

## SEKTÖREL ANALİZLER

“HERŞEY’DEN VAZGEÇERSEK  
AKDENİZ’DE BİR NUMARA OLURUZ”

*Akdeniz çanağında önemli jeopolitik olaylar yaşanırken, bölge turizmcileri Barselona’da bir araya geldi. Türkiye adına konferans katılan Er Yatırım Genel Müdürü Ferzan Çelikkat, Türkiye’de her ne yaşanırsa yaşansın, yabancı yatırımcı dahil kimse Türkiye’nin potansiyelinden vazgeçemez. Türkiye, pazarlama stratejisini değiştirip ‘herşey dahil’den vazgeçerse, Akdeniz’in bir numaralı destinasyonu olur” diye konuştu.*



Akdeniz çanağında önemli jeopolitik olaylar yaşanırken, bölge turizmcileri Barselona’da bir araya geldi. Akdeniz Otel ve Tatil Gayrimenkul Piyasası Forumu (MR & H) tarafından düzenlenen konferansta ‘Değişen Akdeniz Gayrimenkul Sektörünün Yatırım Fırsatları ve Otelcilik Piyasası’ masaya yatırıldı. Türkiye adına konferansa konuşmacı olarak davet edilen Er Yatırım Genel Müdürü Ferzan Çelikkat, Türkiye’nin jeopolitik olarak kolay bir ülke olmadığını, ancak her ne yaşanırsa yaşansın, yabancı yatırımcı dahil kimsenin Türkiye ve Türkiye’nin potansiyelinden vazgeçemeyeceğini ifade etti ve ekledi: “Türkiye; pazarlama stratejisini değiştirip her şey dahil sisteminden uzaklaşır, kaliteli ve gelir düzeyi yüksek misafir profiline yönelirse, rahatlıkla Akdeniz’in 1 numaralı destinasyonu olabilecek bir ülke.”

Ferzan Çelikkat, Türkiye’nin Rusya krizi ve darbe girişimi öncesinde, bölgesindeki diğer ülkelerde (özellikle Mısır) yaşanan sıcak gelişmelere rağmen talep gördüğünü hatırlatarak, “Orta Doğu ve

Arap ülkelerden gelen ciddi sayıdaki misafirlerin yanı sıra uluslararası misafir karmasından oluşan kitle turizmi her zamanki gibi en büyük segmenti oluşturdu. Aynı zamanda, kongre ve sağlık turizmi açısından da ciddi artışlar yaşandı.

3. Havalimanı ihalesinin açıklanması, bölgedeki turizm yatırımlarını hareketlendirdi. Turizmdeki 2023 yılında 50 milyon turist ve 50 milyar dolarlık turizm geliri ve ziyaretçi sıralamasında dünyadaki ilk 5 ülkesinden biri olma hedefleri, turizm yatırımcısının iştahını kabarttı. Özellikle marina, şehir içi iş oteli ve orta ölçekli otel yatırımları hareketlendi. Ancak Rus krizi ve sonrasındaki 15 Temmuz darbe girişimi, yatırımcı refleksi olan temkinli olmayı getirdi. Şu anda içinde olduğumuz temkinli dönemde yatırımlar ve yatırımcılar bekle ve gör pozisyonuna geçtiler” diye konuştu.

**DOLDUR-BOŞALT TURİZMDEN VAZGEÇMELİYİZ**

Türkiye’nin Akdeniz otel geliştirme projeksiyonunda, her şey dahil sistemden uzaklaşabilirse Akdeniz’de 1 numaralı destinasyon olacağını iddia eden Ferzan Çelikkat, “Avrupa ve özellikle Akdeniz çanağındaki ülkelerin kaliteli misafir profile ile rekabet edebilmemiz için, bakış açımızı değiştirmemiz gerektiğini ve doldur-boşalt bir turizmde vazgeçmemiz gerektiğinin bilincindeyiz” dedi. Çelikkat sözlerini şöyle sürdürdü: “Türkiye; pazarlama stratejisini değiştirip her şey dahil sisteminden uzaklaşır, kaliteli ve gelir düzeyi yüksek misafir profiline yönelirse, rahatlıkla Akdeniz’in 1 numaralı destinasyonu olabilecek bir ülke. Gerek son teknoloji ve estetik fiziki yapılaşmaları gerek sunduğu yiyecek & içecek ürünler ve en önemlisi de hizmet sektörüne elverişli insan yapısıyla çok ayrıcalıklı bir konumda. Coğrafi özellikleri, iklim yapısı, mevsimsel uzunluk ve en önemlisi deniz suyu sıcaklığı açısından da Akdeniz’deki diğer rakiplerine kıyasla çok önde. Burada önemli olan konu ürününüzü nasıl ambalajlayarak paketlediğiniz kalıyor. Türkiye’nin bu konuda sıkıntısı var. Aynı tesisi, İspanya’dan daha ucuza satıyorsanız, ambalajlamada ve algı yönetiminde bir yerlerde hata yapıyorsunuz demektir. Bu PR’i becerabilirsek elimizdeki ürün çok güçlü.”