



Sürdürülebilir Gastronomi İçin İklim Dostu Yaklaşımlar: Mevsiminde Ye, Yerinde Tüket

Açılışını T.C Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun yaptığı 25. EMITT – Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde yoğun katılımı ile devam ediyor. Dünya turizm liderlerinin konuştuğu konu başlıkları EMITT'te tartışılıyor. İklim dostu gastronomi rotalarından, turizmde influencer etkisine kadar herşey EMITT'te...

Dünya'nın en büyük 5 turizm fuarı arasında gösterilen EMITT, katılımcı ve ziyaretçilerden yoğun ilgi görüyor. Fuar'ın ikinci gününde iş insanları ve turizmin liderleri bir araya gelerek, yeni iş birlikleri için EMITT'in sunduğu fırsatları değerlendiriyor.

Tüm dünyadan katılımcıların, davetli tur operatörlerinin ve sektörün uzmanlarının sektörün küresel ve yerel gündem konularını tartıştığı Fuar'da; 26 ülke, dünyanın önemli turist çekim noktaları ve Türkiye'den 70'e yakın destinasyon tanıtılıyor. 55 ülkeden 200'e yakın hosted buyer'ın (davetli tur operatörü) yer aldığı fuar tüm hızıyla devam ediyor.

Fuarın ikinci gününde, Gastronomi Turizmi Derneği Başkanı Gürkan Boztepe moderatörlüğünde, TV programcısı, Yazar ve Gezgin Burak Akkul ile ünlü şefler Jale Balcı ve Murat Bozok "İklim Dostu Gastronomi Rotaları"nın peşine düştü.

Türkiye'nin çok verimli toprakları olduğuna dikkat çeken **Ünlü şef Jale Balcı**, "Ülkemiz hem kültürel hem de ürün çeşitliliği açısından inanılmaz zengin. Türkiye'nin iklimi ve coğrafi yapısı sayesinde toprağı çok verimli. Bireysel olarak ülkemizin kalkınması için hepimiz elimizi taşın altına koyup, yerel üreticiye daha fazla destek vermeliyiz." dedi.

Sürdürülebilirlik kelimesinin son zamanların en moda terimlerinden olduğunu belirten **Ünlü şef Murat Bozok**, "Sürdürülebilirliğin en doğru tanımı; gelecek nesillerin hakkından çalmadan bir üretim yapmak, hizmet vermektir. Turizmi ve restorancılığı da bu tanıma alabiliriz. Gelecek kuşaklara bırakarak bir şekilde restoranda hayatımızı sürdürmemiz lazım. Dünyada bunun çok farklı akımları, türevleri var. Benim uzun yıllardır sevdiğim, 'Amerika'da 100 mil' diye bir akım söz konusu. Yaşadıkları bölgeyi merkeze alarak 160

Hyve Group

Hyve Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 430499 | Mersis No: 0323013694600018
Hyve Build Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 758423 | Mersis No: 0947046442400015
Hyve Beauty Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 745813 | Mersis No: 0730035673300018



km'lik bir daire çiziyorlar. O daire içerisinde mevsim ne veriyorsa sadece onu yiyorlar.” dedi ve şöyle devam etti:

“Amerika’da ürünler ortalama 1900 km yol kat ediyor. Bu duruma restoranlar, oteller ve kişiler bazında dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yakın coğrafyadan gelen bir ürünle hem köylüyü, çiftçiyi besliyoruz hem de karbon salınımını azaltıyoruz.”

Kültürün İpucu, O Kültürün Mutfağında

Konferansın bir diğer konuşmacısı **TV programcısı, Yazar ve Gezgin Burak Akkul** ise “Bir yerin kültürünü tanımak için en önemli ipucu mutfağıdır. O nedenle o coğrafyanın mutfağı ile haşır neşir oluyorum. Çünkü o ülkenin kültürünü yansıtıyor ve onların kim olduğunu görüyorum.” dedi. Akkul, bu nedenle gezgin olarak gittiği her coğrafyada yaşayan halkın mutfaklarını ziyaret ettiklerini sözlerine ekledi.

Turuncu Bayrak iş birliğinde, iklim aktivisti **Elif Dağdeviren**’in moderatörlüğünde gerçekleşen oturumda, gıda dostu turizmin işletmelere kazandırdıklarından bahsedildi. “*Karbon ayak izini gideren ve israfı azaltan işletmeler; kalite tesis eder, güven kazanır ve kazanç sağlar*” mottosunun tartışıldığı oturumda günümüzün iklim ve gıda aktivistleri, eko etiket ve kalite uzmanları ile uygulayıcı işletmeler yer aldı.

Turuncu Bayrak projesi ile ilgili çalışmalarını aktaran **Turuncu Bayrak Genel Koordinatörü Ali Akgün**, “5 yıl önce yola çıktığımızda bir noktadan sonra dünyanın sorunlarına içerik oluşturalım dedik. Dünyadaki olumsuz örnekleri önümüze alarak yola çıkmış olduğumuz bir çalışmadır. Çocuklarımıza iyi bir hayat vermek istiyorsak öncelikle gıda israfına çok dikkat etmemiz gerekiyor. Bu yüzden Turuncu Bayrak projemize katılmaya davet ediyoruz.” dedi. Projenin çok başında olduklarını belirterek sözlerine devam eden Akgün, “2022 için çalışmalarımız devam ediyor. EMITT ile iş birliğimiz var. Bu iş birliği kapsamında burada yer alan 100 otelle çalışma gerçekleştiriyoruz. 2022’nin sonunda toplamda 250 otele ulaşarak projemizi büyütmeyi hedefliyoruz,” dedi. Akgün, “Afiyet Olsun İsraf Olmasın” isminde bir hatıra ormanları olduğunu, her işletme adına 5 tane fidan dikerek sorumluluklarını yerine getirmeye çalıştıklarını da sözlerine ekledi.

Sürdürülebilirlik üzerine yapılan akademik çalışmalar hakkında bilgi veren **Türkiye Kalite Derneği Batı Akdeniz Temsilcisi, Akdeniz Üni. Kurumsal Gelişim ve Kalite Koordinatörü Cem Sakarya**, “Turizmde sürdürülebilirlik üzerine özellikle 2015’ten sonra araştırma alanında gelişmeler var. Turizmde karbon ayak izi üzerine çalışmalar ise 2017’den sonra çok ciddi şekilde artıyor. Atık gıda üzerine yapılan akademik çalışmalara bakıldığında son iki yılda çok önemli bir artış söz konusu. Turuncu Bayrak’ın 5 yıl önce başlattığı proje bu açıdan da çok kıymetli.” dedi.

Hyve Group

Hyve Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 430499 | Mersis No: 0323013694600018
Hyve Build Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 758423 | Mersis No: 0947046442400015
Hyve Beauty Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 745813 | Mersis No: 0730035673300018

19 Mayıs Caddesi | No:3 Golden Plaza Kat:7 | Şişli 34360 | İstanbul / Türkiye | Tel +90 212 291 83 10 | Fax +90 212 240 43 81 | turkey.hyve.group



Turuncu Bayrak projesinin önemine dikkat çeken **Sandıklı Thermal Park Resort SPA&Convention Center Otel Genel Müdürü Ahmet Yılmaz Yavuz**, “Gıda israfı konusunda ne yapalım diye düşünürken Turuncu Bayrak projesi önümüzü açtı. Bu projeyi restoranda uygulaması çok kolaydı. Fakat açık büfe olan tesislerde uygulaması çok zor. Açık büfe alacağınız zaman herkes için “para veriyoruz” algısı, ardından “istediğimi yerim” algısı birçok şeyi çöpe atmamıza sebep oldu. O nedenle bu proje ortaya çıktı ve çok güzel sonuçlar aldık.” sözleri ile düşüncelerini paylaştı.

İkinci günün bir diğer önemli oturumunda ise “**Belediyelerin Destinasyon Stratejisinde Influencer Pazarlama**” ve “**Pandeminin Öğrettikleriyle Dönüşen Fırsatlar ve Sıradışı Rotalar**” olmak üzere yurtiçi ve yurtdışı destinasyonlardan başarı ve deneyim hikâyeleri paylaşıldı.

Seyahat Yazarı ve Gazeteci **Bahar Akıncı**, Gezimanya Kurucu Ortağı **Murat Z. Özbilgi**, @Travelcomic hesabıyla dikkat çeken Almanya’dan **Franziska Niehus**, Hindistan’dan girişimci **Harjinder Kukreja** gibi turizmi heyecanlandıran paylaşımları olan ve dijital içerikleriyle global iş birliklerine imza atan isimler EMITT Konferans Sahnesi’nde yer aldı. **Azerbaycan, Küba** ve **Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti**’nden uzmanların katılımıyla da “sağlık” ön planda tutularak pandemi döneminde öğrenilen fırsatlar irdelendi.

Başarının Anahtarı: Doğru Hikâye, Doğru İlham

Geleneksel ve sosyal medya için destinasyon içerikleri üreten seyahat yazarı ve gazeteci Bahar Akıncı, iki alanın da farklı dinamiklerine dikkat çekti. “Konvansiyonel medyada uzun uzun anlatma şansınız var. Ancak Instagram’da görsel etkinin çok başarılı olması gerekiyor ki metniniz okunsun,” sözleri ile medyalar arasında farklılığa dikkat çeken Akıncı, sözlerini şöyle sürdürdü: “Klasik medyada daha üst düzey bir gusto ve etki söz konusu. Bu asla inkâr edilemez. Çünkü bugün turizm alanında geleneksel medyayı temsil eden herkesin ciddi bir etik anlayışı ve gustosu var. Eksik olan şey ise teknoloji kullanımı. Instagram’daki içerik üreticileri içinse ciddi bir teknoloji kullanımı ve görsel anlamda başarılı içerik üretimi söz konusu. Ancak eksik olan şey etik ve gusto. Düzgün, iyi içerik üreten ve aynı zamanda da günümüzde okurun ihtiyacı olan görsel hazzı yakalayan herkes başarılı olabilir, hikayesi olan herkes etkili olabilir. Her iki taraf için çok önemli olan şeyler ise doğru hikâye, doğru ilham.”

“Türkiye’de, Her Şey Dahil Sistemden, Antalya ve İstanbul’dan Daha Fazlası Var”

@Travelcomic hesabıyla dikkat çeken, sarı renkli Tofaş marka aracı ile Türkiye’nin 81 ilini gezmek için yola çıkan Alman Franziska Niehus, dijital içerik üreticisi için destinasyonlarda karar verme dinamiklerini

Hyve Group

Hyve Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 430499 | Mersis No: 0323013694600018
Hyve Build Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 758423 | Mersis No: 0947046442400015
Hyve Beauty Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 745813 | Mersis No: 0730035673300018

19 Mayıs Caddesi | No:3 Golden Plaza Kat:7 | Şişli 34360 | İstanbul / Türkiye | Tel +90 212 291 83 10 | Fax +90 212 240 43 81 | turkey.hyve.group



pandemi etkisinde değerlendirdi. Pandemi nedeniyle dünyayı gezme fikrinden uzaklaşıp olduğu ülkede gezme fikrini hayata geçirdiğini belirten Franziska, bu kararı verdiğinde Türkiye’de olduğunu hatırlattı. “Aileme ve arkadaşlarıma Türkiye’ye taşındığımı söylediğimde şoka uğramışlardı. O güne kadar bildiğim tek yer İstanbul’da ancak Türkiye’nin 81 iline gitmek istedim. Çünkü dünyaya şunu göstermek istiyordum: Türkiye sadece her şey dahil sistemden ibaret değil, Antalya ve İstanbul’dan fazlası var,” sözleri ile Türkiye’yi farklı bir açıdan tanıttığını ifade eden Franziska, sözlerini şöyle sürdürdü: “Evet, pandemi nedeniyle bulunduğum ülke olan Türkiye’nin 81 ilini gezeceğim, ancak nasıl? Çünkü her şey sınırlıydı. O yüzden en mantıklısı bir araba almaktı. En ucuz araba da Tofaş’tı. Genel olarak şehirleri gezmek de çok önemliydi. O sırada 1 yıl önce Bursa’ya geldim hiçbir bağlantım olmadan. Neye gideceğimden ne yiyeceğime kadar bilmediğim bir dnemdeyim. Diğer bağlantıları kurduktan sonra gideceğim her yer havanın durumuna bağlı. Mesela Bursa, kiş şehri ancak aynı zamanda da bir yaz şehri. Bursa’nın iki halini de deneyimlemek çok güzeldi.”

Destinasyon Tanıtımında Kritik Başarı Faktörü: Fenomen – Destinasyon Profesyoneli İş Birliği

İlgili destinasyon konusunda profesyonel bir ismin gezgin bir fenomen ile iletişim yapmasının en kolay yolu için birden fazla cevabın olduğuna dikkat çeken Hindistanlı girişimci Harjinder Kukreja, bu ilişki çerçevesinde farklı destinasyonlar için farklı yaklaşım ve stratejilere ihtiyaç duyulabileceğini belirtti. “Bir destinasyonun verebileceği en güzel şey fenomenlerle birlikte çalışmaktır. Türkiye, mesela Hindistan ile bağlantılı bir destinasyon. Hindistan, Türkiye için büyük bir pazar. Kültürel olarak da çok fazla benzerlik söz konusu. Ve Hindistanlılar Türkiye’yi çok seviyorlar. Türkler de Hindistan’a geldiğinde turist gibi hissetmiyorlar,” sözleri ile destinasyonların bu gibi ortaklıkları, bağlantıları bulmaları gerektiğini belirten Kukreja, sözlerini şöyle tamamladı: “Düşündüğüm ve hissettiğim şey řu ki Türkiye’de Bursa, Çanakkale gibi daha küçük destinasyonlarda eşsiz olan şey, doğal olan bir insan ve misafirperverlik anlayışıdır. Gerçekten misafirlere çok iyi davranıyorsunuz. Ve bunları fenomenler aracılığıyla gösterirseniz herkesin kazandığı bir strateji pekl uygulanabilir.”

İkinci günün son oturumunda ise Azerbaycan, Küba ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nden uzmanların katılımıyla pandemi döneminde öğrenilen fırsatlar konuşuldu.

Pandemi döneminde KKTC’nin önemli başarılar imza attığını belirten **KKTC Milletvekili ve Kıbrıs Sağlık Turizm Konseyi Başkanı Dr. Ahmet Savaşan**, “Pandeminin etkisinin azalmasıyla birlikte 2022 yılı yeni normale geçeceğimiz bir dönem olacak. Bu kapsamda; 1 Mart 2022’den itibaren turistlerin ülkeye girişleri sırasında istenen PCR testi zorunluluğunu kaldıracadığı.” ifadelerini kullandı.

Hyve Group

Hyve Fuarlık A.ř. | Tic.Sic.No: 430499 | Mersis No: 0323013694600018
Hyve Build Fuarlık A.ř. | Tic.Sic.No: 758423 | Mersis No: 0947046442400015
Hyve Beauty Fuarlık A.ř. | Tic.Sic.No: 745813 | Mersis No: 0730035673300018

19 Mayıs Caddesi | No:3 Golden Plaza Kat:7 | şişli 34360 | İstanbul / Türkiye | Tel +90 212 291 83 10 | Fax +90 212 240 43 81 | turkey.hyve.group



Pandemi vurduğunda turizm stratejilerini değiştirmek zorunda kaldıklarını dile getiren **Azerbaycan Turizm Kurulu Genel Müdür Yardımcısı Bahruz Asgarov**, “Yaptığımız uygulamalarla çok yenilikçi programımız oldu. Azerbaycan’da turistlere farklı bir tür deneyim yaşatmaya çabalıyoruz. Örneğin; Azerbaycan’dan Karadeniz kıyılarına kadar uzanan 96 kilometrelik yürüyüş yolu planlıyoruz.” ifadelerini kullandı.

Son olarak Küba’nın sağlık turizmi yatırımlarından bahseden **Küba Sağlık Geliştirme Birimi İletişim ve Pazarlama Müdürü Eddy Santos Gonzales**, 2028 yılına kadar 17 bine yakın otel kurmayı planladıklarını aktardı.

Hyve Group Hakkında

Hyve Group, 10 ülkede 800’ün üzerinde deneyimli personeliyle dünya genelinde 12 ülkede 75 etkinlik düzenleyen uluslararası bir fuar şirkettir. Hyve Group, amacı dünyanın her köşesinden gelen müşterilerin olağanüstü anlar paylaştığı ve sektör inovasyonunu şekillendirdiği kaçırılmayacak etkinlikler düzenlemek olan yeni nesil bir fuar şirkettir. Hyve Group plc, Dönüşüm ve Büyüme (TAG) programının ardından Eylül 2019’da ITE Group plc’nin yeni ismi olarak duyuruldu. Vizyonumuz, dünyanın en önde gelen içerik odaklı ve mutlaka gidilmesi gereken etkinlik portföyünü oluşturarak müşterilerimize muazzam bir deneyim ve yatırım getirisi sağlamaktır. Türkiye’de ise Hyve Group gücünü bölgedeki küresel ağdan alarak inşaat (**Yapı Fuarı – Turkeybuild Istanbul**), turizm (**EMITT**), kozmetik (**BeautyEurasia**), gıda (**WorldFood Istanbul**), raylı sistemler ve lojistik (**Eurasia Rail**) sektörlerinde Türkiye’nin öncü fuarlarını düzenlemektedir.

Detaylı bilgi için:

Bersay İletişim Danışmanlığı

Ayben Cumalı / +90 554 844 68 05 / ayben.cumali@bersay.com.tr

Emre Kaya / +90 542 895 25 38 / emre.kaya@bersay.com.tr

Hyve Group

Hyve Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 430499 | Mersis No: 0323013694600018
Hyve Build Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 758423 | Mersis No: 0947046442400015
Hyve Beauty Fuarçılık A.Ş. | Tic.Sic.No: 745813 | Mersis No: 0730035673300018

19 Mayıs Caddesi | No:3 Golden Plaza Kat:7 | Şişli 34360 | İstanbul / Türkiye | Tel +90 212 291 83 10 | Fax +90 212 240 43 81 | turkey.hyve.group