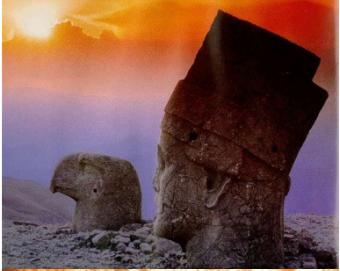




T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

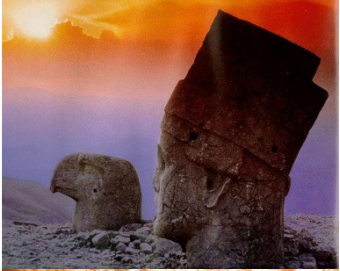
Ağustos-2011





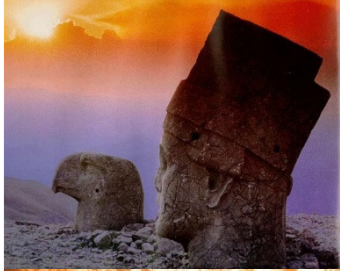
ALMANYA

Ülke Nüfusu	81.772.000 (2010)
Turizm Otoritesi	GNTB (The German National Tourist Board)
Toplam Yapılan Seyahat Sayısı	75,6 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	58,6 milyar Avro (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	1. İspanya, Balear ve Kanarya Adaları 2. İtalya 3. Türkiye 4. Avusturya 5. Hırvatistan



ALMANYA

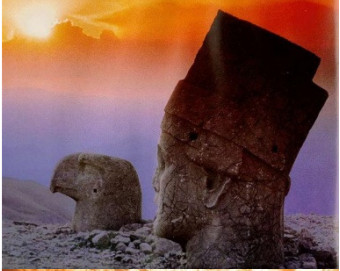
Ortalama Tatil Süresi	10,6 gün (2010)
Hedef Kitle	25-50 yaş grubu (%40), 50+ yaş grubu (%30), 14 -29 yaş grubu (%30)
Karar Alma Süresi	Seyahatten 6-12 ay öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 3-6 ay önce ve son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentesi ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Tatil köyleri ve oteller
Seyahat Amaçları	Deniz-kum-güneş, eğlence, alışveriş, sağlık ve iş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	1.İlkbahar 2.Yaz 3.Sonbahar 4.Kış



Almanya Pazarında Türkiye

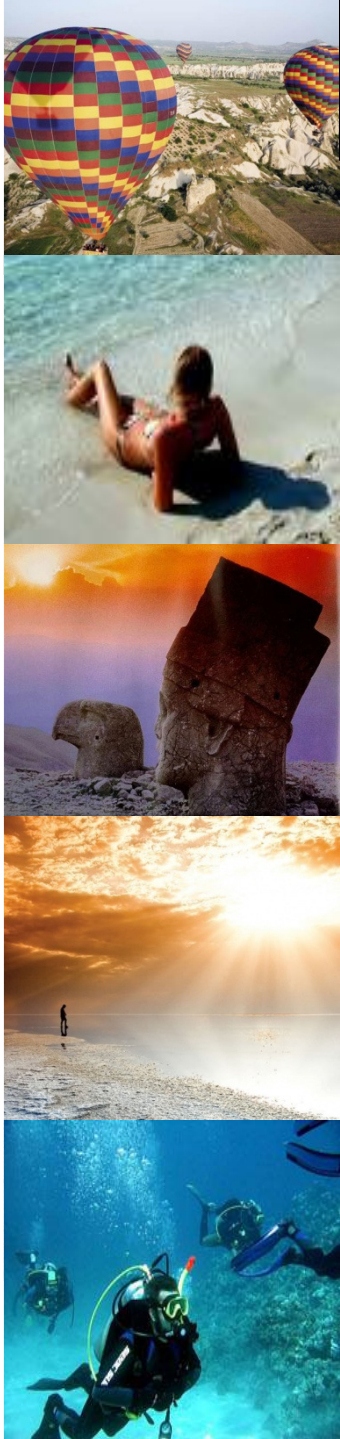
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	4.385.263 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı- 2009/2010	% -2,30
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	1.915.691 / % 13,82
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 15,32 ile 1 .sırada
Paket Tur Sıralaması	1.İspanya 2.İtalya 3.Türkiye 4.Yunanistan 5.Kuzey Afrika ülkeleri
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	Sektörde 6 önemli tur operatörü ve yaklaşık 10.400 seyahat acentesi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	1.Akdeniz 2.Marmara (İstanbul) 3.Ege 4.İç Anadolu (Kapadokya)
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Yazılı ve görsel basın, açık hava, radyo ve internet/ Ocak-Haziran, Eylül-Aralık





RUSYA

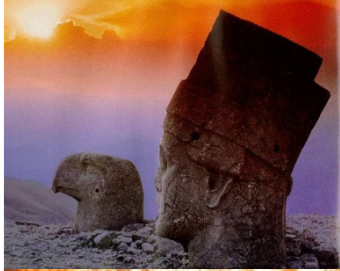
Ülke Nüfusu	141.927.000
Turizm Otoritesi	RF Spor, Gençlik ve Turizm Bakanlığı nezdinde Turizm Federal Ajansı
Çıkış Yapan Toplam Kişi Sayısı	39.323.033 (turizm amaçlı çıkanlar 12.605.053)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısına Göre Dünya Ortalamasındaki Oranı	% 4,3
Rusların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Mısır, Çin, Finlandiya, Almanya, İtalya, İspanya, Yunanistan (2010 verileri)



Turist Profili

RUSYA

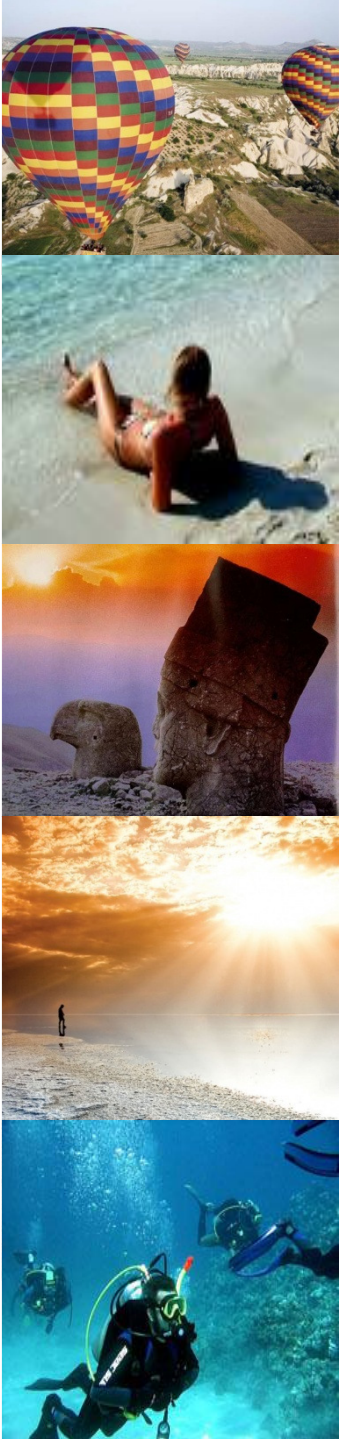
Ortalama Tatil Süresi	10-15 gün (2010)
Hedef Kitle	AB (üst gelir) ve C1 (orta üst gelir) sosyo-ekonomik düzeye sahip 25-55 yaş arası kişiler
Karar Alma Süresi	Ağırlıklı olarak son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Tatilden en az 1 ay önce ve son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri (2010)
Seyahat Motivasyonları	Deniz turizmi ve eğlence (aquapark-disko-animasyon), kültür turizmi, alışveriş, kış turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz-Ağustos, Mayıs –Haziran, Eylül, Yılbaşı,



Rusya Pazarında Türkiye

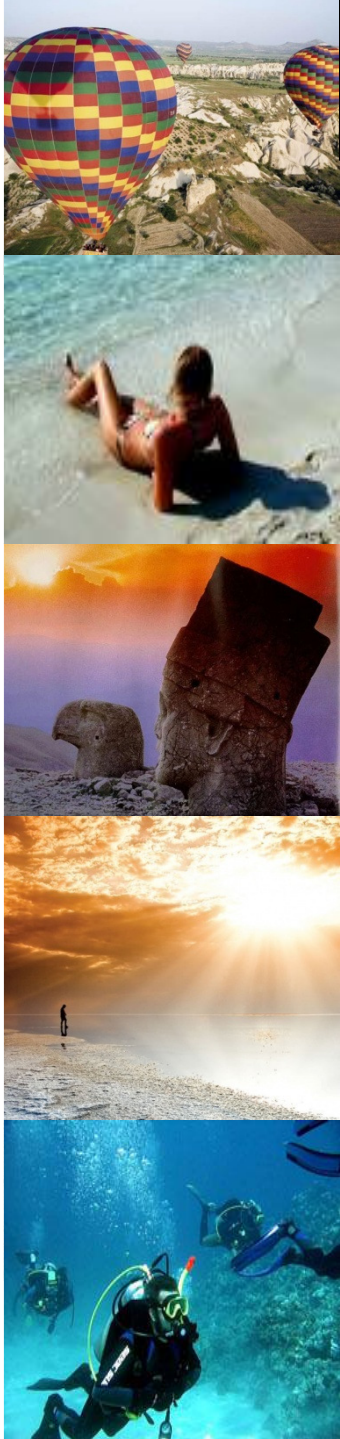
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	3.107.043 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 15,30
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	1.491.836 / % 18,66
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 10,93 ile 2.sırada
Rusya Fedarasyonu Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)	% 18,8 ile turizm amaçlı çıkışlarda 1. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	50 tur operatörü, 10.000 üzeri seyahat acentası
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür, eğlence alışverişi ve kış sporları
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası, Dalaman ve İstanbul





İNGİLTERE

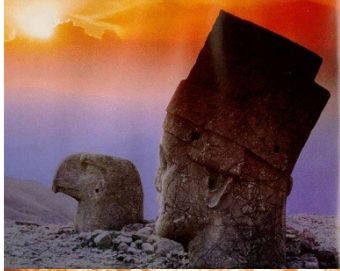
Ülke Nüfusu	62,2 milyon
Turizm Otoritesi	Kültür Medya ve Spor Departmanı- VisitBritain
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	54,9 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	31 milyar Sterlin (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	5.000 (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	İspanya, Fransa, ABD, Portekiz, Türkiye, İtalya, Mısır, Yunanistan, Karayipler, G. Kıbrıs, Tunus ve Fas



Turist Profili

İNGİLTERE

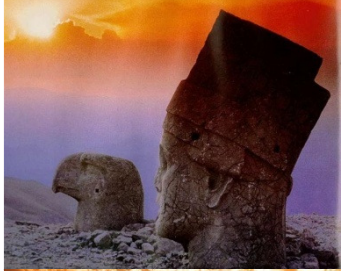
Ortalama Tatil Süresi	11 gün
Hedef Kitle	AB-C1 üst gelir grubu, üçüncü yaş turizmi, sağlık, golf ve aktivite turizme yönelik gençler ve profesyoneller
Karar Alma Süresi	Kasım - Mayıs dönemi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Kasım - Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %55, online %30 ve diğer %15
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Paket tur ile satılan her şey dahil oteller
Seyahat Amaçları	Deniz-kum-güneş, kültür, golf, yat, dalış ve sağlık turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat-Eylül



İngiltere Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	2.673.605 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	% 10,17
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	966.690 / % -3.75
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 9,3 ile 3. sıra
Paket Tur Sıralaması (2010)	2. sıra
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	272
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, golf, yat, şehir ve sağlık turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Muğla (%55), İstanbul (%16), Antalya (%14), Kapadokya ve diğer destinasyonlar %15 (İzmir, Çanakkale, Bursa, Edirne, Karadeniz, Doğu ve Güney Doğu Anadolu)
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve yazılı basın; en etkin reklam dönemi Kasım - Mayıs

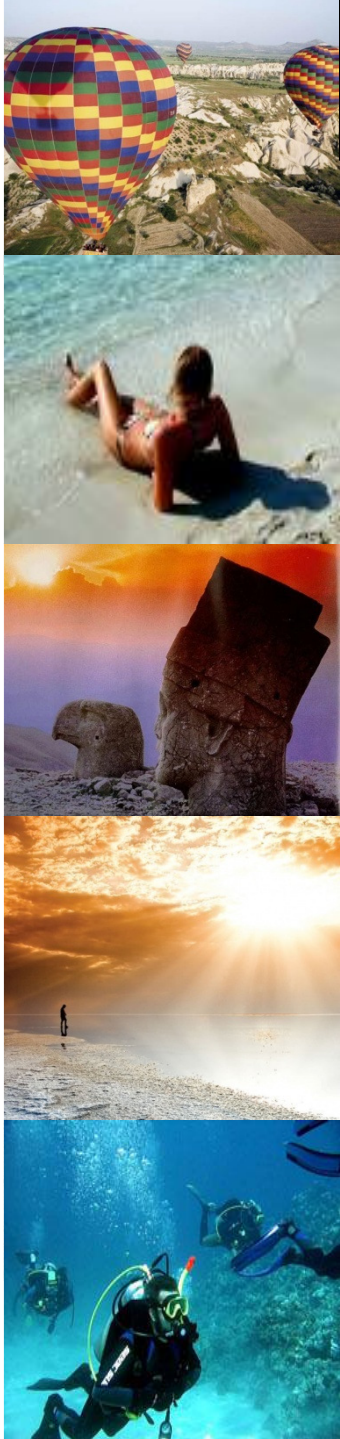




İRAN

Ülke Nüfusu	73.650.566
Turizm Otoritesi	İran Kültürel Miras, El Sanatları ve Turizm Kurumu (ITTO)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	Yaklaşık 6.000.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	Yaklaşık 9 Milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	Başta 18 önemli Türkiye spesiyalisti tur operatörü olmak üzere İran genelinde toplam 750 seyahat acentası
İranlıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, BAE, Malezya,Tayland, Çin, Suudi Arabistan, Suriye ve Irak ve vize prosedürüne tabi Avrupa Ülkeleri

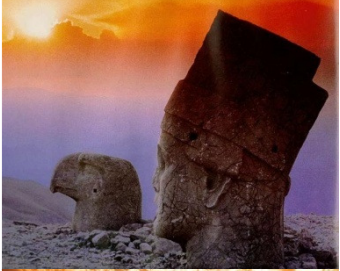




Turist Profili

İRAN

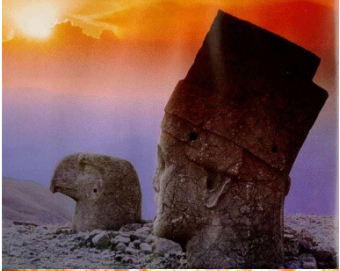
Ortalama Tatil Süresi	7 – 10 gün arası
Hedef Kitle	25 - 50 yaş grubu arası
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri, pansiyon, apart otel
Seyahat Amacı	Deniz, alışveriş, kültür, ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart (Nevruz) – Haziran – Temmuz – Ağustos sonuna kadar ve Aralık ayı (Konya, Şeb-i Arus Törenleri)



İran Pazarında Türkiye

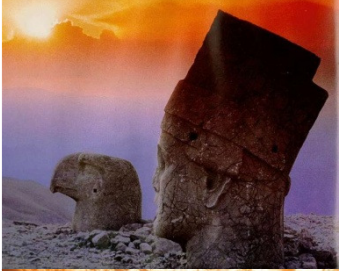
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (2010)	1.885.097
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 36,28
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	915.386 / % - 1,19
İran Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)	1. sırada
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 6,58 ile 4.sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	18
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, alışveriş,kültür, inanç ve spor
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası, İstanbul, Konya ve Ankara
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava, TV, yazılı basın, metro reklamları Şubat, Mart-Ağustos dönemi





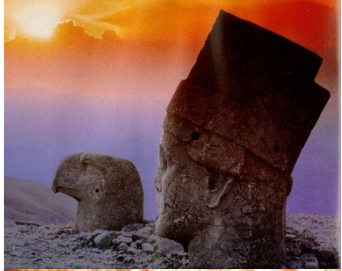
HOLLANDA

Ülke Nüfusu	16.615.000 (2010 yılı)
Turizm Otoritesi	Ekonomi Bakanlığı Hollanda Turizm ve Kongre Bürosu
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı (yurt dışı tatilleri sayısı)	18.4 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	15 milyar Euro (2010)
Hollandalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Fransa, Almanya, İspanya, Avusturya, Belçika, İtalya, Türkiye, Yunanistan ve İngiltere



HOLLANDA

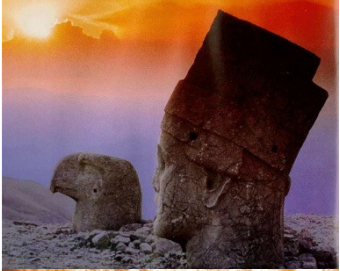
Ortalama Tatil Süresi	8-11 gün
Hedef Kitle	Genç ve çocuksuz aileler, 55 yaş üstü kişiler, yürüyüş ve bisiklet gibi alternatif tatili tercih eden kişiler ve çocuklu aileler
Karar Alma Süresi	Aralık-Nisan arası
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Ocak-Mart arası
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet (%52), seyahat acentaları (%37)
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4 ve 5 yıldızlı oteller, nitelikli tatil köyleri ve apart oteller
Seyahat Motivasyonları	Sıcak iklim, uygun fiyat, konukseverlik, deniz-kum-güneş, kültür ve doğa sporları
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Ekim arası



Hollanda Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	1.073.064 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	% - 4,80
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	476.095 / % 14,44
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2009)	% 3,75 ile 7. sırada (2010)
Hollanda Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması	780.000 paket tatil sayısı ile 7.sırada (2010)
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	112
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür, şehir, doğa ve spor aktiviteleri
Ziyaretçilerin Destinasyonlara Dağılımı	Alanya, İstanbul, Side, Antalya, Marmaris , Bodrum ve Nevşehir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV (Ocak-Nisan); tüm mecralarda kış turizmi reklamları için Ekim-Aralık ayları, Outdoor (Şubat-Nisan), internet (Şubat-Mayıs) ve basın (Ocak-Mayıs) yoluyla reklam verilmektedir

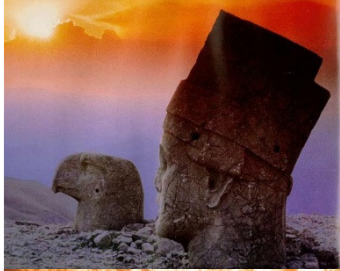




SURİYE

Ülke Nüfusu	22 milyon (2010)
Turizm Otoritesi	Suriye Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Vatandaş Sayısı (2009)	5.214.457 (Günübirlik ziyaretler dahil)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	330 Seyahat Acentası
Suriyelilerin Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Suudi Arabistan, Mısır, Ürdün, Lübnan, Malezya ve bazı Avrupa ülkeleri

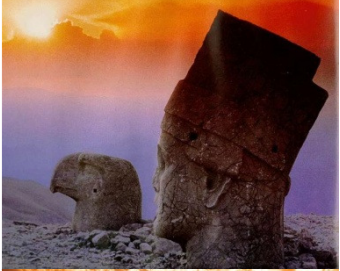




Turist Profili

SURİYE

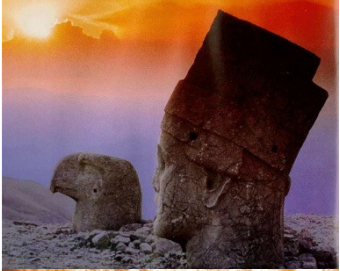
Ortalama Tatil Süresi	7 – 10 gün
Hedef Kitle	25 - 55 yaş gurubu
Karar Alma Süresi	1 Ay Önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	1 Hafta Önce / Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri ve seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Oteller – Kiralık Daireler
Seyahat Amacı	Deniz, termal, doğa, alışveriş, eğlence ve inanç, iş, sağlık ve balayı turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran - Eylül dönemi Kurban ve Ramazan Bayramları ile sömestr tatilleri



Suriye Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	899.494 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 76.48
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	439.006 / % 16.93
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	120 - 130
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, termal, doğa, alışveriş, eğlence ve inanç, iş, sağlık ve balayı turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Hatay, Mersin, Adana, Gaziantep, İstanbul, Antalya, Konya, Muğla, Bursa, Yalova, Kapadokya ve Karadeniz
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava, Yazılı basın, Radyo/ Nisan – Temmuz Dönemi

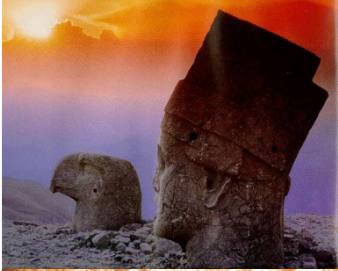




UKRAYNA

Ülke Nüfusu	45.706.126 (Mayıs 2011 tahmini)
Turizm Otoritesi	Ukrayna Kültür ve Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı ve Dünya Toplam Turist Çıkış Pazarındaki Oranı	Ukrayna'dan çıkan – 17,2 milyon <u>1.83%</u> (2010)
Dış Turizm Harcaması	1,54 milyar USD (2010)
Ukraynalıların Tatil amaçlı Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Mısır, İspanya, Tunus, Yunanistan, Hırvatistan, Bulgaristan, Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland ve İtalya

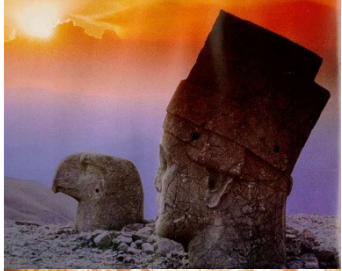




Turist Profili

UKRAYNA

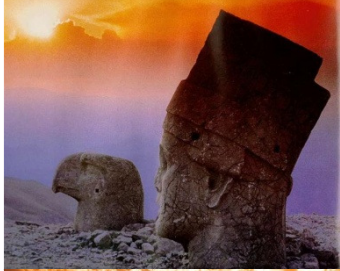
Ortalama Tatil Süresi	7-15 gün (2010)
Hedef Kitle Yaş Grubu	35 yaş üstü çocuklu aileler ve 22- 45 orta gelir seviyeli insanlar
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz –güneş-kum, herşey dahil sistemi, hizmet kalitesi, eğlence (aquapark-disko-animasyon)
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz ve Ağustos ayları



Ukrayna Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	568.227 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 1,13
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	272.105 / % 5,62
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 1,98 , 13. ülke
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	7500 (5 büyük Türkiye turoperatörü dahil olmak üzere)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür ve kış turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya (Kemer, Belek, Alanya), Marmaris-Bodrum ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açıkhava, TV, yazılı basın

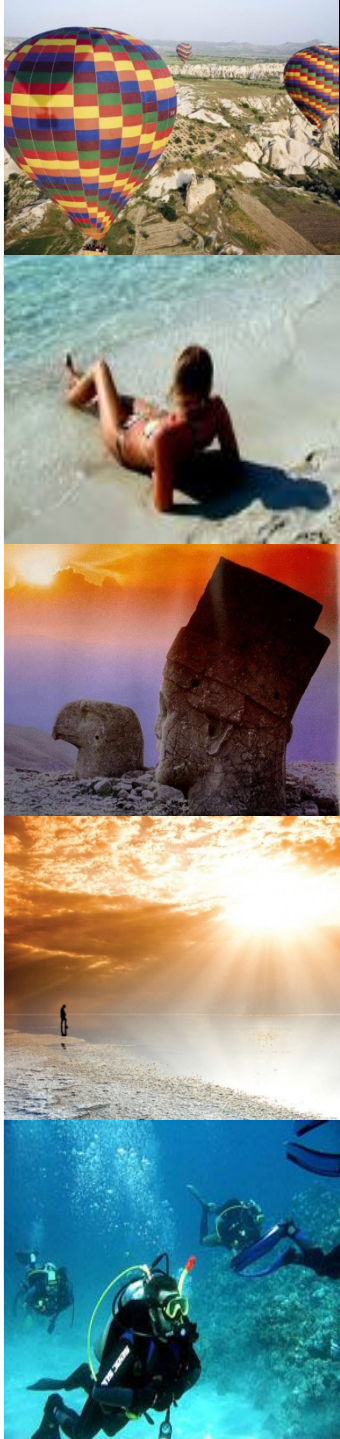




A.B.D.

Ülke Nüfusu	313,232,044
Turizm Otoritesi	OTTI (Office of Travel & Tourism Industries , TIA- Travel Industry Association of America
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı ve Dünya Toplam Turist Çıkış Pazarındaki Oranı	30.3 milyon denizaşırı olmak üzere 61.5 milyon (2009)
Dış Turizm Harcaması	99.2 milyar USD
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	750 tur operatörü (USTOA) 9,386 seyahat acentası
Ukraynalıların Tatil amaçlı Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Meksika (19.5 milyon), Kanada (11.7 milyon), İngiltere (2.7 milyon), Fransa (1.9 milyon) ve İtalya (1.8 milyon) (2009-OTTI)

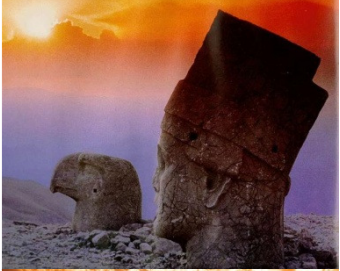
Türkiye



Turist Profili

A.B.D.

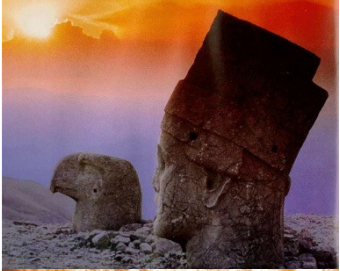
Ortalama Tatil Süresi	8,9 gün (Türkiye”de 8 gün)
Hedef Kitle Yaş Grubu	50 yaş ve üzeri, ağırlıklı olarak kültürel amaçlı seyahat edenler
Karar Alma Süresi	Deniz aşırı seyahat edenler için, seyahattan ortalama 90 gün öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Aralık- Mayıs dönemi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	internet ve Seyahat Acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	5 yıldızlı oteller, özel belgeli (butik) oteller
Seyahat Motivasyonları	•Tatil / Eğlence %40 (restoranlarda yemek, %81, alışveriş %71, tarihi yerleri ziyaret %51, şehir turu %40, kültürel geziler %32) •Arkadaş, akraba ziyaretleri %34 •iş amacıyla ziyaretler %18
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs- Ekim



Amerika Pazarında Türkiye

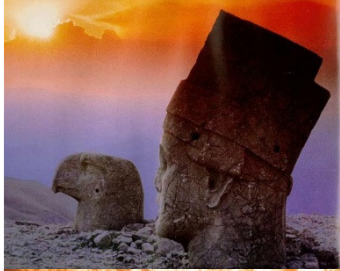
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	642.768
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2011/ 2010	% 3,66
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	310.701 / % 13,02
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	2,61 ile 10. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	120 civarında
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Tarihi yerleri ziyaret, şehir turları, rehberli turlar gastronomi turları, kültürel turlar, egzotik geziler, spa ve wellness paketleri
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kapadokya, Kuşadası (Efes) ve Bodrum
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, tüketici dergileri, gazeteler ve internet en etkili Reklam mecralarıdır. En etkili reklam dönemi ise Ocak-Şubat-Mart- Nisan dönemidir.





İSPANYA

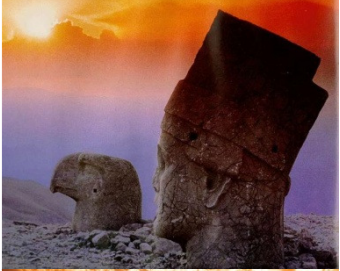
Ülke Nüfusu	46,754,784 (2011)
Turizm Otoritesi	Sanayi Ticaret ve Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı- Dünya Turizm Çıkışlarındaki Yeri	13,6 milyon seyahat
Dış Turizm Harcaması	9.620,9 milyon Euro
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	600 tur operatörü, 7822 seyahat acentesi
İspanyolların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Avrupa ülkeleri (Fransa, Portekiz, İtalya), Fas, Mısır, Tunus, Hırvatistan, Latin Amerika ülkeleri ve Türkiye



Turist Profili

İSPANYA

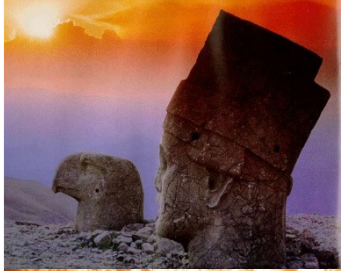
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-54 yaş grubu, orta ve üst gelir düzeyi kadınlar ve 18-29 ve 40-54 yaş arası erkekler
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Ocak sonrası, kış tatili için Eylül sonrası
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Uzun tatiller için 1 ay önce, kısa tatiller için son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 Yıldızlı oteller, arkadaş yanı, ev kiralama ve devre mülk
Seyahat Motivasyonları	Kültür, spor, sağlık, inanç, deniz turizmi, balayı, kongre ve insentif
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Paskalya tatiline denk gelen ay, Haziran-Ağustos, noel tatili



İspanya Pazarında Türkiye

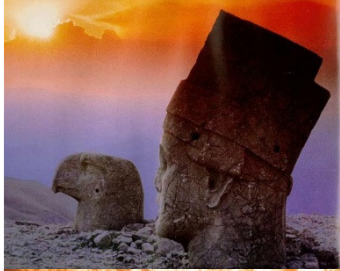
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	321.325 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	% -14,59
2011 Yılları İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	109.604 / % - 18,79
İspanya Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	% 2.5 (2010)
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	49
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür/inanç, turizmi ve deniz turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Kapadokya, İstanbul, Ege ve Akdeniz
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, TV, yazılı basın / Açık hava Ocak- Haziran Dönemi, Kasım-Aralık





FRANSA

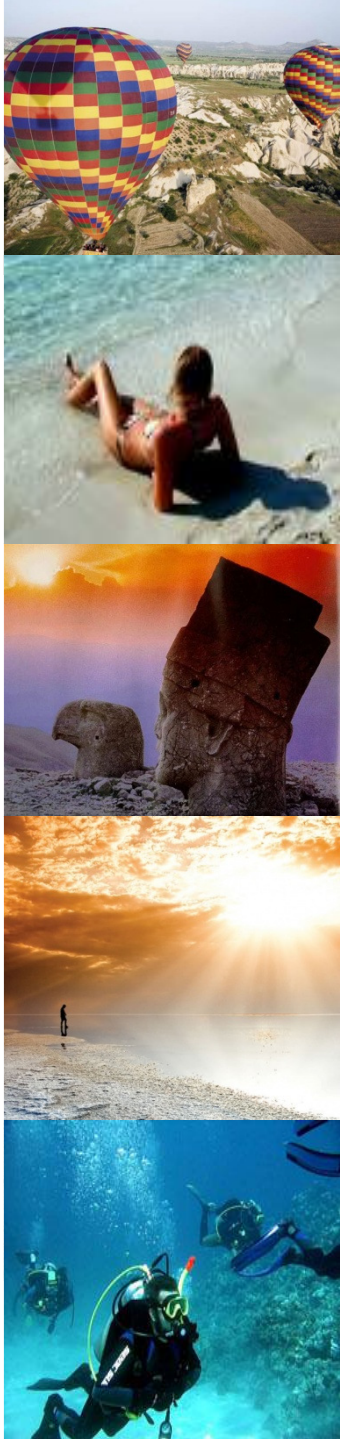
Ülke Nüfusu	65.805.027 (Ocak 2011 verileri)
Turizm Otoritesi	Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	Fransızların %40 tatile çıkmış ve bu yüzdeligin %17,9'u yurt dışını tercih etmiş. (2010)
Dış Turizm Harcaması	37,6 Milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	4.105
Fransızların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	İspanya, İtalya, Belçika, Lüksemburg, Almanya, Portekiz, İngiltere, Yunanistan, Fas, Tunus, Mısır ve Türkiye



Turist Profili

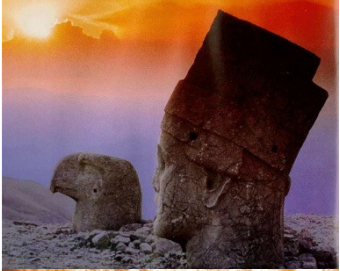
FRANSA

Ortalama Tatil Süresi	9,3 gün yurtdisi tatili
Hedef Kitle	35-64 yas gruplari arasi, orta ve üst gelir gruplari
Karar Alma Süresi	Ocak- Mart arasi: yaz tatili için Eylül: Sonbahar tatili için
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Ocak-Mart dönemi ve son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve tur operatörü aracılığıyla
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Tatil köyleri, 3-4-5 yıldızlı oteller, kamping
Seyahat Motivasyonları	Deniz, şehir turu, kültür, inanç turizmi ve sağlık turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs- Eylül



Fransa Pazarında Türkiye

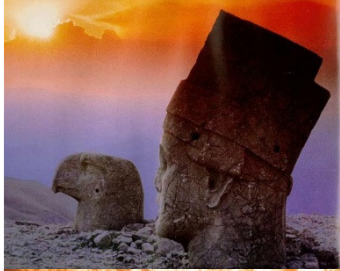
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	928.376 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 0,48
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve 2010'a göre Değişim Oranı	507.393 / % 37,56
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 3,24 ile 8. sırada (2010)
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	110
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş, şehir ve sağlık turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Bodrum, İzmir, Antalya, İstanbul ve Kapadokya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, yazılı basın, TV / Ocak- Haziran



DANİMARKA

Ülke Nüfusu	5.558.000
Turizm Otoritesi	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	15,1milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	9,7 milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	415
Danimarkalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	İsveç, Almanya,İspanya, Türkiye, Fransa, Norveç, Avusturya, İtalya, İngiltere, Hirvatistan ve Yunanistan

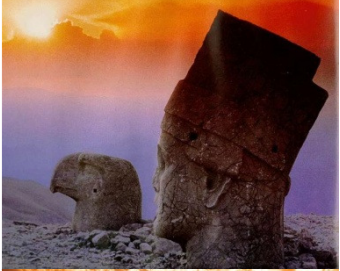




Turist Profili

DANİMARKA

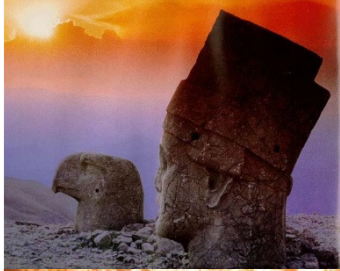
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	24 – 59 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Aralık-Mart
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 2 – 4 ay öncesi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Apart Oteller ve her şey dahil oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, sağlık (diş, göz, romatizmal tedaviler), alışveriş, golf, kültür ve eko turizm
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran – Eylül



Danimarka Pazarında Türkiye

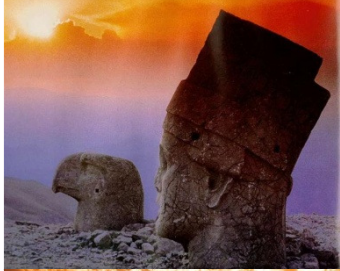
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	314.446 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 6,20
2011 İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	139.546 / % 19,32
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Oranı-Yeri	% 1,10 ile 21. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	28
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, kongre, yat, golf, inanç, sağlık turizmi ve su sporları
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Ege ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve açık hava (Aralık-Mart, Eylül-Ekim)





İSVEÇ

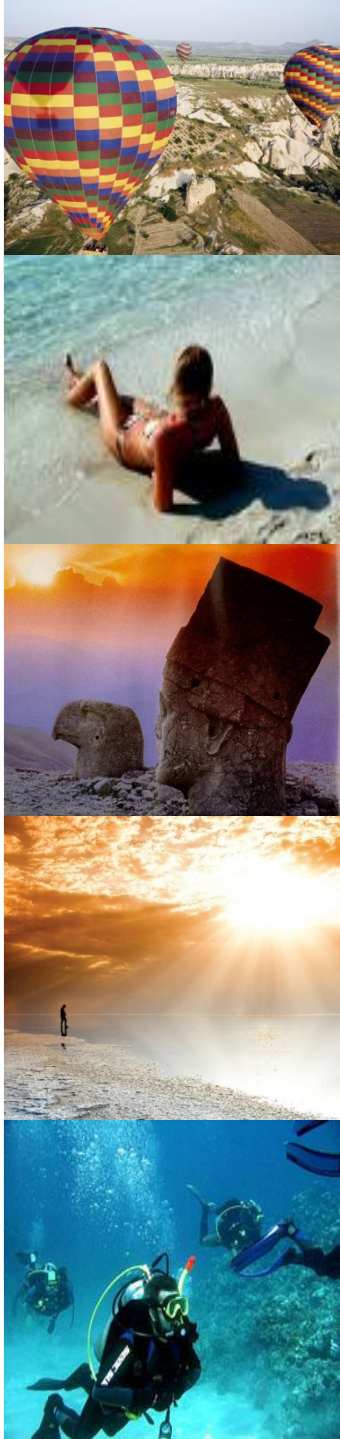
Ülke Nüfusu	9.418.732 (2010)
Turizm Otoritesi	İsveç Seyahat ve Turizm Konseyi
Yurtdışına Gerçekleştirilen Seyahat Sayısı	12.7 milyon (2008)
Dış Turizm Gideri	13,9 milyar USD (2007)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	350 (2009)
İsveçli Turistlerin En Çok Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Norveç, Almanya, Danimarka, İngiltere, Hollanda, ABD, Finlandiya, İtalya, Fransa, İsviçre, Japonya, Polonya



Turist Profili

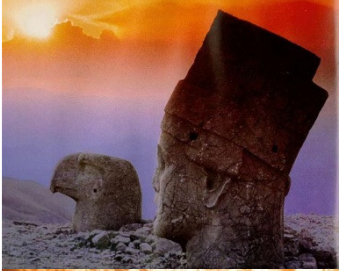
İSVEÇ

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	Orta gelir düzeyindeki çocuklu aileler (Kitle turizmi), orta ve orta yaş üzeri üst düzey gelir grubu (termal ve kültür turizmi)
Karar Alma Süresi	Ocak- Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süreleri	Ocak-Mayıs ve son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası ve internet üzerinden bireysel organizasyonlar tercih edilmekte
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Her şey dahil oteller ve apart oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, kültür, golf ve termal turizm
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Temmuz



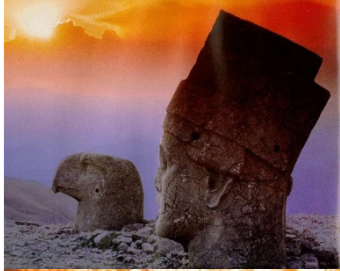
İsveç Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	447.270 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 11,33
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	226.527 / % 26,94
İsveç'te Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması	8
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	25
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür turizmi, termal turizm ve golf turizmi
Türkiye'de En Çok Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Antalya, İstanbul, Muğla, Marmaris, İzmir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, basın, açık hava, internet Ocak-Şubat, Ekim-Kasım



BELÇİKA

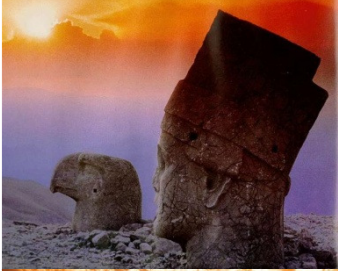
Ülke Nüfusu	10.800 000
Turizm Otoritesi	Turizm Endüstrisi Federasyonu
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	7.200.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	16.1 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1.950
Belçikalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Fransa, İspanya, Türkiye, Yunanistan, Mısır, Almanya, İtalya ve Avusturya



Turist Profili

BELÇİKA

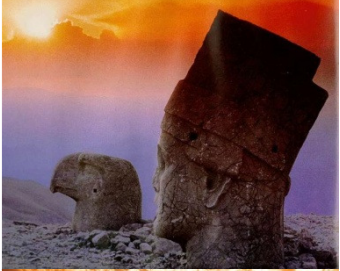
Ortalama Tatil Süresi	11,8 Gün
Hedef Kitle	24 – 59 yaş
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Ocak, kış tatili için Eylül ayları
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Uzun tatiller için 2 ay önce (yaz tatili için Şubat- Mart- Nisan ayları); kısa tatiller için son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, apart otel, ev kiralama
Seyahat Motivasyonları	Doğa, deniz-plaj, kış sporları, kongre, sağlık, golf, eko turizm ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart- Kasım



Belçika Pazarında Türkiye

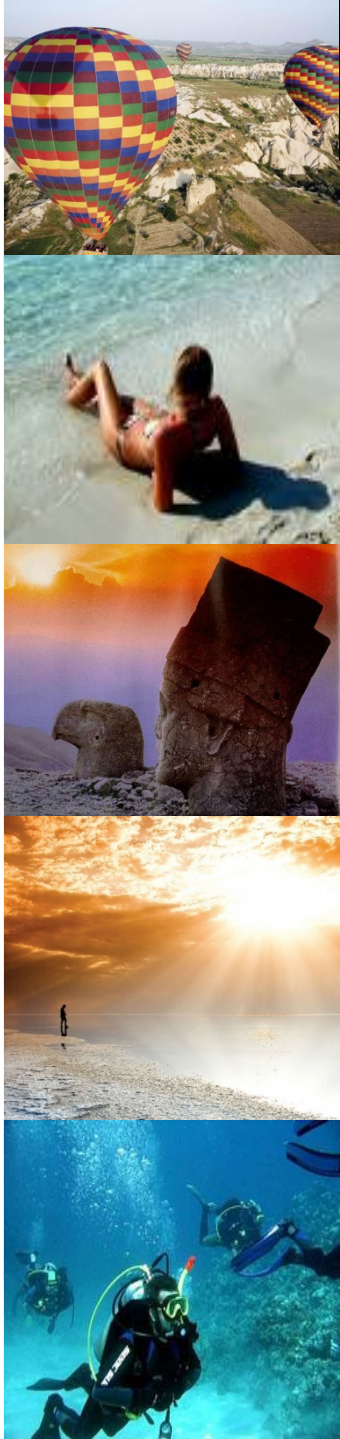
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	543.003 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 8,29
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	222.264 / % 8,13
Belçika Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	%17.82 (2008 Ekim-2009 Şubat)
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2011)	% 2.19 pay ile 12.sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	15
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, doğa, kültür ve golf turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Bodrum, İstanbul, İzmir, Marmaris ve Kapadokya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, yazılı basın/ Ocak-Haziran ve Eylül-Kasım ayları, TV





İSVİÇRE

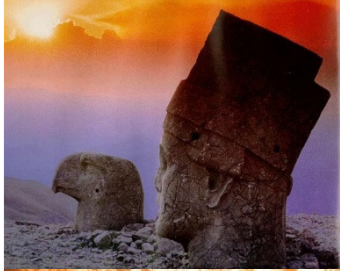
Ülke Nüfusu	7'785'806 (2009)
Turizm Otoritesi	Ekonomi Müsteşarlığı
Turizm Harcaması	10,9 milyar USD (2007)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	20,9 milyon kişi (2008), dünyada 7.
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	800
Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	1.Fransa, 2. İtalya, 3.Almanya, 4.İspanya, 5.Avusturya, 6.İngiltere, 7.Yunanistan, 8.ABD, 9. 8.Türkiye, 10. Hollanda



Turist Profili

İSVİÇRE

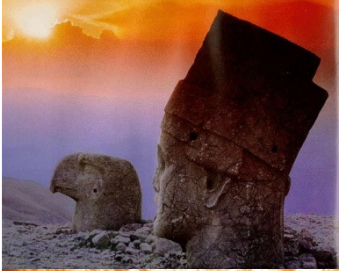
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	18-70 yaş arası
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Mart/Nisan/Mayıs; Sonbahar tatili için Ağustos/Eylül; Noel tatili için Eylül/Ekim ayları
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten yaklaşık 3-4 ay önce (%40) Seyahatten yaklaşık 2 ay önce (%25) 4 hafta önce (%18) kısa süreli tatil (%6)
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentesi, kendileri tarafından ve internet üzerinden organize edilmektedir
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	% 26; 2-3 yıldızlı oteller % 58; 4-5 yıldızlı oteller % 16; akraba/arkadaş yanı
Seyahat Motivasyonları	% 73 Dinlenme, % 63 Günlük yaşamdan uzaklaşma,% 54 Yabancı gelenekleri tanıma,% 45 Başka insanlarla tanışma % 39 Eğlenme,% 29 İhtimam görme,% 28 Sportif, % 25 Aile ve çocuklarla birlikte olma,% 11 Sağlık
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Deniz-kum-güneş, kültür turizmi, golf, termal ve kayak



İsviçre Pazarında Türkiye

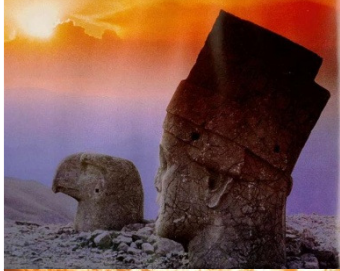
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	271.139 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% -4,21
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	116.702 / % 21,45
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	90 (Türkiye spesiialisti tur operatörleri: Bentour Türkei Reisen AG, Avrupa Reisen, Altay Reisen)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Antalya, Ege bölgesi (özellikle Bodrum ve İzmir), Kapadokya ve Doğu Bölgeler
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, yazılı basın, outdoor, internet, radyo Ocak-Haziran / Ağustos-Ekim





İTALYA

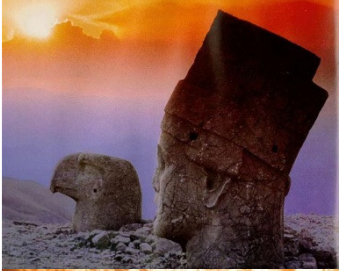
Ülke Nüfusu	60.231.214 (2009)
Turizm Otoritesi	Turizm Bakanlığı ve ENIT (Turizmde Rekabet ve Gelişme Departmanı)
Turizm Geliri	31.09 milyar Avro (2008) 28.85 milyar Avro (2009) 29.17 milyar Avro (2010)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	59.304.000 (2009) 61.531.000 (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	130 Tur operatörü 6.870 Seyahat acentesi
İtalyanların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	İsviçre, Fransa, Avusturya, Slovenya, Almanya, İspanya, Yunanistan, İngiltere, ABD ve Mısır



Turist Profili

İTALYA

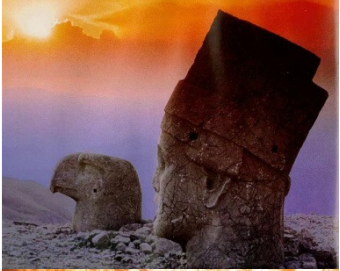
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	18-65 yaş, orta ve üst düzey gelir grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve seyahat acentası aracılığıyla
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri, butik ve apart oteller (karavanla seyahat de tercih edilmektedir)
Seyahat Motivasyonları	Doğal güzellikler (deniz-kumsal), uygun fiyat, kültürel zenginlik, spor ve eğlence, güvenlik, gözde mekan ve şehirleri gezme isteği
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Sırasıyla, Ağustos, Haziran, Eylül, Temmuz ayları en çok tercih edilmekte, daha sonra Mayıs ve Ekim ayları gelmektedir. Nisan ayı da Paskalya tatilinden dolayı önemlidir.



İtalya Pazarında Türkiye

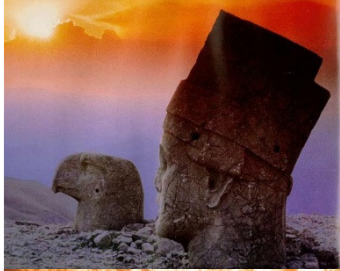
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (2010)	671.060
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 5,70
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	267.775 / % 5
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 2.34 / 10. sıra
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	23
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, inanç, şehir ve alışveriş turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Bodrum, Marmaris, Çeşme, Efes, Kapadokya, Pamukkale ve Antalya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, TV ve yazılı basın için Nisan - Mayıs dönemi ve Ekim ayı; açık hava için Mayıs-Temmuz arası





SIRBİSTAN

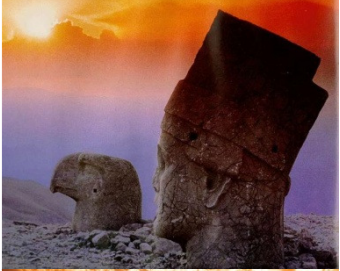
Ülke Nüfusu	7.498.001
Turizm Otoritesi	Sırbistan Cumhuriyeti Ekonomi ve Bölgesel Kalkınma Bakanlığı, Turizm Sektörü
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	578.997 (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1250
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Yunanistan, Karadağ, Türkiye, Hırvatistan, Mısır, Tunus



Turist Profili

SIRBİSTAN

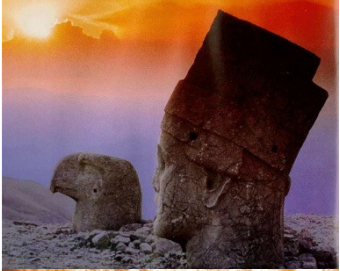
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	Gelir ve eğitim düzeyi yüksek, seyahat etmeyi seven, 25 yaş üstü kişiler
Karar Alma Süresi	Mart-Haziran
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü ve seyahat acentaları aracılığı ile
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Paket tur ile satılan her şey dahil oteller
Seyahat Amaçları	Deniz-kum-güneş, kültür, alışveriş, kayak
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Eylül ve kayak tatili için Kasım-Mart



Sırbistan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	113.465 kişi (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	% 11,02
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	53.299 / %26,47
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 40
Paket Tur Sıralaması (2010)	Yunanistan'dan sonra 2. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	Acenta:1250 Tur Operatörü: 8
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş ve kültür turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, İstanbul, Kuşadası, Marmaris, Çeşme, Bodrum
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve açık hava; en etkin reklam dönemi Mart-Haziran

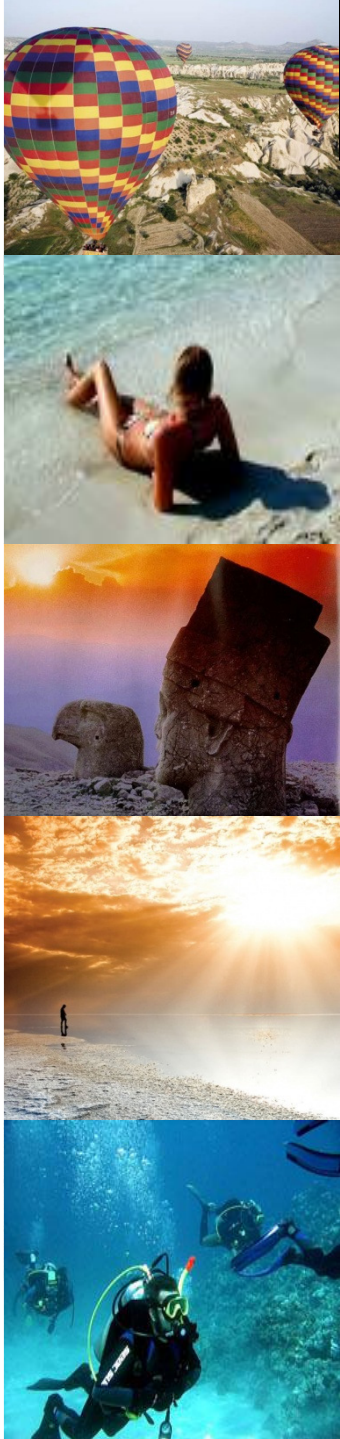




BULGARİSTAN

Ülke Nüfusu	7,093,635
Turizm Otoritesi	Ekonomi, Enerji ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	3 675 936
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2500
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Yunanistan, Türkiye, Romanya, Makedonya, Sırbistan

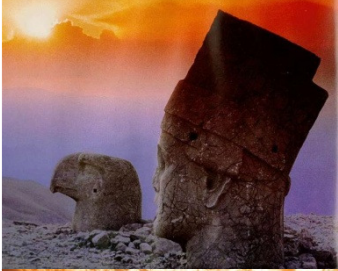




Turist Profili

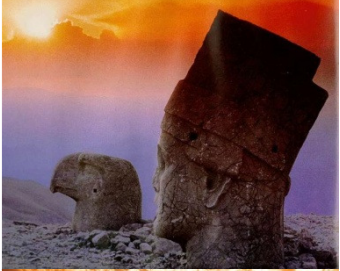
BULGARİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-44 ve 46-64 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Ocak-Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %80 ve diğer %20
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Büyük ölçüde arkadaş ve akraba evlerini, otel ve kiralık evleri tercih etmektedirler. Her gelir düzeyli turist mevcuttur. Ancak genellikle 3-4 yıldızlı oteller, paket programlar tercih edilmektedir. Gelişmekte olan ekonominin etkisiyle Bulgar vatandaşlarının seyahat etme güçleri ve talepleri son yıllarda artış gösteriyor. Dolayısıyla 4-5 yıldızlı otellerde konaklama artmaktadır.
Seyahat Amaçları	Deniz, kültür, alışveriş,din
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Eylül, Aralık ayları



Bulgaristan Pazarında Türkiye

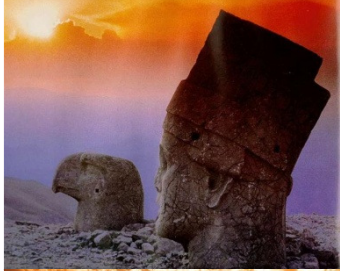
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	1 433 970 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	%1.95
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	555 216 / %10.02
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	%5.01, 5. Sıra
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş,din
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Geçmişte daha ziyade Efes ve Kuşadası (Meryem Ana'ya olan ilgi nedeniyle) yoğun iken son yıllarda Charter seferlerinin başlamasıyla (Antalya , Bodrum, İzmir), ayrıca hafta sonları İstanbul turlarına ilgi büyüktür. Kapadokya potansiyel destinasyondur.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Nisan-Temmuz / Outdoor, TV, Basın



ROMANYA

Ülke Nüfusu	21,904,551
Turizm Otoritesi	Bölgesel kalkınma ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	5 786 047
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2500
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	1.İspanya, 2.Türkiye 3.Yunanistan sıralanmaktadır. Ayrıca İtalya, Hırvatistan, Mısır ve Bulgaristan ziyaret edilen ülkeler arasındadır.



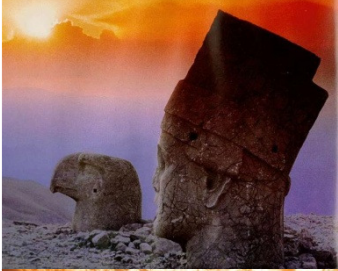


Turist Profili

ROMANYA

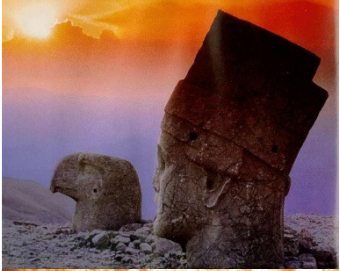
Ortalama Tatil Süresi	7-15 gün
Hedef Kitle	35 yaş üstü çocuklu aileler (%80) ve genç evli çiftler (%20) ziyaret etmektedir.
Karar Alma Süresi	Ocak-Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %75, diğer %15, online%10
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Romen turistler Türkiye'yi ziyaretlerinde 3-4-5 yıldızlı otelleri tercih etmektedirler..
Seyahat Amaçları	Romenlerin ülkemizi tercihlerinde coğrafi yakınlık, vize sorunun olmaması, iklim güzelliği, herşey dahil konseptinin yaygınlığı, fiyatların uygunluğu ve hizmet kalitesi rol oynamaktadır.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz-Ağustos ayları





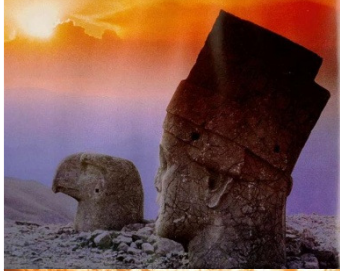
Romanya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	355 144
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı – 2010/2009	- 3,15 %
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	98.173 / 13,18 %
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	-
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş, din Romen turistlerin Türkiye'yi tercihlerindeki birinci sebep kitle turizmine yönelik all inclusive sisteminin benimsendiği tatil anlayışıdır.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya (%60 Kemer, Belek, Side, Alanya) olmakla birlikte Antalya'yı Marmaris, Fethiye ve Bodrum takip etmektedir. Ayrıca Bükreş'ten karayolu ile Çanakkale , İstanbul, Kuşadasını içeren 7 gece konaklamalı Ege Turu ilgi görmektedir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Mart-Haziran / Outdoor ve TV



YUNANİSTAN

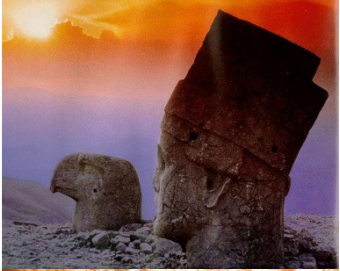
Ülke Nüfusu	10,760,136
Turizm Otoritesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2.700
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Avrupa ve Akdeniz. En çok Fransa-Paris, İspanya-Mayorka, Tenerife, İtalya, Tunus, Mısır, Fas.



Turist Profili

YUNANİSTAN

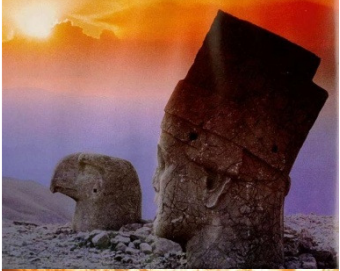
Ortalama Tatil Süresi	1 hafta veya 3-4 gece konaklamalı kısa tatilleri tercih ediyorlar. Kısa tatillerde İstanbul.
Hedef Kitle	25-34 yaş evli/bekar.
Karar Alma Süresi	Ocak-Mart
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %80, diğer %20
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4 yıldızlı şehir otelleri, paket turlar dahilindeki oteller, her şey dahil 4-5 yıldızlı tesisler.
Seyahat Amaçları	Tarihi yerler, kültür, alışveriş, gastronomi, gece hayatı, doğa ve spor türleri, şehir turları, yaz/deniz/yat tatilleri. Ancak kültürel ve dini turlar deniz tatilinden daha fazla ilgi çekmektedir yanı sıra uygun fiyat.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart-Ağustos, Ekim-Kasım



Yunanistan Pazarında Türkiye

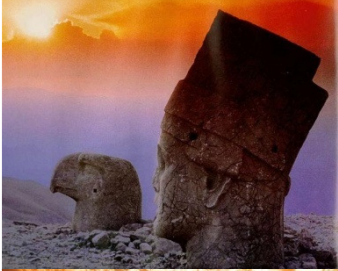
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	670 297
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	8.72 %
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	314 798/ % 9.72
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	-
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	60
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	kültürel ve dini turlar deniz tatilinden daha fazla ilgi çekmektedir yanı sıra uygun fiyat.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kuşadası, Bodrum, Çeşme, Marmaris gibi Ege destinasyonları ve Karadeniz bölgesi. Kapadokya ve Doğu Anadolu (Nemrut) potansiyeldir.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Mart-Haziran Basın ve Outdoor





POLONYA

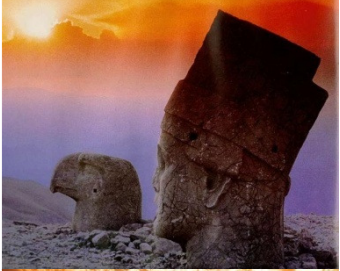
Ülke Nüfusu	38.463.689 (2010 yılı Ocak ayı)
Turizm Otoritesi	Spor ve Turizm Bakanlığı Turizm Departmanı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı (Paket Tur)	3.400.000
Dış Turizm Harcaması (Paket Tur.)	3 milyar USD (2010)



Turist Profili

POLONYA

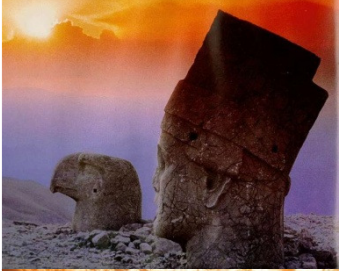
Hedef Kitle	18-50 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1- 6 ay öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Erken Rezervasyon Oranı; %25-30
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü (Polonya içi dahil)	Münferit: % 40 Seyahat acenteleri: % 52 internet: % 6 Diğer: % 2
Tercih Ettikleri Konaklama Türü (Polonya içi dahil)	Paket tur dahilindeki oteller: % 58 Yazlık ev, misafirhane: % 20 Karavan-çadır: % 15 Diğer: % 7
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, macera ve doğa turizmi, kültür turları ve aktif seyahat
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Ekim Dönemi: % 77,16 Diğer Dönemler: % 22,84



Polonya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	428.275 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2010/2009	% 2,10
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	177.965 (% 25,62)
Ülkede Türkiye'nin Pazar Payı Oranı (2010 yılı)	% 13
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Büyük Tur Operatörü Sayısı	10
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, aktif seyahatler, macera turizmi ve kültür turları
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	%60 Akdeniz, %22 Marmara, %18 Ege
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Televizyon (Mart),Yazılı Basın (Mart-Haziran), Açık hava (Mart-Haziran), İnternet (Nisan-Haziran)





FİNLANDİYA

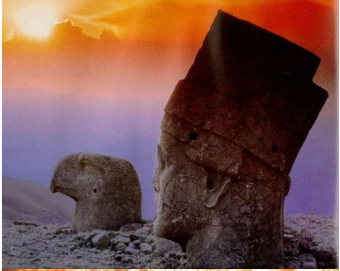
Ülke Nüfusu	5.376.891
Turizm Otoritesi	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (Finlandiya Turizm Kurulu)
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	11.992,291 (2010)
Dış Turizm Gideri	4.484 milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	270 (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Ispanya, Yunanistan, Türkiye, ABD, Avusturya, Taylan, Misir, Bulgaristan, Hollanda, Portekiz, Polonya, İsviçre ,İtalya (2010)



Turist Profili

FİNLANDİYA

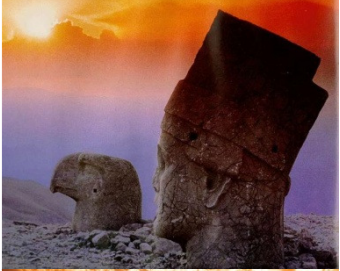
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	30-55 ve 55+ yaş grupları, çocuklu aileler
Karar Alma Süresi	Ekim-Kasım, Ocak-Mart Dönemi, Haziran-Temmuz ve son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Karar alma süresiyle paralellik göstermekte
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur ope./ace. aracılığıyla paket tur (%85) Münferit seyahat (%15)
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	2-4 yıldızlı Otel (%65), Tatil Köyü (%10), Apart (%20) % 5 herşey dahil sistemi
Seyahat Motivasyonları	Eğlenme-dinlenme (%62) , golf basta olmak üzere yatçılık,spa ve inanç turizmi(%19) iş seyahati amaçlı (%13)ö alıs-veriş ve popüler mekan (%12), şehir eksenli kültür turizmi (%12)
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat, Nisan-Ekim



Finlandiya Pazarında Türkiye

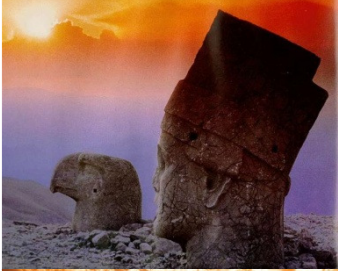
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	143.204 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 4,92
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	84.745 (%39,88)
2010 Paket Tur Sıralaması	3. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı (2010)	13
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, şehir turizmi (özellikle İstanbul), golf, dalış, yelken, yamaç paraşütü, yatçılık ve doğa
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Alanya (%31), Marmaris (%11), İstanbul (%15), Fethiye (%8), Belek (%7) ve Bodrum (%6), Side (%5), Antalya (%6), Kemer(%5), Kas-Kalkan (%6)
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, basın, açık hava/ Ekim-Aralık dönemi





AVUSTURYA

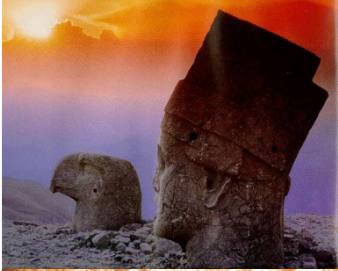
Ülke Nüfusu	8.404.252 (2010)
Turizm Otoritesi	Avusturya Ulusal Turizm Ofisi (ANTO)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	5,2 milyon kişi, 16,9 milyon seyahat (Kaynak: İstatistik Avusturya, 2010)
Dış Turizm Harcaması	7,71 milyar € (2010)
Avusturyalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları (2010)	1. İtalya (%19), 2. Hırvatistan (%12), 3. İspanya (%8) 4. TÜRKİYE (%6), 5. Yunanistan (%5), 6. Mısır (%4), diğerleri (%46) (4 gün ve üzeri seyahatler, Kaynak: İstatistik Avusturya 2010)



Turist Profili

AVUSTURYA

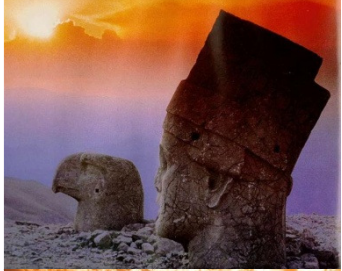
Ortalama Tatil Süresi	7 gün (Kaynak: İstatistik Avusturya 2010)
Hedef Kitle Yaş Grubu	14 - 65
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için kararları Aralık ve Şubat ayları arasında belirginleşmekle birlikte kısa süreli son dakika rezervasyonları da ağırlık kazanmaktadır.
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Ocak –Mart
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	% 46,3' ü (4-5 yıldızlı) Oteller, Club oteller ve Pansiyonlar, % 34,5' i , Tanıdık - Akraba ve yazlık, % 19,2' si Diğer (Apart Otel, Kür merkezi, Kamping)
Seyahat Motivasyonları	Sıcak iklim, deniz, spor, kültür, alışveriş, gastronomi, spor
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	%78'i yaz, %22'si kış. Bunların %36,5'si Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında, yurtdışı seyahatler ağırlıklı olarak Mayıs-Eylül aylarında yapılmaktadır.



Avusturya Pazarında Türkiye

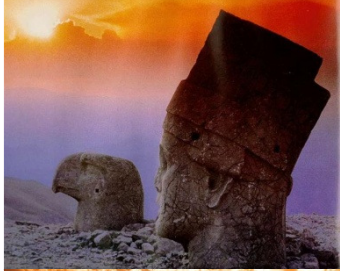
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	500.321
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 8,72
2011 Yılları İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	200.439 / % 14,66
Avusturya Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	% 6 pazar payı ile tercih edilen destinasyonlar arasında 4. sırada
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 1,75 ile 15. sırada
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür/Şehir Turları (%30), Wellness (%15), Deniz Tatili (%20), Uzak Destinasyon/Lüks Tatil (%23)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Muğla, İstanbul ve Kapadokya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, yazılı basın, açık hava (billboard, magaboard, citylight, infoscreen, toplu taşıma araçları), tur operatörleri katalogları ve fuar reklamları, internet Ocak- Mayıs ve Sonbahar dönemi
Yürütülen Tanıtım Kampanyaları	Açık hava, yazılı basın, internet, birlikte reklam/ Ocak-Mayıs ve Sonbahar dönemi





ÇİN

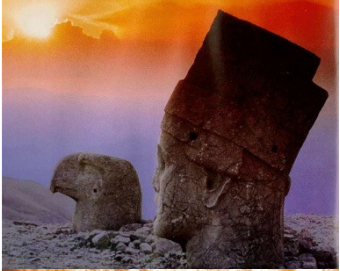
Ülke Nüfusu	1,3 milyar
Turizm Otoritesi	Çin Milli Turizm Yönetimi CNTA
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	66.000.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	55 milyar USD
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	528
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Hong Kong ve Makao B., Japonya, G. Kore, Tayland, Malezya, Singapur, Avustralya, K. Kore, ABD, Almanya, Fransa ve İngiltere



Turist Profili

ÇİN

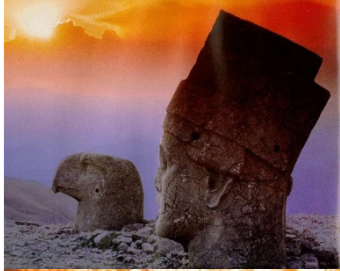
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	20 – 40 yaş grubu (Beyaz yakalılar ve memurlar)
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 1 ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, lüks butik oteller
Seyahat Motivasyonları	Grup halinde birden fazla destinasyon görmek, kültür, gastronomi, alışveriş, fotoğraf ve müze ziyaretleri
Ziyaret Ediş Amacı	Kültür turizmi, iş seyahatleri, alışveriş ve şehir turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat, Mayıs ve Ekim



Çin Pazarında Türkiye

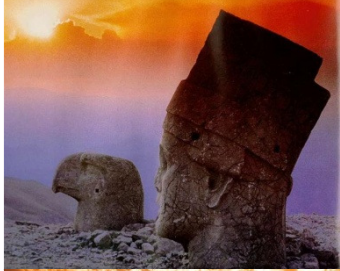
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	77.142 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 11.26
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	43.535 (% 21.65)
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Say.	50
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Tarih, kültür, alışveriş ve marka destinasyonları görme
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Ege Bölgesi, Antalya, Kapadokya ve Pamukkale
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, televizyon, yazılı basın ve açık hava (Ocak - Eylül dönemi)





İSRAİL

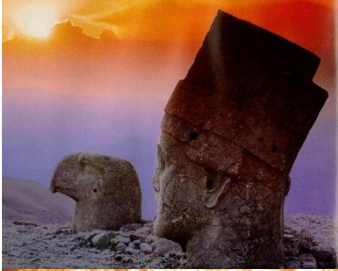
Ülke Nüfusu	7.695.000 (2010 sonu) (% 20 si Arap)
Turizm Otoritesi	İsrail Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	4.280.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	3,5 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	22 tur operatörü 590 seyahat acentesi
Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, ABD, İngiltere, Fransa, bulgaristan, İtalya, Rusya, Yunanistan



Turist Profili

İSRAİL

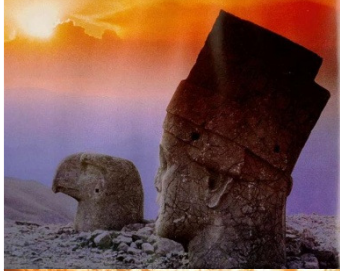
Ortalama Tatil Süresi	6 gün
Hedef Kitle	15-64 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri
Seyahat Amacı	Deniz-kum-güneş, kültür/inanç turizmi, kış sporları, spa-wellness ve macera turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Özellikle uzun dini bayram dönemleri olan Nisan ve Ekim ayları ile yaz dönemi



İsrail Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	109.559 (2010) kriz öncesinde 550.000
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 64.84
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	36.721 / % - 51,08
İsrail Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)	% 1.6 ile 7. sırada (krizden önce 1. sıradaydık)
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 1,15
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	4 tur operatörü ve 20 seyahat acentesi (2010)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür, termal, doğa ve macera turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Ege Sahilleri, İstanbul, Kapadokya ve Karadeniz
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, açık hava, internet ve yazılı basın Mart- Ekim dönemi

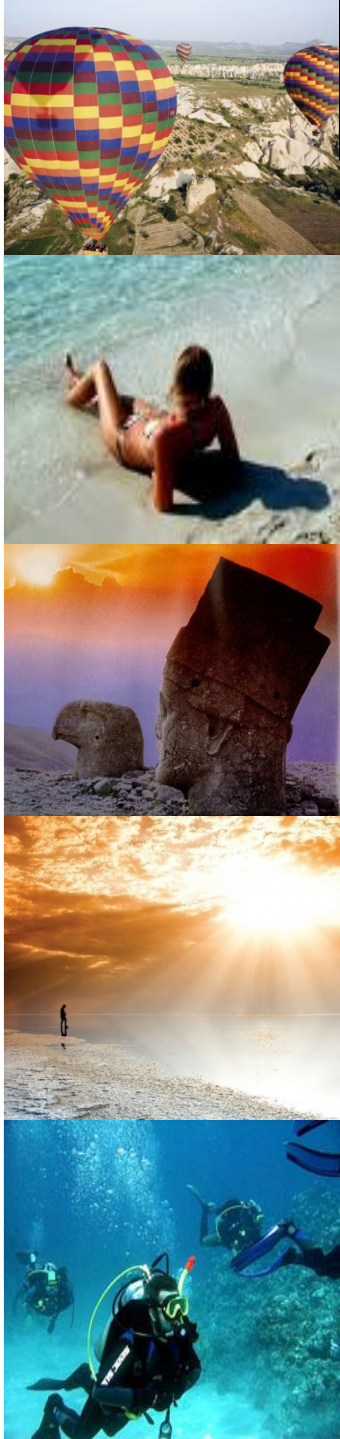




AZERBAIJAN

Ülke Nüfusu	9.150.000
Turizm Otoritesi	Medeniyet ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	2.362.475 (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	216
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Rusya Federasyonu, Gürcistan, İran, Türkiye, Ukrayna ve Özbekistan

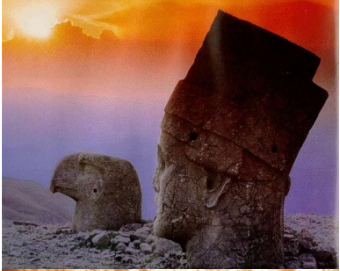




Turist Profili

AZERBAYCAN

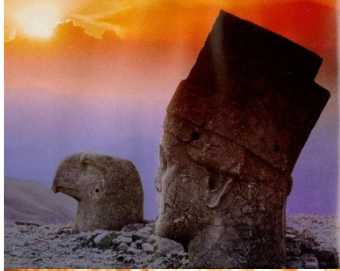
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-45 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten 2-4 hafta öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 1-2 hafta öncesi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri aracılığıyla ve doğrudan
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4-5 yıldızlı oteller
Ziyaret Ediş Amacı	Deniz, doğa, tarihi yerleri görme ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Ağustos



Azerbaycan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	486.381 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 14,67
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	281.137/ % 38,97
2006 Paket Tur Sıralaması	1. sıra
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	44
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Dinlenme, ticaret (bavul ticareti), kış turizmi, fuar, sergi, iş görüşmesi ve bilimsel amaçlı seyahatler
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kemer, Antalya, Bodrum ve Çeşme
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV reklamları (Mart-Haziran) Açık hava



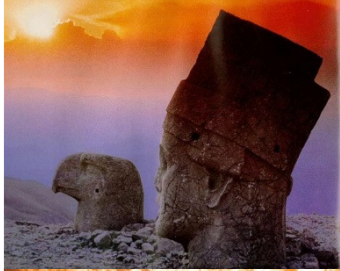


Turist Profili

B.A.E.

Ülke Nüfusu	6.900.000 (2010) 16.5% Emirlik halkı, 83.5% Güneydoğu Asya kökenliler (Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Filipinler, Tayland, Çin Halk Cumhuriyeti, İran) ve Batı Avrupalılar
Dış Turizm Harcaması	8,8 milyar USD
Ortalama Tatil Süresi	1 Hafta
Hedef Kitle	30 yaş ve üzeri gelir düzeyi yüksek aileler
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller
Seyahat Motivasyonları	Doğa, tarih, kültür ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan - Ağustos

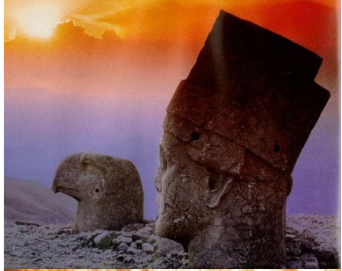




B.A.E. Pazarında Türkiye

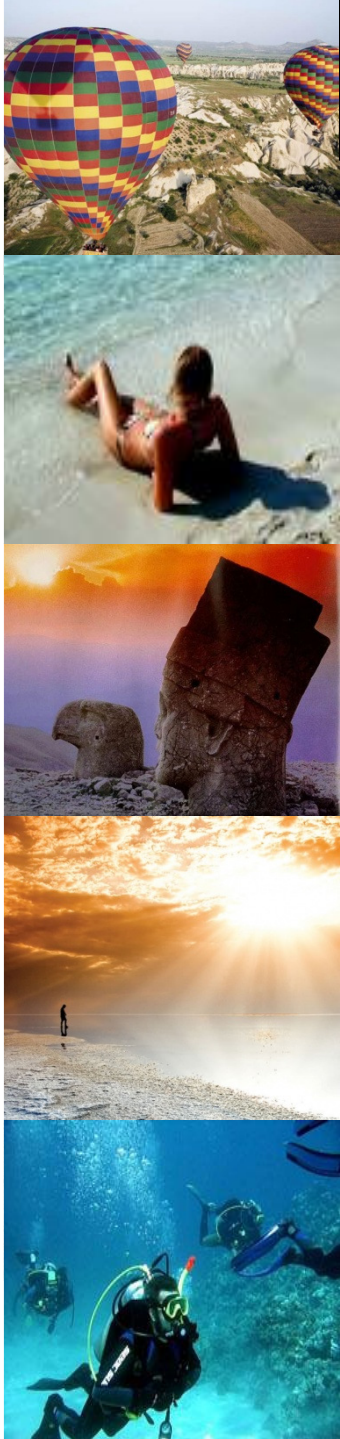
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	30.480 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 38,23
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	12.611 (41.70)





MISIR

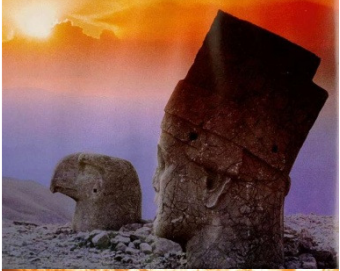
Ülke Nüfusu	80.510.335 (07/2011)
Turizm Otoritesi	Mısır Turizm Bakanlığı Mısır Turizmi Geliştirme Örgütü Mısır Seyahat Acenteleri Birliği Mısır Turizm Federasyonu Mısır Otelciler Birliği
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	4.5 milyon
Dış Turizm Harcaması	2.9 milyar USD
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1176 (2011)
Mısırlıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Arap Ülkeleri (özellikle B.A.E. ve Suudi Arabistan) ve Avrupa ülkeleri



Turist Profili

MISIR

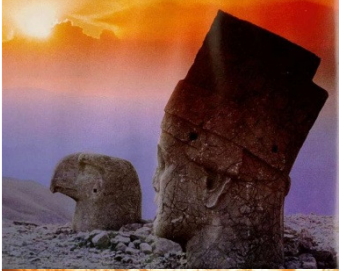
Ortalama Tatil Süresi	İki Hafta
Hedef Kitle Yaş Grubu	15-45 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mayıs-Haziran
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri, Bireysel
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel ve tatil köyleri, pansiyon ve apart otel
Seyahat Amacı	Kültür, alışveriş ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Temmuz / Eylül (Ramazan nedeniyle Ağustos ayında ülkeden turist çıkışının önemli ölçüde düşeceği beklenmektedir.)



Mısır Pazarında Türkiye

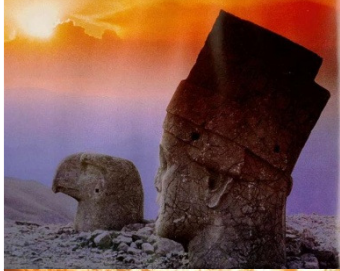
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	61.560 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% - 8
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	30.041 / % 27,59
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür, alışveriş, inanç ve deniz
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Antalya, Muğla, Bursa ve Konya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava, yazılı basın, TV, internet ve Radyo / Mayıs-Temmuz





JAPONYA

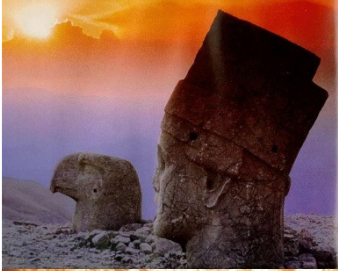
Ülke Nüfusu	127.960.000
Turizm Otoritesi	Kara, Altyapı ve Ulaştırma ve Turizm Bakanlığı; Ulusal Turizm Ofisi
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	16.637.000 (2010)
Dış Turizm Gideri	25.847.026.388 USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	Yurt dışına yönelik faaliyeti olan acente: 769 Tur Operatörü: 143
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Çin, G. Kore, ABD (Hawaii), Hong Kong, Tayvan, Tayland, Avrupa'da: Fransa, Almanya, İtalya, İspanya



Turist Profili

JAPONYA

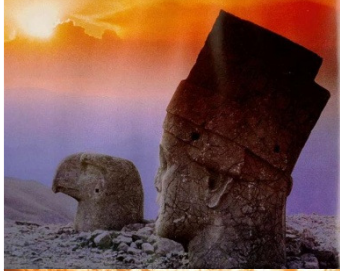
Ortalama Tatil Süresi	5-7 gün, Uzak Destinasyonlarda 8-14 gün
Hedef Kitle	30 yaş üstü bayanlar, 50 yaş üstü gelir ve kültürel seviyesi yüksek bay ve bayanlar, Gençler
Karar Alma Süresi	Seyahatten 2-3 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten en az 1 ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet %51.7, seyahat acentaları %21.3
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Lüks oteller
Seyahat Motivasyonları	Doğa ve manzara Tarihi ve mimari değerler Yerel mutfak Alışveriş Değişik kültürleri tanımak
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart - Mayıs ve Ağustos-Ekim dönemi



Japonya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	195.404
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2009/ 2008	% 32.35
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	85.968 / % - 7,11
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	Seyahat Acentesi: 68 Tur Operatörü: 24
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür, tarih ve doğa
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kapadokya, Denizli, Çanakkale, Pamukkale, Safranbolu, İzmir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, yazılı basın, TV, açık hava/ Şubat-Nisan, Haziran-Temmuz,

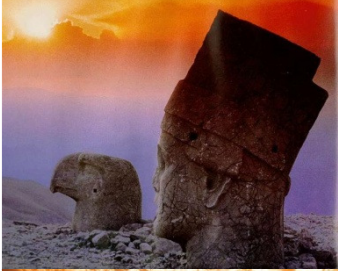




KIRGIZİSTAN

Ülke Nüfusu	5 418 299
Turizm Otoritesi	Kırgızistan Ekonomi Düzenleme Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	25 359 (2011 Ocak-Haziran)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	10 tur operatörü 196 seyahat acentesi
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Türkiye, Kazakistan, Rusya, Çin, BAE, Çek Cumhuriyeti, Mısır, Fransa

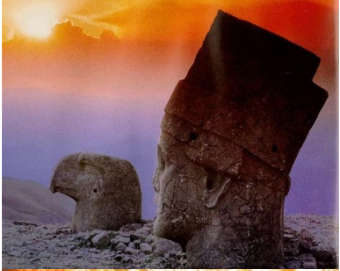




Turist Profili

KIRGIZİSTAN

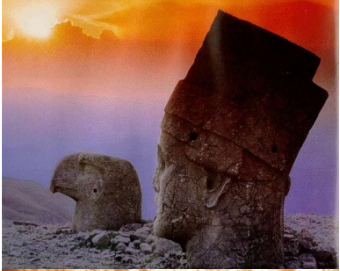
Ortalama Tatil Süresi	7-10 gün
Hedef Kitle	16-50 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten bir hafta önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Pansiyon, Tatil köyleri ve 3,4,5 Yıldızlı Oteller
Ziyaret Ediş Amacı	Tatil, dinlenme ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Ağustos



Kırgızistan Pazarında Türkiye

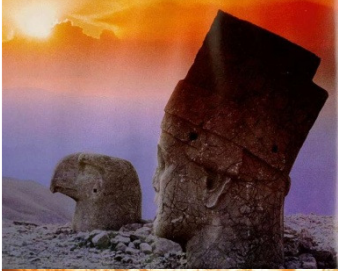
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	35.665 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 12,76
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	20.832 / % 36,89
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	52
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Tatil, ticaret (alışveriş), kültür, inanç turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, İzmir, Antalya, Erzurum ve Ankara
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV Kanalı, İnternet, Basın, Billboard (Mart-Ekim)





KAZAKİSTAN

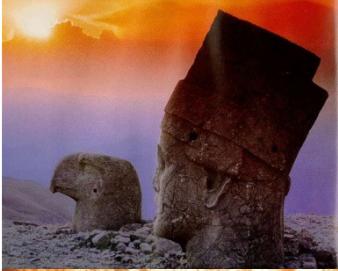
Ülke Nüfusu	16.417.000
Turizm Otoritesi	Kazakistan Cumhuriyeti Turizm ve Spor Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	500.000 (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1.163
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Türkiye, Tayland, BAE, Çek Cumhuriyeti, Mısır, İtalya ve Fransa



Turist Profili

KAZAKİSTAN

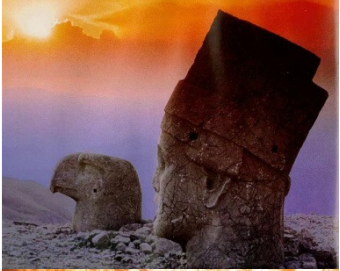
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	16-40 yaş grubu ve çocuklu aileler
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten iki hafta veya bir ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	5 Yıldızlı Oteller ve tatil köyleri
Ziyaret Ediş Amacı	Tatil, dinlenme, iş ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Ağustos



Kazakistan Pazarında Türkiye

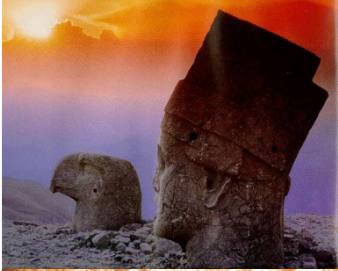
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	247.784 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 12,91
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	119.763 / % 26,85
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	700
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Dinlenme, alışveriş, eğlence , iş seyahatleri
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Bodrum, Marmaris ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve Outdoor reklamları (Nisan-Temmuz)





MALEZYA

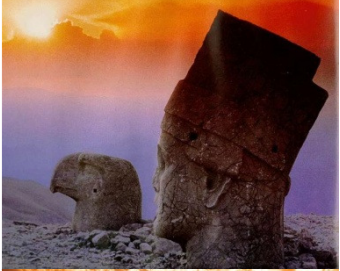
Ülke Nüfusu	28.590.000 (2010)
Turizm Otoritesi	Malezya Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	7.013.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	6.6 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2.739 (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Tayland, Çin, Endonezya, Singapur, Hong Kong, Avusturalya, Hindistan, Vietnam, Tayvan ve Güney Kore



Turist Profili

MALEZYA

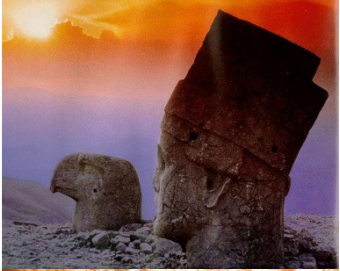
Ortalama Tatil Süresi	10-15 gün
Hedef Kitle	19 yaş altı (%0,4) 19-24 yaş (%5.0) 25-34 yaş (%36.7) 35-44 yaş (%36.6) 45-54 yaş (%13.8) 55 yaş ve üstü (%7.5)
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1-2 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel
Seyahat Motivasyonları	Tarihi, kültürel ve dini yerleri ziyaret, alışveriş.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Resmi tatiller ve okul tatilleri (Kasım-Aralık, Şubat-Mart, Mayıs-Temmuz)



Malezya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	32.458 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 9.81
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	19.067 / % 20,30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Tarihi, kültürel ve dini yerleri ziyaret, alışveriş.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kapadokya, Bursa, Ankara, Konya, Pamukkale, İzmir ve Çanakkale.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, gazete reklamları ve açık hava reklamları. Mart – Kasım arası.





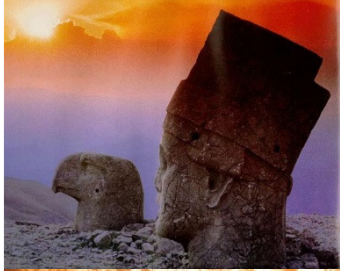
ÖZBEKİSTAN

Ülke Nüfusu	28.128 milyon
Turizm Otoritesi	Özbekistan Turizm Milli Kumpanyası
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	114

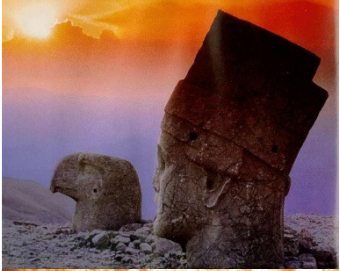


Turist Profili

ÖZBEKİSTAN



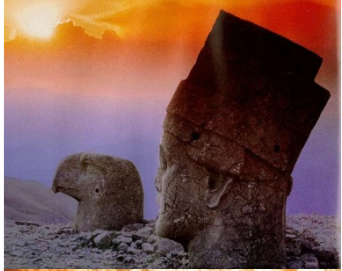
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	25 - 50 yaş grubu
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahat amaçlı, Mayıs – Ekim; Ticaret amaçlı, tüm yıl boyunca
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel ve tatil köyü
Seyahat Motivasyonları	Tatil ve iş turizmi, ticaret
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs – Ekim



Özbekistan Pazarında Türkiye

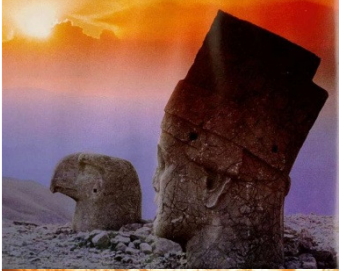
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	68.124 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 7,83
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	38.045 / % 36,45
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	20
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Dinlenme, ticaret (bavul ticareti), fuar, sergi, iş görüşmesi ve bilimsel amaçlı seyahatler
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Bodrum, Çeşme, İzmir ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV reklamları (Ocak-Haziran)





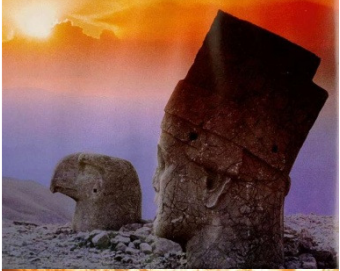
HİNDİSTAN

Ülke Nüfusu	1,21 Milyar (2011)
Turizm Otoritesi	Hindistan Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Turist Sayısı	12 milyon (2010)
Dış Turizm Harcaması	12,4 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	6.000 (Yaklaşık yarısı IATA üyesi. Toplamda %20'si outbound çalışıyor)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Singapur, Malezya, Tayland, Hong Kong & Macau, Dubai, Avrupa (başta İngiltere, İsviçre olmak üzere), Avustralya, ABD ve Kanada



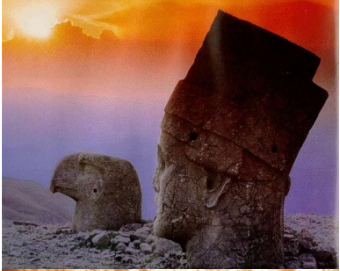
HİNDİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	5-7 gün
Hedef Kitle	30-65 yaş arası
Karar Alma Süresi	Seyahat öncesi 1 haftadan 1 aya kadar
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahat öncesi 1 haftadan 1 aya kadar
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller (üst gelir grupları hariç Avrupa için genelde 4 yıldızlı oteller) ve butik oteller
Seyahat Motivasyonları	Moda / pahalı destinasyonlara seyahat (statü göstergesi), Tarihi değerleri ve farklı kültürleri görme
Ziyaret Ediş Amacı	Eğlence, iş, akraba-eş-dost ziyareti, alışveriş, balayı ve kongre turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Haziran, Eylül – Ekim ve Aralık sonu – Ocak başları



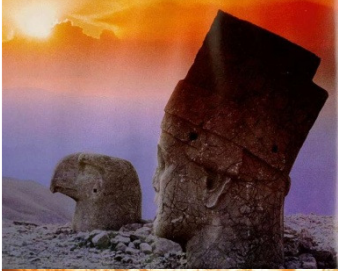
Hindistan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	63.406 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/2009	% 15,05
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	36.406 / % 24.70
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Say.	Ülke düzeyinde irili ufaklı yaklaşık 300 seyahat acentesinin Türkiye operasyonu var
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Gezme ve rahatlama, Alışveriş, Tarih ve Kültür, Balayı, Kongre turizmi
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, yazılı basın, açık hava reklamları Mart -Nisan ve Ağustos-Ekim dönemleri



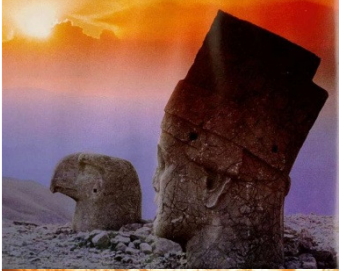
SUUDİ ARABİSTAN

Ülke Nüfusu	27,136 milyon (8,429 milyon yabancı)
Turizm Otoritesi	Arabistan Turizm ve Kültürel Varlıklar Üst Kurulu
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	7,551 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	6 Milyar Dolar (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Dubai, Türkiye, Malezya , Endonezya ve Avrupa ülkeleri (Avusturya, Almanya, Fransa vs.)



SUUDİ ARABİSTAN

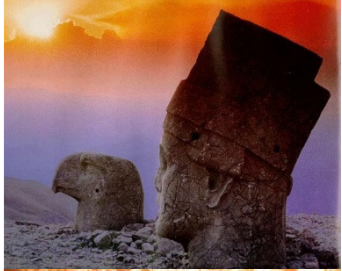
Ortalama Tatil Süresi	18 gün
Hedef Kitle Yaş Grubu	18-65 yaşlar arası
Karar Alma Süresi	Nisan-Mayıs ayları arası
Rezervasyon Yaptırma Süresi	kimi örneklerde Mayıs ayında ve ağırlıklı olarak da Mayıs ayı sonu-Haziran ayı içerisinde, fakat genellikle Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Sırasıyla havayolu firmalarıyla temas, seyahat acenteleriyle temas, doğrudan otelle temas ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü (2010)	sırasıyla özel/ev (% 50,4), pansiyon (% 25,6: 1.547.000), otel (% 23,7) ve diğerleri (% 1,2) şeklindedir
Seyahat Amaçları (2009)	% 80.5 eğlence/tatil, % 12.7 yakınları ziyaret, % 2.9 iş ve % 3.9 diğer
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	İlk Yarı Yıl Tatili (02-11 Şubat 2011), İkinci Yarı Yıl Tatili (06-15 Nisan 2011), okulların tatil olduğu Yaz Tatili (22 Haziran-10 Eylül 2011), Ramazan Bayramı tatili (yaklaşık on gün), Kurban Bayramı tatili (01-11 Kasım 2011: yaklaşık on gün) dönemleridir. Dolayısıyla turizm mevsiminin en yüksek ayları Temmuz-Eylül ayları arasındır. (SCTA)



Suudi Arabistan Pazarında Türkiye

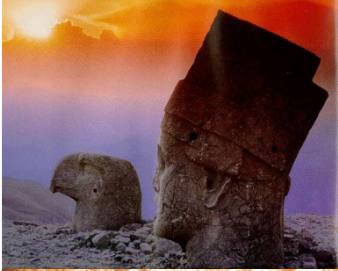
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	84.934 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı- 2010/2009	% 26,88
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	41.394 / % 105,92
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 0,30
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	100
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Bursa, Yalova, Bolu, Trabzon, Hatay-Mersin, Antalya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Yazılı Basın, Indoor, TV, Nisan-Haziran
Yürütülen Tanıtım Kampanyaları	Yazılı Basın, Indoor, TV, Internet





MAKEDONYA

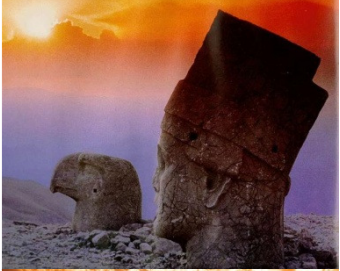
Ülke Nüfusu	2.066.718
Turizm Otoritesi	Ekonomi Bakanlığı ATAM (Makedonya Seyahat Acenteleri Birliği) Turizm İktisat Odası
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	460



Turist Profili

MAKEDONYA

Ortalama Tatil Süresi	15 gün
Hedef Kitle	18-50 yaş grubu
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel, motel ve pansiyon
Seyahat Motivasyonları	Kültür, doğa turizmi ve iş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	• 15 Haziran – 15 Ağustos arası, • Yılbaşı ve sonrası dönem (Ortodoks noeli), • Arnavut, Türk, Törbeş, Boşnak Müslüman nüfus için Ramazan bayramı dönemi



Makedonya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	115.541
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 7,59
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	38.786 / 9,12 %
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	20
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz ve diğer bölgeler
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava/ Yazılı ve görsel basın, Mart –Haziran, Eylül-Ekim

