

RESORT TURİZM PERSPEKTİF

SEKTÖREL REHBERİNİZ

AKTOB

A Y L I K B Ü L T E N

240 2023 MAYIS

AKTOB

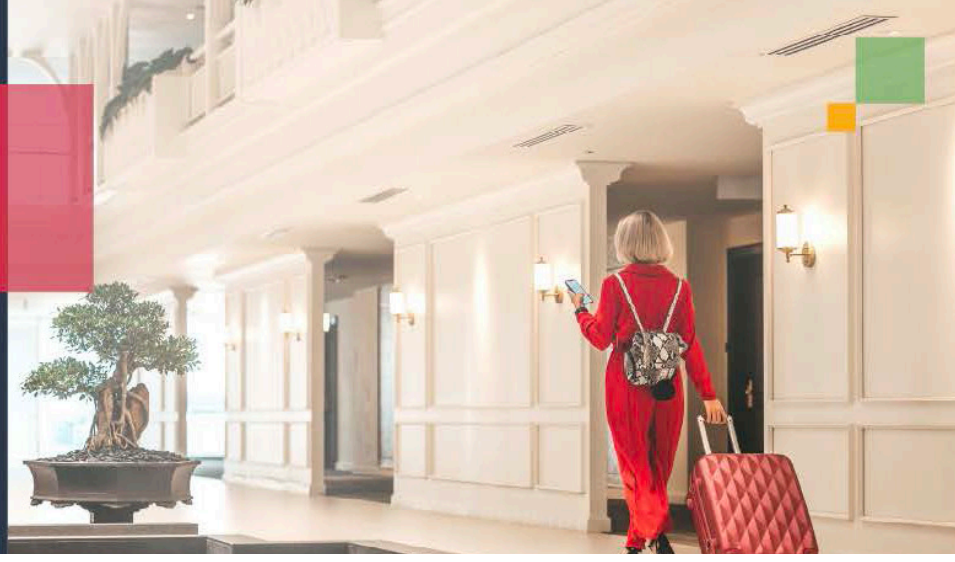
AKDENİZ TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMELER BİRLİĞİ
MEDITERRANEAN TOURISTIC HOTELIERS & INVESTORS ASSOCIATION

TURİZMDE BİRİZ, BERABERİZ

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ & İNOVASYON



İÇERİK



Konaklama Sektöründe Teknoloji ve Inovasyon AKTOB Başkanı Kaan KAVALOĞLU	03 -04
Son Teknoloji Oteller & Inovasyon AKTOB AR&GE	05 - 09
EMITT Turizm Fuarı ve İç Pazar Değerlendirmesi AKTOB Başkanı Kaan KAVALOĞLU	11 - 12
2023 Yılında Dünya, Türkiye, Antalya Turizm Verileri	18 - 23

Hazırlayan
AKTOB AR&GE

İletişim
Yelda.karaca@aktob.org.tr

Konaklama Sektöründe Teknoloji & İnovasyon

Teknolojinin insan yaşamı içine girmesiyle her şey çok daha hızlı evrilme sürecine girdi.

İnsanoğlunun seyahat tutkusu da bu gelişim ve teknoloji ile paralel değişim göstererek, talepleri yönlendirmeye başladı.

Seyahatte teknolojinin kullanımı bu gün, ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi tüm turizm kanallarına yayıldı.

Bugün teknoloji 4.0 evresindeyiz.. turizm endüstrisini de çok yakından ilgilendiren bu evrede teknoloji ve seyahatin mükemmel eşleşmesini sağlayan yenilikleri görüyoruz, uyguluyoruz.

Son yapılan bir Google Seyahat araştırmasına göre gezginlerin % 74 oranı artık tatil, seyahat planını dijital ortamda planlıyor. Turizme hizmet veren işletmelerin bu kadar büyük oranda bir dijital potansiyele ulaşması da ancak dijital ortamda var olması ile mümkün olacaktır.

Satış ve pazarlamanın yanı sıra yüksek teknoloji ile donatılmış konaklama işletmeleri, ulaşım, eğlence, sağlık işletmeleri artık hayatımızın içinde.

Yaşadığımız değişimler seyahat eğilimlerini de yakından etkiliyor. Pandemi sürecinde “contactlessdokunmadan seyahat modellerini” hayatımızın içine aldık. İklim ısınması, dünyada en fazla karbon salınımına neden olan uçak seyahatlerini etkilemesi bekleniyor.

Bu denli hızlı ve keskin değişimlerin yaşandığı dünyada sektörümüzün geleceğini planlamamız kaçınılmazdır. Turistik kaynaklarımızın zenginliğinin yanı sıra gündemi takip etmek, geleceği görerek hazırlıklı olmak, planlama yapmak, strateji belirlemekle rekabet gücümüzü koruyup büyütmemiz mümkün olacak.





Sürdürülebilir Turizm Konferansı Antalya'da Yapıldı

İklim değişikliği seyahat trendlerini de etkilemesi bekleniyor, kısa mesafe yolculukların talep edilmesi ile iç pazarda da paralel bir büyüme söz konusu. Bu gün dünyadan en fazla turist alan Avrupa aynı zamanda en fazla iç turizm potansiyeline sahip destinasyonlar bölgesi. Dünya sıralamasında 5. Sıraya yerleşen ülkemizin de iç turizm potansiyelini rakiplerimizle aynı paralelde geliştirmesi gerekiyor.

Küresel olarak iklim ısınmasına karşı verilen mücadeleye Türkiye GSTC ile yapılan anlaşma ile dahil oldu. Sürdürülebilir seyahat ve turizm için global standartları belirleyen ve bu kriterleri yöneten Global Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) ve TGA tarafından düzenlenen 2023 Antalya konferansı 09-12 Mayıs tarihleri arasında yapıldı.

Bu sayımızda dünyada ve Türkiye'de turizm endüstrisindeki teknoloji & inovasyon ve iç turizm analizi konuları yer alıyor.

Her iki konu da sektörümüzün istikrarlı büyümesinin temel bileşenleri. Çalışmalarınıza ışık tutmasını umar, keyifli okumalar dilerim.

Kaan Kavaloğlu
AKTOB Yönetim Kurulu Başkanı

“

Sürdürülebilir turizmde belediyeler, kamusal irade, özel sektör ve yerel halkın dahil olduğu çok yönlü iş birliği gereklidir.



Son Teknoloji Oteller İnovasyon

Enerji Pozitif Otel

[Resme Tıklayınız](#)



DÜNYADA KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ VE İNOVASYON

Tüketici istekleri dinamik ve çok değişken yapıya sahip olması, teknolojinin her geçen gün hızla gelişerek bugünkü düzeye ulaşması, otellerde uygulanan inovatif faaliyetlerin işletmelere rekabet avantajı sağlamanın önemli ölçütlerinden biri oldu. Otel hizmetini iyileştirme, kalitesini ve verimliliğini artırma çabaları, çeşitli teknolojik yenilikleri gerektirmektedir.

Teknoloji katlanarak gelişiyor ve insanların işlerin nasıl yapılabileceğine dair beklentilerini değiştiriyor. Etkisi her sektörde görülebiliyor. Gelişen teknoloji, konaklama endüstrisinin iş yapma şeklini de değiştiriyor.

Örnek olabilecek otellerden bazıları;
Dünyanın pozitif enerji performansına sahip ilk oteli. Otel, Norveç'in Meløy belediyesindeki Svartisen buzulunun eteğinde inşa ediliyor. Tesis, Kuzey Kutup Dairesi'nin hemen yukarısında yer aldığından, Svart bu kuzey ikliminde pozitif enerji standardına uyan ilk tesis olacak.



Eco Otel

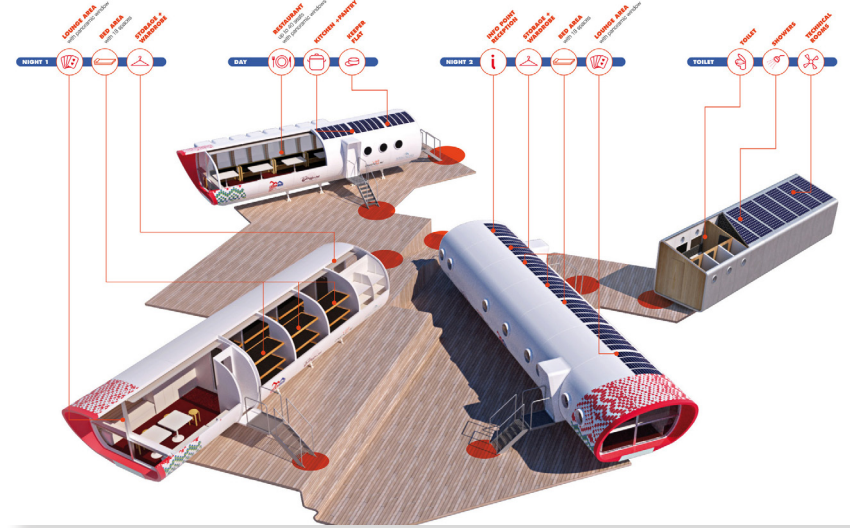
Resme Tıklayınız



Deniz seviyesinden 4000 metre yükseklikte yer alan LEAPrus Eco Hotel, Avrupa'nın en yüksek zirvesi olan Elbruz Dağı'nın eteklerinde yer almaktadır. Türünün tek örneği eko-otel, karla kaplı tepelerin şaşırtıcı panoramik manzarasını sunar.

LEAPRUS, KAFKASYA'DA ELBRUS DAĞI'NDA YÜKSEK RAKIMLI, KENDİ KENDINE YETEN BİR EKO-OTEL

OVERALL VIEW



Sportif konforlu ve modern iç mekanlar, enerji açısından verimli olmak için en son teknolojiyi kullanıyor.

Tasarım & Teknoloji



New York'un göbeğinde şaşırtıcı derecede şık ama uygun fiyatlı bir otel olan Yotel, son teknoloji ürünlerle tasarlanmıştır.

Havaalanı tarzı dokunmatik ekranlı check-in makineleri, kusursuz giyimli personel ve "kabinler" de dahil olmak üzere bu tesisteki her şey gerçeğe dahiyane.

Kelimenin tam anlamıyla Yotel, tasarım, alan ve teknolojinin son teknoloji karışımını sergiliyor.

Otelciler çok şapka takmaya aşinadır. Bir oteli yönetirken her gün farklı zorluklar ortaya çıkabiliyor. Yöneticiler, hasta bir ekip üyesinin yerine geçmek veya gece vardiyasında bir odaya eşya teslim etmek zorunda kalabilir.

Teknolojinin en iyi kullanımlarından biri, birçok şapka sendromuyla mücadele etmektir. Teknoloji, "çok fazla görev, çok az zaman" yükünü azaltır. Tekrar eden görevleri (manuel giriş ve evrak işleri gibi) hafifletir veya ortadan kaldırır, böylece daha etkili işler için gün içinde daha fazla zaman kalır.

Yenilikçi Konaklama



Serinlik faktörünün yanı sıra bu sütler hidroelektrik yerden ısıtma ile çevre dostudur. Kanalizasyon sistemi yerine, her birinde atıkları 1.112 F'de yakan elektrikle çalışan yanmalı tuvalet vardır.

Magdas Hotel özeiilikle Avrupa'da gelişen göçmen karşıtlığına ters etki yaratan bir konaklama tipi olarak öne çıkıyor.

İnovasyon her zaman fütüristik düşünme biçimleri anlamına gelmez - bazen farklı bir şey yapacak kadar cesur olmakla ilgilidir.

Treehotel, İsveç'in kuzeyinde, İsveç ormanının kalbinde yer alan benzersiz ve yenilikçi bir konaklama birimidir. Yaz aylarında, Treehotel konuklarına İsveç'in vahşi doğasının güzelliğini rahat ve sürdürülebilir bir şekilde deneyimleme şansı sunuyor.





Yurtiçi Seyahat Pazarı

EMITT İSTANBUL & İÇ TURİZM



Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı EMITT 26 yıldır düzenlenen, ülkemiz turizminin gelişmesine katma değerler sağlayan önemli bir organizasyon.

Bu yıl da TÜROFED çatısı altında Yönetim Kurulu Üyelerimizle birlikte fuara katılım sağladık.

İş ortaklarımız, kamu ve özel sektör temsilcileri ile bir araya geldiğimiz fuarda iç pazarın durumu ve geleceğine yönelik çalışmalarımızı sürdürdük.

Küresel ya da ulusal çapta yaşanan krizlerden en az etkilenen iç turizm, ülkelerin büyümesi yönünde en fazla destek sağladığı kaynak pazar.

2022 yılı tüm dünyada toparlanma yılı olarak görünse de iç pazar için aynı olumlu veriler aldığımızı söyleyemeyiz. Artan konaklama maliyetlerinin iç pazara yansımaları kaçınılmazdı. Bu durum, maliyet endeksli tatilciler için negatif yönde etki yaratacaktır.

Ekonomik iyileşmeye paralel talep ivmesinde de iyileşme söz konusu olabilir.

Özellikle uzun mesafe uçuşların etkileneceği yönündeki gelecek öngörümüze karşın, tüm ülkeler yurtiçi seyahat potansiyelini artırma yönünde girişimlerde bulunmaktadır.



TEMEL EĞİTİMDE TURİZM DERSİ OLMALI

Vatandaşları bu değerleri keşfetmeye yöneltecek bir turizm bilinci oluşturulması temelden bir eğitimle başlatılmalıdır. Dünyanın en büyük iç pazar payına sahip ülkeleri yine en büyük uluslararası gelişlere sahip ülkeleridir. Dünya sıralamasında ilk 5 içine giren ülkemizde de paralel bir iç pazar büyümesini destekleyecek kampanya ve programlar için iş birlikleri geliştiriyoruz.

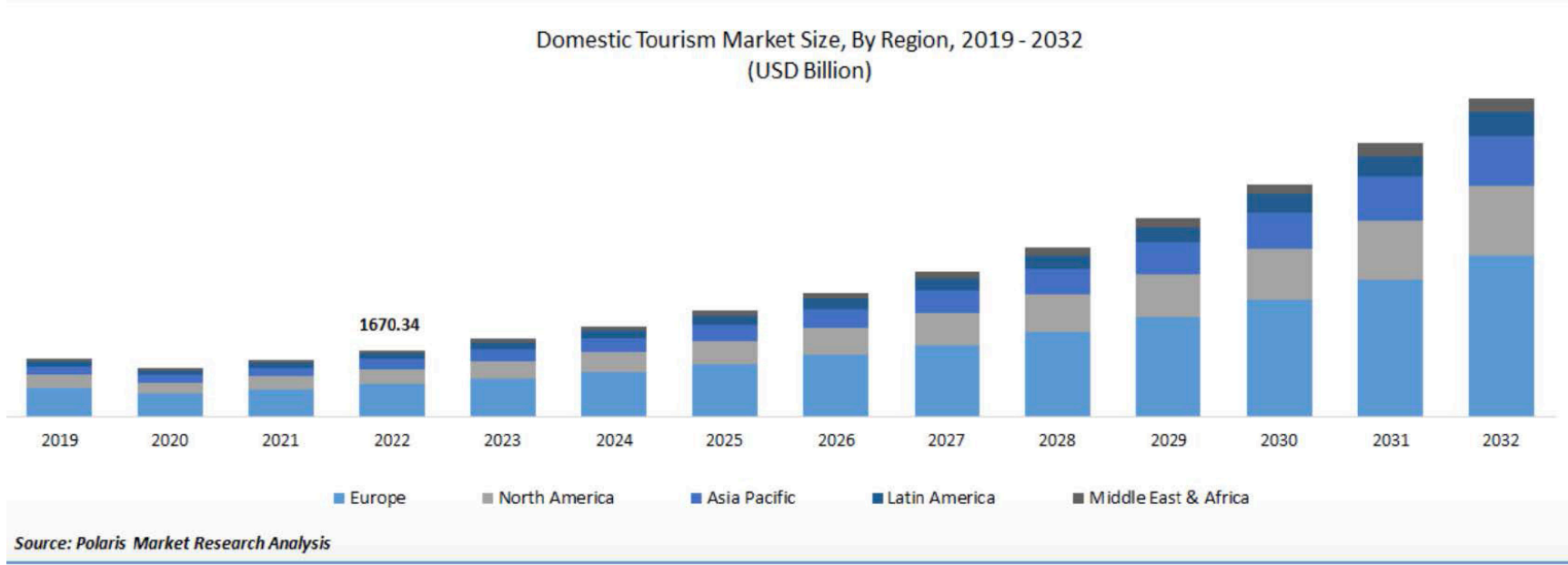
Seyahat bilinci ve tatil kültürünün geliştirilmesi için sektör ve devlet işbirliği içinde çalışmalar yapıp, tatil alışkanlığının geniş bir kesime yayılması için TGA tarafından Türkçe hazırlanan tanıtım kanalları dijital olarak yayınlanmaktadır.

Bakış açımız " İç pazar olmadan dış pazar olamayacağı" şeklindedir. Birliğimiz üyeleri ve yönetim kurulumuz bu bakış açısıyla iç pazarın geliştirilmesi yönünde çalışmalarını sürdürmektedir.

Kaan Kavaloğlu
AKTOB Yönetim Kurulu Başkanı

Dünyada Yurtiçi Seyahat Pazarı

Küresel yurt içi turizm pazarı büyüklüğünün 2022'de 1.670,32 milyar ABD Doları değerinde olduğu ve 2023'ten 2030'a kadar %17,0 bileşik yıllık büyüme oranı ile büyümesi bekleniyor.



Türkiye’de Yurtiçi Seyahat Pazarı

Yıllık olarak değerlendirildiğinde, 2022 yılında toplam seyahat sayısı bir önceki yıla göre %23,2 artarak 52 milyon 774 bin olarak gerçekleşti. 2022’de seyahate çıkanların yaptıkları toplam geceleme sayısı bir önceki yıla göre %2,2 azalarak 458 milyon 872 bin olarak gerçekleşti. Ortalama geceleme sayısı 2021 yılında 8,7 gece oldu.

2022 yılında, yurt içindeki seyahatlerde yapılan toplam seyahat harcamaları geçen yıla göre %96,7 artarak 114 milyar 317 milyon 183 bin TL oldu. Bu harcamaların %90,6’sını 103 milyar 543 milyon 55 bin TL ile kişisel harcamalar, %9,4’ünü ise 10 milyar 774 milyon 129 bin TL ile paket tur harcamaları oluşturdu. Seyahat başına ortalama harcama ise 2185 TL oldu.

Seyahate çıkan kişi, seyahat ve geceleme sayıları, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2022

Yıl	Çeyrek	Seyahate çıkan kişi sayısı (Bin)	Değişim oranı ⁽²⁾ (%)	Seyahat sayısı (Bin)	Değişim oranı ⁽²⁾ (%)	Geceleme sayısı (Bin)	Değişim oranı ⁽²⁾ (%)	Ortalama geceleme sayısı
2021	Yıllık	- ⁽¹⁾	- ⁽¹⁾	52 774	23,2	458 872	-2,2	8,7
	I	6 955	2,6	8 309	4,4	62 036	-17,7	7,5
	II	8 995	68,6	10 639	78,0	89 003	17,1	8,4
	III	18 786	8,6	23 121	6,4	227 455	-10,8	9,8
	IV	8 948	49,7	10 706	48,9	80 378	28,3	7,5
2022	Yıllık	- ⁽¹⁾	- ⁽¹⁾	52 327	-0,8	426 579	-7,0	8,2
	I	7 344	5,6	8 813	6,1	67 581	8,9	7,7
	II	9 846	9,5	11 411	7,3	74 231	-16,6	6,5
	III	19 156	2,0	23 384	1,1	225 206	-1,0	9,6
	IV	7 614	-14,9	8 719	-18,6	59 561	-25,9	6,8

Seyahate çıkan kişilerin seyahat harcamaları, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2022

Yıl	Çeyrek	Toplam harcama (Bin TL)	Değişim oranı ⁽¹⁾ (%)	Paket tur harcaması (Bin TL)	Değişim oranı ⁽¹⁾ (%)	Kişisel harcama (Bin TL)	Değişim oranı ⁽¹⁾ (%)	Seyahat başına ortalama harcama (TL)
2021	Yıllık	58 104 752	80,2	5 095 471	170,9	53 009 281	74,5	1 101
	I	6 078 732	49,7	253 568	57,7	5 825 164	49,4	732
	II	10 724 639	203,2	844 688	1 080,3	9 879 951	185,1	1 008
	III	29 803 437	58,0	3 243 711	120,2	26 559 725	52,7	1 289
	IV	11 497 945	98,7	753 504	329,9	10 744 441	91,4	1 074
2022	Yıllık	114 317 183	96,7	10 774 129	111,4	103 543 055	95,3	2 185
	I	12 184 330	100,4	665 626	162,5	11 518 703	97,7	1 383
	II	19 707 895	83,8	1 615 256	91,2	18 092 639	83,1	1 727
	III	63 366 190	112,6	7 175 247	121,2	56 190 944	111,6	2 710
	IV	19 058 768	65,8	1 317 999	74,9	17 740 769	65,1	2 186

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

(1) Değişim oranı: Bir önceki yılın aynı dönemine göre hesaplanmaktadır.

Harcama Türleri

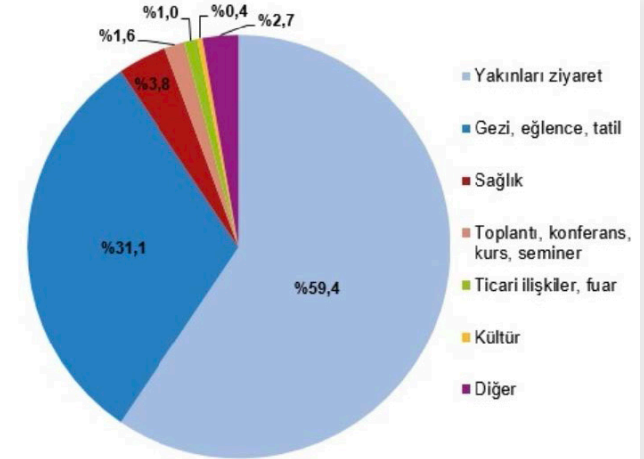
Yıllık olarak harcama türlerinin seyahat harcamaları içerisindeki dağılım oranları incelendiğinde ise en fazla paya %30,7 ile ulaştırma harcamaları, %30,5 ile yeme ve içme harcamaları ve %13 ile konaklama harcamaları sahip oldu. Bu harcama türlerinin geçen yıla göre değişim oranları incelendiğinde ise ulaştırma harcamalarında %129,4, yeme ve içme harcamalarında %91,3 ve konaklama harcamalarında ise %82,3'lük artış görüldü.

Yakınları ziyaret amacı ile yapılan seyahatler %65,6 ile ilk sırada yer aldı

Seyahate çıkış amaçlarında ikinci sırada %22,1 ile "gezi, eğlence, tatil", üçüncü sırada ise %5,3 ile "sağlık" yer aldı.

Seyahate çıkış amaçları yıllık olarak değerlendirildiğinde ise, %59,4 ile "yakınları ziyaret" birinci sırada yer alırken, ikinci sırada %31,1 ile "gezi, eğlence, tatil", üçüncü sırada ise %3,8 ile "sağlık" amacıyla yapılan seyahatler yer aldı. Harcamalarında %91,3 ve konaklama harcamalarında ise %82,3'lük artış görüldü.

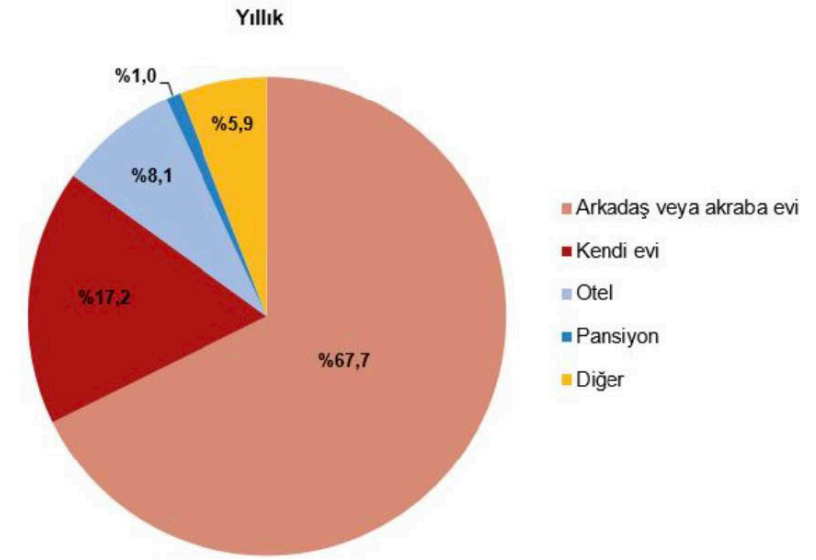
Harcama türlerinin toplam harcama içerisindeki oranları (



Seyahate çıkanlar en çok arkadaş veya akraba evinde kaldı

Konaklama türleri yıllık olarak değerlendirildiğinde, seyahate çıkanlar 288 milyon 905 bin geceleme sayısı ile en çok "arkadaş veya akraba evinde" kaldı. İkinci sırada 73 milyon 478 bin geceleme ile "kendi evi" yer alırken, "otel" 34 milyon 588 bin geceleme sayısı ile üçüncü sırada yer aldı.

Geceleme sayısının konaklama türlerine göre dağılımı, Yıllık ve IV. Çe

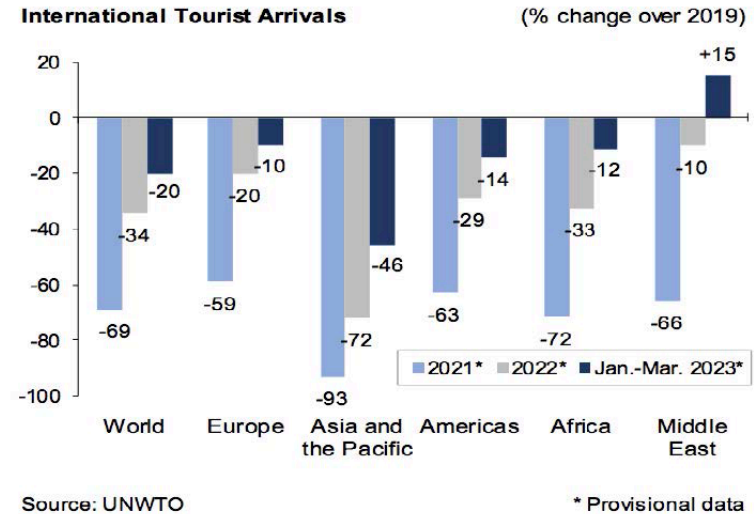
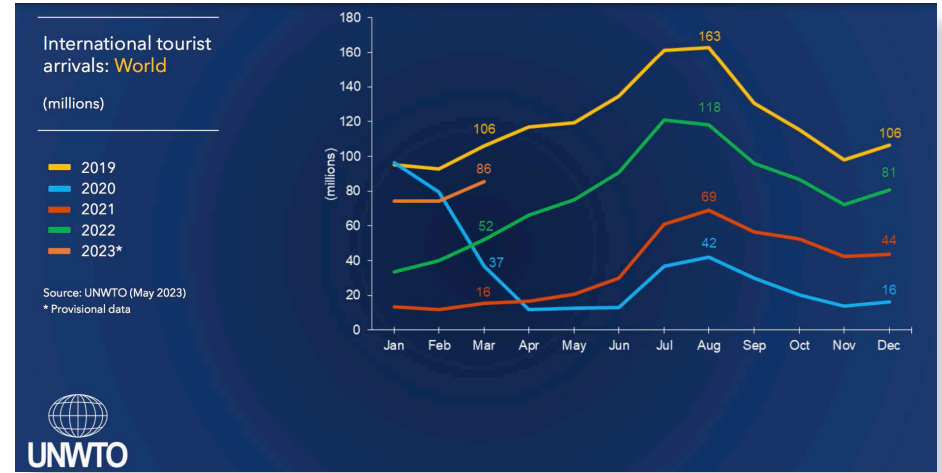


Grafikteki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

Dünyada Turizm Verileri

Uluslararası turist girişleri, 2023'ün ilk çeyreğinde pandemi öncesi seviyelerin %80'ine ulaştı (%-20) 2019'un aynı çeyreğine kıyasla) Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri en güçlü sonuçları elde etti.

Uluslararası turizm 2023'ün ilk çeyreğinde %86 büyüdü. İlk üç ayda tahminen 235 milyon turist uluslararası seyahat etti. 2022'nin aynı döneminde iki katına çıktı. Avrupa 2023'ün 1. çeyreğinde pandemi öncesi seviyelerin %90'ı oranına ulaştı.



MART 2023'TE TÜRKİYE TURİST SAYISI

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2023 yılı Ocak-Mart döneminde Türkiye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı % 23,1 artarak 7,71 milyonu geçti. 2022'de 6,31 milyon ziyaretçi gelmişti. Bu dönemde gelen yabancı ziyaretçi sayısı % 26,7 artarak 6,21 milyonu geçti. Gelen vatandaş ziyaretçi sayısı da %10,6 artarak 1,55 milyonu geçti.

Bu dönemde, en çok ziyaretçi, 772 binle Rusya'dan, 523 binle Bulgaristan'dan, 504 binle Almanya'dan ve 471 binle İran'dan sağlandı.

Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı

	2021	2022	2023
OCAK	727 301	1 754 304	2 635 844
ŞUBAT	764 314	2 005 016	2 303 997
MART	1 198 371	2 552 133	2 831 582
TOPLAM	2 689 986	6 311 453	7 771 423

Milliyetlere Göre Gelen Ziyaretçi (Türkiye)

	Mart 22	Mart 23	Değişim,%	Ocak-Mart 2022	Ocak Mart 2023	Değiş
RUSYA FED.	114 384	265 168	131,8	360 764	772 681	114,2
BULGARİSTAN	169 640	205 139	20,9	408 409	523 150	28,1
ALMANYA	187 185	216 723	15,8	418 420	504 847	20,7
İRAN	274 815	245 991	-10,5	502 247	471 790	-6,1
GÜRCİSTAN	74 794	129 754	73,5	164 320	348 409	112,0
BİRLEŞİK KRALLIK	87 349	113 835	30,3	181 194	249 809	37,9
İRAK	83 239	79 018	-5,1	208 087	207 161	-0,4
ABD	39 235	63 974	63,1	89 352	148 715	66,4
AZERBEYCAN	65 850	54 722	-16,9	143 333	143 594	0,2
YUNANİSTAN	37 452	46 334	23,7	71 490	131 424	83,8
FRANSA	44 629	42 770	-4,2	123 287	130 034	5,5
UKRAYNA	66 233	44 329	-33,1	145 431	126 039	-13,3
İSRAİL	47 518	40 474	-14,8	99 092	121 975	23,1
HOLLANDA	43 045	32 859	-23,7	119 120	103 813	-12,9
ROMANYA	33 306	39 029	17,2	82 844	102 953	24,3

2023 Ocak- Mart Aylarında Otel Doluluk Oranı

Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama istatistiklerinden derlenen verilere göre, 2023 yılı Mart ayında Türkiye'deki belgeli otellerde doluluk oranı % 32,86 oldu. Doluluklar 2022'de % 38,88 idi.

5 yıldızlı otellerdeki doluluklar % 36,8'den % 32,9'a geriledi. 4 yıldızlı oteller de % 45,9'dan % 37,9'a ve 3 yıldızlı otellerde % 40,5'den % 33'e düştü.

İllerde doluluklar

Mart ayında doluluklar 2022 yılına göre; Antalya'da % 32,5'e, İstanbul'da % 45,5'e, İzmir'de % 26,9'a ve Aydın'da % 26,5'e gerilerken Muğla'da % 19,4'e çıktı.



NİSAN'DA HAVAYOLU YOLCU TRAFİĞİ

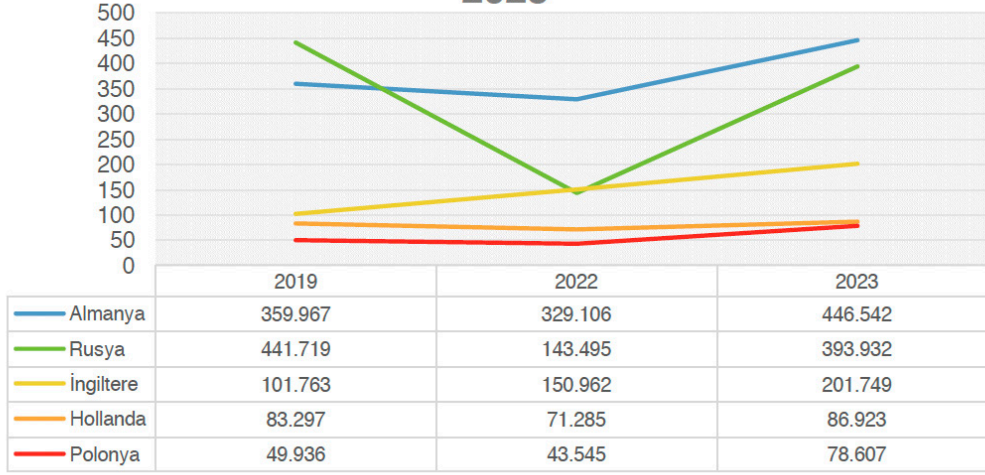
(DHMi) Genel Müdürlüğü verilerine göre, 2023 yılının Ocak-Nisan döneminde Türkiye'nin havalimanlarında, dış hat ve iç hat yolcu trafiği toplamı 54,6 milyona ulaştı. 2022'de 41,1 milyonu.

Dış hatlarda, turizm merkezlerinden İstanbul'da yolcu trafiği 23,1 milyon yolcu olurken, Antalya'da 3,3 milyona yaklaşıldı. 728 bini geçen Adnan Menderes'i Muğla Dalaman ve Milas-Bodrum 285 bin yolcu ile izledi.

	Nis.22	Nis.23	Değişim,%	Ocak-Nisan 2022	Ocak-Nisan 2023	Değişim,%
İstanbul(*)	3.376.796	4.491.067	33,0	11.867.523	17.402.617	46,6
İstanbul Sabiha Gökçen(*)	1.062.981	1.497.706	40,9	4.188.629	5.706.480	36,2
Antalya	1.175.493	1.734.205	47,5	2.102.630	3.289.524	56,4
İzmir Adnan Menderes	218.283	292.674	34,1	552.657	728.745	31,9
Ankara Esenboğa	106.106	181.339	70,9	427.311	665.037	55,6
Muğla Dalaman	45.238	169.077	273,7	54.759	220.376	302,4
Muğla Milas-Bodrum	41.029	52.489	27,9	44.463	64.477	45,0

2023 Ocak-Nisan Antalya'ya Gelen Ziyaretçi

Antalya'ya Gelen İlk Beş Milliyet 2019-2022-2023



Antalya'ya ilk beş ayda vatandaş ziyaretçiler dahil 1.811.551 yabancı ziyaretçi geldi. 2022 yılına göre % 48,5 artış göstermiştir. 2019 rakamlarının da önüne geçerek tüm zamanların en fazla ziyaretçi aldığı yıl oldu.

Almanya milliyet payı oranını yükselterek %27,6 milliyet payı ile en yüksek ziyaretçi gönderen kaynak pazar oldu.

Rusya Fed. Ukrayna arasında süren çatışma nedeni ile yaşanan keskin düşüşün ardından, 2023 yılında geçen yıla göre % 173 oranında artış göstermiş, ancak 2019'da gelen ziyaretçi sayısının altında kalmıştır.

Avrupa ülkeleri içinde İskandinav Pazarı Norveç % 3 artışa geçmiş, Danimarka %-6, Finlandiya %-26, İsveç % -27 2022 yılına göre talep ivmesini düşürmüştür.

İSPANYA 3 AYDA 14 MİLYON TURİST AĞIRLADI

2023 yılı Ocak-Mart aylarında İspanya'ya gelen turist sayısı Pandemi öncesine göre %11,9 daha iyi seviye ile 13,7 milyonu geçti.

2,6 milyona yakın turist ve yıllık %46,7 artışla Birleşik Krallık ilk sırayı alırken 1,7 milyondan fazla ve %31,5 artışla Fransa ikinci oldu. 1,7 milyon turistle de Almanya % 29,8 daha fazla artış sağladı.

En ok turist alan özerk topluluklarda, %30,9 artışla 3,7 milyondan fazla turistle Kanarya Adaları ilk sırada. Onu, yaklaşık 2,8 milyon ile Katalonya ve vEndülüs yaklaşık iki milyon ile Katalonya izledi.

Öte yandan, İspanya'da yabancı turistlerin yaptığı harca ma ise yılın ilk üç ayında, 2019'a göre %11,9 daha fazla ve 2022 yılına göre %44,7 artarak 17.201 milyon Avro oldu.



AKTOB

A Y L I K B Ü L T E N

240 2023 MAYIS

AKTOB

AKDENİZ TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ
MEDITERRANEAN TOURISTIC HOTELIERS & INVESTORS ASSOCIATION

TURİZMDE BİRİZ, BERABERİZ



www.aktob.org.tr

Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
Gebizli Mah.Termessos Bulvarı. Güngör Ahmet
Yitmen İş Merkezi No: 45/A 07300
Muratpaşa / ANTALYA