelik kadar niteliğin de ön plana alındığını hatta öncelikli olduğunu ifade eden Bakan Ersoy, "Kişi başı gecelik harcaması artan, konaklama dışı harcaması fazla olan turistlere daha fazla konsantre olacağız. Bu politikanın, bu stratejinin olumlu sonuçlarının da rakamlara yansıdığını görüyoruz." değerlendirmesini yaptı.

"Yeni bir rekorla 60 milyar dolar gelir hedefliyoruz"

Bakan Ersoy, turizm gelirlerinin 2023'te artarak 54,3 milyar dolara yükseldiği bilgisini vererek, "Yani 56,7 milyon ziyaretçi, 99 dolar kişi başı gecelik gelir ve 54,3 milyar dolar toplam gelir ile 2023 turizmde rekor yıl oldu diyebiliriz." dedi.
Turizmde 2024 hedeflerine değinen Ersoy, "2022'de pandemi öncesi rakamlarla 51,4 milyona gelmişti, bu yıl 56,7 milyonla ziyaretçi rekoru kırıldı, önümüzdeki sene 60 milyon ziyaretçi hedefliyoruz. Yine bizim için öncelikli olan kişi başı gecelik harcamalarda 2022'de 89 dolar, geçen yıl 99 dolar gibi bir rekor elde etmiştik, burada da stratejimize uygun olarak gelirleri artıran politikamıza uygun olarak 106 dolarlık kişi başı gecelik gelir bekliyoruz. Ortalama kalış süreleri pandeminin de etkisiyle 10,3'tü, 2023'te 9,8 pandemi öncesi rakamlara döndük. Yurt dışı yerleşikliklerin pasta payının azalması ve ürün çeşitliliğiyle sezonun 12 aya yayılmasının da etkisiyle bir parça daha aşağı geleceğini öngörüyoruz, 9,7 ortalama gecelemeyle 2024 yılını tamamlamayı hedefliyoruz. Gelir olarak baktığımızda ise 46,5 milyar dolarlık 2022 rekorunu bu sene 54,3 milyar dolarla tazeledik. Önümüzdeki sene yeni bir rekorla 60 milyar dolar gelir hedefliyoruz." diye konuştu.
Kuzey Amerika'da ABD ve Kanada, İskandinav ülkelerinden İsveç, Norveç, Danimarka ve Finlandiya, Asya-Okyanusta ise Çin, Hindistan ve Avustralya pazarlarında 2024'te büyüme hedeflediklerine işaret eden Ersoy, sürdürülebilirlik turizm programı kapsamında 15 bin 178 konaklama tesisinin sertifika aldığını ve 3 aşamalı bir programla çalışmaların sürdüğünü sözlerine ekledi.

Turizmde 2024 hedeflerine değinen Ersoy, "2022 pandemi öncesi rakamlarla 51,4 milyona gelmişti, bu yıl 56,7 milyonla ziyaretçi rekoru kırıldı, önümüzdeki sene 60 milyon ziyaretçi hedefliyoruz."

TableWare INTERNATIONAL AWARDS OF EXCELLENCE 2024 Winners

ID Fine

idfineporcelain idfine-porcelain

www.idfine.com.tr

Wyndham EMEA'nın liderleri İstanbul'da buluştu

Wyndham Hotels & Resorts, EMEA Yönetici Zirveleri serisinin ilkini 8 Şubat'ta La Quinta by Wyndham İstanbul Güneşli'de gerçekleştirdi. 8 Şubat Perşembe günü La Quinta by Wyndham İstanbul Güneşli'de düzenlenen zirvede Wyndham Hotels & Resorts'un Türkiye'deki önemli ortakları ve otel genel müdürlerinin bir araya geldi.

"Ortaklık Sanatı" temasıyla gerçekleştirilen etkinlikte, sektördeki fırsatlar ve karşılaşılan zorluklar, yeni trendler ve temalar, insan kaynakları ve iş birliği konuları masaya yatırıldı. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Başkan Yardımcısı Ali Güreli ve Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Yönetim Kurulu Üyesi Ziya Cihan gibi Türk turizm sektörünün önde gelen isimlerinin yanı sıra 200'den fazla otel müdürü ve sektör temsilcisini buluşturan etkinlikte, ortaklıkların önemi ve turizm sektörünün Türkiye'nin GSYİH'sına ve büyümesine sağladığı katkı vurgulandı.
Zirvenin açılış konuşmasını yapan Wyndham Hotels & Resorts EMEA Başkanı Dimitris Manikis, Türkiye'nin Wyndham için çok önemli bir büyüme pazarı olmasının yanı sıra, aynı zamanda yakın coğrafyasında iş birliği fırsatlarına da kapılar açan ve hem kaynak oluşturma, hem de proje geliştirme açılarından çevre ülkelerde de turizmin gelişimine katkı sağlayan bir ülke olduğunu belirtti.

Geleceğin kaynak pazarları
2024 yılında turizm sektörü açısından beklentilerin yüksek olduğunu belirten Manikis, geleceğin kaynak pazarlarındaki fırsatları yakalayabilmenin öneminin altını çizerek, "Hindistan'da çok büyük bir orta sınıf var ve bu ülkeden yaklaşık 300 milyon kişi önümüzdeki 5 yıl içinde global seyahat pazarına katılacak. Ayrıca, yaklaşık 100 milyon Çinli turist de yeniden seyahat etmeye başlayacak. Bu ziyaretçi profili deniz ve güneşin haricinde doğal ve kültürel keşif olanaklarına da büyük ilgi duyuyor ve bu da ikinci ve üçüncü kademedeki destinasyonlar açısından önemli fırsatlar sunuyor. Wyndham olarak, Türkiye'yi bu pazarlarda tanıtmak için biz de önemli girişimlerde bulunuyoruz" dedi.

Manikis, "Türkiye'de açık ve faal durumda 110'dan fazla otelimiz var ve EMEA genelindeki her 5 otelimizden 1'i Türkiye'de bulunuyor. Burada yakaladığımız olağanüstü ivmeyi, Türkiye'de görev alan, güçlü ve giderek büyüyen ekibimize ve ortaklarımıza borçluyuz" şeklinde konuştu.

20'den fazla yeni otel projesi
Wyndham Hotels & Resorts Türkiye Ülke Direktörü Murat Özel ise, etkinlikte yaptığı konuşmada 2023 yılında Türkiye'de 17 yeni otel projesi için anlaşma imzaladıklarını ve 11 otelin açılışını gerçekleştirdiklerini belirterek, "Şu anda proje stokumuzda 20'den fazla otel projesi bulunuyor. Önümüzdeki dönemde ortaklarımızla birlikte bu başarılara yenilerini eklemeyi heyecanla bekliyoruz" dedi.

TSE ONAYLI

TS10850 - Fırınlanmış Cam Eşyaları Çatlama ve Parçacık Kopma Dayanımı

Zarafetle Dayanıklılığın
Buluştuğu Sunumlar

ARDACAM
GLASSWARE DESIGN & PRODUCTION

Made in Türkiye

Otel ve Restoran Standartlarına Uygun
Ekstra Dayanıklı Cam Sunum Ürünleri

accolink.com/showroom360
360 Showroom Deneyimi

360° SHOWROOM TURU

AccoLink
info@accolink.com
0530 442 8413 | 0212 217 7217
Esentepe Mah. Villa Cad. 5-B Şişli / İstanbul

ÖZEL HABER

İTP gündemi hareketli
İşte İstanbul turizmi için yapılacak o çalışmalar...

İTP Direktörü Şengül Altan Arslan, platformun İstanbul turizminin çeşitlendirilmesi ve daha nitelikli hale getirilmesine dönük yol haritasını turizm basınıyla paylaştı.

İTP-İstanbul Turizm Platformu, 2023 yılına dair faaliyetlerini ve yeni çalışma biçimiyle İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin İTP perspektifinden turizme bakışını 24 Ocak Çarşamba günü Haliç Altınboynuz Sosyal Tesisleri'nde düzenlediği basın toplantısıyla açıkladı. İTP Direktörü Şengül Altan Arslan'ın ev sahipliği yaptığı, İBB Başkan Danışmanı Ümit Öztürk ve İBB Meclis Üyesi Nurkal Dedetaş'ın hazır bulunduğu toplantıda İstanbul turizminin süregelen sorunları ele alınırken kentin markalaşması yolunda atılacak adımlar konusunda turizm basınıyla karşılıklı fikir alışverişinde bulunuldu.

Arslan: "Komisyon sayımızı azalttık"

Kasım 2019'da kuruluşunu gerçekleştiren, 2023 yılı itibariyle de yapısında bir revizyona giden platformun yeni dönem yol haritası hakkında bilgiler veren İTP Direktörü Şengül Altan Arslan, verimliliğin artırılması hedefiyle yeni bir çalışma modeli belirlediklerini ve komisyon sayılarını azalttıklarını kaydetti. Şu anki süreçte komisyon toplantılarını her komisyon için iki aylık periyotlarla planlayarak, üyelere önceden duyurarak ve gündeme ilişkin önerilerini alarak gerçekleştirdiklerini ifade eden Arslan, yeni dönemde İstanbul turizminin çeşitlendirilip geliştirilmesine ve daha nitelikli hale getirilmesine odaklandıklarını söyledi.

"İTP üyelerini ve turizm basınını e-bültenle bilgilendireceğiz"

Bu kapsamda yapılan çalışmalar hakkında detaylı bilgiler veren Arslan şunları aktardı: "Kentin Finans Kaynaklarının Oluşturulması, Metroart, Kültür Sanat Olarak Haliç, Ekoturizm, Engelsiz Kültür Turu, Gastronomi Zirvesi, Festival' grupları çalışmaya başlamıştır. Ayrıca "Sağlıklı Yaş Alma, MICE Zirvesi, İstanbul Kongre Elçileri, Destinasyon Yönetimi vb. diğer çalışma gruplarını da oluşturmak üzere komisyonlarda kararlar alınmıştır." Bunlarla birlikte sektörle İBB arasındaki bilgi eşitlemesinin güncel kalabilmesi adına iki ayda bir, İBB'nin turizmi kesen faaliyetlerinin derlendiği 'İstanbul Insights'adında bir e-bülten çalışması içinde olduklarını sözlerine ekleyen Arslan, bu yolla platform üyelerini ve turizm basınını sürekli bilgilendirmeyi hedeflediklerini kaydetti.

"İstanbul, imaj ve güvenli kent sorunuyla karşı karşıya"

İstanbul'un coğrafi konum avantajı, tarihi ve kültürel değerlerine karşın halen ciddi bir imaj ve güvenli kent sorunu yaşadığının altını çizen Arslan, bunlara gerekçe olarak kaliteli hizmet standartlarının eksikliği, planlama ve yönetimdeki dağınıklık, altyapı, güvenlik eksiklikleri ve sürekliliğin sağlanamamasını gösterdi. Arslan şöyle devam etti: "Turizm çeşitliliğinin olmaması, rekabetin ürün çeşitliliği ve marka değeri üzerinden değil fiyat üzerinden yapılıyor olması da ülkeye çekilecek turist sayısını ve kalitesini olumsuz etkiliyor. Bütün bu tespitler bize altyapı dönüşüm ihtiyacını, farklı trendlerin takip edilmesi, rekabetin fiyat üzerinden sağlanmadığı bir politikaya geçiş yapılması gerekliliğini ve bu doğrultuda vizyon oluşturulması ihtiyacını gösteriyor."

"Türkiye'nin 2030 turizmi için kararlı adımları yok"

İBB olarak dünya turizm trendlerini takip ettiklerini belirterek sözlerini sürdüren Arslan, Dünya Turizm Örgütü'nün belirlediği 2030 dünya turizm eğilimleri doğrultusunda kitlesel turizmin azalması bireysel seyahatin artması, alternatif turizm türlerinin artması, seyahat sürelerinin düşmesi ve harcamaların artması, çevreye, doğaya, kültüre duyarlı yerlerin tercih edilmesi, ekoturizm, macera turizmi ve kırsal turizmin payının artmasına ilişkin tespitlerin öne çıktığına dikkat çekti. Dünya turizminin odaklandığı 2030 eğilimlerine dair Türkiye genelinde atılmış kararlı adımların olmayışını eleştiren Arslan, "İBB olarak çalışmalarımızı bu eğilimleri dikkate alarak 3 eksende yürütüyoruz. Zamanı ve mekanı genişleten (çeşitlilik) çalışmalar yapıyoruz. İstanbul'un sadece deniz ve sahil ile sınırlandırılamayacak kadar geniş olanaklı ve turizmin 12 ay canlı olduğu bir kent olduğunun farkındayız. İkinci olarak; insanı ve doğayı merkeze alıyoruz, diğer bir deyişle sürdürülebilirliği ve doğaya saygıyı önemsiyoruz. Yatırımlarımızı çevre bilinci ile yapıyoruz. Yerel kültürümüzde barındırdığımız çeşitliliğe saygı duyuyoruz. Bununla birlikte küresel gelişmeleri fırsata çeviriyoruz. Yeni kuşak seyahatlerini önceden planlayan, kişisel deneyim ve veri odaklı yaklaşımı benimseyen bir turizm anlayışına sahip. Bu açıdan tüm İBB hizmetlerinde olduğu gibi turizmde de dijitalleşme en önemli önceliklerden biri olarak gündemimizde yer alıyor." diye konuştu.

"Bir hazinenin üzerinde oturuyoruz"

Sözlerini sonlandırırken turizmin ekonomideki farklı endüstrilerden ürün talep eden ve çeşitli tüketim faaliyetlerinin birleşiminden oluşan bir sektör olduğuna vurgu yapan Şengül Altan Arslan, "Dolayısıyla sadece turizme özgülenmiş turizm information ofisleri, katılınacak ulusal/uluslararası fuarlar, planlama ve tanıtımlar, meydan yönetimi, ulusal/uluslararası turizm sektöründeki temsillerle turizm alanını sınırlamak mümkün değildir. Bu nedenle İBB'yi turizm konusunda daha çevik hale getirmek üzere İBB Başkanı Sn. Ekrem İmamoğlu tarafından kurulan İTP'yi yeni çalışma biçimimizle, İBB Turizm Müdürlüğü ile birbirini tamamlayan, birbirine güç veren bir yapı olarak konumladı." dedi.
Sektörle birlikte ortak akılla üretilen projelerin, İBB'nin yaptığı işlere turizm perspektifi kazandırması açısından da önemli bir rol oynadığını belirten Arslan, "Bir bakıma platform olarak turizm sektörü - İBB ilişkilerinde bir kısa yol olarak konumlandığımızı söylemek de yanlış olmayacaktır. Biz, İBB olarak bir hazinenin üzerinde oturduğumuzu biliyoruz. Temel amacımız elbette bu değeri korumak, uyguladığımız politikalarla İstanbul'un değerini artırmak." şeklinde sözlerini tamamladı.

Haber: Hatice Ünal Bilen

SHOWROOM
Yeşilce Mh. Emektar Sk. No.7 Woodpeckers Plaza Kağıthane/İstanbul
Tel.: +90 212 269 05 00 Faks: +90 212 269 05 10
FACTORY
Yeşilce Mh. Çelik Cd. No.22 Kat.2 Kağıthane/İstanbul
www.woodpeckers.com.tr • info@woodpeckers.com.tr

ÖZEL HABER

LBT Service, Türk Cumhuriyetlerin en iyi satış yapan acentalarını Türkiye'deki üst segment otellerle buluşturdu

Leisure Business Travel, Türk Cumhuriyetlerin en iyi satış yapan acentalarını 'The Royal Experience 2024' workshopu kapsamında Türkiye'nin lüks segment otelleriyle buluşturdu.

Leisure Business Travel (LBT), 22 Şubat Perşembe günü İstanbul'da gerçekleştirdiği ''The Royal Experience 2024'' organizasyonunda, Türk Cumhuriyetlerinin seçkin tur operatörlerini Türkiye'nin lüks segment otelleriyle buluşturdu. CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul ev sahipliğinde düzenlenen workshopa Türk Cumhuriyetlerinden 130'a yakın tur operatörü ve 21'i İstanbul'dan olmak üzere 27 otel katıldı. Orta Asya ülkelerinin ağırlıkta olduğu organizasyonda Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Rusya, Ukrayna, Gürcistan ve Azerbaycan'ın en iyi satış yapan acentaları yer aldı.

Rıza: "2019'da İstanbul destinasyonuyla başladık"

7 yıldır The İstanbul Workshop Platformu'yla Rusya, Kazakistan, Özbekistan ve Kırgızistan başta olmak üzere Türk Cumhuriyetlerinden gelen misafirlere Türkiye'de kişiselleştirilmiş yerel hizmetler sunduklarının altını çizen Leisure Business Travel Başkanı İlimdar Rıza, workshoplara ilk defa 2019'da İstanbul destinasyonuyla başladıklarını söyledi. Özbekistan'da düzenledikleri organizasyonun çok başarılı geçtiğini, 2022 ve 2023'te Almaty ile devam ettiklerini kaydeden Rıza, The Istanbul Workshop'a 2024'te de devam edeceklerini belirterek şunları söyledi: "Ama bu sefer hem Taşkent hem Almaty olarak yapacağız. Biz bu organizasyonu gelenekselleştireceğiz. Bunu yıl sonunun bir yekünü olarak düşünün."

"En iyi satış yapan acentaları İstanbul'a davet ettik"

Bu yılki etkinliğin farklı olduğunu, yıl boyu en iyi satış yapan acentaları İstanbul'a davet ettiklerini söyleyen Rıza, "Etkinliğe 125-

130 civarında acenta katıldı. Ağırlıkla Orta Asya tarafından Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan var. Rusya, Ukrayna, Gürcistan ve Azerbaycan'dan da katılanlar var. Bu yıl bizim çalıştığımız pazardaki en iyi satış yapan acentaları davet ettik." diye konuştu.

"Sadece İstanbul'dan 21 otel var"

İlimdar Rıza, 2019 yılından beri workshopa katılan otellerin sayısının artarak çoğaldığına dikkat çekti ve "İlk sene 10'a yakın otel katılmıştı. Ama 2022'de 15-16 otel oldu. 2023'te 18-19 olduk. Şu an sadece İstanbul'dan 21 otel var." dedi.

"İstanbul tanıtımında çok eksikler var"

Leisure Business Travel Başkanı İlimdar Rıza, İstanbul tanıtımlarındaki eksikliklere de değindi. İstanbul'daki kalış sürelerinin ortalama 2.5 geceleme olduğunu, bunu 1 haftaya uzatmak istediklerini belirten Rıza, şöyle devam etti: "İstanbul tarihi, kültürü, sanat etkinlikleri ve de gastronomik değerleriyle önemli bir destinasyon. Burada zaman geçirilecek çok iyi mekanlar var. Balat bölgesinin nasıl değiştiğini biliyorsunuz. Asya tarafında Kuzguncuk bölgesi önemli. Geçtiğimiz yıl oraya özel bir tur programı yaptık. Bir süredir diziler çok popüler. Ona yönelik çalışmalarımız da mevcut. Şehrin bu turizm potansiyelini grup ya da paket tur olarak değil de kişiselleştirilmiş tur programlarımızla anlatmak ve İstanbul tanıtımına katkıda bulunmak istiyoruz."

"Standart tur programları yapmıyoruz"

Bu sene "Royal Experience Club" diye yeni bir vip konsep oluşturduklarını söyleyen Rıza, standart tur programlarının aksine ezberbozan ağırlamalara odaklandıklarını ifade etti ve "En son bir mimarlar grubuna Mimar Sinan'ın yaptığı yapıtlarla ilgili özel bir çalışma yaptık. Bu standart bir tur programı değildi. İstanbul deyince herkes standart bir gezi programı düşünüyor. İstanbul'da sadece Topkapı, Ayasofya, Sultanaahmet gezisi değil, gastronomik olarak da çok özel yerlerin olduğunu anlatmamız gerekiyor." diye konuştu.

"Bu yıl yüzde 25 artış hedefliyoruz"

The İstanbul Workshop platformun önümüzdeki dönemde daha da geliştireceklerini ifade eden Rıza, bu yıl olmasa bile 2025'te aynı organizasyonu Rusya'ya taşımak istediklerini söyledi. LBT'nin önümüzdeki dönem hedefleri hakkında bilgiler de paylaşan Rıza, DMC şirketininin açılışından bu yana her sene en az yüzde 25 -30 artışları büyüdüğünü kaydetti. Yüzde 100 misafir artışını hedeflemediklerini vurgulayan Rıza, "Böyle bir hedefimiz yok. Çünkü biz özel hizmete çok dikkat ediyoruz. Çok misafr getirp onlara iyi hizmet etmezseniz çok iyi sonuçlar da alamazsınız." dedi ve vip segmentte bu seneki hedeflerinin yüzde 25 artış olduğunu sözlerine ekledi. Rıza, ayrıca The İstanbul Workshop Platformu'nu daha da geliştireceklerini belirtti ve bu yıl olmasa bile 2025'te aynı organizasyonu Rusya'ya taşımak istediklerini söyledi.

Haber: Hatice Ünal Bilen

PORLAND
Re-Gen

Re-Gen Serisi İlhamını Doğadan Alır

Ontario'nun berrak mavi sularından ilham alan
Re-gen serisindeki her parça, sadece görsel bir şölen sunmuyor,
aynı zamanda doğal kaynakları koruma misyonunu da destekleyerek
modern yaşamın gereksinimlerine muazzam bir yanıt sunuyor.

porland porlandkurumsal www.porland.com

ÖZEL HABER

GlobeMeets kurucu ekibi, 2024 projeksiyonunu tanıttı

GlobeMeets B2B Networking Event 2024 kurucu ekibi, 2023 etkinliğinin sektörel yansımalarını ve 2024 projeksiyonunu düzenlediği basın toplantısıyla açıkladı. 12-13 Eylül tarihlerinde Rixos Tersane İstanbul'da gerçekleşecek olan etkinliğe bu yıl Türkiye'nin 26 şehrinden 125 Hosted Buyer ve 20 ülkeden 40 Hosted Buyer acentanın katılımı bekleniyor.

Bu yıl 12-13 Eylül tarihlerinde Rixos Tersane İstanbul'da ikincisi düzenlenecek olan GlobeMeets B2B Networking Event 2024'ün tanıtım lansmanı Sheraton Hotel İstanbul Levent'te gerçekleştirildi. Şirketin kurucu ortaklarından Hüseyin Kurt, Serdar Söyler ve Emrah Tırpan'ın hazır bulunduğu basın toplantısında GlobeMeets'in 2024 projeksiyonu ve 2023 etkinliğinin yansımaları hakkında bilgiler aktarıldı.

Kurt: "Önemli bir boşluğu doldurduk"

2023 etkinliğinin sektörel yansımalarını değerlendiren GlobeMeets Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kurt, "Geçen yılki etkinlik; 26 şehirden 109 Hosted Buyer acenta ve İstanbul'dan 700+ potansiyel buyer/alıcı acenta temsilcisini 38 ülkeden 52 DMC, 7 hava yolu, 3 turizm ofisi, yurt dışından oteller ve daha birçok prestijli iş ortağı ile buluşturdu. Bu başarı, GlobeMeets'i sektörde fark yaratma ve yenilikçi iş birliklerine öncülük etme konusunda önemli bir platform haline getirdi. Geçen sene ilkini gerçekleştirdiğimiz etkinliğimiz sektörümüzün ihtiyaç duyduğu efektif, iş birliğine dönük, fayda odaklı olması, kapalı bir etkinlik olup herkese açık olmaması, doğru alıcı ile doğru hizmet sağlayıcıyı buluşturma hedefini yakalaması ve sektörümüzde bu alanda ilk olması hasebiyle önemli bir boşluğu doldurdu ve tüm katılımcılardan neredeyse tam puan aldı. Oluşan çok yüksek memnuniyet ve teveccüh bizleri çok daha iyisini gerçekleştirmek adına kollarımızı sıvamamıza vesile oldu." dedi.

"Etkinliğimizi hem iki güne çıkardık hem merkeze taşıdık"

2024 projeksiyonu ile ilgili bilgi paylaşımı yapan Kurt, bu sene organizasyonu hem iki güne çıkardıklarını hem de merkeze, Rixos Tersane İstanbul'a taşıdıklarını kaydederek, "İstiyoruz ki tüm paydaşlara çok daha fazla fayda sağlayalım ve çok daha fazla iş birliği oluşsun. Bu yıl, Türkiye'nin 26 şehrinden 125 Hosted Buyer acenta ve 20 ülkeden 40 Hosted Buyer acentayı ağırlayacağız. Aynı zamanda

Haber: Hatice Ünal Bilen

İstanbul'dan da 700+ buyer (alıcı) acentamızı da yine ziyaretçi olarak ağırlayacağız. Ziyaretçi ve misafirimiz olarak ağırlayacağımız potansiyel alıcı (Buyer ve Hosted Buyer) acentalarımızı 2 gün boyunca, 50 ayrı ülkede lokal acenta hizmeti alabilecekleri DMC'ler, dünya genelinden turizm ofisleri, hava yolları, marketplace iş ortakları, yurt dışından oteller, sigorta ve vize hizmet sağlayıcıları ve yurt içinden sınırlı sayıda prestijli otellerimiz ile randevulu görüşmelerde, hızlı network yapabilecekleri lounge alanı ve bistro alanında bir araya getireceğiz." diye belirtti.

"Herkese açık bir etkinlik olmayacak"

Etkinliğin bir fuar organizasyonu olmadığının ve kapalı gerçekleşeceğinin altını çizen Kurt, "Herkese açık değil. Davetiye ve akreditasyon ile katılım olacak. Dolayısıyla İstanbul'dan potansiyel alıcı acentalarımız bizlerin davetlisi olarak bu organizasyona katılacak. Bu yılın önemli bir değişikliği olarak dünyanın 20 farklı ülkesinden hosted buyer getireceğiz. Bahsettiğim hosted buyerlar ile getireceğimiz acentalara farklı ülkelerden de iş birlikleri sağlayalım istedik. Dolayısıyla bu 20 ülkeden gelecek 40 hosted buyer ile başta Türkiye pazarı olmak üzere dünyanın birçok ülkesine misafir ve grup gönderen potansiyel alıcılar olacak." şeklinde konuştu.

"Gereksiz masraf yaptırmayacağız"

GlobeMeets'in katılımcılarına eşit standartlarda satış ve pazarlama olanağı sunacağına vurgu yapan Kurt, şöyle devam etti: "Bildiğiniz gibi geçen sene 70 masamız vardı. Biliyorsunuz biz klasik fuar organizasyonlarından farklı olarak stant açılmasına izin vermiyoruz. Bizim derdimiz aslına bakarsanız sektör paydaşlarına gereksiz masraf yaptırmamak. Bu stantlarla birlikte takdir edersiniz ki sürdürülebilir turizm, süreklilik diyoruz. Bu stantlar fuarlardan sonra çöp oluyor. Bir başka önemli bir detay olarak, orada eşitlik detayı maalesef gözden kaçıyor. Parası olan çok daha büyük stant açıyor. Biz böyle bir şeye gerek yok diyoruz. Dolayısıyla biz exhibitorlara bir masa, iki sandalye ile kendilerini tanıtabilecekleri bir ortam sağlıyoruz. Dolayısıyla herkes eşit standartlarda satış ve pazarlamasını yapabiliyor."

"Devasa stantlara ve pazarlama bütçelerine gerek yok"

Kurt sözlerine "Sektörün bütün dünyada alışık olduğu rakamlardan çok daha uygun bütçelere bu organizasyonu önlerine sunuyoruz. Çünkü burada amaç, çok hızlı bir şekilde network yapmaları, çok hızlı bir şekilde iş birlikleri geliştirmeleri. Bunun için de devasa stantlara, devasa pazarlama bütçelerine gerek yok. Bu organizasyon bir masa, iki sandalye yapılabiliyor." diye devam etti.

Söyler:" Türkiye'de yapılmayanı yaptık"

GlobeMeets kurucu ortaklarından Serdar Söyler ise, Türkiye'de daha önce yapılmayandan farklı bir organizasyon gerçekleştirdiklerine dikkat çekerek şöyle konuştu: "Bugüne kadar hep yurt dışından Türkiye'ye gelen turistler için çalışmalar gerçekleştirildi. Ancak Türkiye'den de yurt dışına çok fazla hem tatil hem organizasyon amaçlı seyahat gerçekleşiyordu. Doğru hizmet sağlayabilecek acentaları Türkiye'deki acentalarla tanıştırmak amacıyla bu etkinliği yaptık. Bizim işimizde doğru tedarikçiler çok önemli. Yurt dışında mesela Las Vegas'ta Togg'un tanıtımı yapılıyor. Orada bize doğru hizmeti sağlayacak acentayı bulmamız gerekiyor. Biz o doğru hizmet sağlayıcı ile Türkiye'deki acentayı buluşturma hedefiyle bu organizasyonu düzenledik. Ve ilkinde de başarılı olduk. Çok iyi iş birlikleri başladı. Biz şu anda bunu artırmanın peşindeyiz."

"Türkiye'yi Türkler Türklere pazarlıyor"

Yurt dışı acentalarını Türkiye'deki yerel hizmet sağlayıcılarıyla buluşturacak bir organizasyonu da ayrıca değerlendirdiklerini sözlerine ekleyen Söyler, "İleride o tarz da bir organizasyon yapılabilir. Çünkü aslında Türkiye'de şu an yapılan fuarların amacı, Türkiye'nin iyi bir destinasyon olduğu, burada çok iyi hizmetlerin verildiği, kaliteli otellerin olduğunu anlatmak. Bizim şöyle bir gözlemimiz var. Türkiye'deki pazarlamamızı Türkler Türklere pazarlıyor şeklinde yürütüyoruz. Bunu aslında yurt dışına anlatmamız gerekiyor. Bu farklılaşmayı da ancak nitelikli bir çalışma ve güçlü bağlantılarla başarabileceğimiz düşüncesindeyim."

DAHİLİ ŞARJ ÜNİTESİ
220 Volt şebeke gerilimi ile
4-6 saatte şarj

80 km MENZİL
Tam şarj ile
80 km menzil

"0" EMİSYON
%100 Elektrikli,
çevre dostu

AC MOTOR
Temiz çevre,
yüksek performans

SAĞLAM & ESTETİK
Güçlü ve şık tasarımı
ile bütün gözler üzerinizde

REJENERATİF FREN SİSTEMİ
Enerji tüketiminde
verimliliği arttırır

www.pilotcar.com.tr

PC-W

5 YIL GARANTİ
PILOTCAR

DAHİLİ ŞARJ ÜNİTESİ
220 Volt şebeke gerilimi ile
4-6 saatte şarj

80 km MENZİL
Tam şarj ile
80 km menzil

"0" EMİSYON
%100 Elektrikli,
çevre dostu

AC MOTOR
Temiz çevre,
yüksek performans

SAĞLAM & ESTETİK
Güçlü ve şık tasarımı
ile bütün gözler üzerinizde

REJENERATİF FREN SİSTEMİ
Enerji tüketiminde
verimliliği arttırır

www.pilotcar.com.tr

AGON Danışmanlık ve Mümessillik Hizmetleri CEO'su

Tezer Öner

"Git o turisti bul getir, saçlarını yol getir!"

Biz de "iyi esnaf" olmak diye bir kavram vardır. İyi esnaf mahallesinde veya çevresinde saygın, hizmetinde kalitesine özen gösteren, fiyatlarında makul olan, mahallesinde sevilen, zor zamanda kapısı çalınan, güven duyulan, hilesi hurdası olmayan, bir nevi mahallenin abi-babası gibi davranan özel bir kişiliktir. Mahalledeki tüm esnaflar da buna göre davranır ve hatta Anadolu'da bu esnaf grupları daha sonra loncalar kurup "Ahilik" düzenini geliştirmişler ve bir etik değerler toplumu oluşturmuşlardır...

Bu esnaflar içinde reklam yapmak, öne çıkmak, kendini övmek yakışık almazdı ve hatta övgülerden utanıp sıkılırlardı. Alçak gönüllülük esastı. Dolayısıyla sen kendini övme, seni başkaları övsün anlamında birçok da atasözümüz oluştu.

İşte turizm sektörümüzdeki otellerin pazarlama davranışlarına bakacak olursak neredeyse hepsini böyle mahalle esnafına benzetesim geliyor. Pazarlama konusunda kendileri değil, acentelere bel bağlanmış veya Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın faaliyetleri ile sınırlı kalmış bir anlayış söz konusu. Bazıları biraz sosyal medya çalışmaları yapıyor, o kadar...

Eşimle ara tatil sebebiyle Uludağ ve diğer kar otelleri için bir arama yapalım dedik. Bursalı olarak gayet iyi bildiğim eski dağ otellerinin ne sosyal medyası var ne de telefonlarını bulabildim. Bursalı arkadaşlarımdan telefon istedim de rezervasyon durumu nedir diye bilgi aldım.

Bu durum neye sabebiyet veriyor? Kar sezonu açılınca 2 ay yoğun bir turist akını zaten az sayıdaki otel için fazlasıyla yeterli ve hatta talep o kadar yoğun oluyor ki rakamlar stratosfere çıkıyor. Sonra sosyal medya ve görsel medyada haberler "Uludağ'da bu sene tost 500 TL oldu. Pizza 1250 TL". Neden? Çünkü tüm yatırımın ve işletmenin maliyetini 2 ayda çıkarıp bir de kar elde etmek istersen öyle olur. Alplerdeki gibi 12 ay oteli açık tutmayı başarırsak bu 2 aya da yüklenmemize gerek kalmaz. Aynı durum resort oteller için de geçerli. Ama bu şekilde otelleri yaz kış açık tutmak o riske girmek için belli doluluk oranlarını tutturmak ve ona göre de pazarlama yapmak gerekir. İşte bu konuda esnaflığımız tutuyor. "Abi bizi bilen biliyor." "Bizim kendi özel müşteri kitlemiz var." "Bizim reklama ihtiyacımız yok."

Öyle mi? O devirler geride kaldı. Vahşi kapitalizmle çılgın bir yarış içerisinde olan bir dünyada yaşıyoruz artık. Tüm ülkeler ve turizm sektöründeki her potansiyel öne çıkmak için uğraş veriyor. Bazı ülkeler geliştikçe müşteri olma potansiyelleri artıyor. Mesela Çinli turist 2 yıl önceki bahar bayramında 400 milyon seyahat gerçekleştirdi ve bunun 7 milyonu yurt dışınaydı. İskandinav ülkeleri onları çekebilmek için özel reklamlar yaptı hatta sokaklarına ejderhalar ve Çin fenerleri falan astı. Bu kısmı Ekonomist Dr. Şeref Oğuz hocamdan alıntıladım. Herkes ekonomi için yeni çıkışlar ve pazarlama yolları arıyor.

Biz hala yeterince agresif değiliz. Ne sezonu yani satış sürecini uzatmaya çalışıyoruz ne de gelir seviyemizi yukarı çıkartmaya çalışıyoruz. Bunu yapmanın tek yolu olarak gördüğümüz sadece fiyatları artırmak. Haydi fiyatları artırdık. Sonuç ne oluyor peki? Zengin Avrupalı turist veya Ruslar Fransa, İsviçre veya İtalya Alplerini bırakıp Uludağ'a mı koşuyor? Tabii ki hayır! Geçen sene gelen iş insanı Hüseyin abi bu sene de geliyor. Gelirken de "ben eski müşteriyim" diye al takke ver külah bir pazarlıkla ve ahbap çavuş ilişkisiyle özel fiyatlar alıyor. O rakamları da kırk yılda bir dağa çıkan yeni görmemişlerimiz veya orada olmayı maharet sanan üç kuruşunu biriktirerek gelen sosyete meraklılarımız ödüyor. Tüm bu paragrafta gerçek kayak meraklılarını ve kış sporlarına gönül veren masum ve mağdur kişileri ayrı tutuyorum. Onlar bu sistemin ve bu sürecin kurbanları olarak benim gözümde en çok haksızlığa uğramış olan ve üzüldüğüm kesim.

2 aydır spor kanallarında kış sporları seyrediyorum. Tek bir Türk kayakçı da yok. Çünkü kar ve dağ tesisleri denince bizde hep pahalı tatil ve lüks akla geliyor. Ben zengin kesimin kendisini iyi hissedeceği alanlar olmasın demiyorum. Ama mesela Uludağ'da ikinci bölge açıldı. Birinciden daha lüks tesisler yapıldı. Çünkü o tesis maksimum 3 ay çalışacak ve sonra ya tamamen kapanacak ya da çok küçük bir kısımda hizmet vermeye devam edecek. O kadar yatırım bir şekilde çıkarılmak zorunda.

Sonuçta geldiğimiz noktada her şey pazarlama ve gelire dayalı ekonomik dağılımla alakalı bir dengesizliği işaret ediyor. Dükkânı açıp önüne bir sandalye koyup oturarak müşteri bekleme devri sona erdi. Çok daha agresif olmamız gerekiyor. Türkümüzdeki gibi; "Git o turisti bul getir, saçlarını yol getir..."

taşkesti
doğal mineralli su

Tabiatın kalbi Bolu'dan

horeca@taskesti.com

www.taskestisu.com

Pırıl pırıl bir kaynaktan el değmeden çıkan, modern tesislerimizde doğal yapısı bozulmadan ve mineral dengesi değiştirilmeden üretilen Taşkesti Su, özel premium cam şişesiyle sizlere sunulmaktadır.

0850 888 14 14

EMITT Fuarı 27. kez kapılarını açtı

EMITT -Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı, 6 - 9 Şubat 2024 tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde 27. kez kapılarını açtı.

Bu yıl 27.si düzenlenen EMITT -Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'nın kurdele kesim töreninde EMITT Fuar Direktörü Hacer Aydın, ICA Events Bölge Direktörü Kemal Ülgen ve üst düzey protokolden önemli isimler yer aldı. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Ticaret Bakanlığı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Türk Hava Yolları'nın kurumsal sponsorluğunda Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin (TTYD) iş ortaklığında düzenlenen fuarı Balkanlar, Orta Doğu ve Orta Asya başta olmak üzere 300'den fazla satın almacı ve Almanya, Bulgaristan, Brezilya, Mısır, İran, Japonya, Kuzey Kıbrıs, Venezuela gibi birçok ülkeden katılımcı firmayı ağırladı.

Aydın: "27 yıldır azmimizi ve heyecanımızı koruyoruz"

EMITT'in Türkiye ekonomisine, turizmine ve ülke markasına büyük katkısı olduğuna dikkat çeken Fuar Direktörü Hacer Aydın, "27 yıldır azmimizi ve heyecanımızı koruduğumuz fuarımızda, Türkiye'nin turizm gücünü

keşfederken, geleceğin destinasyonlarına yeni yollar inşa edeceğiz." dedi.
Fuar kapsamında sektör profesyonellerini bir araya getirerek, sektöre yenilikçi bir vizyon kazandırılacağının altını çizen Aydın, fuarın Türkiye ekonomisine, turizmine ve ülke markasına büyük katkısı olduğuna dikkat çekti. "EMITT'in kapılarını bunca yıllık deneyim ve birikimle 27. kez açtığımız halde, hala ilk günkü heyecanımızı içimizde hissediyoruz. Çünkü ülkemiz için, ilerlemek için ve daha iyi bir geleceği mümkün kılmak için hayallerimizin sonu yok" diye konuşan Aydın, 2024'e dair hedeflerini şu sözleriyle aktardı: "2024 hedeflerimiz içinde turizmi çeşitlendirmek, alternatif turizm ürünlerini tanıtmak ve bu sayede turizmi yılın 12 ayında tüm ülkeye yaymak bulunuyor. Özellikle dünya genelinde yükselen pazarlara ve Amerika ile Uzak Doğu gibi uzak pazarlardaki ülkelerin üst gelir grubuna odaklanarak turizmi genişletmeyi planlıyoruz. Yerli turizm sezonunun 12 aya yayılmasının, sektörde karlılık ve rekabet gücünün artmasına önemli katkılar sağlayacağına inanıyoruz. 27 yıldır azmimizi ve heyecanımızı koruduğumuz fuarımızda, Türkiye'nin turizm gücünü keşfederken, geleceğin destinasyonlarına yeni yollar inşa edeceğiz."

BARRY CALLEBAUT

BARRY CALLEBAUT'TAN

EN POPÜLER ÇİKOLATA TRENDLERİ 2024 VE ÖTESİ

YOĞUN keyif

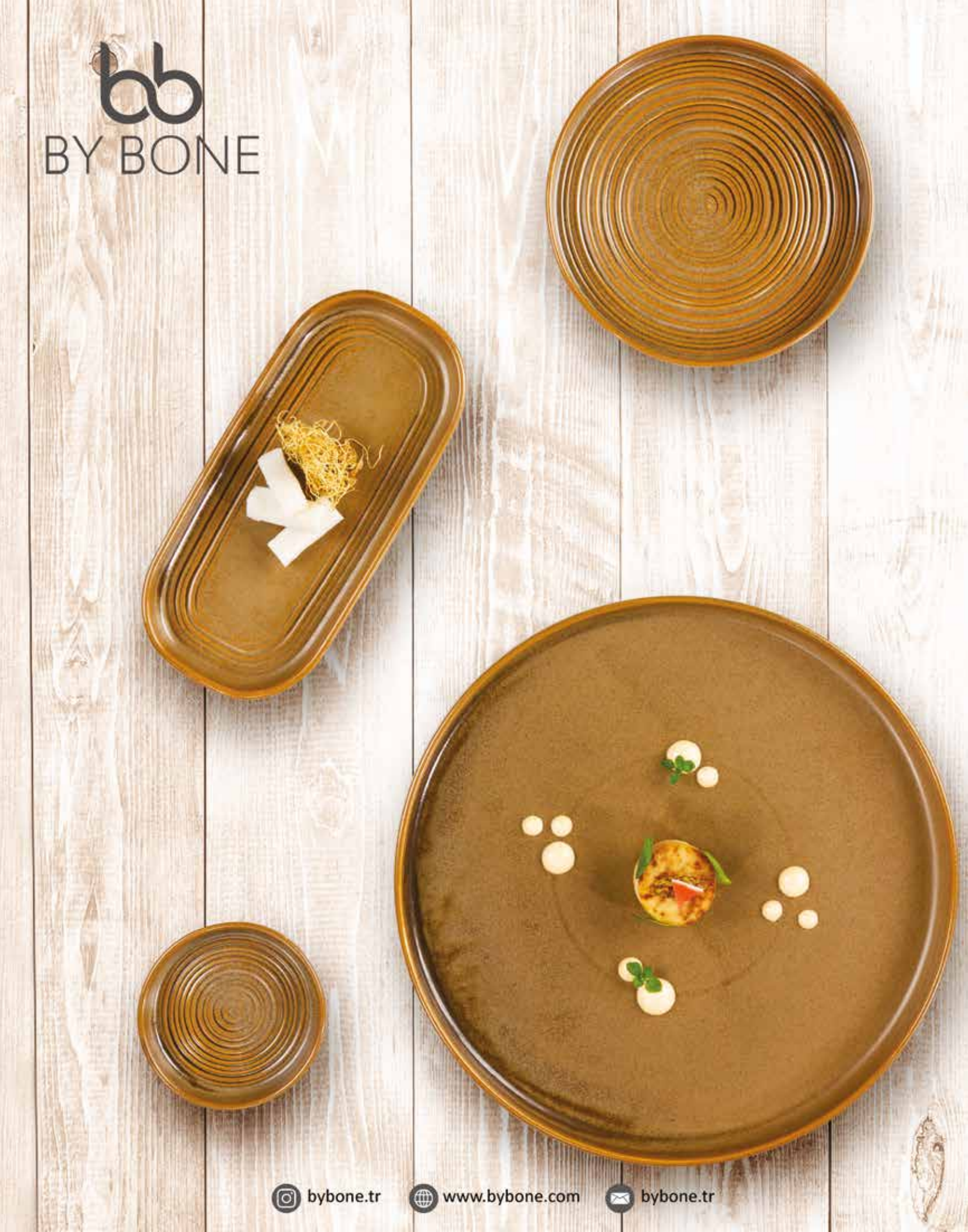
SAĞLIKLI keyif

BİLİNÇLİ keyif

Raporu indirmek için okutun

Değişen tüketici davranışlarının yön verdiği **3 keyif türünün,** pastacılık, çikolata ve şekerleme pazarını nasıl etkilediğini anlamak için dünyanın en büyük çikolata ve kakao ürünleri üreticisi **Barry Callebaut** tarafından hazırlanan **«En Popüler Çikolata Trendleri 2024 ve ötesi»** raporunu incelemeyi sakın unutmayın!

BY BONE



bybone.tr www.bybone.com bybone.tr

Helix Kaldi

Mat yüzeyi ve kahverengi görünümüyle sunumlarınızı özel hissetmenizi sağlar. Zarif çizgisel dokusuyla ve eşsiz detaylarıyla koleksiyona benzersiz bir hava katar.

TÜRKİYE KRUVAZİYER PAZARINDA RAKİPLERİNE KARŞI NE DURUMDA?

What is the situation of Turkey against its competitors in the cruise market?

2023 yılı Ocak-Aralık döneminde kruvaziyer gemileriyle giden-gelen turist sayısı İspanya'da 11,98 milyon ve Türkiye'de 1,55 milyona ulaştı. İki ülke de 1 yılda %50 dolayında gelişme gösterdi.

Turizm Databank'ın derlediği verilere göre, 2023 yılı Ocak-Aralık döneminde İspanya ve Türkiye'ye kruvaziyer gemileriyle giden-gelen turist sayısı %50 dolayında gelişti.

Türkiye, İspanya ve Yunanistan'da yolcu trafiği
Yolcu trafiği 2023 yılında İspanya'da 8,17 milyondan 11,98 milyona çıkarken Türkiye'de 1 milyondan 1,54 milyona ilerledi. Yunanistan'daki kruvaziyer turizmi segmentinin bu yıl 2019 pandemi öncesi seviyelerini aşarak 5,61 milyon varışa ve 2025 yılına kadar 5,8 milyona ulaşması bekleniyor.

In the January-December period of 2023, the number of tourists arriving and departing by cruise ships reached 11.98 million in Spain and 1.55 million in Turkey. Both countries showed an improvement of around 50% in 1 year.

According to data compiled by Tourism Databank, the number of tourists arriving to and departs from Spain and Turkey by cruise ships increased by around 50% in the January-December period of 2023.

Passenger traffic in Türkiye, Spain and Greece
Whereas passenger traffic increased from 8.17 million to 11.98 million in Spain in 2023, it increased from 1 million to 1.54 million in Turkey. The cruise tourism segment in Greece is expected to reach 5.61 million arrivals this year, exceeding 2019 pre-pandemic levels, and 5.8 million by 2025.

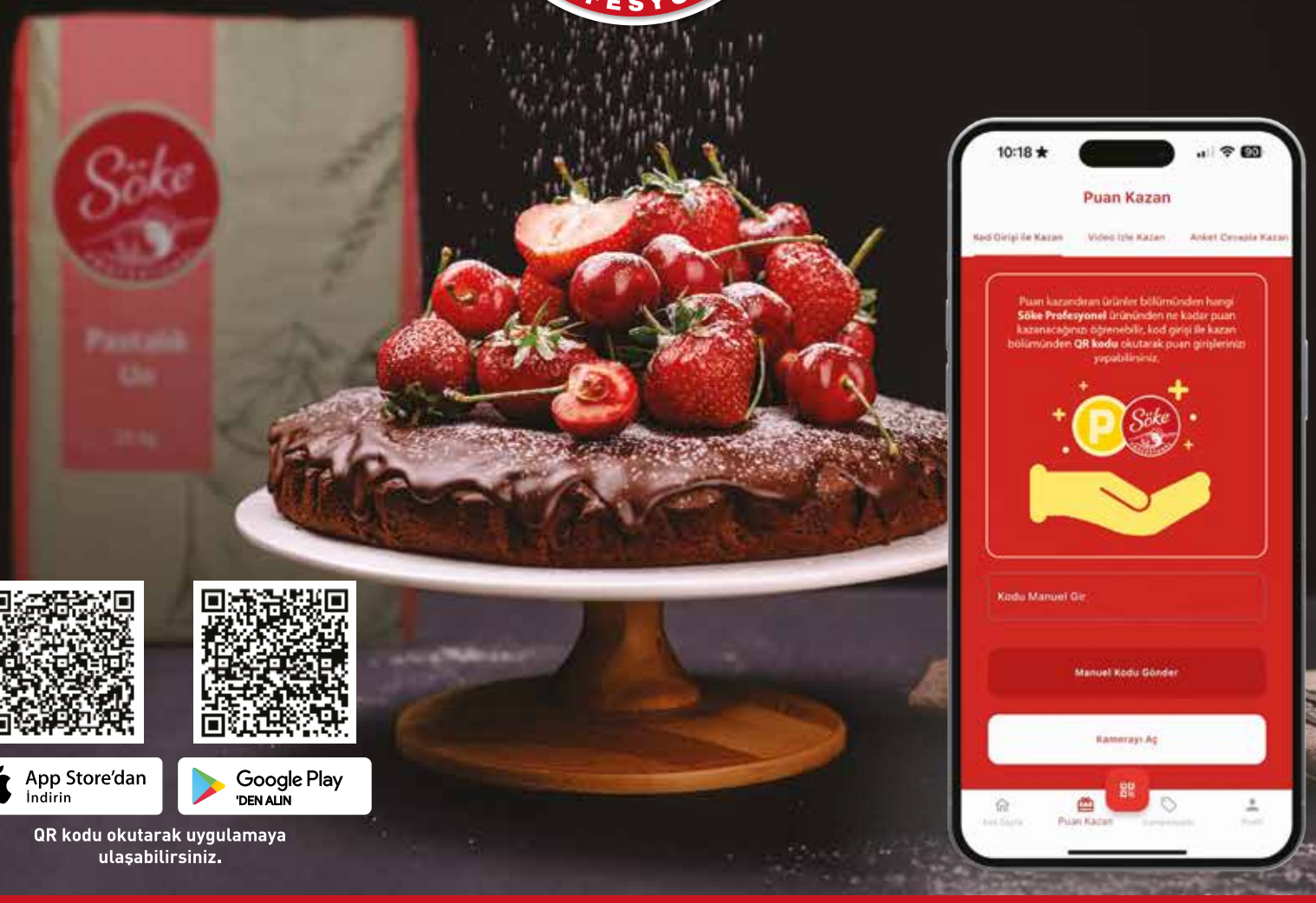
Türkiye'nin lezzet ustalarını bir araya getiren uygulama

Söke Profesyoneller Kulübü yenilendi!

Üye olun, siz de kazanın.

www.sokeprofesyonellerkulubu.com

Söke PROFESYONEL



App Store'dan İndirin

Google Play 'DEN ALIN

QR kodu okutarak uygulamaya ulaşabilirsiniz.

soke.com.tr | Söke Profesyoneller Kulübü | sokeprofesyonellerkulubu | sokeprofesyonellerkulubu

2. TÜRSAB Turizm Kongresi gerçekleşti: İşte Bağlıkaya'nın sektöre mesajları

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nce bu yıl ikincisi düzenlenen TÜRSAB Turizm Kongresi 16-18 Şubat tarihleri arasında gerçekleşti. Kongrenin açılışında konuşan Başkan Firuz Bağlıkaya, 1618 Sayılı Yeni Yasa'ya atıfta bulunarak, "Bizlerin yok olacağını düşünmek turizmin yok olacağını düşünmektir. Biz var oldukça turizm, turizm var oldukça seyahat acentaları olacaktır. Seyahat acentaları var oldukça onların meslek örgütü TÜRSAB da var olacaktır." dedi.

Royal Seginus Hotel Antalya'da düzenlenen TÜRSAB Turizm Kongresi'de konuşan TÜRSAB Başkanı Firuz Bağlıkaya, ana başlıklar halinde şu mesajları verdi:

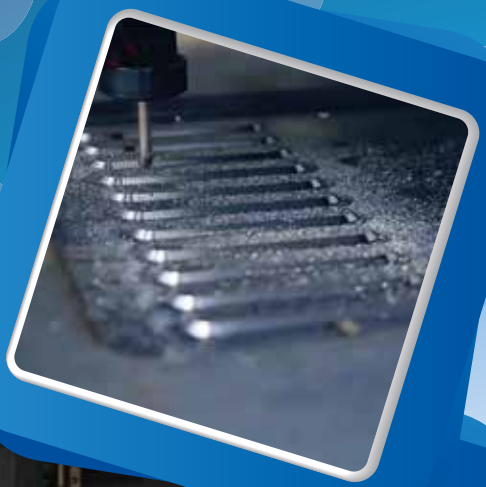
"Turizmin barışa, barışın turizme ihtiyacı var"

Turizmin ekonominin çarklarını döndüren, 50'den fazla sektörü harekete geçiren, döviz girdisi sağlayan, istihdam oluşturan yapısı ile tüm dünyada bacasız sanayi olarak adlandırılması sebebiyle uluslararası rekabet bakımından da öne çıkan sektörlerin başında geldiğini ifade eden Bağlıkaya, turizmin barışa, barışın turizme ihtiyacı olduğuna vurgu yaptı ve "Turizm – kamu ve sektörün bazı aktörlerince öncelikle ekonomik bir faaliyet olarak ele alınsa da turizmin toplumların birbirini anlama ve farklılıklarına saygı göstermelerine katkısı en az ekonomik katkısı kadar değerlidir önemlidir. Turizmin barışa, barışın turizme ihtiyacı var." ifadelerini kullandı.

"Turizm sadece döviz, gelir, sayılardan ibaret değildir"

Turizmin dünyayı korumanın en etkili faaliyetlerinden biri olabileceğine işaret eden Bağlıkaya, 'Bunun için turizme sadece döviz, gelir ve sayılar üzerinden bakamayız. Dünyayı yaşanılmaz kılan savaş ve çevre felaketleriyle mücadelede turizmden yararlanmak gerekir." diye belirtti ve kongrede turizme farklı bakış açıları katmayı hedeflediklerini söyledi. Dünya turizminin bir yandan teknoloji alanındaki gelişmeler, çevre odaklı

HER İHTİYACA ÖZEL KALIPLARIMIZLA BİZ VARIZ!



AR-GE öncülüğünde, kendi bünyemizde tasarımını ve imalatını gerçekleştirdiğimiz kalıplarımızı, sizlerin talepleri doğrultusunda hazırlıyoruz ve tasarımdan, üretime, **ürün teslimine kadar hizmet sunabilen entegre tesisimizle** üretici firmaların en büyük gücüyüz.

Bilgeinox

444 77 40 www.bilgeinox.com.tr bilgeinox bilgeinox bilge.inox bilge_inox

endişelerle yeni bir boyuta taşınırken diğer yandan da ülkelerin ekonomileri açısından çok daha önemli hale geldiğine dikkat çeken Bağlıkaya şöyle devam etti: "Turizmin gelişimi için birçok ülke özel önlemler alıyor. Dünya genelindeki tüm destinasyonlar bir yandan daha çok turist ağırlamak, daha çok turizm geliri elde etmek için hiç olmadığı kadar büyük bir çaba içine girerken diğer yandan sürdürülebilirlik konusunda önlemler alıyor. Bu keskin rekabet ortamında ayakta kalabilmenin ötesinde pazar payını artırabilmek ve sürdürülebilir bir turizm yapısı oluşturmak içinse yeni stratejiler geliştirmek, hedef odaklı planlamalar yapmak ve ortak aklı hakim kılmak özel bir anlam taşıyor. TÜRSAB olarak biz de bu perspektiften hareketle yarım asrı aşan geçmişimiz ve Türkiye'nin en köklü turizm meslek örgütü olmanın getirdiği sorumlulukla sektörümüze değer katan etkinlik ve organizasyonları düzenlemeyi kendimize görev biliyoruz."

"Acentaları yok saymak, turizmi yok saymaktır"

Firuz Bağlıkaya konuşmasında dünya turizmindeki yarışta öne çıkabilmek için mevcut başarıları sağlayan yapı ve kurumları korumanın ötesinde güçlendirmenin de ayrı bir öneminin olduğunu vurguladı. Türkiye'nin dünyanın önemli turizm destinasyonlarından biri olmasında seyahat acentalarının büyük katkılarının olduğunu ifade eden Bağlıkaya, "Turizm, seyahatin organize halidir. Seyahat acentaları seyahati gerekli ve mümkün kılan, organize edenler olarak turizmin asli unsurlarıdır. Bizleri yok saymak turizmi yok saymaktır. Bizlerin yok olacağını düşünmek turizmin yok olacağını düşünmektir. Bu nedenle biz var oldukça turizm, turizm var oldukça seyahat acentaları olacaktır. Seyahat acentaları var oldukça onların meslek örgütü TÜRSAB da var olacaktır." diye konuştu.

"Meslektaşlarımızdan aldığımız destek bizlere mücadele gücü veriyor"

Firuz Bağlıkaya, turizm paydaşları arasındaki iş birliği olanaklarının artırılması, birlik ve beraberliğin öne çıktığı bir yapının sürdürülmesinin Türk turizminin geleceği için en önemli güvenceyi oluşturduğunu belirtti ve "Meslektaşlarımızdan aldığımız destek ve gösterdikleri birliktelik de sektörümüzü geleceğe güvenle taşımak konusunda sergilediğimiz mücadele konusunda bizlere büyük güç veriyor." şeklinde sözlerini noktaladı.

RiNART

PREMIUM PORCELAIN

MASAI

www.rinart.com.tr | info@rinart.com.tr

+90 212 **422 52 50** | rinartporcelain

ACCOR, TÜRKİYE'DE 5 YILDA 100 OTELE ULAŞACAK

110'u aşkın ülkede 5 bin 500'den fazla oteli bulunan, Türkiye'de 68 otele sahip otel zinciri Accor, bu yılın sonuna kadar 14 otel yatırımıyla birlikte sayıyı 5 yılda 100'e tamamlamayı planlıyor.

Accor Türkiye Operasyon Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu, Türkiye'deki hedef ve yatırımlar, 2024 sektör değerlendirmesi ve turizm trendlerini değerlendirdi.
Accor Türkiye Operasyon Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu, Türkiye ve bölgedeki yatırım stratejileri hakkında bilgi vererek şunları söyledi: "Accor'un Türkiye'deki varlığı, ülkedeki seyahat edenlerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun çeşitli konaklama seçenekleri sunmaya olan bağlılığını ortaya koyuyor. Bu kapsamda Türkiye'deki turizme yönelik pazar talebi ve eğilimleri, uluslararası ziyaretçi sayısı, iç turizmin büyümesi ve uzun süreli konaklama potansiyeli gibi faktörleri değerlendiriyoruz. Türkiye, çok büyük bir potansiyele sahip ve Accor olarak bu fırsatı değerlendirmek istiyoruz. Bundan sonraki süreçte büyümemiz Türkiye pazarına girmemiş olan ulaşılabilir yaşam tarzı segmentindeki markalarımızla da olacak. Bu anlayıştan hareketle, Türkiye'de ilk etapta 2024 yılının sonuna kadar 14 otel yatırımı planlıyoruz ve Türkiye'deki otel sayımızı 5 yıl içerisinde 100'e tamamlamayı hedefliyoruz. Bu hedefimiz, mevcut otellerimizi ve tatil köylerimizi genişletmenin yanı sıra Handwritten Collection gibi yeni markaları şemsiyemiz altına getirmeyi ve ibis ailesi altındaki markalarımızı genişletmeyi de içeriyor. Türkiye'ye henüz gelmemiş ve gelebilecek 30 markamız daha var."

2023'te 1 milyon 930 bin misafir ağırladı

Otellerin doluluk oranlarının birkaç farklı kritere dayandığını vurgulayan Köseoğlu, 2023 yılında Accor bünyesindeki otellerin dolulukları hakkında bilgi verdi. Köseoğlu, şöyle devam etti: "Swissôtel Çeşme Resort and Spa, Swissôtel Uludağ Bursa ve Mövenpick Diyarbakır gibi önemli yatırımlar kapılarını başarıyla açarak portföyümüzde önemli kilometre taşlarına imza attık. 2023 yılında Türkiye'deki otellerimizde toplam 1 milyon 930 bin misafir ağırladık. Bu rakamın yüzde 40'ını yerli, yüzde 60'ını ise yabancı misafirlerimiz oluşturdu. Yerli turistlerin otellerimizi tercih etmesinde, yerli tatilcilerin turizm faaliyetlerine olan ilgisi ve iç turizmde yaşanan artış etkili oldu. Yabancı misafirlerin ilgisini çeken başlıca faktörler arasında ise Türkiye'nin zengin tarihi, kültürel mirası, doğal güzellikleri, plajları, gastronomisi ve turistik aktiviteleri sayılabilir. Ayrıca Türkiye'nin sektör özelindeki yatırımlarının artması, otel ve konaklama tesislerinin kalitesinin yükseltilmesi, hizmet standartlarının iyileştirilmesi de yabancı misafirlerin tercihlerini etkileyen faktörler olarak öne çıkıyor."

"Türk turizm sektörünün geleceği olumlu görünüyor"

Türkiye'de otelcilik sektörü potansiyelinin olumlu ivme yakaladığına dikkat çeken Sinan Köseoğlu, "Türkiye, gelen ziyaretçi sayısının sürekli artmasıyla turizmde kayda değer bir büyüme yaşadı. Bu anlamda Accor'un zengin marka portföyü, çeşitli pazar segmentlerine hitap etmemize, ürünlerini Türk tüketicilerinin benzersiz tercihlerine ve taleplerine göre uyarlamamıza olanak tanıyor. Ülkemizin bir diğer avantajı da çeşitli

turizm faaliyetlerine uygun olması. Yaz turizmi, kış turizmi, sağlık turizmi, kültür ve tarih turizmi gibi farklı türlere hitap edebiliyoruz. Bununla birlikte Türk halkının konukseverlik kültürü, misafirperverliği ve insan ilişkilerindeki becerileri de otelcilik sektöründe bir avantaj olarak görülebilir. 2024 yılına baktığımızda ise Türk turizm sektörünün geleceği olumlu görünüyor. Türkiye'nin daha fazla seyahatsever çekme yönündeki çabaları ve altyapı geliştirme yatırımlarıyla birlikte sektörün gelişmesi bekleniyor. Bunun yanı sıra özellikle geçtiğimiz yıl Suudi Arabistan'dan gelen turist oranında 2022'ye kıyasla düşüş yaşansa da Accor olarak Suudi Arabistan, halihazırda en büyük hedef pazarlarımızdan biri. Ülkemizin coğrafi konumu, zengin ve kültürel mirası, doğal güzellikleri, iklim çeşitliliği, Doğu ve Batı kültürlerine rahatlıkla hitap edebilmesi, turizm potansiyelini doğrudan artırıyor" ifadelerini kullandı.

Turizm sektörünü sürdürülebilirlik yaklaşımı açısından da değerlendiren Köseoğlu, şöyle devam etti: "Seyahat ve turizm endüstrisi, dünyadaki sera gazı emisyonlarının yüzde 9 ila 12'sini oluşturuyor. Accor olarak faaliyetlerimizin temelinde insan ve doğa üzerinde olumlu etki oluşturmak yatıyor. Paris Anlaşması uyarınca 2050 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşmayı ve aynı zamanda sera gazı emisyonlarımızı mutlak olarak azaltmayı taahhüt ettik. Yaklaşımımız, aynı zamanda doğaya zarar vermeyen iş modellerine katkıda bulunmak için doğayı ve doğal kaynakları koruma taahhüdüne dayanıyor."

"Çevreye duyarlı tesislerin ve turistik faaliyetlerin artacağını öngörüyoruz"

Son olarak önümüzdeki dönemin turizm trendleri hakkında değerlendirmede bulunan Sinan Köseoğlu, sözlerini şöyle noktaladı: "Son yıllarda sürdürülebilir turizm kavramına önem verilmesiyle birlikte çevreye duyarlı tesislerin ve turistik faaliyetlerin artacağını öngörüyoruz. Örneğin kamp turizmi, tiny house konaklamaları sektörümüzde yeni bir kapı açabilir. Accor'un da bu konuda geliştirdiği markaları mevcut. Bunun yanı sıra macera turizmi, gastronomi turizmi ve sağlık-tedavi turizmi gibi farklı segmentlerdeki turist sayısının artacağını öngörüyoruz. Teknolojinin gelişimiyle birlikte akıllı telefonlar, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler, turistlerin seyahat deneyimini zenginleştirecek ve interaktif bir şekilde destinasyonları keşfetmelerini sağlayacak. Bireysel ilgi ve tercihlere göre özelleştirilmiş tur paketleri ise aktiviteler ve konaklama seçenekleri sunan turizm şirketleri daha popüler hale gelebilir."

SEMBOL A.Ş.
OTEL - RESTORAN - CATERING - PROMOSYON

Meclis Mah. Semih Sancar Cad.
İlknur Sok. No:10 Sancaktepe/İstanbul
Tel: (0216) 621 45 72 sembol@sembolamblem.com.tr

Giya
Porcelain

her anınızı değerli kılar

www.sembolamblem.com.tr

Elite Otel Grubu 2030'a kadar **50 otele ulaşacak**

Franchise iş modeliyle zinciri genişletme kararı alan Elite World Hotels & Resorts, 2030'a kadar yurt içi ve yurt dışında toplam 50 otele ulaşacak.

Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels & Resorts, 50 yıllık otelcilik tecrübesini yen dönemde bir adım daha öteye taşıyarak franchise iş modeliyle zinciri genişletme kararı aldı. 23 Ocak Salı günü Elite World Taksim Otel'de düzenlenen bilgilendirme toplantısıyla basın mensuplarıyla bir araya gelen Elite World Hotels & Resorts Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu ve Elite World Hotels & Resorts CEO'su Orkun Petekçi, 2023 yılını değerlendirdi ve bu yıla ilişkin yatırım planları hakkında bilgiler verdi.

Bezaroğlu: "Türkiye'nin 7 bölgesinde de olacağız"

Elite World Hotels & Resorts Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, ülkeye gelen turist sayısı ve turizm gelirini artırma gerekliliğine vurgu yaparak, "Bu hedefe sadece büyük şehirler veya resort otellerle değil, ülkenin her ilinde konaklama tesislerinin kalitesini artırarak ulaşabiliriz. Turizmde çeşitlendirmenin önemli bir kriter olduğunu düşünüyoruz. Bundan hareketle biz de Elite World olarak bu çeşitlendirmeyi sağlayıp Türkiye'nin 7 bölgesinde otellerimizle var olmak istiyoruz." dedi.

Bezaroğlu, "Biz otellerimizle bu çeşitlendirmeye katkı sağlarken ülkemize yurt dışından gelen turist pazarlarındaki çeşitliliği de önemsiyoruz. Bu nedenle bu yıl global pazarlarda tanıtım çalışmalarımıza ağırlık veriyoruz. Doğru hedef kitle, doğru bütçe ve hedeflerde turizmde istediğimiz yere geleceğimize inanıyoruz." diye konuştu.

Petekçi: "2030 yılına kadar 50 otel hedefliyoruz"

Elite World Hotels & Resorts CEO'su Orkun Petekçi ise, grup otelleri olarak farklı kategorilere hitap edecek 4 yeni marka daha oluşturarak turizmde çeşitliliği artırmayı hedeflediklerini söyledi. Büyümeyi gelen talepler doğrultusunda 3 ve 4 yıldızlı oteller ağırlıklı olmak üzere franchise iş modeliyle Türk turizminin büyümesine katkı sağlamak isteyen yatırımcılarla birlikte gerçekleştireceklerini belirten Petekçi, "Sektörde yerli zincir olarak sahip olduğumuz deneyim ve sunduğumuz uluslararası standartlardaki hizmetle yatırımcılara tüm hizmetleri paket olarak sunuyoruz. 8'i kendi yatırımımız olan otellerimiz sayesinde yatırımcılarımızla aynı dili konuşuyoruz. Bu hedeflerimizi gerçekleştirmek için yatırımcıları Türk turizminin büyümesine katkı sağlamaya davet ediyoruz." dedi.

2030 yılına kadar 50 otele ulaşma hedefi doğrultusunda Türkiye'nin farklı illerine markayı taşımak için yatırımcılarla bir araya geldiklerini ifade eden Petekçi, "Amacımız otel sayımızı artırmaktan öte kaliteden ödün vermeden turizme katkı sağlamak. Açtığımız otellerle istihdama da büyük ölçüde katkı sağlayacağız" diye konuştu.

Grubun ekonomi, orta segment, lüks segmentte Elite World Grand, Elite World, Elite World Comfy ve Elite World GO olmak üzere farklı misafir kitlelerine hitap eden 4 markası bulunuyor. Toplam 11 otelle Marmara, Ege, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde faaliyet gösteren Elite World Hotels & Resorts, Türkiye'nin 7 bölgesi başta olmak üzere yurt içinde ve yurt dışında turizmde değer yaratma vizyonuyla hareket ediyor.

YENİ ROZETLİ KARTLI KİLİT SERİSİ

OTEL ODANIZIN GÜVENCESİ

KALE KİLİT

RADISSON OTEL GRUBU 2023'TE REKOR SEVİYEDE BÜYÜDÜ

Radisson Hotel Group Record level of growth in 2023

Radisson Otel Grubu, yeni açılışlar ve anlaşmalar ile 10 markadan oluşan uluslararası portföyüne 30 binden fazla oda ekleyerek 2023 yılını büyümeyle tamamladı. Bu sonuçlarla Radisson Otel Grubu, dönüşüm planının başladığı 2018 yılından bu yana faaliyetlerini %50 oranında büyütmüş oldu.

Radisson Hotel Group completed 2023 with growth, adding more than 30 thousand rooms to its international portfolio of 10 brands thanks to new openings and agreements. With these results, Radisson Hotel Group has grown its operations by 50% since 2018, when the transformation plan began.

2023 yılında Radisson Otel Grubu portföyüne eklediği 30 binden fazla oda ile yapılan anlaşmalar ve açılışlar ile yeni bir rekora imza attı. Grubun öncü markası Radisson Blu ise üst üste 12. kez Avrupa'nın en büyük üst segment markası olmaya devam etti. Radisson Otel Grubu Küresel Geliştirme Başkanı Elie Younes konuya ilişkin şunları söyledi: "Dünya çapında 250'den fazla anlaşma ve açılışla portföyümüze eklenen 30 binden fazla odayla şimdiye kadarki en yüksek rakamı yakalamamıza ve 2023 yılını güçlü bir şekilde tamamlamamıza yardımcı olan otel sahiplerimize ve çalışma arkadaşlarımıza minnettarız. Enflasyonun yavaşlaması ve yatırımcıların sektöre ilgisinin devam etmesi ile birlikte 2024'ün de 2023 yılının devamı olmasını bekliyoruz."

In 2023, Radisson Hotel Group broke a new record with the agreements and openings of more than 30 thousand rooms those are added to its portfolio. Radisson Blu, the group's leading brand, continued to be Europe's largest upper segment brand for the 12th time in a row. Radisson Hotel Group Global Development President Elie Younes said: "We are grateful to our hotel owners and colleagues who helped us achieve the highest number of guests ever and finish 2023 strong, with more than 30 thousand rooms added to our portfolio through more than 250 deals and openings worldwide. "We expect 2024 to be a continuation of 2023 as inflation slows down and investors' interest in the sector continues."

HLF® ITALIAN DESIGN | 3700

2 ÇEKİRDEK HAZNESİ

2 DEĞİRMEN

TOZ İÇECEK HAZNESİ

10” DOKUNMATİK EKRAN

ProMilk sistemi ile mükemmel süt köpüğü

TECNOCOFFEE

Showroom: Sultan Selim Cad. Turan Sok. No: 21/A
Kağıthane-İstanbul Tel: +90 (212) 269 18 01
www.tecnocoffeeshop.com / info@tecnocoffee.com.tr

HLF Türkiye Distribötürü
SORCAN Teknik Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.

dizdar

1947'den beri

dizdarsteel | dizdarsteel.com

dizdar

1947'den beri

dizdarsteel | dizdarsteel.com

Waldorf Astoria Seyşeller'de...

Platte Island, Seyşeller, 5 Şubat 2024: Hilton'un (NYSE: HLT) ikonik lüks otel markası Waldorf Astoria, Waldorf Astoria Seychelles Platte Island tesisiyle Seyşeller'de merakla beklenen yeni açılışını duyurdu.

Waldorf Astoria Seychelles Platte Island, hepsi deniz kenarında olmak üzere, bir ila üç yatak odalı villaların yanı sıra geniş bahçelere sahip beş yatak odalı bir ana villa ile kişisel konsiyerj hizmetlerine sahip 50 villadan oluşan özel bir koleksiyona ev sahipliği yapıyor.

Hilton Orta Doğu ve Afrika Başkanı Guy Hutchinson açılışla ilgili olarak şunları söyledi: "Lüks konukseverliği Platte Adası'nın doğal güzelliğiyle güzel bir şekilde bütünleştiren benzersiz bir destinasyon oluşturarak Waldorf Astoria'yı Seyşeller'e kazandırmaktan heyecan duyuyoruz. Tesis, konuklara unutulmaz deneyimler sunarken bu olağanüstü tatil beldesinde çevredeki doğayı ve deniz yaşamını korumayı amaçlayan ve adanın uzman deniz biyoloğu tarafından yönetilen eko-programlar ve ortaklıklar içeriyor."

Zamanın ötesinde bir tatil köyü tasarımı

Waldorf Astoria Seychelles Platte Island kendine özgü mimarisi ve iç tasarımı, lüks anlayışını toprak tonları, çarpıcı sanat eserleri, en iyi mobilyalar ve gerçek bir yer duygusunu yansıtan tropikal manzaralarla harmanlayarak, ikonik Waldorf Astoria güneş saatini zamanın merkezinde bir noktaya konumlandırıyor. Güneş saati, daha önce adada kullanılan bir Creole eritme kabı olan Moulin Kopra'dan esinlenerek tasarlandı. Tesisin iç mekanları hindistan cevizli palmiye ağaçlarından esinlenirken, lobideki deniz kabuklarından katman katman sarkan perdeler çarpıcı bir fon oluşturuyor.

Enfes mutfak lezzetleri

Waldorf Astoria, uluslararası ve yerel lezzetleri en iyi şekilde harmanlayan

Dünyanın Mutfağı Gastroinox'ta

GASTROINOKS®

ENDÜSTRİYEL MUTFAK ÜRÜNLERİ

www.gastroinoks.com.tr | 0 216 550 98 75

Sahrayıcedit Mahallesi Adile Naşit Sokak No: 4/A Kadıköy, İstanbul

altı restoran ve barıyla efsanevi mutfak uzmanlığını Seyşeller Platte Adası'na taşıyor. Ünlü Baş Aşçı Jane-Therese Mulry, tapas, istiridye ve şampanya gibi Creole-Latin füzyon konseptlerinin yanı sıra, gerçekten bütünsel bir mutfak deneyimi için gün batımının muhteşem manzaralarına karşı Asya ve Akdeniz esintili nefis yemekler sunuyor. Tesiste, markanın ikonik Peacock Alley salonunu yansıtan Paris esintili Peacock Terrace, konuklara gün boyunca çeşitli çaylar, bitkisel infüzyonlar ve hamur işleri de dahil olmak üzere günlük lezzetler ve yaratıcı bir içecek menüsü sunuyor. Tesisteki akşam yemeklerinin ve Creole-Latin füzyonunun adresi, Maison Des Epices. La Perle restoran gün boyunca sıcak ve soğuk yemek seçenekleri ve ustalıkla hazırlanmış yöresel Tanzanya kahvesi ile konuklara özel, sağlık öncelikli bir kahvaltı deneyimi sunuyor. Geceleri ise La Perle, konukları İspanya'dan Türkiye'ye uzanan gastronomik bir yolculuğa çıkaran lezzetleriyle üst düzey bir Akdeniz restoranına dönüşüyor.

Sağlıklı yaşam cenneti

Egzotik meyve coco de mer sadece Seyşeller'de bulunuyor. Spa'nın tasarımında alışılmadık çift hindistan cevizi şekli referans alınmış; soyutlanarak bozulmamış ve doğal ortamı kucaklamak için duyusal kıvrımlar kazandırılmış. Waldorf Astoria Spa, organik deniz yosunu, yerel hindistan cevizi ve yerli bitkiler gibi sürdürülebilir malzemeler kullanarak bireysel bakımlar ve kişiselleştirilmiş programlar aracılığıyla rahatlama, yeniden dengelenme ve gençleşme sağlamak için sağlıklı yaşam teknolojisini yüksek dokunuşlu terapilerle harmanlayan, bir sağlık cenneti.

Eşi benzeri olmayan deneyimler

Waldorf Astoria Seychelles Platte Island, konukların keyif alması için özenle seçilmiş bir dizi yerel deneyim sunuyor. Konuklar, acemi ve deneyimli olta balıkçıları için sinekli olta balıkçılığının büyüleyici dünyasına kendilerini kaptırabiliyor. Ayrıca, uzman eğitmenlerin rehberliğinde adanın çeşitli ekosistemlerini keşfedebiliyor, sorumlu balıkçılık uygulamaları hakkında bilgi edinebiliyor, sığ düzlükleri ve sakin lagünleri keşfedebiliyorlar. Su sporları deneyimleri de uçurtma sörfü, tüplü dalış, serbest dalış, kürek sörfü, kano ve derin deniz balıkçılığı deneyimleri de dahil olmak üzere bir dizi etkinlikle konukların adanın el değmemiş sularından keyif almaları için tasarlandı. Tesisteki diğer etkinlikler arasında yıldız gözlem seansları, açık havada sinema deneyimi ve adanın gece gökyüzünün altında dans etmek yer alıyor. Sea Scouts Çocuk Kulübü ise, miniklere hayal gücü, araştırma ve keşif yolculuğuna çıkma fırsatı sunuyor.

AROMALI KOKTEYL ŞURUPLARI

En iyi kalite, en uygun fiyat, muhteşem tat ve renkli sunumlarınız için...

fo food products

ÖZMER CORE Food Limpo Products REPO Fümer

Özmer Pastacılık ve İçecek Ürünleri San. Paz. Turizm ve Dış Tic. A. Ş.
Gebze OSB Mah. İhsan Dede Cad. No:151 / Gebze / Kocaeli / Türkiye Tel: +90 (262) 673 75 51 / Pbx
Fax: +90 (262) 673 75 52 / Branch Office Antalya İrtibat Bürosu Tel: +90 (242) 322 85 71
www.ozmer.com
ozmerworld

DEDEMAN 2024'ÜN İLK İMZASINI SAPANCA İÇİN ATTI

Dedeman Hotels & Resorts International 2024 yılının ilk otel projesi Dedeman Village Sapanca için imza attı. Yatırımcı Hüseyin Mercan ile gerçekleştirilen franchise anlaşması ile Nisan 2024'de Sapanca'da hizmete açılacak olan Dedeman Village Sapanca; grubun 9 markasından biri olan Suites & Residences'ın da ilk oteli olma özelliğine sahip.

Dedeman Hotels & Resorts International, yeni markalarıyla birlikte aktif büyüme yolculuğuna devam ediyor. Yatırımcıların ve misafirlerin talep ve ihtiyaçlarına odaklanan niş projelerle Türkiye'nin her yerinde olma hedefini hızlandıran marka, 2024 yılının ilk otel projesi Dedeman Village Sapanca için imza attı.

Yatırımı Hüseyin Mercan'a ait

Yatırımcı Hüseyin Mercan ile gerçekleştirilen franchise anlaşması ile Sapanca bölgesine Dedeman kalitesini taşıyacak olan Dedeman Village Sapanca; grubun 9 markasından biri olan Suites & Residences'ın da ilk oteli olma özelliğine sahip.

Denizer

Endüstriyel Mutfak Ekipmanları

Bilge Şeflerin Tercihi

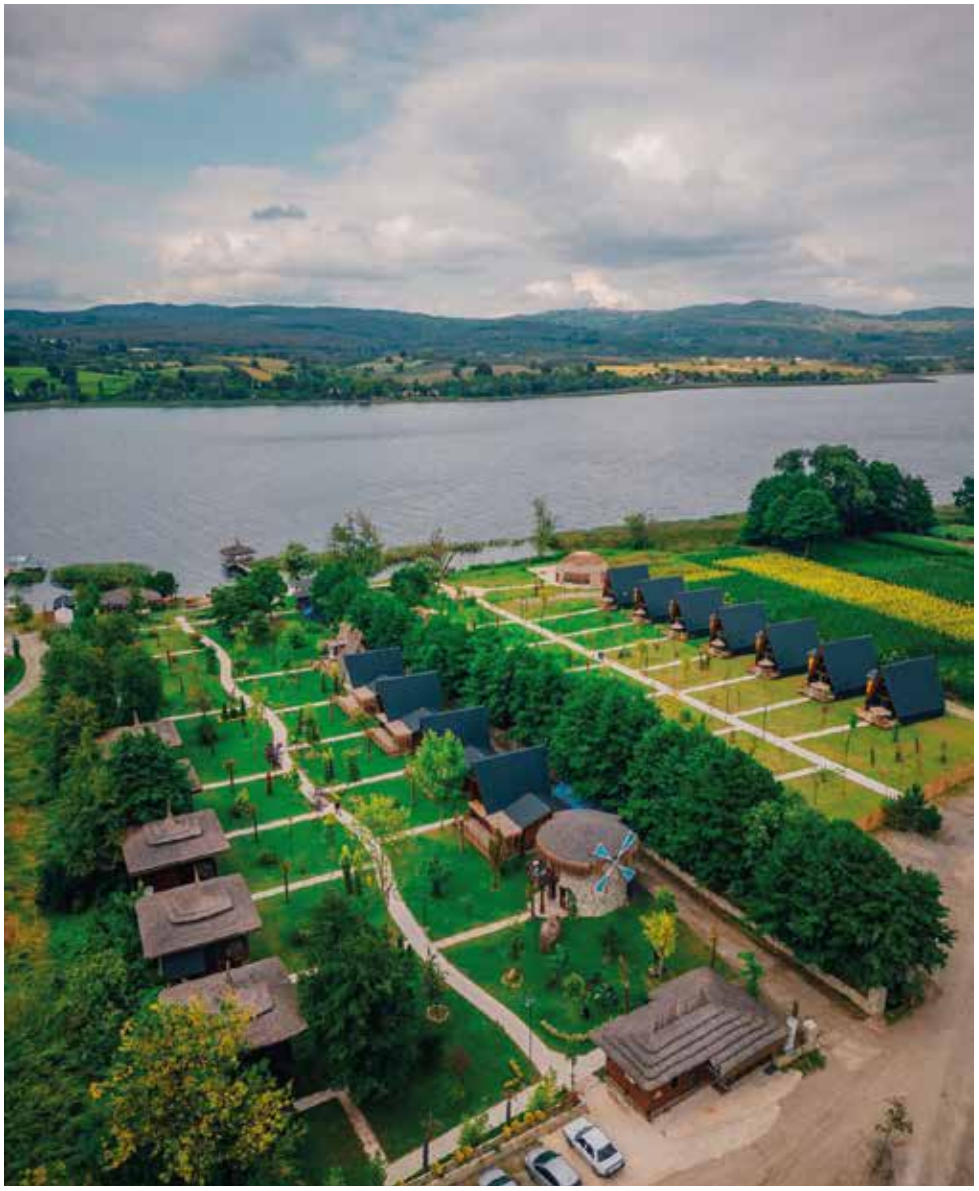
- Açık Büfe Ekipmanları
- Gastronom Küvetler
- Mutfak Hazırlık ekipmanları
- Pişirme Ekipmanları
- Taşıma Ekipmanları
- Servis Ekipmanları
- Bulaşıkhane Ekipmanları
- Cafe ve Bar Ekipmanları
- Eyveler ve Tezgahlar

www.bilgemutfak.com

Denizer
Endüstriyel Mutfak Ekipmanları

+90 212 238 42 05 - 06 info@bilgemutfak.com
Mahmut Şevket Paşa Mh. Şahinkaya Sk. No:29/A Şişli İstanbul
www.denizermutfak.com

Özgün mimari çizgileri ve modern tasarımıyla dikkat çeken otel; Karadeniz tipi serender evleri, bungalov ve değirmen konseptli taş evleri, havuzlu bambu evleri, balayı süiti gibi farklı ihtiyaca yönelik 25 ünitesi ile "evden uzaktaki eviniz" mottosuyla hizmet verecek.



Nisan 2024'de açılacak
Şehir otelciliğindeki köklü bilgi birikimi ve tecrübesini tüm konaklama konseptlerine adapte eden ve bu strateji ile marka yelpazesini sürekli genişleten Dedeman, proje ile zincirin ilk village konseptli otelini de hayata geçirmiş olacak. Dedeman Village Sapanca, 2024 Nisan ayından itibaren misafirlerini "Geleneksel Dedeman Misafirperverliği" ile bu kez Sapanca'da ağırlayacak.

İstanbul'a 1,5 saat mesafede
İstanbul'a 1,5 saat uzaklıktaki konumuyla özellikle pandemi sonrasında turizm ilgisinin arttığı ve yatırımcılar için önemli bir potansiyel barındıran Sapanca'da, göle sıfır konumuyla dikkat çeken Dedeman Village Sapanca, 15 bin metrekarelik geniş bir alana sahip.

Outdoor turizmine uygun
Outdoor turizmine uygun dört mevsim canlı iklimi, doğayla iç içe etkinlikler düzenlemek isteyenler için sunduğu doğal güzellikleri ile Sapanca'nın kalbinde konumlanan Dedeman Village Sapanca, etkinlik alanları ile de düğünden iş toplantılarına kadar geniş bir organizasyon yelpazesi sunacak.

PiMAK

PROFESSIONAL KITCHEN EQUIPMENTS

- Pişiricler
- Piliç Çevirme Makinaları
- Fırınlar ve Kafetarya Ekipmanları
- Döner Ocakları ve Robotları
- Soğutma Ekipmanları
- Hazırlık Ekipmanları
- Taşıma Arabaları
- Servis Hatları

Hepsi bu adresete

Kadim zeytin ağaçları gölgesinde eşsiz bir deneyim

Zeyt Inn

Akdeniz'in ve Ege'nin kesişim noktası Eski Datça'da tarihi konumu ve rüzgar sörfüne uygun tabiatıyla öne çıkan Zeyt Inn, otel misafirlerine kadim zeytin ağaçları ve zengin bir yöresel tarihin eşliğinde eşsiz bir tatil vadediyor.

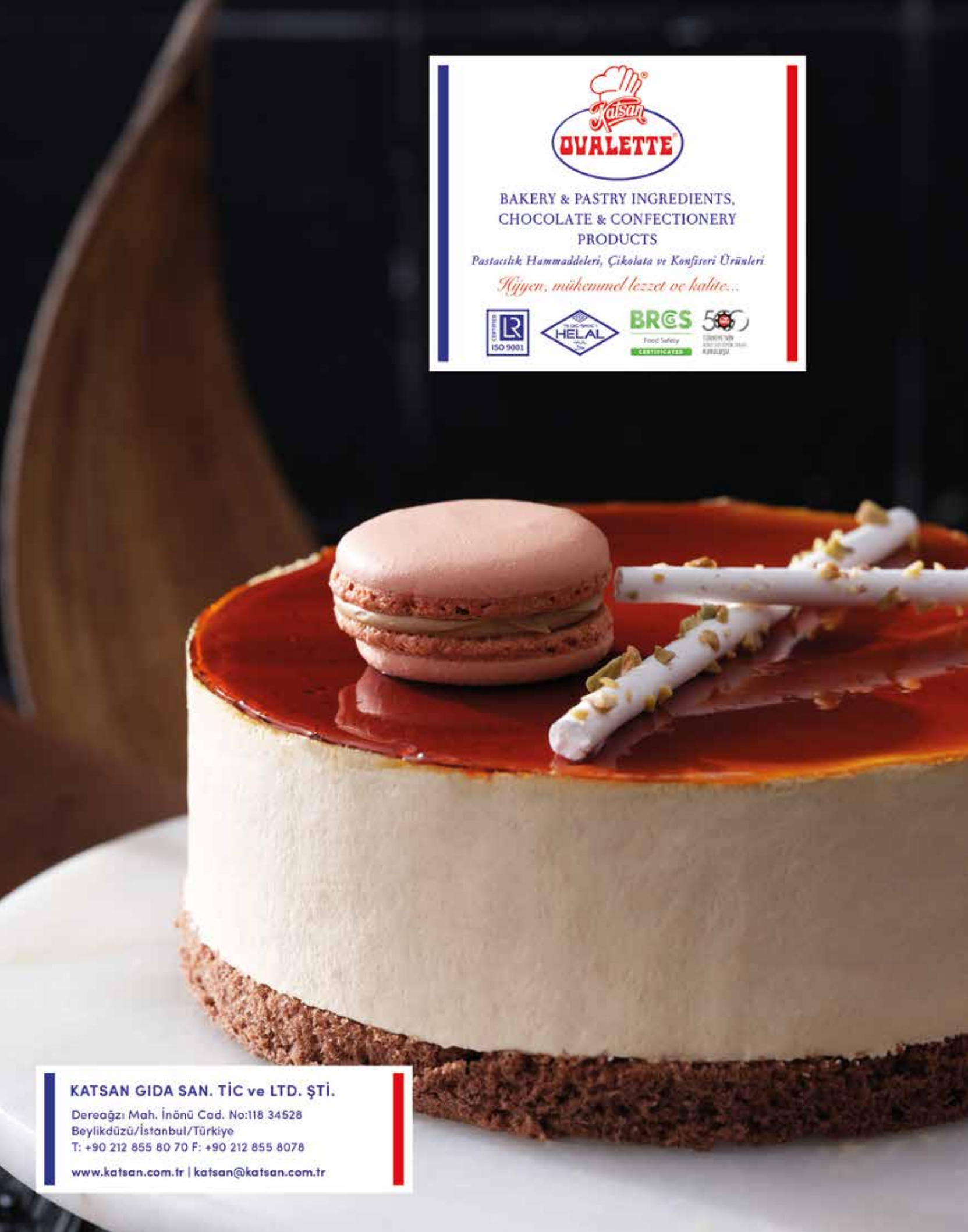
Eski Datça, doğal çevrenin en iyi korunduğu tatil merkezlerinden biri olarak öne çıkıyor. Bölgede yer alan ören yeri Knidos antik kenti de, eski Datça ile uyumlu olarak çevresi bozulmamış bir doğa harikası. Ege Denizi ile Akdeniz'i ayıran Datça Yarımadası tarih boyunca önemini korumuş, pek çok tarihi figüre ev sahipliği yapmış, Matematikçi İskenderiye Feneri'nin mimarı sosyete ve kralların hekimliğini yapmış Ktesias gibi tarihi figürlerin yaşadığı Knidos, Eski Datça otellerinde konaklayanların görmesi gereken en önemli destinasyonlar arasında yer alıyor. Datça Yarımadası'nın bitki zenginliği antik çağlardan beri biliniyor. Knidos antik kentinin zamanında bir tıp merkezi olması ve çevre bölgelerden hastaların tedavi için bu kente gelmesi Datça'nın bitki zenginliğinin bir sonucu. Datça'nın kendine has ılıman iklim özellikleri de işte bu flora zenginliğinden kaynaklanıyor.

Rüzgar sörfüne yakın lokasyonda konumlanıyor

Türkiye'nin en çok rüzgar alan lokasyonlarından biri olan Eski Datça, rüzgar sörfü yapmak ve bu sporu öğrenmek için mükemmel bir destinasyon. Türkiye'nin kitesurfing merkezlerinden biri olan Eski Datça'da oteller rüzgar sörfüne yakınlıklarıyla her yıl hem yerli hem de yabancı yüzlerce turist tarafından tercih ediliyor. Rüzgar sörfünün dışında rüzgar tribünleri ile de bu bölgeye has rüzgardan enerji üretmek amacıyla yararlanılıyor. Eski Datça otelleri yakınlarında bulunan rüzgar tribünleri de gerçekten görülmeye değer bir destinasyonlardan.

Yöresel tarihe ve zeytinin önemine atıfta bulunuyor

Zeytin, Datça'nın sembol ürünlerinden biri olarak ilçede büyük öneme sahip. Datça'da antik çağlardan beri zeytin yetiştirildiği biliniyor. Zeyt Inn otel bahçesinde bulunan yüzlerce yıllık zeytin ağaçları bölgenin tarihine ve zeytinin önemine atıfta bulunuyor. Zeyt Inn, otel konuklarına kadim zeytin ağaçları ve zengin bir yöresel tarihin eşliğinde eşsiz bir tatil sunuyor.


Katsan
OVALETTE
BAKERY & PASTRY INGREDIENTS,
CHOCOLATE & CONFECTIONERY
PRODUCTS
Pastacılık Hammaddeleri, Çikolata ve Konfiseri Ürünleri
Hijyen, mükemmel lezzet ve kalite...
ISO 9001
HELAL
BRCGS
Food Safety
CERTIFICATED
KATSAN GIDA SAN. TİC ve LTD. ŞTİ.
Dereağzı Mah. İnönü Cad. No:118 34528
Beylikdüzü/İstanbul/Türkiye
T: +90 212 855 80 70 F: +90 212 855 8078
www.katsan.com.tr | katsan@katsan.com.tr

Yeşim Topalhan

"Turizmin en çok dinamik ve kendini yenileyen yapısını seviyorum"

Gorrion Hotel Istanbul'un Genel Müdürü. Aslen fen-matematik kökenli. Turizmle güçlü bağlarını kuran, işin matematiksel yönü kadar sosyal ilişkileri kuvvetlendiren dinamik yapısı da. 90'lı yılların başında turizme resort otelcilikle girişini yapan, yurt içi ve yurt dışı açılış tecrübeleri ile kariyer yolculuğunun ana yapı taşlarını oluşturan Yeşim Topalhan bu sayımızın iş'te kadın konuğu...

Gorrion Hotel Istanbul Genel Müdürlüğüne uzanan turizm yolculuğunuz nasıl başladı? Bu işi yapmak için nasıl bir eğitim aldınız?

Üniversiteye hazırlık dönemlerimde bu meslek bizler için yeni yeni popüler olmaya başlamıştı. Dürüst olmak gerekirse ben hiç de öyle çocukluk hayalimdi diyemeyeceğim. Lise eğitimimi fen-matematik bölümünde tamamladım. Bizler hep mühendis ve doktor olmanın daha öncelikli olduğu konusunda bir bilinçaltı kodlaması ile eğitildik. Ben de doktor olmanın bana daha yatkın bir meslek olduğuna karar vermiştim. Üniversite sınav tercihleri yapılırken çok değer verdiğim bir öğretmenimin yakını o dönem İzmir'de lüks kategori konumunda olan Efes Oteli'nde çalışmaktaydı. Kişilik özelliklerimden dolayı bu alanda çok başarılı olabileceğimi düşündüğünü söylemişti. Mutlaka bir tercihimin de bu alanda olması konusunda ısrar etti. Ben de kırmamak adına 9 Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Turizm İşletmesi ve Otelcilik bölümünü seçeneklerime ekledim. Sınav sonuçları açıklandığında kaderimin bu alanda şekilleneceği belli olmuştu. Derslerin hem matematiksel hem de sosyal ilişkileri kuvvetlendiren yanı beni her geçen yıl biraz daha turizme bağladı.

İlk profesyonel iş tecrübeniz ne oldu?

Okul döneminde staj hayatıma biraz geç başladım. İlk profesyonel iş hayatım Kuşadası Fantasia Otel'de (1990- bölgede yeni açılmış ve profesyonel bir kadronun açılış yaptığı) resort otelcilikle başladı. Önceleri matematiğe yatkınlığım nedeni ile muhasebe biriminde çalıştım. Bu bölümün de çeşitli alt birimlerinde görev aldım. Ancak diğer otel bölümlerini tanıdıkça insan ilişkilerim ve muhasebe bilgimi birleştirebileceğim ön büro departmanından daha keyif alabileceğimi gördüm. O tarihten sonra da operasyonun içinde buldum kendimi. Hem yeni kültürler ile iletişimde olmak hem de yabancı dilimi geliştirip İngilizcemi kullanabileceğim harika bir alandı. Her misafir ile ayrı ayrı ilgilenmenin, güleryüzlü servis verme ile birçok aksaklığı bile sorunsuz çözümlemenin keyfini almak önemli bir deneyim oldu. Sonraki aşamalarda hep kendi iş bilgime birer tuğla daha ekleyerek, nasıl daha başarılı olabilirim üzerine odaklandım. Farklı diller konusunda eğitim almak, kişisel gelişim ve iletişim üzerine kitaplar okumak gibi... Bunların her biri kariyer yolculuğumda yapı taşlarım oldu.

Bu süreçten sonra turizme hangi pozisyonlarda devam ettiniz?

Ege bölgesinde farklı resort tecrübeleri ile ön büro müdürlüğü ve son otelimde de satış ve operasyondan da sorumlu bir pozisyonuna ulaştım. Bir süre sonra tüm yıla yayılmış bir düzeni olan iş oteli konseptini de deneyimlemek istedim. O dönemde İstanbul'da Intercontinetal Otel'in yeniden açılacağını, projede mimar olarak çalışan kuzenimden öğrendim. Başvuru yapmak istediğimi söyledim. Kendisi de benim ilgili kişilere ulaşmama yardımcı oldu. 1996 yılında Intercontinental Istanbul grubun açılış kadrosuna dahil oldum. İlk açılış otel tecrübesini burada deneyimledim. Yurt dışından gelen profesyonel bir ekip ile açılışı yaptık. Benim için ikinci bir okul bitirmiş kadar bir bilgi ve tecrübe edindiğim 10 yıllık bir serüvendi.
Sonrasında Memorial hastanelerinde Otelcilik Hizmetleri Koordinatörlüğü biriminin oluşturulduğunu bir arkadaşım vasıtası ile

Röportaj: Hatice Ünal Bilen Fotoğraflar: Enes Karadayı

öğrendim. Hastane hizmetlerinde verilen servisin daha iyi bir hale gelmesini sağlayacak otelcilik deneyimli ve hizmet bakış açılı bir yönetici arayışları vardı. Benim için de hem farklı bir tecrübe olacağı hem de çocukluk hayalim olan sağlık sektörü içinde bulunma deneyimi fikri çok cazip geldi. Yaklaşık iki yıl bu alanda hizmet verdim. Bana hem kişisel olarak hem de iş deneyimi olarak çok farklı bir bakış açısı kazandırdı.

"Türkiye'nin ilk açılış kurgusunda yer almak önemli bir deneyimdi"

Sonrasında Kempinski Grubu'nun ilk defa Türkiye'de rezidans ve ofis işletmesi üzerinde bir yapılanma içinde olduğunu öğrendim. O dönemde bu işi kurgulayan sektörün deneyimli yöneticilerinden kurulu bir ekip işe başlamıştı. Ben de ekibe operasyon kısmının kurgulanması ve yönetimi anlamında katıldım. Otel ve hastane deneyimi sonrasında, lüks segmentte bir yaşam ve çalışma kurgusunun oluşturulması hizmet sektörünün üçüncü alanıydı. Bu anlamda Türkiye'deki ilk açılış kurgusunda bulunmak oldukça deneyim kazandırıcı bir dönem oldu. Bu iş modeli ile Kempinski bünyesinde direktör olarak Pekin'de de iki yıl boyunca görev yaptım. Pekin'deki görevimin süresinin dolmasına yakın ünlü bir Uzakdoğu zinciri olana Mandarin Oriental Grubu'nun Bodrum'da hem otel hem de rezidans projesi gündemdeydi. Yine bir açılış tecrübesi ve farklı bir grup içinde deneyim kazanmak konusunda heyecanlandım ve Bodrum Mandarin Oriental'ın açılış süreci ve işletilmesinde iki yıldan fazla bir dönem çalıştım. Merkezleri farklı kıtalarda olan bu açılış tecrübeleri bana ülkelerin bakış açıları, lüks ve hizmet beklentileri konusu da çok farklı deneyimler kazandırdı.

"İstanbul'u özlediğim için şehre döndüm"

Ailemin İstanbul'da olması ve İstanbul'u özlemem nedeni ile yeniden şehir hayatına geçiş yapmak istedim. Kempinski Maçka Armani Residences Müdürü olarak geri döndüm. Ardından uluslararası zincirlerde edindiğim tecrübemi bir yerli zincir olan Divan Grubu ile paylaşmak ve kendi kültürümüze entegre etmek için grubun Bomonti'deki rezidansında yönetici olarak ekibe katıldım. Bir süre sonra Emaar Grubu'nun İstanbul'da oluşuma başladığı rezidans ve ofis kısmından sorumlu direktör olarak bir teklif aldım. Daha önce deneyimlemediğim bir zincirde fırsat oluşması ve oldukça büyük bir kompleks içinde bir oluşum deneyimlemek adına kabul ettim. Bir yıl kadar da orada çalıştım. Otelcilik sektöründe çalışan arkadaşlarımla buluşmalarımızda hep hizmet sektörünün otelcilik kısmındaki dinamik yapısı konuşuluyordu. Ben de yeniden otelcilik hayatına adım atmayı planlarken yollarımız Divan Grubu ile yeniden kesişti. Divan İstanbul City'de Otel Müdürü olarak teklif aldım. Bunun benim için otelcilik hayatıma yeniden geçiş fırsatı sağlaması nedeni ile hemen kabul ettim. Pandemi dönemi gibi risk yönetimi konusunda en üst düzeyde bir döneme denk gelen bir dönüş yaşadım. Bana birçok alanda farklı katkılar sağlayan bir dönem geçirdim. Koç Grubu içinde iç eğitim ve gelişim konusunda oldukça dolu bir süre geçirdim. Ancak pandemi süreci biraz yorucu geçti. Bir süre dinleme ihtiyacı hissettim.

Gorrion Hotel Istanbul ile nasıl tanıştınız?

Aslında Gorrion Hotel'in inşaatı öncesinden başlayarak hep bir fikrim vardı. Turizm Koordinatörümüz Adnan Bey ile üniversiteden sınıf arkadasıyız. Kuruluş öncesi dönemlerinde hep hayalleri hakkında konuşurduk. Açılışı benim hem yurt dışı ve hem de İstanbul dışında bulunduğum dönemlere denk geldiği için bir dönem takip edememiştim. Ama hem konsept hem de kalite odaklı kurulum sürecinden haberdardım. Adnan Bey, beni bir öğle yemeğine davet etti. Sonrasında bahsettiğim dinlenme sürecim kısa sürdü. Ben yine kendimi iş hayatında buldum. Otelin konsept oluşumunda gösterilen hassasiyet, kalite odaklı oluşu benim de içinde bulunmama vesile oldu.

Oteli biraz tanıtır mısınız? Konsept, yeme içme, konaklama, lokasyon ayrıcalıkları neler?

Gorrion Hotel Istanbul'un içine adım attığınız an itibarı ile bölgeden daha ayrıcalıklı bir havası olduğunu hissediyorsunuz. Özellikle Atatürk Havalimanı'nın açık olduğu dönemlerde oldukça yoğun bir iş temposu ile dolan otelimiz şimdilerde fuar dönemlerinde ve diğer aylarda iş insanları, tur serileri ve sağlık turizmi için gelenleri ağırlıyor. Açılıştan beri misafirlerimizin rahatlığı ve kendini evinde hissedeceği bir atmosfer oluşturulmaya çalışmış. Biz de ekip arkadaşlarımızla bu atmosferin devamlılığını sağlamaya çalışıyoruz. Hem personelimizin gelişim ve eğitimi hem misafirlerimizin devamlılığı için her gün neyi daha iyi yapabiliriz diye araştırıyoruz.
252 odadan oluşan otelimizde hedefimiz; bulunduğumuz konumda nefes alabileceğiniz bambaşka bir ortam oluşturmak. Bu nedenle iç ve dış mekanlarda sıcak tonlar kullanılmış, her katımızda İstanbul'un ayrı bir semtini yaşatmaya çalışıyoruz. Rahatlık ve damak lezzetinin öncelikli olarak hafızalarda kalacağı bir konaklama deneyimi konusunda tüm ekip arkadaşlarımla yeni fikirler üretiyoruz, deneyimliyoruz.

Otel için geçtiğimiz ve bu yılın doluluk karnesi nasıl? Yılı ne şekilde kapatmayı öngörüyorsunuz? Bir sonraki sene için ajandanızda neler var?

Ekibe 2022 yılı ortalarında, pandemi sonrasında dahil oldum. Bu dönem oldukça yoğun tempolu bir yılı tamamladıktan sonra 2023 yılında gerçekleşen ve ne yazık ki üst

"Turizmin en çok dinamik ve devamlı kendini yenileyen yapısını seviyorum. Farklı kültürlerin harmanlanarak bambaşka serüvenlere dönüşebilmesini ve bunun insanlarda oluşturduğu pozitif etkileri deneyimlemeyi ve deneyimletme kısmını seviyorum. Özellikle Pekin'de yaşadığım dönemde Avrupalı öğrencilerin Çin'e gelip staj yapmalarına tanık oldum. Sanırım, keşkem daha genç yaşlarda farklı ülke ve kültürleri, o ülkelerde kalarak deneyimleme şansını neden zorlamadığımdır. Atalarımız 'Çok gezen mi çok okuyan mı bilir' demişler ya. Ben de gezip görmenin, deneyimlemenin çok önemli olduğunu düşünüyorum."

üste yaşanan olumsuzluklar nedeniyle aynı verimi yaşayamadık. 2024 yılı için daha umutlu bir planlama yaptık. 2022 yılına yakın bir verimlilik beklentisi içerisindeyiz. Farklı tatların, geliştirilmiş hizmet anlayışının da destekleri ile tüm misafirlerimize güzel deneyimler yaşatmayı planlıyoruz. Bu yıl otelimizin 10. yılını kutlayacağız. Bu anlamda rakiplerden geri kalmamak adına oda içinde bazı yenilemeler yapıyoruz.
Gorrion Hotel ismini ve hizmet anlayışını farklı şehirlere taşımak adına bazı projeler ile görüşüp genişleme konusunda planlamalarımız gündemde. Bununla birlikte sürdürülebilirlik kapsamında kendi mutfak ürünlerimizi dikey tarım ile kendimiz üreteceğimiz bir projemiz var. Çok yakın dönemde üretime başlamayı planlıyoruz. Bu da karbon ayak izine katkı sağlarken, diğer taraftan salata ve yemeklerimizin lezzetinde taze koparılmış ürünler kullanacağımız için büyük fark olacağını düşünüyoruz.

İstanbul turizmine dair değerlendirmeleriniz neler? Beş yıllık projeksiyonda şehir turizmini nerede görüyorsunuz?

Zengin tarihi dokusu, kültürel çeşitliliği ve canlı atmosferiyle İstanbul, küresel seyahat sevenler için ilgi çekici bir destinasyon. Ayasofya ve Sultanahmet Camii gibi şehrin ikonik simgeleri, dinamik ve güncellenen tatlar ile yeme içme ortamı şehrin cazibesine katkıda bulunuyor. İstanbul'un turizmi her geçen yıl yeni, çeşitli düzenlemeler ve gelişmelerle büyüyor, gelişiyor. Her yıl milyonlarca ziyaretçi çekiyor ve hem ülke hem de şehir için önemli bir ekonomik itici güç oluşturuyor.
Önümüzdeki beş yıl içinde, mevcut olumlu eğilimler göz önüne alındığında, şehir turizminin sürekli büyümeye hazır olduğunu biliyoruz. Şehrin Avrupa ile Asya arasında bir köprü görevi gören stratejik konumu, devam eden altyapı projeleri ve yeni girişimler ile birleştiğinde ziyaretçi sayısının artması devam edecektir. Ulaşım, konaklama tesisleri ve teknoloji entegrasyonunda beklenen iyileştirmelerin devamlılığı genel turist deneyimini iyileştirmesi mutlaka sağlanacaktır. Beş yıllık bir zaman diliminde şehrin turizm konusundaki gelişimi, mevcut trendler ve faktörlere dayalı olarak önemli bir dönüşüm geçireceğine inanıyorum. Altyapı konusundaki geliştirmeler tabii çok önemli. Belediye ve özel sektör iş birlikleri ile altyapı iyileştirmeleri, ulaşım olanaklarını artırılmalı. Bu, ziyaretçilerin rahat bir şekilde seyahat etmelerine ve konaklamalarını daha iyi planlamalarına olanak tanıyacaktır.

"Pazarlama ve tanıtım ülkemizin çok geç hamle yapıldığı bir alan"

Pazarlama ve tanıtım çalışmaları ne yazık ki ülkemizin çok geç hamle yapıldığı bir alan. Şehrin turistik cazibesini vurgulayan etkili pazarlama kampanyaları, hedef kitlelere ulaşarak turistlerin ilgisini çekmemiz gerekiyor. Dijital platformlar, sosyal medya ve uluslararası etkinliklere katılım gibi modern pazarlama stratejileri bu konuda çok önemli. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çalışmalarına

TÜM NARENCİYELER İÇİN
TEK MAKİNE

CANCAN OTOMATİK NAR PRESİ

CANCAN®
• SINCE 1958 •

kesintisiz devam etmesi global anlamda bilinirliğimiz açısından çok büyük katkı sağlayacaktır.
Kültürel ve etkinlik odaklı turizm anlayışını benimsemeliyiz. Kültürel etkinlikler ve festivaller ile turizmi çeşitlendirebilir. İstanbul'un tarihi, kültürel alanları ve sanatı, gastronomi konusundaki gelişim ve çeşitliliği vurgulayan etkinliklere daha fazla odaklanarak ilgiyi artırmalıyız. En önemlisi de sürdürülebilir turizm uygulamaları. Çevre dostu turizm uygulamalarına geçiş, hem şehrin doğal güzelliklerini korumaya yardımcı olabilir hem de sürdürülebilir turizm açısından olumlu bir imaj oluşturmaya devam edecektir. Tüm turizmciler olarak bu bizim ülkemizin istediğimiz seviyeye gelmesi için gelecek nesillere borcumuz olarak görüyorum.
Küresel olaylara ve krizlere karşı hazırlıklı olmak, şehrin turizm sektörünü koruma açısından kritik önem taşıyor. Son dönemde yeniden sıkça gündemde olan deprem konusu bizleri hep negative yönde etkiliyor. Güçlü kriz yönetimi stratejileri geliştirmek hepimiz için çok önemli. Akıllı şehir teknolojileri ve dijital inovasyonlar, turist deneyimini iyileştirebilir. Örneğin, sanal rehberlik uygulamaları, online bilgi ve rezervasyon sistemleri ziyaretçilere daha etkili bir şehir keşfi sağlayabilir.
Hızlı değişen dünya trendlerine uyumu yakalayabilirsek, beş yıllık projeksiyon içinde İstanbul'un dünya üzerindeki pek çok merkez noktadan daha iyi bir pozisyona geleceğine inancım tam.

Bize işteki ve evdeki Yeşim Topalhan'ı nasıl tanıtırsınız? İş yaşamınızdan kalan zamanları nasıl geçirirsiniz?

Meslek hayatında uzun süre çalışma sonrası işiniz karakterinize, karakteriniz de işinize yansıyor. Sektörümüz 7/24 yaşayan dinamik bir iş temposuna sahip. Ben Başak burcuyum. Burcumun mükemmeliyetçi ve titizlik kısmını tamamen yansıtıyorum. İş ve özel hayatımda devamlı öğrenme odaklı ve yeniliklere açık dinamik bir yapım var. Misafir memnuniyetine odaklı ve öğrendiklerini ekibi ile paylaşmayı seven bir lider olduğumu söyleyebilirim. Kendime ve ekip arkadaşlarıma hedef koymayı seviyorum. Hedeflerimize birlikte ulaşmanın çok farklı bir hazzı var.
İstanbul'un trafik ve yoğun ortamında özel hayatınıza ayrılan kısım ne yazık ki gün geçtikçe azalıyor. Ruhsal ve bedensel dinginliğin korunabilmesinin sağlığımıza etkisi büyük. Bu nedenle düzenli yoga yaparak ve açık hava yürüyüşlerini tercih ederek bunu desteklemeye çalışıyorum. Farklı kültürleri tanımak, seyahat etmek, değişik lezzetleri deneyimlemekten büyük keyif alıyorum. Hobilerim arasında okumak var; hatta yeniden üniversite hayatına dönerek ders çalışmak ve sınavlara girmek var. Halen İstanbul Üniversitesi'nde öğrenci olarak devam ediyorum. Zihni dinamik tutuyor.

Son olarak ileriye dönük planlarınızdan da bahseder misiniz?

Aslında en büyük hayalim, işim ile bir sosyal sorumluluk projesini birleştirerek tüm deneyimlerimi faydaya dönüştürmek. Belki yaş aldıkça, belki de aile büyüklerimizin özellikle pandemi döneminde yaşadığı zorlukları ve yanlızlaşmanın verdiği etkiyi gözlemledikten sonra bu proje üzerinde odaklanmaya başladım. Çocuklarımız için oyun grupları, sosyalleşeceği alanlarda onları bir araya getirerek keyif almasını sağlıyoruz. Anaokullarına gönderip yeni bilgiler öğrenerek, arkadaşları ile mutlu bir çocukluk geçirmelerini önemsiyoruz. Benzerini belli yaş aralığındaki aile büyüklerimiz için neden yapmıyoruz? Özellikle mobilitelerin azaldığı dönemlerde daha da yanlızlaşıyorlar. Arkadaşları ile yüzyüze görüşebilme şansları azalıyor. Kültürümüzde huzur evlerine gitmek, ailenden koparılmış ve dışlanmışlık algısı veriyor.
Hayalim; aynı evde yaşayan aile büyüklerimizi işe giderken güvenle bırakabileceğimiz ve aynı yaş grubu ile bir arada vakit geçirebilecekleri ve sohbet edebilecekleri bir kulübe bırakıp, iş çıkışında da eve birlikte dönebileceğimiz bir ortam oluşturmak. Gün içinde çeşitli eğitimler, ortak oyunlar, kitap kulüpleri, sinema günleri vs. ile dolu dolu bir gün geçirebilecekleri bir merkez veya merkezler olmalı. Akşamları neler yaptıklarını torunları ile paylaşabilecekleri, enerjilerini yükseltecek bir ortam oluşturmak istiyorum.

Atalay

Türk Kahvesi Makinası

ritüel

www.atalay.com.tr

/atalaymutfak

Atalay
"Asırlık Tecrübesiyle"

EREN TÜZEMEN
"İHRACATTAN ÇOK MÜŞTERİLERİMİZİN YAPACAKLARI İTHALATA ODAKLIYIZ"

Eren Tüzemen: "We focus on the imports of our customers rather than exports"

2009 yılında İstanbul'da kuruluşunu gerçekleştiren BMS Mobilya, HoReCa kanalına iç ve dış mekan masa-sandalye-kanepe yerli üretimin yanı sıra ithal bahçe mobilyaları satışı da yaparak başladı. 2015 yılı sonrası bahçe mobilyalarını da yerli üretime döndürerek ithalatı sonlandıran firmanın katma değer odaklı projelerinden biri, İngiltere'nin köklü restoran gruplarından HAZ için tasarladığı mobilya çözümleri... Projenin detaylarını ve BMS Mobilya'nın 2024 büyüme odaklarını firma Genel Müdürü Eren Tüzemen anlattı.

HAZ ile nasıl tanıştınız? Markaya sunduğunuz mobilya çözümleri neler?
HAZ Restaurant sahipleri ile ilk kez İstanbul, Avrupa Yakası'ndaki Kağıthane mağazamızda tanıştık. Bizimle iletişime geçen projelere her zaman büyük-küçük ayrımı yapmadan yaklaşıyoruz. Her tasarım bizim için tabii ki çok önemli. Fakat bu projelerin konumları yurt dışında olduğu zaman milliyetçi gururumuz öne çıkıyor. Türk mallarını yurt dışında sergileme fırsatımız olması sebebiyle ülkemize ve firmamıza getireceği katma değerler bizim için çok önemli.
HAZ, birden fazla konumda bulunan ve 22 yıllık geçmişiyle İngiltere'de ünlü bir grup. Bu gruba yanıt verebilmek ve taleplerini karşılayabilmek bize mutluluk veriyor. Yurt dışı satışlarında empati kurmayı benimsedik. Yapacağımız ihracattan çok müşterilerimizin yapacakları ithalata odaklıyız. Dolayısıyla tüm operasyonel ve ticari süreçlere onların gözünden bakıyoruz ve beklentilerini değerlendiriyoruz.

HAZ'ın toplamda 5 şubesiyle çalışmaktasınız. Premier Place ve Finsbury'de müşterinin sizden beklentileri nelerdi? Bu beklentileri ne şekilde yorumlayıp şekillendirdiniz?
Birinci sınıf ve Avrupa standartlarına uygun hammaddeler kullanılarak üst düzey işçilik ile ortaya çıkacak ürünler ticari alanlarda kullanılacağından dolayı ileriye dönük

sağlamlık beklentisi işveren tarafından en önde geliyor. Bizim için vazgeçilmez olan kaliteden sonra ise müşterilerimizin taleplerini anlayabilmek ve bu taleplere operasyonel olarak en uygun çözümü sunmak ise ikinci önceliğimiz oluyor.

Founded in Istanbul in 2009, BMS Mobilya started the HoReCa channel by selling imported garden furniture as well as domestic production of indoor and outdoor tables, chairs and sofas. One of the added value-oriented projects of the company, which ended imports by returning garden furniture to domestic production after 2015, is one of the well-established restaurant groups of England furniture solutions designed for HAZ... One of the added value-oriented projects of the company, having started domestic production of the garden furniture after 2015 instead importing, is their furniture solutions that they designed for HAZ, which is one of the well-established restaurant groups of England. Company General Manager Eren Tüzemen pointed out the details of the project and BMS Mobilya's 2024 growth focus.

How did you meet HAZ? What are the furniture solutions you offer to the brand?
We met the owners of HAZ Restaurant for the first time at our Kağıthane store located on the European Side of Istanbul. We respond all the projects whether they are large or small. Of course, every design is very important to

Röportaj: Hatice Ünal Bilen

Tüm bu bileşenleri aynı masanın etrafında karşı taraflar olarak değil, aynı taraftaki iş ortakları olarak nitelendirdiğinizde ise uzun soluklu iş birlikleri ortaya çıkıyor. HAZ ile bugüne kadar birlikte çalıştığımız projeler; mimari çizimlerini Türkiye'de de şubeleri olan global tasarım ekibi 'Iam Architect'in üstlendiği 'Cutler Street' ve 'Finsbury Square' ile başladı. Daha sonrasında ise tasarımlarını Londra merkezli 'in-house Design Team'in yaptığı 'Premier Place' ve 'Olea Social' ile devam etti. Yakın zamanda hayata geçirecekleri 'Fable Store'u da kısa zaman önce teslim ettik.

Otel, restoran ve kafelerde 2024 trendleri neler?

Yeni trendleri global olarak sürekli takip eden bir mimari ekibimiz mevcut. Türkiye olarak tasarım konusunda birçok ülkeden önde olduğumuzu düşünüyoruz. Dünya genelinde hızlı gelişen teknoloji sektörünü üretim bantlarımızın yanı sıra ticari tasarımlarda da yakından izliyoruz. Bazı butik projelerde masa üstlerine konulan sabit QR kod menülerden tutun kablosuz şarj özellikli masalara kadar birçok farklı tekno-üretimi deneyimleme şansını bulduk. 2024 ve 2025 yıllarında bu inovasyonların artacağını da öngörüyoruz.

Bu yıl ve 2025 için yatırım planlarınız neler? Yurt dışı projelerdeki ağırlığınız ne olacak?

Şu anda 50 kişilik bir kadromuz var. "Atelier" mantığı ile butik üretim yapan çözüm odaklı bir firmayız. Dolayısıyla müşterilerimize sadece ürün satışı yapmıyor aynı zamanda satış sonrası hizmet deneyimlerini de yüksek tutmaya özen gösteriyoruz. Önümüzdeki 2 yıl boyunca yurt dışı fuarlara katılımı artırmayı planlıyoruz. Global ekonomik krizin yavaşlaması ile birlikte ülkemizi yurt dışında temsil etme oranımızın artacağını da düşünüyoruz.

us. However, we are filled with pride, when we achieve to realize an international project. We mainly consider the added value that it will bring to our country and our company whenever we have the opportunity to exhibit Turkish goods abroad. HAZ is a famous brand in the UK with multiple locations and 22 years of history. It makes us happy to be able to respond to this group and meet their demands. We have adopted establishing empathy for the international sales. We focus on the imports of our customers rather than the exports we will make. Therefore, we look at all operational and commercial processes from their perspective and always take their expectations into consideration.

You work with 5 branches of HAZ in total. What were the customer expectations from you at Premier Place and Finsbury? How did you interpret and shape these expectations?

Since the products that are produced with high-level workmanship using first-class raw materials that comply with European standards will be used in commercial areas, the durability comes first for the employer. After quality, which is indispensable for us, our second priority is to understand our customers' demands and offer the most operational solution to these demands. When you describe all these components not as opposing parties around the same table, but as business partners on the same side, long-term collaborations emerge. The projects we have worked on with HAZ so far started with 'Cutler Street' and 'Finsbury Square' and the architectural drawings of these were undertaken by the global design team 'Iam Architect', which also has branches in Turkiye. 'Premier Place' and 'Olea Social', whose designs were made by the London-based 'in-house Design Team' followed these projects. We have recently achieved the 'Fable Store', which will soon be implemented.

What are the 2024 trends in hotels, restaurants and cafes?

We have an architectural team that regularly observes new trends globally. As Türkiye, we think we are ahead of many countries in terms of design. We closely monitor the rapidly developing technology sector around the world in commercial designs as well as in our production lines. In some boutique projects, we had the chance to experience many different techno-productions such as fixed QR code menus placed on desktops to tables with wireless charging features etc. We also forecast that these innovations will increase in 2024 and 2025.

What are your investment plans for this year and 2025? What will be your emphasis on international projects?

We currently have a staff of 50 people. We are a solution-oriented company that produces boutique products with the "Atelier" orientation. Therefore, we not only sell products to our customers, but also take care to keep their after-sales service experience high. We plan to increase participation in international fairs over the next 2 years. We also think that as the global economic crisis slows down, the rate of representing our country abroad will increase.

Fatih Mehmet Han Yüksel

"2024, genişleme ve derinleşme yılımız olacak"

Hikayesi, Alanya'nın taze meyvelerini sıkmak ve bu doğal lezzeti insanlarla paylaşmak isteyen küçük bir tezgahla başladı. Meyve suyu dükkânı olarak başlayan yolculuğunu sürekli yenilenen ve büyüyen marka stratejisiyle devam ettiren Atom Master, her adımda doğallığı ve tazeliği ön planda tutarak müşterilerine eşsiz tatlar sunuyor. İlk şube açılışının gerçekleştiği 2008 yılını markanın büyüme hikayesinde bir dönüm noktası olarak niteleyen Atom Master'ın kurucusu Fatih Mehmet Han Yüksel, "Ancak gerçek dönüşüm, 2009'da müşterilerimiz tarafından çok sevilen ve imzamız haline gelen Atom içeceğimizi keşfetmemizle yaşandı. Ve şimdi buradayız, HoReCa sektörüne özel ve doğal lezzetlerimizi ulaştırarak Atom Master markasını dünyaya yayma misyonumuzla emin adımlarla ilerliyoruz." diyor. 2024'ün Atom Master için genişleme ve derinleşme yılı olacağının altını çizen Fatih Mehmet Han Yüksel ile markanın HoReCa sektörüne hitap eden yeni konseptlerini ve pazar hedeflerini konuştuk.

2024 yılına hangi hedeflerle girdiniz? Bu yılın ürün konseptlerinde neler var?

2024 yılı bizim için Atom Master olarak genişleme ve derinleşme yılı olacak. Bu yıla büyük heyecanlar ve yeniliklerle girdik. Bu yıl, markamızın özgün lezzetlerini dört farklı ve yenilikçi konseptle daha geniş kitlelere sunuyoruz. Şimdi, müşterilerimize alışveriş merkezlerinden sokaklara kadar her yerde eşsiz lezzetlerle buluşturuyoruz. AVM konseptimizle, alışverişin konforunu ve canlılığını bir araya getiriyoruz. Tüm yıl boyunca iç mekan rahatlığı sunarak alışveriş merkezlerinde bir lezzet durağı oluşturduk. Büfe konseptimiz, sokak kültürünün bir parçası olarak tasarlandı. Kepenkli güvenlik sistemi ve dayanıklı malzemeler sayesinde, dört mevsim boyunca kaliteli hizmet vermeyi hedefliyoruz. Mobil konseptimizde ise, özgürlüğü ve pratikliği ön planda tutuyoruz. Esnek lokasyon avantajıyla, herkes için erişilebilir ve kullanımı kolay bir deneyim sunuyoruz. Ve tabii ki Ada konseptimiz, AVM'lerde bir lezzet adası oluşturuyor. Dört yandan

erişilebilirliği ve modern görünümü ile bu konseptimiz her yaş grubundan insanı kendine çekiyor.

"Global pazarda daha da genişlemeyi hedefliyoruz"

Bu dört yeni konseptimizin çok yakın zamanda lansmanlarını yaptık ve şimdiden büyük bir ilgiyle karşılandı. Müşterilerimiz tarafından yoğun ilgi görmek, yeniliklerimize daha da yenilerini eklemek için bizi motive ediyor. Aynı zamanda şubelerimizdeki satış trendlerini yakından izleyerek müşteri tercihlerinin yanı sıra mevsimsel dalgalanmaları da dikkate alıyoruz. İçecek sektöründe tüketicilerin lezzetli ve doğal ürün talebinin arttığını görüyoruz ve bu talebe cevap verebilmek için Ar-Ge çalışmalarımızı sürekli geliştiriyoruz. Pazarlama ve satış stratejimizde, bu yeni ürünlerimizin yanı sıra potansiyel yeni pazarları da göz önünde bulundurarak global pazarda daha da genişlemeyi hedefliyoruz.

Ar-Ge ve inovasyona dönük çalışmalarınız neler?

İnovasyon, Atom Master'ın DNA'sında var. Sürekli olarak yeni lezzetler geliştiriyor, sunumlarımızda yenilikçi teknikler uyguluyoruz. Akıllı teknolojileri kullanarak misafirlerimizin deneyimini bir üst seviyeye taşımak için çabalıyoruz. Ar-Ge konusunda sadece yerel değil, uluslararası arenada da aktifiz. Son iki ayda yaptığımız İtalya ve Hollanda ziyaretleri, uluslararası ekibimiz ve iş ortaklarımızla olan bağlantımızı güçlendiriyor. Ar-Ge faaliyetlerimizi iki temel aşamada ele alıyoruz: Birincisi, müşterilerimize sunmak üzere eşsiz ürünler geliştirmek ve global tat dengesini yakalamak; ikincisi ise, bu ürünlerin doğallığını ve formülasyonunu koruyarak operasyonel süreçleri optimize etmek. Atom Master logosunda yer alan damlayı şu metaforla ifade ediyoruz: Gökyüzünden toprağa düşen ilk damladan, müşterimizin bardağına eklediğimiz son damlaya kadar her aşamayı titizlikle takip ediyor ve sürekli geliştiriyoruz.

Türkiye'de ve dünyada bağlı bulunduğunuz sektörün gidişatını değerlendirir misiniz? Marka olarak bu gelişimde kendinizi ne şekilde konumlandırıyorsunuz?

Türkiye'deki ve global pazardaki konumumuzu değerlendirdiğimizde, doğallık ve tazelik konusundaki tutarlılığımız ve ürün kalitemiz ile sektörde öncü bir konuma ulaştığımızı görüyoruz. Franchise iş modelimiz, işletme sahiplerine verimli ve etkili operasyonlar yürütmeleri için gerekli tüm araçları sağlıyor. Kalite ve gıda güvenliğine verdiğimiz önemle, ISO 9001 ve ISO 22000 standartlarına uygun üretim yapıyoruz. Sektördeki boşluğun daima farkındaydık ve bu açığı benzersiz bir şekilde doldurmayı başardık. Örneğin, Atom içeceğimiz, hem Türkiye'de hem de dünya çapında eşsiz bir tat profiline sahip. Ne dondurma ne de milkshake kategorisine giren bu özel içeceğimiz, hem lezzeti hem de formülü ile benzersiz. Atom Master'ın klasikleşmiş bu yıldız ürünü, lezzet anlamında bir dönüm noktası oluşturuyor ve müşterilerimizin beğenisini kazanıyor. İnovatif yaklaşımlarımız ve özgün ürünlerimizle sektördeki yerimizi daha da sağlamlaştırmayı ve global pazardaki genişlememizi sürdürmeyi hedefliyoruz.

Röportaj: Hatice Ünal Bilen

TOZ PASTACILIK ÜRÜNLERİMİZ

Tatlılarınızda Fo ile fark yaratmaya ne dersiniz ?

fo food products

ÖZMER Core Limpo REPO Fümer

Özmer Pastacılık ve İçecek Ürünleri San. Paz. Turizm ve Dış Tic. A. Ş.
Gebze OSB Mah. İhsan Dede Cad. No:151 / Gebze / Kocaeli / Türkiye Tel: +90 (262) 673 75 51 / Pbx
Fax: +90 (262) 673 75 52 / Branch Office Antalya İrtibat Bürosu Tel: +90 (242) 322 85 71
www.ozmer.com

ozmerworld

Bilardo masalarında referans marka Zeki Bilardo

1979 yılında Zeki Dolma tarafından temelleri atılan Zeki Bilardo, bugün kalitesi ve yenilikçi yaklaşımıyla bilardo dünyasında önemli bir referans kabul ediliyor. İstanbul Firuzköy'deki fabrikasında üretim faaliyetlerini sürdüren marka, son teknoloji makineleri ve uzman kadrosuyla yıllık ortalama 1.600-1.800 arasında bilardo masası üretimi gerçekleştiriyor.

Zeki Bilardo markasının kurucusu Zeki Dolma, ticaret hayatına bilardo sporuna olan tutkusuyla genç yaşta başladı. Denizcilik alanında çalışırken, dünya çapındaki bilardo salonlarını ziyaret ederek bu sporun uluslararası boyutta nasıl ilgi gördüğünü gözlemledi. Yurt dışındaki bilardo salonlarının içeriğinden etkilenen Dolma, bu deneyimleri Türkiye'ye taşımak ve kaliteli bir bilardo deneyimi sunmak için harekete geçti. 1979'da kendi bilardo salonunu açtığında sektörde en iyisini üretme vizyonu ve kararlılığıyla Zeki markasını uluslararası alanda tanınan ve saygı duyulan bir konuma taşıdı. Bugün, Zeki Bilardo markası kalitesi ve yenilikçi yaklaşımıyla bilardo dünyasında bir referans haline geldi.
Oteller, restoranlar ve kafeler için özel tasarlanmış ve kaliteli malzemelerden üretilen bilardo masaları ile HoReCa kanalının en çok tercih edilen ürünlerinden biri olan markanın üretim çalışmalarını, 2024 yılı proje ve hedeflerini Zeki Bilardo'nun kurucusu Zeki Dolma ile konuştuk.

Oteller, restoranlar ve kafelere yönelik çözümleri hakkında bilgi verir misiniz? HoReCa kanalında hangi ürünleriniz ile faaliyet göstermektesiniz?
Otellerin iç mekan oyunları konseptine uygun olan bilardo, Zeki Bilardo markasının otellerde tercih edilen ürünlerinden biridir. Oteller, restoranlar ve kafeler için özel tasarlanmış ve kaliteli malzemelerden üretilmiş bilardo masalarımız, konuklarınızın keyifli vakit geçirmesine olanak tanır. HoReCa kanalında, markamızın kalitesini ve çeşitliliğini sergileyen birçok ürünümüz bulunmaktadır. Özellikle son teknolojiyle üretilmiş masalarımız ve aksesuarlarımız otel ve restoranlarınızın prestijine katkı sağlar.
Fabrikamızda son teknoloji makineler ve uzman kadromuzla yıllık ortalama 1.600-1.800 arasında bilardo masası üretimi gerçekleştiriyoruz. Üretim sürecimizde kaliteden ödün vermeden, her aşamada titizlikle çalışarak müşterilerimize en iyisini sunmayı hedefliyoruz.

Ürünlerinizi öne çıkaran detaylar neler?
Ürünlerimizin öne çıkmasını sağlayan detaylar, kalite, estetik ve dayanıklılıktır. Her bir masa, seçkin malzemelerle titizlikle üretilir ve uzman eller tarafından özenle işlenir. Estetik açıdan göz alıcı tasarımlarımız ve her aşamada kullanıcı deneyimini düşünerek eklediğimiz yenilikçi özellikler, ürünlerimizi diğerlerinden ayıran detaylar arasındadır. Ünlü isimlerin evlerinde ve iş yerlerinde tercih edilmesi, doğru yolda olduğumuzun en büyük kanıtıdır. Bu, sadece ürünlerimizin kalitesini değil, aynı zamanda müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak için yaptığımız çabalara da bir övgüdür.

2024 yılına hangi hedeflerle girdiniz? Bu yılın satış ve pazarlama stratejisini nasıl kurguladınız?
2024 hedefimiz, müşterilerimize daha geniş bir ürün yelpazesi sunmak ve markamızın uluslararası alanda tanınırlığını artırmaktır. Bu doğrultuda, satış ve pazarlama stratejimizde dijital pazarlama kanallarını etkin bir şekilde kullanmayı planlıyoruz. Böylece, müşterilere doğrudan ulaşarak markamızı daha geniş kitlelere tanıtma fırsatı yakalayacağız. Ayrıca, müşteri memnuniyetini artırmak için müşteri ilişkileri yönetimine ve müşteri geri bildirimlerine daha fazla önem veriyoruz. Aynı zamanda, katılacağımız fuarlar ve etkinlikler aracılığıyla markamızın görünürlüğünü artırmayı hedefliyoruz. Ek olarak, Türkiye Bilardo Federasyonu'nun resmi temsilcisi olarak görev yapmaktan ve Avrupa'da çeşitli turnuvaları desteklemekten gurur duyuyoruz. Bu sayede, bilardo sporunun gelişimine ve tanıtımına katkı sağlamaktan mutluluk duyuyoruz.

Önümüzdeki döneme ilişkin hedefleriniz neler?
Önümüzdeki dönemde hedeflerimiz arasında, pazar payımızı artırmak, yeni pazarlara açılmak ve markamızın uluslararası alanda daha fazla tanınmasını sağlamak yer almaktadır. Ayrıca Ar-Ge çalışmalarına yatırım yaparak ürün portföyümüzü genişletmek ve müşterilerimizin değişen ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmak istiyoruz.

İhracat payınız nedir?
İhracat, bizim için önemli bir stratejik hedeftir. 2023 yılında gerçekleştirdiğimiz başarılı ihracatın ardından 2024'te ihracat payımızı daha da artırmayı hedefliyoruz. Yeni pazarlara açılarak ve mevcut pazarlardaki varlığımızı güçlendirerek uluslararası alandaki rekabet gücümüzü artırmak istiyoruz.

Röportaj: Hatice Ünal Bilen

NOX
PROFESSIONAL
DESIGN | SOLUTION | BUILD

www.noxprofessional.com

Bir Şefin
İhtiyacı Olan
Her Şey Nox
Professional'da!

BABA TAVSİYESİYLE ŞEF SERHAT ELİÇORA

Bolu, Mengen doğumlu. Baba memur, anne ev hanımı. Ailedeki tek aşçı. Diğer herkes neredeyse ya öğretmen ya farklı iş kollarından devlet memuru. Serhat Eliçora'nın çocukluğunda en büyük tutkusu, bilgisayarlar. Bir kasayı rahatlıkla söküp takacak kadar düşkün üstelik de. Anlattığına göre bilgisayar mühendisliğine takıyor kafayı o vakitler. Üstüne üstlük Anadolu Teknik Lisesi Bilgisayar Bölümü'nü de kazanıyor. Ne var ki kayıt tarihini kaçırmasıyla soluğu Mengen Anadolu Aşçılar Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde alıyor. O da baba tavsiyesiyle malum!

"Kaderimin ilk adımı"

IZAKA Terrace'nin Executive Şefi Serhat Eliçora, ek kontenjanla giriyor mutfağa ilk. Mecbur kaldığını ekliyor, üstüne basarak da. Bu zorunlu kesişmeyi "Kaderimin ilk adımıydı" sözleriyle yorumlayan Eliçora için ileriki günler hiç de gözünde büyüttüğü kadar sıkıntılı geçmiyor neyseki.

Mutfak derslerinden pek bir etkileniyor mesela. Aşçılık mesleğinin kattığı karizma da cabası! Eliçora'nın o günlerde elinin değdiği ilk yemek, kırmızı lahana salatası. Epey bir zahmet çektiğinden söz ediyor, hele de salamura tekniğini uygularken. Her ne kadar meşakkatli olsa da, sonunda aldığı zevkin tüm o yorgunluğa değdiğini de eklemeyi ihmal etmiyor, sözlerine. Serhat Eliçora için dolu dolu geçiyor, o dönem. Lisede okurken yaz tatillerini boş geçirmeyi bir türlü içine sindiremediğinden bahsediyor, bir örnekle. Bir değil, iki dönem staj yapıyor, akranları top peşinde koştururken. Bolulu şef, Bodrum'da Marina Yatch Clup'deki ilk staj tecrübesini ise şu cümleleriyle hatırlatıyor: "Tabii ki ilk günler hissiyat açısından yıpratıcıydı. Benim yaşımda farklı okullarda okuyan arkadaşlarım yaz tatili yaparken ben çalışıyordum. Ama sonra sonra yaptığım işten zevk almaya başlayınca her şey 360 derece lehime dönmeye başladı. Sonuçta sevdiğim bir iş için eğitim alıyor ve her gün yeni bir şey öğreniyordum. Yeni iş arkadaşlıkları, yeni bir ortam, o ortamda var olma çabaları ve bütün bunların karakterime olan etkisini hissettiğim zaman stajlarımdan bile çok zevk almıştım."

İlk profesyonel adımlar...

Serhat Eliçora, liseyi bitirmesiyle profesyonel mutfaklarda alıyor soluğu. Adresi yine iki dönem staj yaptığı Bodrum Marina Yatch Clup'ün mutfağı. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi'nde Konaklama İşletmeciliği eğitimi de aldığı o süreçte yurt içi ve yurt dışında pek çok uluslararası zincir otel ve restoran grubunun mutfaklarına dahil oluyor. Aji'a Hotel İstanbul, Holiday Inn Hotel Bursa, Crowne Plaza Ankara,

Röportaj: Hatice Ünal Bilen

Bolulu şef, mutfağın içinde kendini eski şeflerden "çok daha sakin" bir kimlik olarak konumlandırıyor. "İçeride disiplin ve hiyerarşi bozulmadığı, işimizi etkileyecek hatalar ortaya çıkmadığı sürece katı kurallarım yoktur. Gün içerisinde herkesle iletişime geçerim. Ben de aslında yaşlı bir şef olmadığım için yeni kuşakla onların anlayacağı dilden şakalaşmalar bile yaparım. Çok yoğun servis anlarında ekstra stres yaratmamaya dikkat eder ve o servisi eğlenceli bir hale getirmeye çalışırım" sözleriyle iş yapma prensiplerinden söz eden Serhat Şef, çalışanların bu ortamda çok daha başarılı olduklarını ve bu sayede kendilerini daha iyi ifade ettiklerini söylüyor.

Emporio Armani Restaurant, Four Seasons Hotel Istanbul at Sultanahmet, St. Regis Hotel İstanbul, Raffles Hotel Istanbul, St. Regis Marsa Arabia Hotel Doha ise bunlardan bazıları.

"IZAKA'yı heyecanla takip ediyordum"

Ya IZAKA Terrace mutfağını kariyerine nasıl katıyor? Katar dönüşü pek çok mutfak için görüşmeler yaptığından bahsediyor, Eliçora. IZAKA da bunlardan biri. Geçmişten aşina olduğu ve yenilenme sürecini de yakından takip ettiği restoranın yeni oluşumunda yer almak hevesiyle talip oluyor mutfak şefliğine. Öyle salt bir mutfak üzerine kurgulanmış bir işleyiş de değil, şefin görev tanımı. Menüsünde İstanbul mutfağının en

özgün tatlarına ve aynı zamanda popüler dünya lezzetlerinin seçkin versiyonlarına yer veren bu karma mutfak konseptli restoranın başına geçiyor, Mengenli şef. O güne dek Türk ve dünya mutfaklarını severek yapıyor yapmasına da, karma mutfak yönetmek bambaşka bir ustalık ve donanım gerektiriyor. Bereket, eğitim altyapısı da, tecrübeleri de bir hayli kuvvetli. Mengen Anadolu Aşçılar Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde Fransız mutfağı altyapısıyla eğitim aldığını hatırlatan Eliçora; Uzakdoğu, İtalyan, Ortadoğu, Türk- Osmanlı konseptli mutfaklarda bulunduğu ve yeni trendleri takip ettiği için dikkat çekici ve lezzetli tabaklar oluşturmakta bir an olsun sorun yaşamıyor.

"İyi bir şefin lezzet algısı ve beklentisi yüksektir"

Nitekim de Eliçora, iyi bir şefin lezzet algısı ve beklentisinin çok yüksek olduğundan bahsederek, deneyimlerin ve uzun senelerin ardından oluşan damak tadının bu kalibredeki şefleri sıradan ötesi arayışlara yönelttiğinin altını çiziyor. Bu görüşünü bir örnekle de destekleyen Serhat Şef, şöyle devam ediyor: "Tek çeşit makarnayı menüsünde bulunduran sayısız işletme var ve siz imajınızı makarnaya kattığınız sıra dışı yorum ve lezzetle oluşturuyorsunuz. Bunun yolu da elbette ki kaliteli malzeme seçimi kadar malzemeye hakimiyet, doğru pişirme teknikleri, doğru ekipman ve iyi bir damak tadından geçiyor."

"İçime sindirinceye kadar tabakla uğraşırım"

Mutfak konusunda rüştünü ispatlamış bir şef olmanın sorumluluklarıyla devam ediyoruz söyleşimize... Serhat Şef, ağırlıklı olarak dünya çapında kabul görmüş mutfak prensiplerini, lezzetlerini ve tekniklerini aynı tabakta birleştirmeye odaklandığını belirterek sözlerini sürdürüyor. "Mutfak içerisinde dünya mutfaklarını sentezlemeyi, mevsimsel, sürdürülebilir ve ürüne odaklı menüler yapmayı tercih ediyorum. Her zaman trendleri takip eden, yeniliklere açık, ekibi işin içine dahil eden bir yönetim anlayışı ile içinde bulunduğum mutfaklarda misafir memnuniyetine odaklanıyorum" diye anlatan Eliçora, ana ürün- garnitür eşleştirmelerinde ise çoğunlukla mevsimsel ürünler kullandığını ve garnitür miktarının ana yemek porsiyon oranının önüne geçmemesine dikkat ettiğini söylüyor ve önceliğinde her zaman göze hitap eden tabak tasarım ve sunumlarının olduğunu dile getiriyor. Tabakta sunum ve kompozisyon için lezzet ve ürün bilgisinin önemine ayrıca dikkat çeken Eliçora, "Sonra hayal gücü, kafada tasarlama ve uygulama geliyor" diye devam ediyor. Bu sıralamayı kendine düstur edindiğini dile getiren Eliçora, tabakta içine sindireceği görsellik ve lezzeti yakalayıncaya kadar da uğraştığının altını çiziyor. Menü planlaması yaparken tarzını tüm bu dokunuş ve yöntemlerle ortaya koyduğunu anlatan Mengenli şefin bir tabağı menüsüne dahil etmesi için "Evet, şimdi oldu" demesi yeterli!

IZAKA Terrace'nin Executive Şefi Serhat Eliçora, Türk mutfağını geliştirmeye ve yaşatmaya dayalı çalışmaların meyvelerini yeni yeni vermeye başladığı görüşünde. "Geçmiş zamanlarda bir şef menüsüne meze, zeytinyağlı veya kebap koyduğunda Türk mutfağına sahip çıkıyor oluyordu. Ekseriyetle bundandır ki, yurt dışında Türk mutfağının kebap ağırlıklı olduğu algısı yaygındı" diyen Bolulu şef, günümüzde bu çalışmaların daha sistemsel hale geldiğinin de altını çizerek şöyle devam ediyor: "Şimdi ise coğrafi işaretli ürün çalışmaları, yerel üreticileri ve tedarikçileri destekleme politikaları, bahçeden mutfağa konseptleri, atık yönetimi uygulamaları, sürdürülebilir ürün ve menü planlamaları bu işin altını tamamen doldurdu ve daha sistemsel bir hale getirdi. Ben de tüm bu çalışmalardan faydalanarak mutfağımı daha işlevselleştirmeye çalışıyorum."

Genç neslin idol şefi olmak istiyor
Mutfağı atölyesi olarak benimseyen IZAKA Terrace'nin Executive Şefi Serhat Eliçora; mutfağı tarzını, disiplinlerini, sanatını sergilediği ve bunları şef olma yolundaki gençlere aktardığı bir bilgi merkezi olarak görüyor. Eliçora, mutfağa girdiği andan beri aynı hayallerin izinde nitekim de. "Ben bu işe başlarken de aynı hayaldeydim şimdi de aynı hayali yaşıyorum" diyen Bolulu şefin en büyük ideali, mesleğini icra ettiği sürece trend belirleyici bir şef olmak, işini layıkıyla yapmak, yeni başlayan gençlerin idol ismi olmak. "İdol şefimiz kim diye sorulduğunda 'Serhat Eliçora' dedirttirmek" kendi ifadesiyle de. Ve tabii onun da zamanı geldiğinde kendi restoranının şefi olmak gibi beylik bir ideali de var.

GASTRONOMİNİN ALTIN KAŞIKLARI DAĞITILDI

Türkiye'nin gastronomi alanındaki en köklü sivil toplum kuruluşu Mutfak Dostları Derneği tarafından organize edilen 5. Altın Kaşık Gastronomi Ödülleri 17 Ocak 2024'te düzenlenen törende sahipleri ile buluştu.

Four Seasons Sultanahmet ev sahipliğinde, Jumbo'nun katkılarıyla 17 Ocak 2024'te gerçekleşen 5. Altın Kaşık Gastronomi Ödülleri gecesinde on üç kategorideki ödüllerin kazananları açıklandı. Ödül gecesi; Türk gastronomi dünyasının önde gelen isimleri, basın mensupları ve kanaat önderlerinin de aralarında bulunduğu davetlilerin katılımı ile gerçekleşti.

Gecenin özel ödülleri

Gecede; Tuğrul Şavkay Başarı Ödülünü ülkemizdeki gastronomi kültürünün önemli unsurlarından baklavanın önde gelen temsilcisi Nadir Güllü aldı. Güllü, baklavanın kültürel bir miras olarak gelecek nesillere aktarılması ve ülkemizle özdeşleşerek uluslararası bilinirliğinin artmasındaki katkılarını uzun yıllardır sürdürüyor.

Jüri Özel Ödülü ise, 6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş'ta meydana gelen iki büyük depremin ardından hızla harekete geçerek; depremden etkilenen bölgelerdeki gıda krizinin çözümü için

Mutfak Dostları Derneği Başkanı Alpaslan Baloğlu

seferber olan ve dünyada eşine zor rastlanacak dayanışma örneklerinden birini sergileyen, yüzlerce şef ve gönüllünün katkılarıyla bir araya gelen Acil Gıda Kolektifi'ne verildi.

5. Altın Kaşık Gastronomi Ödülleri gecesinde açıklanan ödüllerin kategorileri ve kazananları şöyle:

1. Yılın Türk Şefi: Pınar Taşdemir, Araka
2. Yılın Yabancı Şefi: Rudolf Van Nunen, Şans Restoran
3. Yılın Genç Şefi: Ulaş Durmaz, The Red Balloon
4. Yılın Pasta Şefi: Feray Aydoğdu
5. Yılın Geleneksel Lokantası: Seraf
6. Yılın Yabancı Konsept Lokantası: Çok Çok Thai
7. Yılın Tek Ürün Geleneksel Lokantası: Aşçı Bacaksız
8. Yılın Pastanesi veya Tatlı Evi: Baylan
9. Yılın Ürün Satış Noktası: Cankurtaran Gıda
10. Yılın Gastronomi Kitabı: Buyurun Ziyafete (Yazar: Vedat Milor, Yayına Hazırlayan Besim Hatinoğlu – İletişim Yayınları)
11. Yılın Dijital Yayını: Yedik İçtik Podcast (Hülya Ekşigil, Deniz Alphan)

DOMETIC
PREMIUM GUEST EXPERIENCE
PROFESSIONAL EQUIPMENT FOR HOTELS AND RESTAURANTS
enta
Hotel Hospitality
www.entaturk.com | +90 212 292 89 00

Türk gastronomisine değer katanlar GTD etkinliğinde buluştu

Gastronomi Turizm Derneği (GTD)'nin 2024 Yeni Yıla Merhaba etkinliği Beylerbeyi Sezen Hanım Yalısı'nda gastronomi, basın ve sanat camiasının katılımıyla gerçekleşti.

Türk turizm ve gastronomisinin önde gelen temsilcilerinin katıldığı etkinlikte konuşan GTD Başkanı Gürkan Boztepe, derneğin kuruluşundan bugüne Türk mutfağının ülkemizde ve dünyada hakettiği yere ulaşması için faaliyetler yürütmeye devam ettiğini belirtti. Boztepe, bu hedef doğrultusunda Türkiye'nin yerel ürünlerini ve üreticilerin yurt içinde ve yurt dışında tanıtmaya odaklandıklarını ifade etti.

Gastronomi turizmine değer katanlara plaket ve teşekkür belgesi

GTD Başkanı Gürkan Boztepe, Erdem Tavas (Galataport Genel Müdürü), ABD'den Türk ürünleri almak isteyen CEO'lar, Nadir Güllü (Karaköy Güllüoğlu) Cüneyt Asan (Günaydın Restoran), Demet Sabancı Çetindoğan (Demsa Group), Davut Gül (İstanbul Valisi), Süreyya Üzmez (Trilye Restoran Sahibi), Fatma Şahin (Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı) Tamer Levent (Oyuncu), Nuri Develi (Develi Restoran) Dr. Ender Saraç , Selçuk Avan (Rolla'nın Kurucusu ve Yönetici Şefi) Birkan Saytaş (Napoli Antica Genel Müdürü), Vasfi Pakman (Türkiye Lezzet

Federasyonu Başkanı), Cevza Başman (Kavaklıdere), Doç. Dr. Efsun Dindar (GTD Bilim Kurulu Başkanı) etkinliğe katılım, destek ve gastronomi turizmine kattıkları değerden dolayı teşekkür edildi.

Boğaz'ın en güzel manzarasına sahip olan yalıda, 33 çeşit tamamen doğal üretim peynirler, glütensiz yiyecekler, tatlılar, ünlü şeflerin hazırladığı özel yiyeceklerin yanında Türk kültürünün vazgeçilmez yiyecekleri olan sokak yemekleri ikram edildi.

monch

Food Warmer Display

"304K paslanmaz GÖVDE"

304L EN 1.4307 paslanmaz çelik gövde
Askı tip asansörlü Isıtıcı Lamba
Ayarlanabilir spiral kablolu (800-1600 mm)
1x150 Watt infrared ısıtıcı Lamba
Açma Kapama anahtarlı
220/230 V

İstenen Mesafede Sabitlenebilen
Çek-Bırak Kilitli Mekanizma Sistemi (Patentli)
Sertliği Ayarlanabilen Mekanizma
Min. 80cm Max. 180cm Uzayabilen Spiral Kablo
3x1 mm2 CE & TSE Belgeli, Yangına Dayanıklı Spiral Kablo

MLA-25-S MLA-25-G MLA-25-B MLA-25-ESB

Monotech Endüstriyel Mutfak Ekipmanları A.Ş.
Kepez Mah. Yeşil Antalya Sanayi Sitesi
3189 / 9 Sok. No:13 Kepez / ANTALYA
+90 (242) 221 44 65 / +90 (242) 221 44 66
info@monotech.com.tr

www.monotech.com.tr

monch_foodwarmer
monotech_acik_bufe
MonchFoodwarmerDisplay
MonotechOtelEkipmanlari

CERES, KIŞ MENÜSÜNÜ GASTRONOMİ YAZARLARINA DENEYİMLETTİ

Ceres'de kış menüsünü gastronomi yazarlarına deneyimletti
JW Marriott Hotel Istanbul Marmara Sea'nin ikonik restoranı Ceres, Akdeniz ve Anadolu esintili kış menüsüyle gastronomi yazarlarını ağırladı. Lezzetleriyle damaklara kazınan muhteşem tatlar muhteşem tatlar adeta birbirleriyle yarıştı....

JW Marriott Hotel Istanbul Marmara Sea'nin ikonik restoranı Ceres, Akdeniz ülkelerinin mutfaklarından ve Anadolu'nun binlerce yıllık tarihe sahip medeniyetlerinden izler taşıyan kış menüsünü 30 Ocak Salı günü kurduğu özel bir sofrayla gastronomi yazarlarına deneyimletti.
Executive Chef Mehmet Faruk Yardımcı ve ekibi tarafından hazırlanan kış menüsü, Anadolu mutfağından lezzetleri modern yorumlarıyla sunarken, her damak zevkine hitap eden seçenekleriyle de davetlilerden büyük beğeni aldı. Başlangıçtan tatlıya kadar vadettiği her bir lezzet keşfinde pek çok sürpriz tadı içinde barındıran bu özel menü; meze kaselerinden deniz mahsullerine, ekşi mayalı Napoli pizzalarından otelin bahçesinde yetişen ürünler ile hazırlanan yemeklere kadar ayrıcalıklı bir deneyim yaşatıyor.

Ceres'in bu özel sofrasında davetlilere Çıtır Kinoalı Çiğ Köfte, Baharatlı Maraş Tarhanası, Ceviche, Corntatta, Fried Calamari, Kaz Ciğeri Foie Grass; Tatlı olarak Lavantalı Tiramisu, King Chocolate Cake, Beyaz ve Sütlü Çikolatalı Sweet Neapolitan Pizza gibi eşsiz lezzetler sunuldu.

"Reçeteleri titizlikle kurguluyorum"
Executive Chef Mehmet Faruk Yardımcı yaptığı konuşmada "Kış menüsü için her damak zevkini yakalayacak lezzetler ve ürünler olmasına dikkat ediyorum. Tamamının reçetesini titizlikle kurguluyorum. Menümüzde Akdeniz ülkelerinin mutfaklarından ve Anadolu'nun binlerce yıllık tarihe sahip medeniyetlerinden izler taşıyan imza lezzetlerine kadar geniş bir yelpaze sunuyoruz" dedi.

büyüksoy

şemsiye fabrikası

Şemsiye üretiminde
KÖKLÜ
deneyim

3 kıtada
32 ülkeye
İHRACAT

Endüstriyel
ŞEMSİYE
imalatı

10.000 m²
ÜRETİM
alanı

Fabrika Turu

Online Katalog

Çağrı Merkezi
444 5 432

www.buyuksoy.com.tr

Emre Şef ve ekibi Bocuse d'Or'da dünya finali bileti için yarışacak

19-20 Mart 2024 tarihleri arasında Norveç'in Trondheim şehrinde, yirmi ülkenin yarışacağı Bocuse d'Or Avrupa seçmelerinde ülkemizi Metro Türkiye ve Bonna'nın destekleri ile Şef Emre İnanır ve ekibi temsil edecek.

Dünyanın en prestijli şef yarışması olarak kabul edilen Bocuse d'Or'un Avrupa seçmelerinde ülkemizi temsil edecek takım 22 Şubat Perşembe günü Çırağan Sarayı'nın ev sahipliğinde basın mensupları ile bir araya geldi. Bocuse d'Or Avrupa seçmelerinde ülkemizi Metro Türkiye ve Bonna'nın destekleri ile Şef Emre İnanır ve ekibi temsil edecek. Halen Çırağan Palace Kempinski, Tuğra restoranın Head Chef'i olarak çalışmakta olan Şef Emre İnanır, 23 yılı aşkın süredir Türkiye'nin birçok farklı şehrinde beş yıldızlı otel ve restoranlarda Chef de Cuisine ve Executive Chef olarak görev yaptı. Ayrıca 2 yıl Güney Afrika'daki Türkiye Büyükelçiliği'nde Chef de Cuisine olarak çalıştı.
21 Haziran 2023'te Gastronometro'da gerçekleşen Türkiye seçmelerini kazanan Şef Emre İnanır, Bocuse d'Or Avrupa seçmelerinde komisi Musa Karateke ve koçu Onur Dönmez ile birlikte yarışacak.

Gök: "Formatı oldukça zor bir yarışama"

Çırağan Sarayı'nda gerçekleşen basın buluşmasında Bocuse d'Or Türkiye Akademi Başkanı Mehmet Gök; "Bocuse d'Or Türkiye Takımı olarak, ülkemizi dünyanın en prestijli şef yarışmasında temsil etmekten büyük gurur duyuyoruz. 20 Mart 2024'te 6 numaralı mutfakta yarışacağız. Bocuse d'Or yarışmasının formatı oldukça zor, her sene şefleri sınırlarını zorlayacak yeni kurallar geliyor. Bir yandan da şeflere dünya çapında büyük bir prestij ve çevre sağlıyor. Bu yarışmaya katılırken iki önemli nokta var; birincisi çok iyi bir şef olmanız, ikincisi kendi mutfak kültürünüzü, tekniklerini çok iyi bilmeniz ve bu bilgiyi modern dünyanın teknikleriyle birleştirerek ortaya koyduğunuz tabağa değer katmanız isteniyor.

"Rakiplerimiz çok güçlü ama..."

Rakiplerin çok güçlü ve tecrübeli olduğunun altını çizen Gök şöyle devam etti: "Fakat biz zengin mutfak kültürümüz, tutkumuz ve disiplinli çalışmamız ile onların önünde olmak için çok çalışıyoruz. Bocuse d'Or, uzun bir maraton her sene edindiğimiz tecrübe, hem yarışan ekibe hem de önümüzdeki yıllarda ülkemizi temsil edecek şeflere bir pusula görevi görüyor. Bugün yapılan tüm yatırımlar edinilen tecrübe ile birleştiğinde podyumun değişmez ülkelerinden biri de biz olacağız."

"Şeflerimizin uzun soluklu devlet desteğine ihtiyacı var"

Mehmet Gök, sözlerinin devamında Avrupa'da ve ardından dünya finalinde Türk şeflerin özlenen başarıyı gösterebilmesi için başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere devletten uzun soluklu desteğe ihtiyaçlarının olduğunu vurguladı ve şöyle konuştu: "Bu nedenle bugün yanımızda olan başta ana sponsorlarımız Metro Türkiye ve Bonna'ya, tepsi sponsorumuz Güren Metal'e, ürün sponsorlarımız Uno Endüstriyel Mutfak, Seplus, Novavera ve White Uniform'a desteklerinden ötürü çok teşekkür ederiz. Takımımızın Avrupa seçmelerinde ülkemizi başarıyla temsil edeceğine inanıyorum. Hedefimiz, Emre Şef ve takımı ile dünya finali biletini alıp gelmek, bugüne kadar bizi destekleyen herkesi de dönüşte bizi karşılamaya bekliyorum."

Türüng: "Norveç'te de şeflerimizin yanındayız"

Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng, "Bocuse d'Or Türkiye takımının 10 yılı aşkın süredir ana sponsoru olan Metro Türkiye'nin CEO'su Sinem Türüng, "Türk mutfağının bilinirliğinin artmasını, değerlerinin korunmasını ve şefleriyle birlikte dünyada hak ettiği

Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng

Bocuse d'Or Türkiye Akademi Başkanı Mehmet Gök

Bonna Genel Müdürü Erbil Aşkan

yere gelmesini sağlama misyonumuz doğrultusunda pek çok yatırım yapıyoruz. Bu misyonla Türkiye'nin ilk yeme içme platformu olarak hayata geçirdiğimiz Gastronometro mutfaklarından birini Bocuse d'Or yarışma mutfağı olarak tasarladık. Gastronometro'da gerçekleşen Türkiye seçmelerinde jüriden en yüksek puanı alarak ülkemizi temsil etmeye hak kazanan Şef Emre İnanır ve ekibinin Avrupa finallerinde de büyük bir başarı sergileyeceğine olan inancımız tam. Türkiye'deki ev sahipliğimiz ardından tüm gücümüzle Norveç'te düzenlenecek yarışmada da şefimizin ve ekibinin yanında olmaya devam edeceğiz." dedi.

Aşkan: "Gelecek vadeden şeflerimizi desteklemekten mutluyuz"

Bonna Genel Müdürü Erbil Aşkan "Türk mutfağını dünya gastronomi platformunda tanıtmak adına büyük bir fırsat olan Bocuse d'Or yarışmasında, hayatımıza lezzet katarak, her geçen gün dinamik ve özgün deneyimler sunan yaratıcı şeflerin yanında olmaktan mutluluk duyuyoruz. Bocuse d'Or, birbirinden yetenekli şeflerin yarıştığı ve tanıtıldığı, jürisinde ise en iyi şeflerin yer aldığı önemli bir etkinlik. Gastronomi dünyasının en büyük oyuncuları olan şeflerin yarışacağı bu etkinliğin sektöre katkısı çok büyük. Bocuse d'Or Türkiye takımının ana sponsoru olarak kendi takımımızın her anlamda yanında olacağız. Aynı zamanda Bocuse d'Or Avrupa ve dünya seçmelerinde de Platinum sponsorluğumuzla sofralarda sanat yaratan şeflerle uluslararası arenada bir arada olmayı sürdüreceğiz. Türk mutfağını ve şeflerimizi dünyaya tanıtacak bu etkinliğin bir parçası olmaktan ve gelecek vadeden şeflerimizi desteklemekten mutlu ve gururluyuz." dedi.

20 Avrupa ülkesinden şefler yarışacak

Bocuse d'Or Avrupa Seçmeleri 2024'e Türkiye'nin yanı sıra; İzlanda, Polonya, Fransa, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Danimarka, İtalya, Almanya, Norveç, Belçika, Birleşik Krallık, İsveç, Slovakya, Litvanya, Finlanda, İsviçre ve Macaristan katılacak.
Katılan tüm ülkelerin akademi başkanı olan şeflerin, uluslararası yarışma komitesinden oluşan şeflerle birlikte jüri olarak yer alacağı Bocuse d'Or Avrupa finallerinde, birbirinden yetenekli şefler 5 saat 30 dakikalık sürede zamana karşı yarışacak. Bu senenin iki ana temasından biri Norveç skrei balığı, Norveç deniz tarağı ve kurutulmuş stockfish iken bir diğer tema geyik incik, dil ve biftekten oluşacak. Yarışan şefler ve komileri, balık temasını 3 garnitür ile servis edecekler. Bir garnitürü sadece süt ürünleri kullanabildikleri bir sebzeden hazırlayacaklar, ikinci garnitürü kendi ülkelerinin yerel lezzetleri ile hazırlayacaklar ve bu garnitürün hikayesini anlatacaklar, üçüncü garnitürü ise takımlara verilen özel bir tencere içinde kurutulmuş stockfish ile birleştirdikleri nişastalı bir ürün olarak hazırlayacaklar. Belirlenen iki temadan hazırlanan tabaklar jüri üyeleri tarafından değerlendirilecek. 20 Avrupa ülkesinden ilk ona giren ülkeler Ocak 2025'te Lyon'da düzenlenecek olan Bocuse d'Or dünya finaline katılmaya hak kazanacaklar.

Barry Callebaut 2024'e damga vuracak çikolata trendlerini araştırdı

Dünyanın lider yüksek kaliteli çikolata ve kakao ürünleri üreticisi Barry Callebaut son üç senedir olduğu gibi bu yıl da önümüzdeki döneme damgasını vuracak çikolata trendlerini araştırdı.

Küresel perakende çikolata ve şekerleme pazarının 2024 yılı sonunda 128 milyar doların üzerinde olması bekleniyor. Barry Callebaut, önümüzdeki beş yılda yüzde 2 büyümesi beklenen bu dinamik pazarı kapsamlı bir araştırma ile mercek altına aldı. 2024 ve sonrasında hem küresel hem bölgesel çikolata pazarlarını şekillendirecek tüketici tercihlerini içeren araştırmada, dünyanın önde gelen şeflerinin görüşleri de yer alıyor.

Tüketici fiyat artışlarına rağmen deneyimden ödün vermiyor

Araştırmaya göre son dönemde çikolata ürünlerinde görülen fiyat artışlarına tüketici iki şekilde tepki veriyor. Tüketicilerin yarısı (%54) fiyat artışına rağmen sıradan bir deneyim yerine premium, yüksek kaliteli çikolata satın alarak kendilerini şımartmaya devam ediyor. Buna karşılık, her 10 tüketiciden yaklaşık 7'si (%66) ödedikleri paranın karşılığını daha etkin alma beklentisinde. Bu grup toplu alım, perakendeci markasına geçiş gibi yöntemlerle fiyat-fayda dengesini korumaya çalışıyor.

Yoğun keyif: Haz tutkunları özel ve özgün çikolatalarla hayatı kutluyor

Hayatın tadını sonuna kadar çıkarmayı seven haz tutkunları, lezzet deneyimini de en yoğun şekilde yaşamak istiyorlar. Yaklaşık 12 bin kişiyle yapılan araştırmaya göre her 4 tüketiciden 3'ü (%74) çikolatada yeni ve heyecan verici lezzetler arıyor. Bu yenilikler arasında dönemsel çeşitler ve sınırlı üretim ürünler gibi her yerde, her zaman bulunmayacak çikolatalar öne çıkıyor. Tüketicilerin üçte ikisi (%65) farklı dokulara sahip çikolatalı şekerlemeleri tercih ediyor, %70'i ise hem göze hem damağa hem de dokunma duyusuna hitap eden birden fazla doku ve tada sahip çikolatalarla duyularına bir ziyafet sunmak istiyor. Lezzetin ardındaki hikaye de haz tutkunlarının önem verdiği bir diğer unsur. Tüketicilerin yüzde 61'i markanın hikayesini takdir ediyor, menşei veya üretimi ile ilgili hikayesi paylaşılan çikolataları daha kaliteli çikolatalar olarak görüyor.

Bilinçli Keyif: Tek çikolata, üç fayda

Her geçen gün bilinçlenen tüketiciler ise hem kendilerine hem de dünyaya iyi gelecek lezzetlerin peşinde koşuyor. Küresel olarak 4 kişiden 3'ü (%75) çikolatanın üç faydayı bir arada sunmasını bekliyor. Onlara göre çikolata hem lezzetli hem kendisi için sağlıklı hem de gezegenimiz için iyi olmalı. Bu trend doğrultusunda tüketicilerin yüzde 77'si daha az şekerli çikolata istiyor, yüzde 10'u ise şekerden tamamen kaçınıyor. Bu talebe uygun olarak pazarda kakao yoğun çikolata seçenekleri artıyor. Aynı şekilde doğal ve otantik içeriklere sahip, yapay katkı maddeleri içermeyen çikolatalar da oldukça revaçta. Tüketicilerin yarısından fazlası (%54) E kodlu içeriği bulunmayan, yapay tatlandırcı ve renklendiriciler içermeyen saf çikolatayı tercih ediyor. Tüketicilerin 10'da 4'ü (%41) vegan veya bitki bazlı çikolata ve şekerleme seçenekleri arıyor. Çevre konusunda daha hassas olan tüketiciler ise sürdürülebilir ve etik bir şekilde üretilen çikolata arayışında. 2024 araştırmasına göre yaklaşık 3 kişiden 2'si çikolata üretiminde atık azaltımı, geri dönüşüm ve sürdürülebilirliği önemseyen, gezegenin geleceğine fayda sağlayan markaları tercih ediyor. Bunun yanında şeffaflık ve izlenebilirlik de tüketicilerin güvenini kazanmak için çok önemli.

Sağlıklı Keyif: Bedensel ve zihinsel sağlığı destekleyecek takviyeler

Sağlıklı Keyif trendi çikolatada daha hâlâ emekleme çağında olsa da tüketicilerin bu yönde talepleri ve ilgileri artıyor. Üstelik artık sağlıklı çikolata beklentisi şeker ve yapay içerik olmaması ile sınırlı değil. Hatta sağlıklı içeriklerle güçlendirilmiş bir çikolataya olan ilgi bir önceki döneme kıyasla yüzde 5 oranında artmış durumda. Tüketicilerin yüzde 74'ü hem besleyici hem de enerji verici atıştırmalıklar, yüzde 71'i ise zihinsel sağlıklarını destekleyen çikolatalar istiyor. Her 10 kişiden 6'sı 'yüksek protein' içeren çikolatayı cazip bulurken, çoğu sağlık meraklısı vitamin, mineral, lif, flavonol ve omega-3 gibi bileşenleri içeren, besleyici ürünler bekliyor.

Bölgelere göre çikolata tercihleri

Çikolata ile ilgili bu genel trendler bölgesel olarak küçük değişiklikler gösterebiliyor. Örneğin çikolatanın menşei ve içeriği konusunda Latin Amerika ile Orta Doğu ve Afrika'daki tüketicilerin yüzde 80'i daha fazla bilgi edinmek isterken, Kuzey Amerika'daki tüketicilerin sadece yüzde 55'i bunu merak ediyor. Benzer şekilde premium çikolataya olan ilgi konusunda da bölgesel farklılıklar bulunuyor. Latin Amerika ve Orta Doğu ve Afrika'daki her 10 tüketiciden yaklaşık 8'i premium çikolatayı tercih ederken, bu oran Batı Avrupa'da her 10'da 6'ya düşüyor. Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika, Asya-Pasifik ve Doğu Avrupa'daki her 10 tüketiciden yaklaşık 8'i, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki her 10 tüketiciden 6's sağlıklı çikolata arıyor. Lezzet, iyilik ve sürdürülebilirlik olmak üzere üç faydayı bir arada isteyen bölgeler ise Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika ve Doğu Avrupa.

Otesan 20 Yaşında!

Saygıdeğer İş Ortaklarımız ve Otesan Ailesi;

2004'te başlayan yolculuğumuzda Otel ekipmanları sektörüne doğru misyon ve ilerici vizyon ile değer katan, Otesan Otel Ekipmanları olarak 20. yılını kutlamanın haklı gururunu yaşamaktayım.

20 yıldır otel ekipmanları sektöründe yenilikçi ve kalite odaklı yaklaşımdan ödün vermeden ilerledik. Sürekli artan hizmet kalitesi ve sunduğumuz çözümlerle Globy ve Chermarket markalarımız ürün ve müşteri çeşitliliği ile sektörde var olan yenilikçi vizyoner ruhumuzun bir göstergesi olarak devam etmekteyiz.

20 yıldır süre gelen başarılarımızın yanı sıra gelecek hedeflerimiz arasında Otesan markamızı global çapta franchise vererek uluslararası çapta marka değeri yapmak istiyoruz.

Sürdürülebilir başarı ve güvenilirliğin önem arz ettiği sektörümüzde, faaliyetlerimiz misyon ve değerlerimizden ödün vermeksizin devam etmektedir. En değerli varlığımız olan yetkin çalışanlarımız ve iş ortaklarımızla, gelecekte de daha büyük başarılara hep birlikte imza atacağımıza inancım sonsuzdur.

Büyüyerek devam edeceğimiz nice yıllar diliyorum. Bu gelişime katkı sağlayan tüm Otesan ailesinin 20. yılı kutlu olsun.

-Selim Tülek

OTESAN®
OTEL EKİPMANLARI

Telefon: +90 242 336 66 44
Mail: info@otesan.com
Website: www.otesan.com

Showroom Adres
Altınova Sinan Mh.
Çağdaş Sokak, No: 56
Kepez/Antalya

Chef Market .com.tr

Telefon: +90 507 767 17 31
Mail: info@chefmarket.com.tr
Website: www.chefmarket.com.tr

Showroom Adres
Altınova Sinan Mh.
Çağdaş Sokak, No: 56
Kepez/Antalya

İstanbul Gelişim Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Dekan Yardımcısı
Doç. Dr. Murat Doğan

Türkiye gastronomisinin büyük ustası Tuğrul Şavkay (1951-2003)

Son iki yazımda, gastronomi alanına büyük katkılar sağlamış ve yiyecek ve içecek sektörünü dönüştürmüş Fransız gastronom ve şefler Escoffier ve Carême'den bahsetmiştim. Bu yazının konusu ise Türkiye'nin öncü ve en önemli gastronomların başında gelen Tuğrul Şavkay olacak...

Tuğrul Şavkay'ı seçmemin en önemli nedenlerinin başında Türkiye gastronomisine katkılarının farkında olunmaması ve onun açtığı yolun ve sürecin sağlıklı bir şekilde yürütülmemesi gelmektedir.

Mutfakla tanışması

Tuğrul Şavkay, mutfak ile tanışmasının üniversite yıllarında olduğunu ve o yılların usulüne göre bulaşıkhanede başlatıldığını anlatmaktadır. İlk gençlik yıllarında Kervansaray Otel'in mutfağında bulaşıkçı olur. Daha sonraları birçok ünlü otel ve restoranda aşçı, yiyecek, içecek yöneticiliği ve danışmanlık gibi görevler alır. Bu anlattıklarımdan Şavkay'ın standart bir aşçı profili çizdiğini görürsünüz. Aslında onu farklı kılan, entellektüel donanımıydı. Şavkay'ın sosyolojiden tarihe, siyaset bilimine, edebiyata, mizaha, mimariye ve müziğe kadar birçok alanda birikimi vardı. Bu kadar birikime rağmen mütevazılığı ve samimiyetinden hiçbir şey kaybetmemişti.

Şavkay, Avusturya Graz Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi'nde sosyoloji okumuş ve hatta aynı üniversitede yüksek lisans ve doktora yapmıştır. O bir röportajında "Okul bittiğinde 35 yaşındaydım. Dişimi sıksam öğrencilikten emekli olacaktım." demiştir. Şavkay, yiyecek ve içecek sektöründen kopmadığı gibi akademiden de hiçbir zaman kopmamıştır. Dünya üniversitelerinde bile olmayan veya çok az olan gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün Türkiye'de ilkinin açılmasına öncülük etmiş ve kurucuları arasında olmuştur. Bu bağlamda gastronomi akademisyenleri arasında Tuğrul Hoca'nın yeri başkadır.

Yemek kültürü yazarlığı

Şavkay, gençliğinde bir taraftan üniversitede araştırma görevliliği yapıyor ve diğer taraftan da yiyecek ve içecek sektöründe aşçılığa devam ediyordu. Ancak çok fazla emek ve mesai gerektiren her iki mesleğin bir arada yürütülmesi çok zordu. Bu nedenle bir karar vermek zorundaydı. Ya akademisyenliğe devam edecek ya da gönülden bağlı olduğu aşçılığa. Bu ikilem, yüzünü güldürecek bir teklif ile son bulmuştur. O dönemde bir yayıncı yemek dergisi çıkartacağını ve onun başına geçmesini söyledi. Bu sayede her iki sevdiği alanı bırakmamış olacaktı. Yemek, Şavkay'ın konusuydu ancak onu yazmak bambaşka bir şeydi. Biraz tereddüt ettikten sonra yemek yazarlığını kabul etti. Böylece aktif aşçılığı bırakan Şavkay hem yemek dergisi çıkarıyor ve bir taraftan da yazarlık yapıyordu. Ancak mutluluğu çok fazla sürmedi, 32 yaşında askere gidince yayıncı yemek dergisini kapattı ve uzun bir süre yazarlığa ara vermiş oldu. Sonrasında farklı dergi ve gazetelerde yemek üzerine yazılar kaleme almaya devam etti. Şavkay'ın yemek yazılarına başladığı 1985'lerde ortada ne yemek dergisi vardı ne de gazetelerde doğru dürüst yemek yazıları. O Türkiye'de yemek yazarlığının öncülerindendi. O yıllarda yemek yazılarının yanına restoran kritikleri de eklenmeye başlandı. Şavkay bir röportajında bu konu ile ilgili şunları söylemiştir: "Gazeteye gelen tepkiler doğrudan benim elime geldiği için hepsini yakından takip ediyordum. İlgi büyük olunca sürdürmeye karar verdiler."

Gurme olarak Şavkay

Şavkay, Türkiye'nin yetiştirdiği en iyi gurmelerinden biri olmuştur. Ona göre gurmelik sadece ağzının tadını bilmekten ibaret değildir. Gurmelik kendi yemek kültürünün yanında dünya tatlarının farkında olmayı, kendi coğrafyasında veya dünyanın başka bir ucunda unutulmaya yüz tutmuş lezzetlerin peşine düşmeyi ve bilinmeyenin izini sürmeyi gerektirmektedir. Şavkay da bu bağlamda her zaman büyük ustaların peşine düşmüş, nadide yemeklere ulaşmış, derinlemesine tanımış, tanıtmış ve keyifle tüketmiştir.

Osmanlı Mutfağı kitabı

Tuğrul Şavkay'ın en önemli eserlerinden biri, Osmanlı Mutfağı kitabıdır. Osmanlı'da felsefe konusunun olmadığını iddia eden birçok tarihçi çıkar diye düşünüyorum. Şavkay, kitabı ile bu tezi dolaylı yönden bir güzel çürütmüştür. Çünkü kitabında Osmanlı mutfağının felsefesini ortaya koymuştur. Yemeği aracı olarak kullanarak dönemin sosyal hayatını, politik bağlantılarını ve Osmanlı mutfağının felsefi bakış açılarını gözler önüne sermiştir.

Şavkay'dan genç şeflere öneriler

Tuğrul Şavkay'ın yazıları ve kitapları incelendiğinde, iyi bir şefin nasıl olması gerektiği tarif edilir ve tavsiyeler verilir. Tavsiyelerini kısa özetlersek: Kaliteli bir şef, iyi bir araştırmacı olmalı ve işin mutfağını çok iyi bilmelidir. Oradan asla kopmamalı ve çok sabırlı olmalıdır. Türk mutfağı şefler tarafından yeniden dönüştürülmelidir. Türk mutfağının, Fransız veya Çin mutfağı ile yarışabilmesi için, kusurlarının anlaşılması ve bir an önce düzeltilmesi gerekir. Bu kusurlardan birkaçı; etlerin ve sebzelerin çok fazla pişirilmesi, fazla yağ kullanımı, şeker oranın çok fazla olmasıdır. Ayrıca Türk mutfağının dünyaya kabul ettirilebilmesi için standartlaşmaya gidilmesi gerekmekte, bununla birlikte geçerli ve gerekli tüm standartlar zaten bünyesinde barındırmaktadır.

Son söz

Ünlü gurmelerimiz bana kızmasın. Tuğrul Şavkay'ı diğerlerinden ayıran en önemli özelliği yemeğin uzmanı, yazarı, eleştirmeni ve otoritesi olmasının yanında mutfağın her kademesinde çalışmış bir şef olmasıdır. Kısacık hayatına akademide ders verme de dâhil, aşçılık kurslarında eğitmenlik, yüzlerce danışmanlık, dergi ve gazetelerde yemeğe dair yazılar, ansiklopedi, makaleler ve televizyon programları sığdırarak ve Türk gastronomisine iz bırakarak 2003 yılında aramızdan ayrılmıştır. Şavkay'ın gastronomide açtığı Rönesans (Yenidendoğuş) yolunun sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi, şeflerin mutfak becerilerinin yanına sosyal bilimler alanında da entellektüel beceriler geliştirmelerinden geçmektedir.

KILIÇLAR®
exclusive
HME
KILIÇLAR®
ÇATAL KAŞIK MAD. MUT. EŞY. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
Kalite ve istikrarın simgesi
TASARIMIMIZ TPE TARAFINDAN KORUMA ALTINDADIR
Kılıçlar Çatal Kaşık Madeni Mutfak Eşyaları San. Tic. Ltd. Şti.
Mimarsinan Mah. Mimarsinan Cad. Kılıçlar Sk. No: 9 Sultanbeyli - İstanbul Tel: +90 216 5928200 Fax: + 90 216 5922455
www.kiliclar.net // info@kiliclar.net

2023'TE KAÇ LOKANTA KAPANDI?

How many restaurants closed down in 2023?

TOBB verilerine göre, 2023'te kapanan lokanta sayısı 2 bin 136 oldu. Böylelikle kapanan şirketler arasında lokantaların payı yüzde 8,25'e yükseldi.

Sözcü'nün Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) kurulan-kapanan şirket istatistiklerinden yaptığı derlemeye göre, 2023'te kapanan toplam 25 bin 882 şirketten 2 bin 136'sını lokantalar oluşturdu. Lokantaların kapanan şirket sayısı içerisindeki payı da yüzde 8,25'e yükseldi.

2 yılda kapanan lokanta sayısı 3 bin 873'e ulaştı

Geçtiğimiz yılda en çok kapanış olan faaliyetler arasında lokantalar limited şirketler grubunda 2. sırada, anonim şirketler ve gerçek kişi ticari işletmeler grubunda 4. sırada yer aldı. 2022'de kapanan lokanta sayısı 1.737 iken kapanan şirket içerisindeki pay da yüzde 7,14 seviyesindeydi. Böylelikle 2 yılda kapanan lokanta sayısı 3 bin 873'e ulaştı.

Pandemideki rakamlar

2020 yılında pandemiden büyük yara alan yiyecek içecek sektöründe geçici kapanmaların ardından binlerce işletme kepenk indirmişti. 23 bin 170 bin şirketin kapandığı 2020 yılında "lokantalar ve seyyar yemek hizmeti" alanında faaliyet gösteren 1733 firmanın kapısına kilit vuruldu. Verilere göre 2020 yılında günde 5 firma faaliyetini sonlandırmıştı. Kademeli olarak 2021'in ortalarında açılan lokantalarda pandemi etkisi 2021'de sürmüştü. 2021'de 16 bin 222 şirket kapanırken bu şirketlerin 1418'ini lokantalar oluşturmuştu. (Sözcü)

According to TOBB data, the number of restaurants closed down in 2023 was 2 thousand 136. Accordingly, the share of closed down restaurants among the closed down companies increased to 8.25 percent.

According to Sözcü's compilation of the established and closed down company statistics of the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB), 2 thousand 136 of the total 25 thousand 882 companies closed down in 2023 were restaurants. The share of restaurants in the number of companies closed down increased to 8.25 percent.

The number of restaurants closed in 2 years reached 3 thousand 873

Among the activities with the most closures last year, restaurants ranked 2nd in the limited companies group and 4th in the joint stock companies and real person commercial enterprises group. While the number of restaurants closed down in 2022 was 1,737, the share of closed down companies was 7.14 percent. Thus, the number of restaurants closed down in 2 years reached 3 thousand 873.

Figures in the pandemic

Thousands of businesses were shuttered following temporary closures in the food and beverage industry, which was damaged seriously by the pandemic in 2020. In 2020, when 23 thousand 170 thousand companies were closed down, the doors of 1733 companies operating in the field of "restaurants and mobile food services" were locked. According to data, 5 companies per day terminated their operations in 2020. The effect of the pandemic continued in 2021 in restaurants that gradually opened in mid-2021. While 16 thousand 222 companies were closed down in 2021, 1418 of these companies were restaurants. (Sozcu Newspaper)

ALL ABOUT
CHAIR

We adopt the philosophy of
"Being Original and Creative" in projects,
and we are with you "from beginning to end"
by directing your loose furniture requirements
according to the right needs.

BMS

BMSMOBILYA.COM
ISTANBUL | info@bmsmobilya.com

Gusto-Akademisyen

Reha Tartıcı

"Geleceğimiz için doğayla barışmalıyız"

Doğa ve dünyamız milyonlarca yıldır kol kola her koşulda varlıklarını sürdürüyor. Ama insanoğlunun sayısal artışı ve teknolojik gelişimi doğa ile dünyanın ahenkli birlikteliğini bozdu.

İnsanoğlu yaşam alanlarını bilinçsizce genişletip, yaşamsal ihtiyaçlarını aç gözlülükle karşılamaya yöneldi. Ve en büyük zararı dünyamızın varoluşundan beri ahenkle hareket eden doğa gördü. Kuşku yok ki sınırlarını kendisi çizen doğa varlığını sürdürecek.
Ancak insanoğlu kendi bozduğu doğa düzenin yeniden çizdiği sınırların içinde yaşarken çok zorlanacak. Bunun nedeni ekosistemi insanoğlunun değil, doğanın oluşturması. Dengesi ve düzeni bozulan doğa, mevcut kondisyonlara göre ekosistemini yeniden tanımlarken insanoğlunun yaşamsal döngüsünü de bu yeni modele göre şekillendiriyor. Kısacası insanoğlunun zarar verdiği doğa, geleceği için en büyük kabusu oluyor. Bu kabustan kurtulmak için yapmamız gereken ise oldukça basit! Doğayı korumak ve ekosistemi bozmamak. İşte bu nedenle sürdürülebilirliği yaşamımıza entegre etmemiz gerekiyor.

"Sahip olduğumuz mirası korumalıyız!"

Gelecek kuşakların sağlıklı ve refah içinde yaşaması için sürdürülebilir gıda konusu öncelikli olarak hayatımızda olmalı. Toprağı iyileştirmeli, gıdanın geleceği ve sürdürülebilirliğini sağlamalıyız. Unutmamalıyız ki, yaşadığımız dünya gelecek kuşaklara aktarmak için muhafaza etmemiz gereken bir miras. Bunu da ancak, kaynakları düzgün kullanarak, planlı hareket ederek sağlayabiliriz. Tarımsal kuraklığı artık üretim sürecinde de hissediyoruz. Kullanılan tarım ilaçları ve kimyasal gübreler toprağın yapısını değiştirdi. Topraktaki besin zincirini sağlayan canlı mikroorganizmaların azalması toprağın verimini azalttı ve toprak nemini de kaybederek sıkışmaya başladı. Bu yüzden bilinçsiz tarım uygulamaları ve kuraklıkla birlikte adeta çığlık çığlığa yanlışları bağıran toprağa kulak vermemiz gerekiyor.
Dünya nüfusunun önümüzdeki 30 yıl içinde yüzde 34 artarak 9 milyarı geçeceği tahmin ediliyor. Bu artış beraberinde şehirleşmedeki büyümeyi de getirecek. Yani üretenler değil, tüketenler artacak. Yüzde 34 artacağı beklenen nüfusun beslenmesi için gıda üretiminin yüzde 70 artacağı hesaplanıyor. Üretimdeki bu artış önlem almazsak toprağı çok kısa sürede tüketmemize neden olacak.
Bu nedenle sürdürülebilirlik sadece devletlerin değil, bireylerinde sahip çıkması gereken en önemli değer olarak karşımıza çıkıyor. 1980'li yıllarda kavram olarak literatüre giren ve bugün yaşamımızın merkezine oturan sürdürülebilirliğin sözlük anlamı bir şeyin sürdürülebilir olması, durumunu devam ettirebiliyor ya da kendini yenileyebiliyor olması olarak tanımlanıyor. Sadece bu sözlük tanımı bile bize ne yapmamız gerektiğini söylüyor.

"Geleceğin toprakta olduğunu unutmamalıyız"

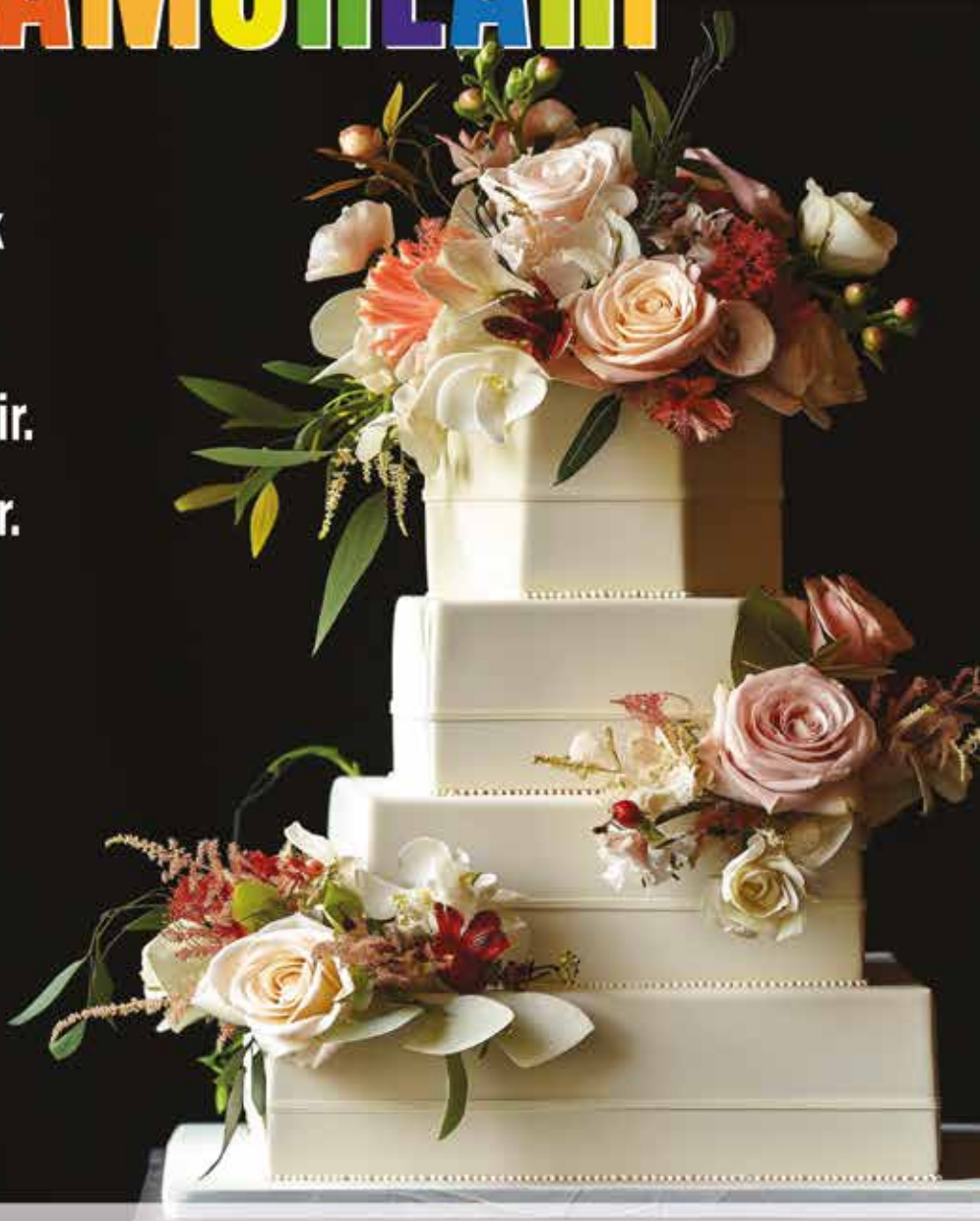
Gıda üretiminde en büyük kaynak toprak olduğuna göre topraktan geleni yeniden toprağa göndereceğiz formül bu kadar basit! Söylemesi ve yazması çok kolay ama uygulaması da bir o kadar zor. Çünkü her geçen gün kalabalıklaşan dünya nüfusu nedeniyle artan kaynak gereksinimi sürdürülebilirliğin en büyük tehditlerinden biri. Bu temel tehdide bir de sera gazlarının neden olduğu iklim değişikliği ve şirketlerin aşırı kâr amacıyla doğayı kirleten işlemlerini eklersek sanırım fazla söze gerek kalmıyor.

"Peki ne yapmamız gerekiyor?"

Gıda üretiminin çevresel etkilerini minimuma indirmek ilk yapılması gereken. Tabii ki bunu yapmak o kadar da basit değil. Çünkü yüzlerce yıldır kullanılan kimi üretim yöntemlerini değiştirmemiz gerekiyor. Nedeni ise bu yöntemlerin, gelecek nesillere zarar veren iklim değişikliği, kuraklık, biyolojik çeşitliliğin azalması gibi sonuçlarının olması.
Toprağın yanında bir başka yaşamsal değerimiz suyun kullanımı da geleceğimiz için hayati önem taşıyor. Ama bu nokta da bireysel su kullanımında tasarrufun tek başına yeterli olamayacağını unutmamamız gerekiyor. Çünkü hayvancılıkta ve tarımda kullanılan su, tatlı su kaynaklarının neredeyse %70'ini kullanıyor. Asıl bu alanlarda bilinçli tüketim yaparak tasarruf sağlamamız gerekiyor.
Konu sürdürülebilirlik ve geleceğimiz olunca hiç kuşku yok ki daha yazılacak çok şey var. Bu ayki yazıma noktayı ünlü Danimarkalı filozof Soren Kierkegaard'ın "Hayat geriye bakarak anlaşılır, ileriye bakarak yaşanır." sözüyle koyarak; Geleceğimiz için sürdürülebilirliği gündemimizden hiç düşürmememiz gerektiğini bir kez daha hatırlatmak istiyorum.

FO DEKOR

ŞEKER HAMURLARI



- Kaplama, dekor ve çiçek yapımı için uygundur.
- Ele yapışmaz ve elastiktir.
- İpeksi ve kolay şekillenir.
- İnce açılır, dirençlidir.
- Hızlı kurur ve parlaktır.

fo food products

ÖZMER CORE Limpo REPO Fümer

Özmer Pastacılık ve İçecek Ürünleri San. Paz. Turizm ve Dış Tic. A. Ş.
Gebze OSB Mah. İhsan Dede Cad. No:151 / Gebze / Kocaeli / Türkiye Tel: +90 (262) 673 75 51 / Pbx
Fax: +90 (262) 673 75 52 / Branch Office Antalya İrtibat Bürosu Tel: +90 (242) 322 85 71
www.ozmer.com
ozmerworld

Anfaş Food Product, EDT sektörünü 30'uncu kez buluşturdu

30'uncu Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı Anfaş Food Product 06-09 Şubat tarihleri arasında yüksek bir katılım ile gerçekleşti. Türkiye ve dünyadan 300'ü aşkın firmanın bir araya geldiği ANFAŞ Food Product ev dışı tüketim grubunun en keyifli buluşma noktası oldu.

Fuarcılık sektörünü Antalya'dan dünya pazarı ile buluşturan Antalya Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi (ANFAŞ), Anadolu Aşçılar Federasyonu (ANFED) Tamer Özkan, Türkiye Gastronomi Platformu Yöneticileri Özlem Mekik, Akif Budak, partnerliğinde 30'uncu defa kapılarını açtı.

Bıdı: "Almanya ve Türkiye pazarını dünya ile buluşturacağız"

ANFAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bıdı, açılış töreninde yaptığı konuşmada, fuara gösterilen yoğun ilgiden dolayı büyük memnuniyet duyduğunu ifade ederek, "Bu yıl açılışımızda bir müjdeyi de kamuoyu ile paylaşmak istiyoruz. Dünyanın en büyük fuar şirketlerinden Koln Messe Anuga ile 2025 yılı itibarı ile bir yola giriyoruz. Almanya ve Türkiye pazarını dünya ile buluşturacağız" dedi.

Geçen yıl 6 Şubat'ta yaşanan ve 11 ilimizi etkileyen büyük depremlerde binlerce insanımızı kaybettiğimize de vurgu yapan Ali Bıdı, "Binlerce insanımız da yaralanırken, ülkemiz tarifi imkânsız acılar yaşadı. Ölenlere Allah'tan rahmet diliyorum. Ülkemizin başı bir kez daha sağ olsun. Fuarın ilk günü tüm katılımcı ve ziyaretçilere siyah kurdele vererek deprem acısını yüreğimizde hissettik" diye konuştu.

"Antalya'yı tüm dünyaya tanıtıp alıcıyla satıcıyı bir araya getirdik"

Fuara gezen ziyaretçiler ile katılımcıları, gıda ve içecek sektöründe bir amacın etrafında buluşturduklarını da dikkat çeken Bıdı, "Fuarımız, sektör profesyonellerini bir araya getirirken, tüm paydaşlarımıza yeni sezon öncesi hazırlıklarını tamamlama fırsatı da sunuyoruz. Katılımcı firmalarımıza yeni ihracat kapılarını açıyoruz. Fuarlar ihracatın görünmeyen kapısıdır. Şehrin tanıtımına ve ekonomisine katkısı çok büyük. Tüm dünyayı buraya davet ettik, bu fuarlar bizim değil Antalya'nın. Antalya'yı tüm dünyaya tanıtıp alıcıyla satıcıyı bir araya getirdik" dedi.

Fuar kapsamında, Türkiye Gastronomi Platformu desteği ile düzenlenen workshoplarda Türkiye'nin önemli şefleri; Özlem Mekik, Hazer Amani, Doğa Çitçi, Eyüp Kemal Sevinç, Rafet İnce, Murat Aslan, Yıldız Öz Samaha, Soner Kesgin, Selim Yeşilpınar, Bedrettin Aydoğdu, İzzettin Oral, Erkan Yeşil, Hamza Alkan'ın yer alarak, Türk mutfağının lezzetli menülerinin tariflerini katılımcılar ile paylaştı.

Aydın: "Rekabetten çok ANFAŞ'ı büyütmek için çalışıyoruz"

Akdeniz Bölgesi Tedarik Yönetimi, Küresel Dünyada Atıksız Mutfak Yönetimi, Geleneksel Markaların Başarı Hikayeleri, Gastronomide Yeni Akım İşletmecilik Anlayışı, Türk Markalarının Ulusal Pazardaki Konumlanma Serüvenleri, Küresel Düşün Yerel Hareket Et, Altın Portakal Belgeseli, TV Dünyası ve Gastronomi İlişkisi, Gastronomi Turizmine Değer Veren Medya Mensupları, Turizm Sektöründe Sağlıklı Yeme- İçme Standartları, Türk Turizminde Gastronominin Yeri, Unesco'ya Giren Şehirlerin Başarılı Şefleri, KKTC Mutfağı ve Türk Mutfağı Arasındaki İlişki, Anadolu'da Gastronomi ve Aşçılık Eğitimi başlıklı oturumlarda yüze yakın sektör profesyoneli bir araya gelerek değerlendirmelerde bulundu.

Fuar katılımcılarının büyük ilgi gösterdiği, "Turizm Sektöründe Yeme İçme" başlıklı panelde konuşma yapan Sn. Prof. Dr. Ünsal Aydın, sağlıklı olmanın ön koşulunun sağlıklı beslenmek olduğunu dile getirerek ve gıda sektörü profesyonellerinin daha sağlıklı ürünleri insanlarla buluşturmak için çabalamaları gerektiğini söyledi. Aydın, "30'uncu yılını kutlayan ANFAŞ Fuarı'nda teknolojinin beslenme ile ne kadar yakından çalıştığını ve ne kadar ilerlediğini, dünyanın her yerinden katılan kıdemli şeflerin birbirine destek verdiği ve kaynaştığı, deneyimlerini ve dostluklarını paylaştıkları, rekabetten çok ANFAŞ'ı büyütmek için çalıştıklarını görmek çok güzel, burada olmak mutluluk verici" dedi.

Ünlü şeflerle bilgi alışverişi

Fuarda Türkiye'nin dünyaya açılmış başarılı gastronomi markalarının yöneticileri başarılarının sırrını paylaşırken, Türkiye'nin önemli şefleri, sektörün dünyadaki konumunu değerlendirerek daha başarılı ve güçlü olmak için neler yapılması gerektiğini tartıştı. Farklı üniversitelerden fuara katılan öğrenciler, etkinlikler boyunca sektörü çok daha yakından tanırken, ünlü şefler ile bir araya gelerek alana dair birçok bilgiler edindi.

Sadece gıda sektörünün değil kültür ve sanat dünyasından da isimlerin yer aldığı fuarda, moderatörlüğünü sunucu Merve Akıncı'nın yürüttüğü "Altın Portal" panelinde gazeteci-yazar Nebil Özgentürk konuşmacı olarak yer aldı. Türk sinemasının önemli isimlerinden Coşkun Gögen ve Ümit Okur'unda katıldığı, "TV Dünyası & Gastronomi İlişkisi" konulu panel, izleyiciler tarafından yoğun ilgi ile karşılandı.

INVERTER MINIBAR

*DÜNYANIN İLK INVERTER MİNİBARI

TÜM MİNİBAR ÜRÜNLERİNDE 5 YIL GARANTİ

WWW.MINIBAR.COM.TR @KLEOMINIBAR @KLEOMINIBAR

KLEO refrigeration

Cargill, ANFAŞ'ta geniş çözüm yelpazesini şeflere tanıttı

Cargill, HoReCa endüstrisinin değişen ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan PROVERSE ve Turyağ markalarının geniş çözüm yelpazesindeki ürünlerini, ANFAŞ 30'uncu Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'nda şeflere tanıttı.

Cargill, Antalya'da düzenlenen 30'uncu ANFAŞ Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'nda HoReCa sektörünün ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan PROVERSE ve Turyağ markalarının geniş çözüm yelpazesindeki ürünlerini mutfak profesyonelleriyle buluşturdu.
Gıda Çözümleri META (Orta Doğu, Türkiye ve Afrika) Satış ve Pazarlama Lideri Tolga Demirel, "Cargill olarak, 159 yıllık küresel deneyimimizi kullanarak yerli üreticilere yenilikçi ürünler ve çözümlerle güç veriyoruz. Türkiye'deki uygulama tesisimizde çalışan Ar-Ge ekibimiz, yerel HoReCa profesyonellerinin ihtiyaçlarını karşılayacak yenilikçi ürünler geliştirmek üzere çalışıyor" diye konuştu. Demirel, "Yerli ham madde kaynağı ile ülkemizde ürettiğimiz PROVERSE ve Turyağ markalarımız, tedarik zinciri risklerini azaltan ve sürdürülebilirliği teşvik eden yerel üretim taahhütlerimiz doğrultusunda faaliyet gösteriyor. ANFAŞ Fuarı'nda sergilenen çözümlerimiz, gelişen ve değişen profesyonel yemek sektörüne yönelik kalite, uyum ve mükemmellik anlayışımızı yansıtıyor" ifadelerini kullandı.
Cargill, bu yılki etkinliklerde üstün performanslı PROVERSE sıvı şanti ve pişirme kremalarının yanı sıra endüstriyel ve sıvı yağ sektörünün lider ve güvenilir markası Turyağ'ın "Maestro Gusto", "Turyağ ÂLÂ" ve "Turyağ Kruvasan" gibi yüksek kaliteli ürünlerini fuar katılımcılarıyla buluşturdu.

Cargill'in HoReCa profesyonelleri için yeni ürünü: PROVERSE

Bursa Orhangazi'de geliştirilen Cargill'in PROVERSE ürünleri, bölgesel Ar-Ge çalışmalarıyla yüksek performans ve kaliteyi bir araya getiriyor. PROVERSE, erişilebilir bir fiyat noktasında yüksek kalite bir çözüm olarak öne çıkıyor. Etkinlikte tanıtılan PROVERSE Sıvı Şanti, değişen ortam sıcaklıklarında bile hacimde yüksek performans sunarak çatlamayı engelliyor. Bitkisel bazlı olan ürün, çeşitli malzemeler ve renklendiricilerle sorunsuz uyum sağlıyor.
PROVERSE Pişirme Kreması ise içerdiği yağsız süt tozu ile hibrit bir ürün olma özelliği taşıyor. Servis öncesinde bekletilse dahi pütürlenmeyen, yüksek sıcaklığa dayanıklı yapısıyla fark yaratıyor. Her iki PROVERSE ürünü de HoReCa ve pastacılık sektörünün ihtiyaçlarını üst düzeyde karşılamak için geliştirildi.

1916'dan beri Türkiye'nin lider ve güvenilir endüstriyel yağ tedarikçisi: Turyağ

Turyağ, "Maestro Gusto", "Turyağ Kruvasan" ve "Turyağ ÂLÂ" ürünleriyle seçkin otel mutfakları için özel olarak hazırlanmış bir dizi çözüm sunuyor. Yüksek performanslı kızartma yağı Maestro Gusto, palmiye bazlı yağlardan yüzde 20, ayçiçek yağından yüzde 30 oranında daha fazla ürün kızartma fırsatı veriyor. Orijinal rengini koruyan, kızartma sıcaklığına daha hızlı ulaşan Maestro Gusto, fritözde hiçbir tortu veya parçacık bırakmadan temiz kızartma sağlıyor.
Turyağ Kruvasan, elastik yapısı ve hamur açma makineleriyle uyumluluğu sayesinde kruvasan ve Danimarka çöreği çeşitleri için ideal kullanıma sahip. Kolesterol içermeyen ve bitkisel yağlardan üretilen ürün, benzersiz lezzetiyle son ürünün tadını artırıyor. Turyağ ÂLÂ, yüzde 90 yağ içeriğiyle çok amaçlı bir margarin olarak öne çıkıyor. Esnekliği ve benzersiz yapısıyla kekler, mayalı hamurlar, tatlı ve tuzlu kurabiyeler ve poğaça gibi geniş bir yelpazede kullanılabiliyor.
Cargill ayrıca fuarda, 1986'dan bu yana küresel portföyünde yer alan, kalıcı canlı renk ve lezzetli tatlar sunan Gerkens Kakao Tozu ürünlerini de şeflere tanıttı.

Merkez Mah. Darülaceze Cad. No:14/1 Sisli, Istanbul / TURKIYE
+90 **212 314 14 14** / international@turkiyehospital.org - www.**turkiyehospital**.org

SuperFresh lezzetlerine profesyonel şeflerden tam not

Dondurulmuş gıda ve margarin sektörünün lider markası Kerevitaş; tarladan başlayan ve sofralara ulaşan yolculuğunu, üretim süreçlerine ilişkin çalışmalarını ve yeni lezzetlerini ANFAŞ'ta ev dışı tüketimin profesyonellerine aktardı. "Hasat" "Teknoloji" "Güven" "Çeşitlilik" ve "Lezzet" başlıklarının ön plana çıktığı reçeteler, profesyonel şeflerden tam not aldı.

Türkiye'nin dondurulmuş gıda ve margarin pazarının lider şirketi Kerevitaş, Ev Dışı Tüketim (EDT) sektörünün en önemli uluslararası organizasyonlarından ANFAŞ 30. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı'na katıldı. 70'in üzerinde ülkeden 50 binden fazla gastronomi profesyonelini buluşturan fuar, 6-9 Şubat tarihleri arasında Antalya'da gerçekleşiyor. EDT kanalında patates, sebze, meyve, donuk unlu mamuller, pizza, ton balığı ve konserve kategorilerinde geniş ürün çeşitliliğine sahip olan Kerevitaş, ANFAŞ'ta SuperFresh markasıyla yer aldı.
"Topraktan Tabağa Sıfır Gıda Kaybı" iş modeliyle sürdürülebilirlik odağında başarılı sonuçlara imza atan SuperFresh, fuar ziyaretçilerine dondurulmuş gıda konusundaki farkındalık çalışmalarını anlattı ve ziyaretçileri yeni lezzetleriyle buluşturdu. "Hasat" "Teknoloji" "Güven" "Çeşitlilik" ve "Lezzet" başlıklarının ön plana çıkarıldığı özel reçeteler ile yapılan yiyecekler, Ev Dışı Tüketimin Ünlü Şeflerinden tam not aldı.
Yıldız Holding'in halka açık en büyük ikinci gıda şirketi olan Kerevitaş, dondurulmuş gıda, yağ ve konserve kategorilerinde öncü faaliyetlerini sürdürüyor. Türkiye'de her yıl 18 milyona yakın hanede, yaklaşık 75 milyon tabakla sofralara ulaşıyor. Türkiye'yi dondurulmuş gıda ile tanıştıran SuperFresh markası ise yüzde 42 pazar payı ve yüzde 100 marka bilinirliği ile dondurulmuş gıda pazarının lider markası konumundadır.

Altınkılınç: "İnovasyon odağımızla sürdürülebilir büyümemize devam edeceğiz"

Ülkemizde ve bölgemizde EDT pazarının her geçen gün daha da büyüdüğünü ve çeşitlendiğini belirten Kerevitaş CEO'su Mert Altınkılınç, şunları ifade etti. "Pazarın hareketliliğini çok yakından takip ediyor ve inovasyonu odağımıza alarak sürdürülebilir büyümeyi hedefliyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda stratejik kanal-kategori bakış açımız doğrultusunda farklı ihtiyaçlara cevap veren ürün portföyümüzü her geçen gün geliştiriyor, inovatif ürünlerimizi müşterilerimiz ile buluşturuyoruz. EDT

kanalında 2023'te dondurulmuş unlu mamuller alanında lider Donuk Fırıncılık şirketini bünyemize katarak bu kanaldaki gücümüzü daha da perçinledik. Bu yıl SuperFresh markamızla katıldığımız fuarı, sektör paydaşlarımızla ortak bir sinerji oluşturmak adına önemli bir fırsat olarak görüyoruz."
Kerevitaş tüm faaliyetlerini Yıldız Holding'in "İsrafsız Şirket" çalışma modeli çerçevesinde ve "Bu Dünya Bizim" yaklaşımıyla yürütüyor. Dünya genelinde üretilen her 100 kg sebzenin 67 kg'ı tarımsal faaliyetler, lojistik ve ürün işleme nedeniyle gıda atığına dönüşürken, sadece 33 kg'ı tüketiciye ulaşabiliyor. SuperFresh, 'Topraktan Tabağa Sıfır Gıda Kaybı' iş modeliyle 100 kg sebzenin tam 94 kg'ını tüketicilere ulaştırarak gıda israfıyla mücadele ediyor.
SuperFresh aynı zamanda, 2022 yılında

Yıldız Holding'in halka açık en büyük ikinci gıda şirketi olan Kerevitaş, dondurulmuş gıda, yağ ve konserve kategorilerinde öncü faaliyetlerini sürdürüyor. Türkiye'de her yıl 18 milyona yakın hanede, yaklaşık 75 milyon tabakla sofralara ulaşıyor. Türkiye'yi dondurulmuş gıda ile tanıştıran SuperFresh markası ise yüzde 42 pazar payı ve yüzde 100 marka bilinirliği ile dondurulmuş gıda pazarının lider markası konumundadır.

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın destekleriyle başlattığı 'Tarımın Kadın Yıldızları' projesi kapsamında, 3 yılda desteklenen kadın çiftçi oranını yüzde 100 artırma hedefine sadece 1 yılda ulaştı. Proje kapsamında sözleşmeli kadın çiftçilere alım garantisi sunuluyor, avans desteği sağlanıyor ve tohum seçiminden hasada kadar her aşamada uzman ziraat mühendisleriyle kadın çiftçilere destek veriliyor. Proje 2023 yılında ulusal ve uluslararası olmak üzere 7 ödüle layık görüldü.

Doğan: "Gıda üretiminde doğru tohumdan, hasada, teknoloji kullanımına her aşama çok değerli"

Dondurulmuş gıdanın, lezzetli ürünleri tüketiciyle buluşturmanın yanı sıra gıda israfının önlenmesi ve sürdürebilir tarım için önemli olduğunu belirten Kerevitaş CMO'su Gülizar Öcal Doğan sözlerine şöyle devam etti: "Ürünlerimizin tarladan başlayan ve sıfır gıda kaybı ile sofralara ulaşan yolculuğuna dair tüm ayrıntıları bu defa da ünlü şeflerimize anlattık. Hasat süreci, sözleşmeli tarım modeli, üretimde teknoloji kullanımı her aşama çok değerli. Marka olarak yaptığımız öncü çalışmalar, ev dışı tüketim noktaları ile katma değerli iş birliklerimiz ve yeni lezzetlerimiz ünlü şeflerden tam not aldı. Sürdürülebilir tarım adına Tarım ve Orman Bakanlığı ile başlattığımız Tarımın Kadın Yıldızları projemiz ile bu alanda kadın istihdamının önemine de vurgu yapmaktan mutluluk duyduk" dedi.

Tabağınızdaki

Lezzet Sörfü

Yüksek kalite standartlarıyla üretilen,
her lokmada sağlıklı bir çıtırtıyla tüketilen
güvenilir, sağlıklı ve lezzetli ceviz.

#LezzetSörfü

California WALNUTS ®

CaliforniaWalnut.com.tr

/CaliforniaCevizi /CaliforniaCeviz

Bizim Toptan EDT'de açık ara liderliğini ilan etti

Bizim Toptan, geçen sene sonunda g2m şirketini devralarak Türkiye'de büyüklüğü 2023 yılında 316 milyar TL'ye ulaşan Ev Dışı Tüketim Sektöründe açık ara lider oldu. Bu konum ANFAŞ 30. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı'nda "Zirvede Biz Varız" sloganıyla vurgulandı.

Türkiye'nin mağaza sayısı bakımından en büyük ve erişilebilirlik açısından en yaygın organize toptan marketi Bizim Toptan, 2023 sonunda 40 yılı aşkın Ev Dışı Tüketim (EDT) sektörü tecrübesi olan g2m şirketinin hisselerini Yıldız Holding'den devraldı. Bu hamlesiyle Bizim Toptan, sektör rakipleriyle arayı daha da açtı. TÜİK verilerine göre 2023 yılında EDT sektörünün cirosu 316 milyar TL'ye ulaşırken ülkemizdeki istihdamın yaklaşık beşte biri EDT sektöründe yer alıyor. Bizim Toptan, ülke ekonomisi ve istihdama katkısı bakımından Türkiye için kritik öneme sahip olan bu devasa sektörde, g2m birleşmesiyle açık ara lider konuma geldi. İki şirket bu konumu katıldıkları ANFAŞ 30. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı'nda "Zirvede Biz Varız" sloganıyla vurguladı ve fuara damga vurdu.

6-9 Şubat tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirilen fuarda geniş ve gösterişli stantlarıyla yer alan Bizim Toptan ve g2m, iki şirketin birleşmesiyle daha da zenginleşen ürün ve hizmet portföyü ile ulusal ve uluslararası ziyaretçilerin karşısına çıktı. Bizim Toptan CEO'su Hüseyin Balcı ve g2m Genel Müdürü Furkan Akiner fuarda ziyaretçilerle bir araya gelerek şirketlerin faaliyetleri hakkında bilgi verdi.

TÜİK verilerine göre ülkemizde 2023 yılında EDT sektörünün toplam cirosu 316 milyar TL olarak gerçekleşmiş olup; EDT sektörü Türkiye'deki toplam istihdamın yüzde 21,2'sini oluşturmakta ve EDT sektöründeki işletmelerin cirodaki pazar payı ise yüzde 25,3 olarak görünmektedir. Google Haritalarda kayıtlı otel / restoran / kafe – kafeterya / catering ve unlu mamul işletmeleri incelendiğinde aktif 615 Bin EDT noktası bulunmaktadır.

Balcı: "Bizim Toptan ve g2m iş birliği EDT'deki gücümüzü daha da artıracak"

Bizim Toptan ve g2m olarak güçlerini birleştirerek sektörde sinerji oluşturduklarını belirten Bizim Toptan CEO'su Hüseyin Balcı, "Bizim Toptan olarak ülkemizin pazar erişimi en yüksek, en fazla işletmeye dokunan, en yaygın organize toptan marketiyiz. Bu konumumuz; 40 yılı geçen EDT kanalı tecrübesi sayesinde geniş bir satış ve distribütörlük ağı bulunan g2m'nin bünyemize katılmasıyla daha da güçlendi. Yeni yapılanmayla birlikte EDT kanalında açık ara lider konumundayız. Geniş ürün yelpazemizle bu fuarda yer almaktan ve sektör paydaşlarıyla bir araya gelmekten çok mutluyuz." dedi.

g2m'nin devralınması

Bizim Toptan'ın g2m'nin hisselerini devralmasıyla beraber iki şirket güçlerini birleştirerek faaliyetlerine daha güçlü şekilde devam edecek. g2m'nin tüzel kişiliği aynı şekilde korunacak. İki şirketin öz markalı ürün portföyü, müşteri erişimi, depolama, tedarik, lojistik kabiliyetlerinin birleşmesi ve g2m'nin distribütörlük ağıyla birlikte Bizim Toptan, EDT sektöründe açık ara lider konumuna geldi.

İhlas Kuzuluk Termal Otel

Dört mevsim sağlık... Dört mevsim huzur... Dört mevsim tatil...

İhlas Kuzuluk Termal Otel
Kuzuluk – Akyazı – Sakarya
Tel: 0 264 421 00 20 (3550-3551) - Faks: 0 264 4210150

otelinfo@ihlaskuzuluk.com www.ihlaskuzuluk.com

Tüketim malları sektörüne yönelik mega ticaret fuarı küresel liderlik konumunu daha da artırdı

Ambiente, Christmasworld ve Creativeworld üçlüsünü birleştiren küresel tüketim malları endüstrisine yönelik bu yılki mega ticaret fuarının sloganı "İşi Birlikte Kutlamak" oldu.

Ambiente, Christmasworld ve Creativeworld'den oluşan Frankfurt tüketim ürünleri fuarı üçlüsü, tüm küresel tüketim ürünleri sektörünün beş gün boyunca tamamen dolu olan Frankfurt fuar alanına konuk olduğunu etkileyici bir şekilde ortaya koydu. Demiryolu grevi bile başarıyı gölgeleyemedi: Messe Frankfurt İcra Kurulu Üyesi Detlef Braun başarıyı, "Görev tamamlandı! 170'den fazla ülke ve bölgeden yaklaşık 5.000 katılımcı ile birlikte, bu birinci sınıf ticaret fuarı üçlüsü, ekonominin belirsiz olduğu zamanlarda tüketim malları endüstrisini güçlendiriyor", diye özetledi.
Uluslararası boyutta ilgi çeken Frankfurt ticaret fuarı üçlüsü, perakendeciler ve üreticiler için yönlendirme sağlayan öncü bir etkinlik olduğunu bir kez daha kanıtladı. "Yılda bir kez ve yalnızca burada, Frankfurt'ta! Artan küresel gerilimler karşısında ekonomi büyük bir baskı altında. Bu nedenle kişisel karşılaşmalar, yeni çözümler, ilham ve

yeni ihracat pazarlarının ve Konaklama ve sözleşmeli işler gibi satış kanallarının geliştirilmesinin yeri doldurulamaz" diye vurguluyor Detlef Braun.
Sektörden gelen sesler bunun altını çiziyor: Alman Ev ve Ofis Ticaret Birliği (HWB) Genel Müdürü Christian Haeser, "Ambiente, Christmasworld ve Creativeworld'den oluşan ticaret fuarı üçlüsü, Alman uzman ticareti için bir numaralı sipariş platformu olarak büyük önemini bir kez daha ortaya koydu. Perakende ticaretinin yeniliklere olan ihtiyacı, yerinde kişisel bir karşılaşmayla ürünleri deneyimleme ve sipariş etme şansı ticaret fuarının ruhunu karakterize eden temel faktörlerdi. Perakendeciler yeni yıla güçlü bir rüzgâr ve birçok ticaret fuarı trendiyle giriyor," sözleriyle özetliyor.
Alman Aşçılık ve Sofra Takımı Ticaret Birliği Başkanı Michael Berz, Ambiente ile ilgili şunları ekliyor: "Diğer uzmanlaşmış sektörler gibi cam, seramik ve porselen endüstrisi de zorlu ekonomik ortamda zorluklarla karşı karşıya. Ambiente bizim için burada, özellikle de şu anda güçlü ve güvenilir bir ortak. HoReCa alanının genişletilmesiyle fuar, yemek segmentini de sürekli olarak geliştirmeye devam ediyor. Bu, üyelerimize daha fazla iş fırsatı sunuyor. Ambiente çok iyi ve ileriye dönük bir ivme sağlıyor. Bu bize umut veriyor."

The mega trade fair for the consumer goods industry expands its global leadership position

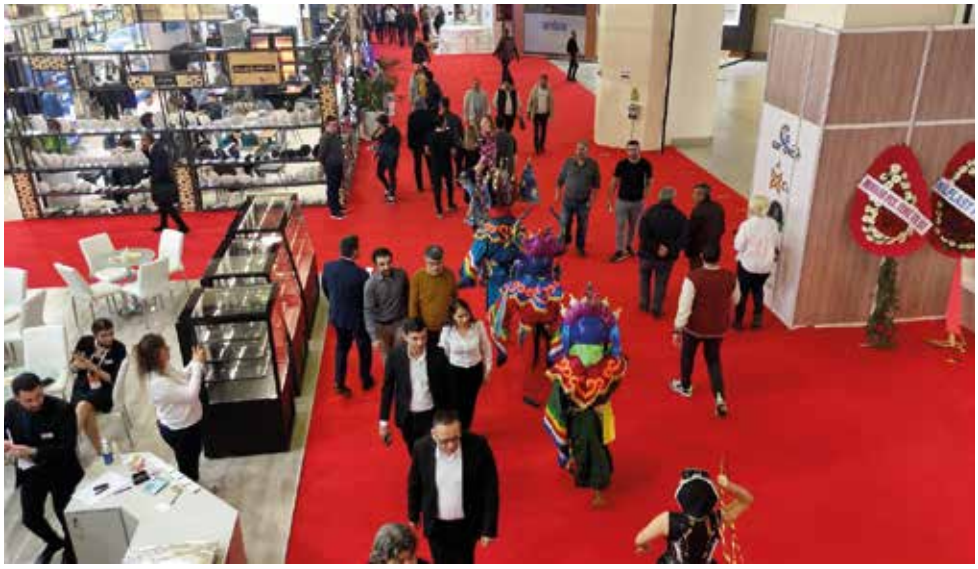
"Celebrating Business Together" was the motto of this year's mega trade fair for the global consumer goods industry, consisting of Ambiente, Christmasworld and Creativeworld.

The trio of Frankfurt consumer goods fairs, consisting of Ambiente, Christmasworld and Creativeworld, impressively demonstrated that the entire global consumer goods industry was a guest at the fully booked Frankfurt exhibition grounds for five days. Even the rail strike could not dampen the success: "Mission accomplished! Together with around 5,000 exhibitors and participants from over 170 countries and regions, this top-class trade fair trio strengthens the consumer goods industry in uncertain times", summed up Detlef Braun, Member of the Executive Board of Messe Frankfurt.

The Frankfurt trade fair trio with international appeal has once again proven to be a leading event that provides orientation for retailers and manufacturers. "Once a year and only here in Frankfurt! The economy is under enormous pressure in the face of increasing global tensions. That's why personal encounters, new solutions, inspiration and the development of new export markets and sales channels such as Hospitality and the contract business are irreplaceable," emphasises Detlef Braun. Voices from the industry underline this: "Once again, the trade fair trio of Ambiente, Christmasworld and Creativeworld asserted its immense importance as the number one order platform for the German specialised trade. The retail trade's need for innovations, the chance to experience and order products in a personal encounter on site were the key factors that characterised the spirit of the trade fair. Retailers are entering the new year with a strong tailwind and many trade fair trends," summarises Christian Haeser, Managing Director of the German Home and Office Trade Association (HWB). Michael Berz, President of the German Culinary and Tableware Trade Association, adds with regard to Ambiente: "Like other specialised sectors, the industry for glass, ceramics and porcelain is facing challenges in a difficult economic environment. Ambiente is a strong and reliable partner for us here - especially now. With the expansion of the HoReCa area, the trade fair has consistently developed the dining segment. This opens up even more business opportunities for our members. Ambiente provides a lot of good, forward-looking impetus. That gives us hope."

34. Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı yoğun ilgiyle sona erdi

Antalya Anfaş Fuar ve Kongre Merkezi'nde 16-19 Ocak 2024 tarihleri arasında düzenlenen Anfaş Hotel Equipment, 34. Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı, TT Global Fuarcılık organizasyonuyla sektörün profesyonellerini bir araya getirdi. Dünyanın dört bir yanından gelen öncü isimler, sektörel yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri paylaşmak üzere buluştu.



Antalya, konaklama ve ağırlama sektöründe dünya çapında bir etkinliğe ev sahipliği yaparak sektöre yön veren isimleri bir araya getirdi. 16-19 Ocak 2024 tarihinde gerçekleştirilen 34. Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı, Antalya Valisi Hulisi Şahin, Antalya Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreter Yardımcısı Deniz Koken, ATSO Başkanı Ali Bahar, ANFAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bıdı, Aksu Kaymakamı Mesut Akın, Konyaaltı Kaymakamı Rahmi Köse, Kütahya Belediye Başkanı Alim Işık, AESOB Başkanı Adlıhan Dere, Ticaret İl Müdürü Mustafa Yıldırım, Turizm İl Müdürü Candemir Zoroğlu ve Sanayi ve Teknoloji İl Müdürü İlker Murat Ar'ın katılımıyla açılışı gerçekleştirildi.

Fuarın öne çıkanları:

Katılımcı Zenginliği: Fuarda, konaklama sektörünün önde gelen firmaları bir araya gelerek en son teknolojik gelişmeleri, yenilikleri ve sektörel trendleri ziyaretçilere tanıttı.

Ziyaretçi Katılımı: 34. Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı, 10.000'den fazla ziyaretçiyi ağırlayarak sektör profesyonellerini bir araya getirdi.

Sektörel yenilikleri keşfetme fırsatı sundu

Fuar kapsamında 17 Ocak 2024'te düzenlenen "Mesleğin ve Sektörün Başlıca Sorunları" paneli, Hakan Halit Yeni moderatörlüğünde gerçekleştirildi. Sektördeki güncel konuların ele alındığı panelde, Nurhayat Altay, Sevgi Topuzel, Zeliha Tunca, Figen Terzi, Ayla Yarıcı, Müjgan Birgi, Ayla Köksal ve Rıdvan Aktaş katılımcı olarak yer aldı. Panelde sektördeki en son gelişmeler hakkında yorumlar yapıldı ve bilgi paylaşımlarında bulunuldu.

18 Ocak 2024'te düzenlenen "Sektörün Başlıca Sorunları" panelinde ise sektörde başlıca yaşanan sorunlar ile ilgili görüşler belirtildi. Yine Hakan Halit Yeni moderatörlüğünde gerçekleştirilen panelde Burhan Sili, Hakan Saatçioğlu, Nurhan Özcan ve İlhami Yavuz katılımcı olarak yer aldı.

Etkinlik, konaklama sektöründen profesyoneller, otel yöneticileri, restoran sahipleri, tedarikçiler, tasarımcılar ve diğer sektör profesyonellerini bir araya getirerek iş bağlantıları kurma ve sektörel yenilikleri keşfetme fırsatı sundu.

aura hypoeffect

İhlas Mağazası

MÜŞTERİ VE ÇALIŞANLARINIZ İÇİN

DEZENFEKTANIN EN DOĞALINI SEÇİN!

3 DAKİKADA!

DOĞAL DEZENFEKTANINIZI EVİNİZDE ÜRETİN

SENETLE ALIN KAPINIZDA ÖDEYİN

Romu'dan şef imzalı İtalyan kahvaltısı

İstanbul Avrupa Yakası'nın en gözde semtlerinden Ataköy'de misafirlerini ağırlayan Romu Ristorante, İtalyan mutfağının taze ve kaliteli ürünleri ile oluşturulan şef imzalı kahvaltısı ile iddiasını ortaya koyuyor. Romu misafirleri, tanıdık sağlıklı lezzetleri, sıradışı yorumlarla deneyimleyebiliyor. Zengin kahvaltı menüsünün tamamı, taze malzemelerle, farklı reçetelerin modern tarzlarda harmanlanmasıyla hazırlanıyor ve göz alıcı sunumlar ile servis ediliyor. Akdeniz temalı İtalyan mimarisinin tüm özgün değerleriyle inşa edilen Romu Ristorante'de en kaliteli ve seçkin malzemelerle hazırlanan kahvaltı, özgün Akdeniz ve özellikle İtalyan mutfağının gastronomik değerleriyle harmanlanıyor. Sıcacık atmosferi ve kaliteli hizmet anlayışıyla mekan, özenle hazırlanan ürünler eşliğinde sunulan kahvaltı salatasından beyaz omlete, orman meyveli granoladan doğal reçellere, özel şuruplu kruvasanlardan ve ekşi maya ekmeği üstü Akdeniz esintili avokadolu ve mozzarellalı açık tostlara kadar Şef Müjdat Gürsoy'un özel sunumları ile damak tadına göre her türlü seçeneği sunuyor.

BTA çalışanları Arzu Kaprol tasarımları giyecek

TAV Havalimanları'nın yiyecek-içecek hizmetleri alanındaki iştiraki BTA'nın 3 bin 500 çalışanının yeni üniformalarını Türkiye'nin dünyaca ünlü insan inovasyon tasarımcısı Arzu Kaprol tasarladı. İnovatif yaklaşımıyla bilinen deneyimli tasarımcı Kaprol, BTA çalışanları için 19 yazlık, 19 kışlık olmak üzere toplam 38 parçadan oluşan bir koleksiyon hazırladı. Arzu Kaprol iş birliğiyle ilgili olarak, "Üniforma, bir kuruluşun kimliğinin ve kurumsal kültürünün önemli bir parçasıdır. İyi tasarlanmış bir üniforma, profesyonellik, temizlik ve güvenilirlik duygusunu uyandırmasının yanı sıra çalışanların verimliliğini ve müşteri memnuniyetini artırmaya yardımcı olur. BTA'nın farklı restoran zincirlerinin üniforma tasarımını yaparken en önemli yol göstericimiz, markaların kendi kimlikleri ve sorumlu tasarım bilincini sürdürülebilirlik üzerinden düşünerek kurgulamak oldu" dedi. Kaprol'un hazırladığı koleksiyonun tamamında geri dönüştürülmüş ve GRS (Global Recycled Standard) sertifikalı geri dönüşüme uygun malzemeler kullanıldı.

Bonna, yeni ürünlerini Ambiente'de sergiledi

2014 yılından bugüne Türkiye'nin ilk ve tek HoReCa markası olarak faaliyetlerini sürdüren ve 6 kıtada 100'den fazla ülkede otel, restoran ve catering sofralarında şıklık oluşturan Bonna, 26-30 tarihleri arasında Almanya'nın Frankfurt şehrinde gerçekleşen Ambiente 2024 Fuarı'nda yeni kategorilerini ve ürün çeşitlerini sergiledi. Bonna Touch uygulaması ile yapay zekâ desteği kullanılarak ziyaretçilerinin isteklerine uygun koleksiyonlara imza atan Bonna standına ilgi büyük oldu. Züccaciye, ev eşyaları, aydınlatma ve hediyelik eşya alanında en yeni ürünlerin ve tasarımların sergilendiği fuarın son gününde ise katılımcılar Bonna standında dj eşliğinde gerçekleşen etkinlikte keyifli vakit geçirdi.

2023'ün temassız yemek harcamaları ne kadar?

Turizm Databank'ın Bankalararası Kart Merkezi BKM verilerinden yaptığı analize göre, catering, yemek yerleri ve restoranlar ile fast foodlarda, Ocak-Aralık 2023 döneminde yerli kartların yurt içinde ve dışında temassız yemek harcamaları nominalde %89 ve reelde %17,7 arttı. 2022'de 7,2 milyar dolar olan harcama 2023'te 13,7 milyar dolar olarak gerçekleşti.

BigChefs'e yeni yatırım

BigChefs, halka arz sürecinin ardından iş dünyasının saygın isimlerinden Mehmet Can Karabağ'ın şirketin %5'lik hissesini satın almasıyla yeni bir döneme adım attı. BigChefs'in Yönetim Kurulu'ndan yapılan açıklamada konuyla ilgili şu ifadelere yer verildi: "BigChefs'in kuruluşundan beri yükselişine birebir şahit olan Mehmet Can Karabağ, büyüme yolculuğunda Yönetim Kurulu'na zaman zaman fikir danışmanlığı da yapmıştır. Kariyer yolculuğunda yeme içme sektöründe hem yatırımcı hem de işletmeci şapkasıyla uzun süre faaliyette bulunan, bunun yanında inşaat, otomotiv, sanayi, medya sektörlerindeki tecrübelerinin yanı sıra perakende, AVM, gıda, turizm sektörlerinin lider şirketlerinde önemli görevler üstlenen önemli bir yatırımcı ve profesyoneldir. BigChefs'in halka arzından sonra Karabağ'ın şirketimize ve büyüme potansiyelimize olan inancı bizleri ayrıca memnun etmiştir. Kendisinin gerek stratejik gerekse de yönetim konularındaki fikirleri ve kariyer yolculuğunda edindiği tecrübeleri ile hedeflerimize çok daha hızlı ulaşacağımıza inancımız çok yüksektir. Mehmet Can Karabağ gibi değerli bir ismin aramıza katılmasının mutluluğunu yaşıyoruz."

ISS Türkiye lezzetli yarışın galibi

ISS Türkiye şefleri, 5-8 Şubat tarihleri arasında Alanya Belediyesi tarafından düzenlenen Altın Kepçe Turizm 8. Gastro Alanya Uluslararası Yemek Yarışması'na katıldı. 8 kategoride 15 şef ile yarışan ISS Türkiye, 17 altın, 1 gümüş, 3 de bronz madalyanın sahibi oldu. Madalyalar kuzu, balık, Uzak Doğu yemekleri, yöresel yemekler, restoran tatlıları, makarna ve özel yetenekli şefler kategorilerinden gelirken, Hakan Aykut ise Altın Şef seçilerek şampiyonluk kupasını kaldırdı. 120 yılı aşan global tecrübesi ile Türkiye'nin 60'tan fazla ilinde, üstün standartlarda hizmet veren ISS Türkiye şefleri ustalıklarıyla göz doldurdu.

Et tüketiminin bir kısmını cevizle değiştirmenin potansiyel faydaları

Araştırmacılar; uluslararası, hakemli, açık erişime sahip bir beslenme dergisi olan Nutrients'te yayınlanan ve Kaliforniya Ceviz Komisyonu tarafından finanse edilen yeni bir araştırmada, diyetteki birtakım etlerin cevizle değiştirilmesinin besin alımı ve diyet kalitesi üzerindeki potansiyel faydalarını inceledi. Araştırmacılar bu çalışmayı modellemek için ABD nüfusunun 2015-2018 National Health and Nutrition Examination Survey verilerini kullandı. Modelleme çalışması, diyette etin kısmen ceviz ile değiştirilmesi sonucunda şunları bulguladı: Genel diyet kalitesinde artış, Omega-3 ALA, magnezyum, lif ve bakır alımında artış, Kolesterol ve B12 vitamini seviyesinde düşüş. Dr. Wendy Bazilian, araştırma ile ilgili görüşlerini şu cümlelerle paylaştı: "Ağırlıklı olarak bitki bazlı beslenmenin faydalarının olması aslında hiç de şaşırtıcı değil. Bu noktada en ümit verici şey, bu faydaların ceviz gibi basit, bulunması kolay ve çok yönlü bir yiyeceğin diyete dahil edilmesiyle ortaya çıkabilmesidir. Halihazırda cevizin birçok olumlu özelliğinin, tüketimin tüm vücut sağlığı üzerindeki etkisini inceleyen, otuz yılı aşkın bir süredir yürütülen araştırmalar ile desteklendiğini biliyoruz. Şimdi de, hayvansal kaynaklı ürünlerden besleyici ve lezzetli cevize geçişin sağşanabileceği çarpıcı etkileri görüyoruz."

Porland, yeni koleksiyonlarını tanıttı

Türkiye'nin öncü porselen üreticilerinden Porland, dünyanın en saygın tüketim ürünleri fuarı Ambiente Frankfurt 2024'e katılım gösterdi. Fuarda bünyesine katılan yeni markası "Pioli" ile yeni koleksiyonu "Funky"yi tanıtan Porland, çalıştığı 10'dan fazla ülkeden 100'e yakın ticari müşteriyle görüşme gerçekleştirdi. Porland'ın fuarda en dikkat çeken koleksiyonlarından biri de sürdürülebilirlik odağında geri dönüştürülmüş porselenden dünyada bir ilke imza atarak ürettiği "Re-gen" serisi oldu. Fuar sonrası değerlendirmeden bulunan Porland Yönetim Kurulu Üyesi İmge Pamukçu, "Kullanım ömrü bitmiş ürünlerin geri dönüştürülmesiyle oluşturduğumuz Re-gen koleksiyonumuzda plastiğe alternatif bir yol olarak kırık porselen ürünleri yeniden değerlendiriyor ve böylelikle dünyada bir ilke imza atıp sektörümüze öncülük ediyoruz. Çevre dostu bu duruşumuz sayesinde de 2021 yılında 301,2 ton ham maddeyi geri dönüştürerek 735,13 ton CO2 sera gazı salımını engelledik. Bunun yanı sıra yaklaşık 150 ton renkli porselen kırığın geri dönüşümünü gerçekleştirerek sürdürülebilirliğe katkı sağladık. Doğal kaynaklarımızı etkin ve tasarruflu kullanmaya odaklanan bir marka olarak; geri dönüşümlü porselenlere yeni bir soluk getirerek atık malzemelere, çevreye duyarlı, topluma faydalı, sosyal açıdan kapsayıcı ve kültürel olarak sürdürülebilirliğe örnek olan bir çözüm sunuyoruz." dedi.

Le Pain Quotidien yeni şubesiyle Fulya'da...

Honest Holding bünyesinde bulunan dünyaca ünlü restoran Le Pain Quotidien, Yeni şubesinin kapılarını Marriott Executive Apartments İstanbul Fulya'da açtı.

Le Pain Quotidien yeni şubesi Marriott Executive Apartments İstanbul Fulya'nın konforlu atmosferinde eşsiz lezzetleri ile tanışmak için sabırsızlanan misafirlerini bekliyor. Dünyaca ünlü markanın metropolün hemen merkezindeki bu yeni şubesi, keyifli iş yemekleri ve sosyal buluşmalar için ideal bir ortam sunuyor.

Sağlıklı lezzetleriyle öne çıkıyor

Mekan dekorasyonundan, tasarımlarına, menü içeriğinden mutfağa kadar her yerde Belçika'dan Türkiye'ye uzanan yolculuğun, köklü ve sağlam bağlarını gastronomi ile bütünleştiren Le Pain Quotidien, Fulya şubesinde 200 kişilik kapasitesi ve eşsiz atmosferi ile Hafta içi 7:30-23:30, hafta sonu ise 7:30-00:00 saatleri arasında hizmet veriyor.

Lezzetli yiyecekler ve keyifli sohbetlerin yapıldığı samimi komünal masaları, özgün ve doğal menüsü ile bilinen Le Pain Quotidien gastronomi alanında yenilikçi çalışmalarıyla her zaman farkını ortaya koyuyor.

GENOVA 1050 ŞİMDİ DE YALI ATAKÖY'DE...

İtalyan stiliyle hazırlanan ve özenle seçilmiş kahve çekirdekleriyle zengin bir kahve deneyimi sunan Genova 1050 ikinci şubesini Yalı Ataköy'de açtı.

Şık konsepti ve modern dekorasyonuyla öne çıkan Genova'da kahve içmek keyfe dönüşüyor. Soft renklerin hakimiyetinde İtalyan esintileri taşıyan mekanda geniş kahve barı, ahşap mobilyalar, ferforje sandalyeler, şık şömine, büyük aynalar ve avizlerin uyumu dikkat çekiyor. İç mekanda bulunan şöminenin sıcak ve romantik atmosferi kahve kokusuyla birleşerek konukları da sarıyor. Geriye şömine karşısında birbirinden lezzetli İtalyan kahvelerini yudumlarken anın tadını çıkarmak kalıyor. İyi kahvenin sırrını çözen ve konuklarıyla paylaşan Genova 1050'de kahve içmek bir ritüel haline geliyor.

Damaklara pürüzsüz ve eşsiz tatlar

Kahve içmeyi keyfe dönüştüren ve kahveye tutkuyla bağlı olanlar için, Genova'nın uzman baristaları tarafından hazırlanan aromatik kahveler, damaklarda pürüzsüz ve eşsiz bir tat bırakıyor. Genova kahveleri, klasik İtalyan ruhunu günümüze modernize ederek, yüzde yüz Arabica çekirdekleriyle tamamen spesiyal kahveler kullanılarak hazırlanıyor. Özenle seçilen her bir çekirdek, Genova'nın özel reçetesiyle kavrularak, kahvenin en doğal ve en iyi hali yakalanıyor. Espresso, Mocha, Ristretto, Macchiato, Americano, Cappuccino, Affogato gibi 17 farklı kahve çeşidi zengin aromaları ile kahveseverlerden tam not alıyor.

Bir İtalyan efsanesi

Genova, arkadaş buluşmaları, öğle molaları, küçük kutlamalar ve özel günler için en çok tercih edilen kahve dükkanları arasında yer alıyor. Genova, kahve yanı atıştırmalık lezzetleriyle de öne çıkıyor. Sicilya'nın meşhur tatlısı 'Cannoli', Genova'nın mutlaka tadılması gereken lezzetleri arasında. Meşhur İtalyan peyniri ricotta kullanılarak hazırlanan Cannoli, enfes iç dolgusu ve damakta dağılan mükemmel çıtır kabukları ile tam bir lezzet efsanesi... Kahve eşlikçileri olarak usta şeflerin ellerinden taze kurabiyeler, pastalar, tartlar, San Sebastian Cheesecake, Tiramisu, Maritozzi, Browni ve farklı tatlarla bezenmiş cupcakeler Genova 1050'de tadılması gereken diğer tatlılar arasında.

Protel ve Interel sürdürülebilirlik için iş birliği yaptı

Protel, konaklama sektöründe sürdürülebilir geleceğin en önemli bileşenlerinden akıllı otele yönelik sunduğu imkanları Interel ile birlikte güçlendiriyor. İş birliği kapsamında işletmelere sunulacak imkanlar sayesinde otellerdeki gıda, su ve enerji tüketimini azaltmak mümkün oluyor.

5 binden fazla vizyoner işletmeye teknoloji merkezli yönetim ve operasyon çözümleri sunarak yiyecek-içecek ve konaklama sektörlerine değer katan Protel, Interel ile birlikte akıllı otel ve otellerin sürdürülebilirliğine önemli katkı sağlayacak bir iş birliğine imza attı. Gerçekleştirdiği iş birliği sayesinde oteller yönetim sistemlerine gıda, su ve enerji tüketimini azaltmasını sağlayan akıllı sistemleri sorunsuz bir şekilde entegre edebiliyor ve akıllı oteli inşa etme sürecine destek oluyor.

Modern teknoloji ve otomasyonları kullanarak misafir deneyimini artırmak, operasyonları optimize etmek, enerji verimliliğini artırmak ve sürdürülebilirlik çabalarını desteklemek amacıyla tasarlanan akıllı oteller, akıllı turizm kapsamında bir konsept olarak öne çıkıyor. Misafirlerin yaşam kalitesinden ödün vermeden çevreye verilecek zararın ve doğaya bırakılan karbon ayak izinin en aza indirgenmesini amaçlayan bu oteller, misafir deneyimini geliştirmenin ötesinde, kaynakları daha etkili kullanma, enerji tasarrufu yapma ve sürdürülebilir bir yaşam tarzına katkıda bulunma fırsatı sunuyor.

Protel Teknik Sistemler Direktörü Bayram Güldibi

Otomasyon sistemleriyle otel maliyetleri azalıyor

Özellikle çok odalı işletmelerde kullanılan enerjinin miktarı çok yüksek oluyor. Akıllı otellerde, tüm otelin aydınlatma, iklimlendirme, perde ve diğer elektronik sistemleri otomatik olarak veya konukların uzaktan kontrol edebileceği bir şekilde ayarlanabiliyor. Bu süreçler raporlanarak analizler yapılabiliyor ve tüketimi azaltmaya yönelik stratejiler geliştirilebiliyor. Böylece enerji kullanımı optimize ediliyor.

Bu konsepti benimseyen otellerde enerji yönetim sistemleri, süreç otomasyon sistemleri, akıllı kapı gibi kolaylaştırıcı oda teknolojileri, güvenliği güçlendiren ve enerji tasarrufu sağlayan teknolojiler, süreçlerde büyük rol üstleniyor. Kendi kendini karartabilen camlar, internete bağlı lambalar, su tüketiminin takibini sağlayan cihazlar, kişiselleştirilebilen sistemler, çeşitli akıllı cihazlar, sensörler, yazılımlar ve IoT (Nesnelerin İnterneti) teknolojileri de amaçlanan hedeflerin gerçekleştirilmesinde kritik rol sahibi oluyor.

"Hem maliyetler hem sürdürülebilirlik açısından önemli"

Protel Teknik Sistemler Direktörü Bayram Güldibi, konuyla ilgili şunları söylüyor: "Interel ile gerçekleştirdiğimiz değerli iş birliğimiz kapsamında otellere sunduğumuz çözümler, oteldeki elektrik, iklimlendirme, su ve ışık sistemlerini tek bir platformdan yönetip otomasyonla doğru zamanda açılıp kapanmasını sağlıyor. Maliyetleri epey düşüren bu çözüm, dünyamızın geleceğini belirleyen sürdürülebilirlik açısından da benzersiz bir öneme sahip. İşletmelerdeki israfı engelleyen ve kaynakların verimli şekilde kullanılmasını sağlayan çözümler sunmaya büyük önem veren Protel olarak, sürdürülebilirlik gibi çok kıymetli bir alanda önemli faydalar sağlayan çözümler geliştiren Interel ile birlikte çalışacak olmaktan mutluluk duyuyoruz."

TURİZMDE 2024 YAPAY ZEKA YILI OLACAK

2024 will be the year of artificial intelligence in tourism

Dünya genelindeki otel misafirlerinin %77'sinin bir otelin sunduğu teknoloji olanaklarını önemli bir kriter olarak değerlendirdiğini belirten Turizm ve Otelcilik Danışmanı Mehmet Ferman Doğan, turizm işletmelerinin rekabet ortamında geri kalmamak için mutlaka teknolojinin gücünden faydalanması gerektiğini vurguladı.

Statista'nın açıkladığı verilere göre seyahat ve konaklama sektörünün %30'u yapay zeka teknolojisinden faydalanırken, özellikle seyahatleri sırasında konaklayan tüketicilerin %70'i deneyimlerini iyileştirmek için yapay zeka uygulamalarından faydalanmak istediğini belirtiyor. Dünya genelindeki otel misafirlerinin %77'sinin de bir otelin sunduğu teknoloji olanaklarını önemli bir kriter olarak değerlendirdiğini belirten Turizm ve Otelcilik Danışmanı Mehmet Ferman Doğan, turizm işletmelerinin rekabet ortamında geri kalmamak için mutlaka teknolojinin gücünden faydalanması gerektiğini vurguladı.

"Yapay zeka tehdit değil, nimettir"

Doğan, "Yapay zeka uygulamalarının ortaya çıktığı ilk günden bu yana en büyük tartışma konusu, yapay zekanın işlerimizi elimizden alıp almayacağı endişesi oldu. Turizm sektörü özelinde şunu özellikle söylemek isterim ki yapay zeka, bu sektördekiler için bir düşman değil dosttur. Sohbet robotları, öneri asistanı, akıllı arama motorları gibi uygulamalar müşteri memnuniyetini artırarak ticari fayda sağlıyor. Otomatik ödeme, rezervasyon yardımları, hızlı müşteri hizmetleri, gerçek zamanlı izleme, denetim mekanizmaları da otellerin iş süreçlerinde verimliliği yükseltiyor" dedi.

"Yapay zekaya yatırım yapmayan yaya kalır"

Yapay zeka teknolojilerine yapılan yatırımlara dair yorumlarını paylaşan Doğan, "Şirketler bazı giderleri yatırım olarak değil masraf olarak görebilirler. Fakat yapay zekaya yapılan yatırım kesinlikle bunun dışında olmalı. İş süreçlerinde, misafir beklentilerini anlama gibi hususlarda yapay zekaya yatırım yapılmasının ardından, kendisini çok kısa sürede amorti ediyor. Bu noktada turizm sektöründe yönetici konumunda bulunan herkese de büyük sorumluluk düşüyor. Yaşanan dönüşümü göremeyen ve bu alana yatırım yapmayanlar uzun vadede yaya kalacaktır" ifadelerini kullandı.

Tourism and Hotel Management Consultant Mehmet Ferman Doğan pointed out that 77% of hotel guests around the world consider the technology facilities offered by a hotel as an important criterion and emphasized tourism businesses must benefit from the power of technology in order not to fall behind in the competitive environment.

According to data announced by Statista, 30% of the travel and accommodation industry benefits from artificial intelligence technology, while 70% of consumers state that they want to benefit from artificial intelligence applications to improve their experiences. Pointing out that 77% of hotel guests around the world consider the technological opportunities offered by a hotel as an important criterion, Tourism and Hotel Management Consultant Mehmet Ferman Doğan emphasized that tourism businesses must benefit from the power of technology in order not to fall behind in the competitive environment.

"Artificial intelligence is not a threat, it is a blessing"

Doğan said, "The biggest topic of discussion since the first day of artificial intelligence applications has been the concern about whether artificial intelligence will take our jobs away from us. I would especially like to say that in the tourism sector, artificial intelligence is a friend, not an enemy, for those in this sector. Applications such as chat robots, recommendation assistants and smart search engines provide commercial benefits by increasing customer satisfaction. "Automatic payment, reservation assistance, fast customer services, real-time monitoring and control mechanisms also increase the efficiency of hotels' business processes," added Doğan.

"Those who do not invest in artificial intelligence will remain pedestrians"

Sharing his comments on investments in artificial intelligence technologies, Doğan said, "Companies may see some expenses as costs rather than investments. But investment in artificial intelligence should definitely be excluded from this. After investing in artificial intelligence in business processes, understanding guest expectations, etc., it pays for itself in a very short time. At this point, everyone in a managerial position in the tourism sector has a great responsibility. Those who cannot see the transformation and do not invest in this field will remain pedestrians in the long run."

Türkiye yepyeni bir teknoloji ile tanışıyor

İklimlendirme sektöründeki yenilikçi yaklaşımıyla sektörün çıtasını yukarıya taşıyan Daikin, yeni teknolojisi 'L∞P by Daikin' projesiyle fark oluşturuyor.

2022 yılında Hendek'teki fabrikasında devreye aldığı yeni VRV üretim tesisi ile ihracatını 100 milyon Euro daha artırmayı hedefleyen Daikin Türkiye, bunun bir uzantısı olarak Şubat 2023 itibarıyla hayata geçirdiği 'L∞p by Daikin' projesiyle Türkiye'yi yeni bir teknolojiyle tanıştırdı. Loop by Daikin projesiyle; Daikin, Avrupa'ya ihraç edilmek üzere Daikin Türkiye'nin Hendek fabrikasında üretilen R410A soğutucu akışkanına sahip VRV dış üniteler için yeni soğutucu akışkan kullanmak yerine dönüşümden kazanılmış soğutucu akışkanları kullanıyor. İlk kez Daikin tarafından uygulamaya alınan bu yöntem, soğutucu akışkanların döngüsel ekonomiye katılmasını sağlarken, şirketin çevre duyarlılığının da bir göstergesi olarak kabul görüyor. Program kapsamında Hendek Üretim Tesisi'nde üretilen VRV cihazlarında sertifikalı ve ıslah edilmiş soğutucu akışkan kullanımı yapılıyor.

Sürdürülebilir endüstrinin enerjisi HANNOVER MESSE 2024'de

Dünyanın en büyük 10 fuar şirketi arasında yer alan Deutsche Messe tarafından 22-26 Nisan 2024 tarihleri arasında düzenlenecek HANNOVER MESSE fuarı teknolojiyle dünyaya ilham vererek; endüstride inovatif, sürdürülebilir ve dijital dönüşüme öncülük edecek.

Endüstriyel dönüşüm temasıyla 22-26 Nisan 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilecek HANNOVER MESSE Fuarı'nda 4 binden fazla şirket yeşil bir gelecek için çözümlerini sunmak üzere bir araya gelecek. Fuarda öne çıkan endüstri trendleri arasında ise yapay zeka, karbon-nötr üretim, iklim koruma, sürdürülebilirlik, Endüstri 4.0, hidrojen ve yakıt hücreleri yer alacak. HANNOVER MESSE'nin 2024 organizasyonunda makine mühendisliği, elektrik mühendisliği ve dijital endüstrilerin yanı sıra enerji sektöründen şirketler daha yeşil bir gelecek için çözümlerini sunmak üzere bir araya gelecek. 4.000'den fazla şirketin birleşik bir endüstriyel ekosistemi temsil edeceği fuarda otomasyon, dijitalleşme ve elektrifikasyonun iklim nötrlüğünü nasıl sağlayabileceği ortaya konacak. Fuarda öne çıkan endüstri trendleri arasında yapay zeka, karbon-nötr üretim, enerji sistemleri, Endüstri 4.0 ve Üretim-X ile hidrojen ve yakıt hücreleri yer alacak.

Hitit ve FlyArystan iş ortaklığını uzattı

Hitit ile Kazakistan'ın düşük maliyetli havayolu şirketi FlyArystan arasında 2019 yılında başlayan iş ortaklığının uzaması kararı alındı.

Dünyanın önde gelen havayolu ve seyahat yazılım çözümleri sağlayıcısı Hitit, Kazakistan ve Orta Asya'nın en büyük havayolu grubu Air Astana'nın düşük maliyetli havayolu şirketi FlyArystan ile iş ortaklıklarını yenilendiğini duyurdu. Hitit'in Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nevra Onursal Karaağaç, FlyArystan ile olan iş ortaklığının yenilenmesiyle ilgili şunları söyledi: "2019 yılında FlyArystan ile iş ortaklığı sözleşmesi imzalayarak sorunsuz bir geçiş süreci sonrasında, havayolunun operasyonlarına hızlı bir başlangıç yapmasına destek olduk. FlyArystan, pandemiden hemen önce uçuşlarına başladığından, bu küresel kriz, her iki taraf için de kritik bir sınav oldu. Zorlu süreçte, FlyArystan'ın hedefleri, vizyonu ve kalifiye ekibi ile Hitit'in güçlü teknolojik altyapısı ve havayoluna sunduğu destek ve hizmetleri, pandeminin ortasında bir yıldızın yükselmesini sağladı.

2020'de pandeminin zirvesinde bile, FlyArystan iki milyonun üzerinde yolcu taşıdı ve filosunu genişletmeyi başardı. FlyArystan, son beş yılda dikkate değer gelişmeler gerçekleştirdi. Skytrax tarafından 4 yıldızla ödüllendirilen FlyArystan, 'Orta Asya ve Bağımsız Devletler Topluluğu'nun En İyi Düşük Maliyetli Taşıyıcısı' unvanını kazandı."

Deniz, kum, güneş yerine WIFI skoru dönemi

Tüketici davranışlarına göre turistler otel tercihi yaparken WİFİ skoru yüksek otelleri diğer hizmetlerine göre daha fazla tercih ediyor.

Turizm sektörü iç turist için yüzde 50'ye varan fiyat avantajlarıyla erken rezervasyon dönemini başlatırken, 2023 yılında uluslararası fuarlar, influencer tanıtımları, reklam filmleri ve diğer pazarlama faaliyetleri için 180 milyon dolar harcandı. Bu yıl 50 milyon turist ve 40 milyar dolar turizm gelirine ulaşan Türkiye'nin hedefi 2028'de 100 milyar dolar gelir elde etmek. Bu amaca ulaşmak için uluslararası rezervasyon sitelerinde puanlanan WİFİ skoru ise Türk turizm sektörünün radarına yeni giriyor. Tüketici davranışlarına göre turistler otel tercihi yaparken WİFİ skoru yüksek otelleri diğer hizmetlerine göre daha fazla tercih ediyor. Zyxel Networks Türkiye Ülke Genel Müdürü Ömer Faruk Erünsal, Nebula başta olmak üzere sundukları uçtan uca çözümleriyle otellerin WİFİ skorlarını yükselttiklerini belirterek, "Oteller oda konforu, yemek çeşitliliği ve hizmet kalitesi kadar WİFİ skorlarıyla da çekici hale gelmezlerse kısa sürede rekabette geriye düşüyorlar" dedi. Erünsal, Zyxel Networks Türkiye olarak oteller ve tatil köyleri için Nebula üzerinden yönetilebilen Switch, Firewall, kablosuz ürünlerimiz ile uçtan uca çözümler sunarak otellerin kesintisiz ve güçlü ağ bağlantısı ihtiyacının karşıladıklarını da söyledi.

DAIKIN
Doğru Hava Uzmanı

DÜNYANIN 1 NUMARASI DAIKIN

Daikin'in merkezi iklimlendirme çözümleriyle işletmelerin içi rahat!

SOĞUTMA GRUBU

- Düşük işletme ve bakım maliyeti
- Enerji tasarrufu
- Akıllı kontrol çözümleri
- İhtiyaca göre çalışma kolaylığı

FANCOIL

Daikin Merkezi İklimlendirme Sistemleri; üstün teknolojileri, yüksek performansları ve güvenilirlikleriyle projelerinize değer katar.

KLİMA SANTRALİ

daikin.com.tr

YAŞAM ALANLARINIZA

HEM ŞIKLIK HEM DE RAHATLIK KATACAK

Ürünlerimiz dayanıklı malzemelerden üretilip ve hava koşullarına karşı dirençlidir

www.gardenmodern.com.tr

GARDEN MODERN®

BAHÇE MOBİLYALARI DIŞ MEKAN AHŞ. UYG. & BAKIMI

gardenmodern_masko

gardenmodernimescadde

garden_modern

GÜREN

www.gurenonline.com

YERLİ ÜRETİM

Sektörün butik
açık büfe üreticisi