

ILTM
CANNES

ILTM CANNES TURİZM FUARI RAPORU

2024

TÜROB

TÜRKİYE
OTELCİLER BİRLİĞİ

Lüks seyahat, yüksek gelire sahip veya ortalamanın üstünde nitelikte turizm hizmeti tüketen bireylerin gerçekleştirdikleri seyahatler ve bu seyahatlerdeki faaliyetler bütünüdür. Dolayısıyla yapısı gereği lüks standartlarda ürün ve hizmet üretimini gerektiren bu tarz bir turizm ürününü tercih eden turistler, lüks konaklama işletmelerini, rahat ulaşım araçlarını, hava ve yat limanlarını ve turistik işletmeleri tercih etme eğilimindedir. Kitle turizmi veya diğer popüler turizm türlerinin dışında hizmet anlayışları ve hizmet talepleri beklenmektedir.

Lüks seyahat pazarından henüz yeteri kadar pay alamadığımızı ve bu alan üzerinde daha fazla çalışmamız gerektiğini düşünüyorum.

Fuar sonrasında hazırladığımız raporu dikkatlerinize sunuyorum.

Saygılarımla,

Müberra Eresin
TÜROB Başkanı

ILTM Cannes Fuarı

ILTM (Uluslararası Lüks Turizm Pazarı) Fuarı 2-5 Aralık 2024 tarihleri arasında Fransa'nın Cannes şehrinde Festival ve Kongre Sarayında (Palais Des Festival et Des Congrès) gerçekleşti.

2 Aralık 2024 günü, Grand Auditorium, Palais des Festivals'de Merryn Somerset Webb, TJ Abrams ve Tyler Brülé'nin konuşmacı olarak yer aldıkları, 2025 yılında lüks turizme yönelik trend ve beklentilerin değerlendirildiği ve yaklaşık 10 bin dinleyicinin katılımında düzenlenen Global Forum ile başlayan ILM, 3-5 Aralık tarihlerinde katılımcılar ve davetli satın almaçıların karşılıklı görüşmeleriyle devam etti.

ILTM 2024'e 84 ülkeden 2 bin 350 satın alıcı (Hosted Buyers) ile 105 ülkeden 2 bin 500 firma katıldı. Etkinlik kapsamında 85 binden fazla ikili görüşme yapıldığı fuar idaresi tarafından açıklandı.

Bir sonraki ILM 1-4 Aralık 2025 tarihleri arasında Fransa'nın Cannes şehrinde gerçekleştirilecek.



TÜRKİYE STANDI

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı-TGA organizasyonu ve Paris Kültür ve Tanıtma Müşavirliği iş birliğinde hazırlanan 385 metrekare büyüklüğündeki Türkiye pavilyonu içerisinde 62 alt katılımcı ve THY yer aldı.

TÜROB STANDI

Türkiye pavilyonu içerisinde yer alan TÜROB - Türkiye Otelciler Birliği standında Başkanı Müberra Eresin, beraberinde Genel Koordinatör Kasım Zoto ve Genel Sekreter İsmail Taşdemir

ile ziyaretçilerle görüşmelerde bulundu. Ziyaretçilerin genel olarak TÜROB, Üyeler, Destinasyonlar ve lüks turizme yönelik sunulan ürünler hakkında bilgi talebinde buldukları gözlemlendi.

CANNES FİLM FESTİVALİ

Fransa'nın güneyinde bulunan Cannes kentinde her yıl genellikle Mayıs ayında düzenlenen uluslararası bir festivaldir. Festivale dünyanın her yanından ve her türden yeni filmler katılır. Her yıl ortalama 20 filmin yarıştığı festivalde kazananlar, uluslararası sanatçılardan oluşan jüri tarafından belirlenir. Festivalin en prestijli ödülü, "En İyi Film" olarak belirlenen filme verilen Altın Palmiye'dir. 1946 yılında kurulan ve sadece davetlilerin katılabildiği festival, Venedik Film Festivali ve Berlin Film Festivali ile birlikte Avrupa'nın en önemli üç uluslararası festivalinden biri olarak görülmektedir. "Oscar" olarak anılan Akademi Ödülleri'nden sonra dünyadaki en prestijli film töreni olarak kabul edilmektedir.

CANNES FİLM FESTİVALİ'NDE TÜRKİYE

Türkiye, festivalde çeşitli başarılar elde eden ülkelerden biridir. Türkiye'nin festivaldeki ilk büyük başarısı ise, bir Yılmaz Güney yapımı olan Yol filminden geldi. Yılmaz Güney ve geçtiğimiz günlerde hayatını kaybeden usta yönetmen Şerif Gören ortaklığında gerçekleştirilen Yol, 1982 Cannes Film Festivali'nde "En İyi Film" seçilerek Altın Palmiye Ödülü'nü kazandı ve bu ödülü alan ilk Türk filmi oldu. İki ek ödüle daha layık görülen Yol, festivalde "üç ayrı dalda ödül kazanan tek Türk filmi" olarak kayıtlara geçti. Nuri Bilge Ceylan'ın 2002 yapımı Uzak filmi Grand Prix (Büyük Ödül) ve En İyi Erkek Oyuncu Ödülü'nü, İklimler (2006) filmi FIPRESCI Ödülü'nü ve Bir Zamanlar Anadolu'da (2011) filmi yine Grand Prix'i Türkiye'ye kazandırırken, kendisi de Üç Maymun (2008) filmiyle festivalde En İyi Yönetmen Ödülü'ne değer görüldü. Bu sırada Fatih Akın'ın 2007 yapımı filmi Yaşamın Kıyısında, kendisine En İyi Senaryo Ödülü'nü kazandı. Yönetmenliğini Rezan Yeşilbaş'ın yaptığı 2012 yapımı Sessiz, kısa film dalında Altın Palmiye kazanan ilk Türk filmi oldu. Nuri Bilge Ceylan'ın 2014 yapımı Kış Uykusu filmi ise, aynı yıl festivalde "En İyi Film" seçildi ve uzun metraj dalında Altın Palmiye kazanan ikinci Türk filmi oldu. Türkiye'nin festivaldeki son başarısı, yine bir Nuri Bilge Ceylan filmi olan Kuru Otlar Üstüne (2023) ile kazanılan En İyi Kadın Oyuncu Ödülü oldu.

ILTM AÇILIS KONFERANSI (GLOBAL FORUM)



ILTM'nin geleneği olarak kabul edilen, bu yıl Merryn Somerset Webb, TJ Abrams ve Tyler Brûlé'nin konuşmacı olarak yer aldıkları ILMT Açılış Konferansı 2 Aralık 2024 günü, yaklaşık 10 bin dinleyicinin katılımında düzenlendi

İlk konuşmacı olan Bloomberg Wealth'in İngiltere Genel Yayın Yönetmeni Merryn Somerset Webb, dünyanın günümüzde jeopolitik belirsizlik, yaşanan nüfus ve düşen

doğurganlık oranları, artan savunma harcamaları, küreselleşmenin gerilemesi ve hükümetlerin artan kamu bütçe açıkları gibi birkaç küresel uzun vadeli zorlukla karşı karşıya

olduğunu, bu gelişmeler paralelinde pandemi sonrasında lüks seyahat alanında üst üste yaşanan başarılı yılların ardından 2025'te sınırlı büyümenin beklendiğini açıkladı. Dinleyicilere, "Kendinizi huzursuz hissetmiyorsanız, dikkat etmiyorsunuz demektir" uyarısında bulundu. Yine de bu zorluklar pandemi sonrası tüketici davranışlarındaki dramatik değişimler ve benzeri görülmemiş ölçekte yaklaşan bir servet transferi gibi bazı güçlü olumlu rüzgarlar tarafından dengeleniyor gibi görünüyor diyen Webb "Bilinen tarihin en büyük servet transferi, baby boomer'ların (1946-1964'lü yıllar arasında doğan bireyler) varislerine 72 trilyon dolar bırakmak üzere olduğu bir dönemde gerçekleşiyor" görüşünü belirtti.



Bu servetin maddi mallara kıyasla lüks deneyimlere harcamayı açıkça tercih eden genç varislere akması bekleniyor diyen Webb "Her şey deneyimlere eşyalardan daha fazla değer vermekle ilgili ve her şey gençlerin aniden seyahat için yüklü miktarlardaki ödemelere hazır olduklarını gösteriyor" diye ekledi. Webb, küresel lüks seyahatin önümüzdeki 10 yıl içinde GSYİH'nin iki katı oranında, yani yaklaşık %8 ila %9 oranında büyümesi tahmininde bulundu.

Mandarin Oriental Hotel Group'un marka kıdemli başkan yardımcısı Alex Schellenberger, Webb'in servet transferinin etkisine ilişkin görüşünü teyit ederek, Mandarin Oriental'in "Güven Fonu Genç Nesil" olarak adlandırılan bu yeni müşteri segmentini yakından takip ettiğini söyledi. Schellenberger "Bu insanlar çoğunlukla parayla satın alınamayacak deneyimlere meraklı. Sadece en iyi tasarımlı odaya ve en iyi olanaklara sahip olmak yeterli değil." dedi.

Marriott International'da, değişen demografiler şirketin lüks stratejisini benzer şekilde yeniden şekillendiriyor. Marriott International'ın lüks başkanı Tina Edmundson, milenyum (1981-1996 doğumlular) ve Z (1996-2009 doğumlular) kuşağının şu anda lüks satışlarının %45'ini oluşturduğunu ve bu sayının 2030 yılına kadar %80'e çıkmasının beklendiğini söyledi. Her iki kuşağın da macera seyahatlerine ve açık havayla bağlantı kurmaya aşırı ilgi duyduğunu bildiren Edmundson, şirketin özellikle Afrika'daki çadırli pansiyonlara ve kamplara odaklanmayı artırdığını söyledi. Edmundson, McKinsey raporuna atıfta bulunarak lüks seyahat edenlerin %35'inin 1 milyon doların altında net gelire sahip olduğunu belirterek "Bu seyahat edenlerin çoğu 40 yaşında veya daha genç, kendi evlerine sahip değiller ama milyonerler gibi harcamaya istekliler." değerlendirmesinde bulundu.

Virtuoso CEO'su Matthew Upchurch, ağırlıkla yıllık 35 milyar dolarlık satışının geçen yılı rekor performansla %14 artışla kapattığını söyledi. Büyüme özellikle ultra yüksek lüks talep ve harcamada belirgin, Upchurch 50 bin dolar ve üzerinde maliyeti olan seyahatler için rezervasyonların %42 arttığını sözlerine ekledi.

Benzer şekilde, The Leading Hotels of the World'ün küresel pazarlama ve iletişim başkan yardımcısı Lauren Alba, Leading Hotels'in portföyünde 45 ay üst üste gelir artışı gördüğünü ve 2025 için yapılan rezervasyonların 2024'e doğru aynı zaman dilimine göre %15 daha yüksek olduğunu söyledi.



İkinci konuşmacı olarak sahneye gelen HYATT Küresel Sağlık Başkan Yardımcısı TJ Abrams; ATLANT ve HYATT tarafından İngiltere, ABD, Fransa, Çin, BAE ve Suudi Arabistan olmak üzere toplam 6 ülkede 1 milyon ABD dolarının üzerinde serveti bulunan 800 gezgin gerçekleştirilen "Buzz vs Reality" raporunun özet analizini sundu. Raporun ana teması Wellness oldu. Rapora göre lüks gezginlerin %90'ından fazlası wellness (sağlıklı yaşam) istiyor. Zengin bireylerin çarpıcı bir şekilde %84'ü artık benzersiz wellness deneyimlerine göre uyarlanmış sağlıklı yaşam tesis ve hizmetlerini bekliyor. Spontanelik ve

kişiselleştirme yeni sağlıklı yaşam tarzını tanımlıyor ve yaklaşık %70'i seyahatleri sırasında wellness hizmeti rezervasyonu yaptırırken, %78'i önceden planlama yapıyor. Raporda göre tek tip SPA hizmetleri artık geride kaldı.

Günümüzün üst düzey gezginleri terapi, doğal imkanlar ile bu alanda son teknolojiye öncelik veriyor, bu da wellness'in artık isteğe bağlı olmadığını ve vazgeçilmez olduğu bir çağı işaret ediyor. Katılımcıların yaklaşık dörtte üçü, birkaç yıl öncesine göre %66'lık bir artışla, haftalık rutinlerine wellness'i dahil ettikleri belirttiler. Raporda öne çıkan bazı başlıklar;



- Üründen deneyime; Birçok yüksek gelirli gezgin paralarını ürünlere harcamaktansa deneyimsel lükse harcamayı önceliklendirmesiyle lüks turizm dünya çapında gelişmeye devam ediyor. Lüks turizmde seyahat edenlerin %62'si artık wellness tesislerinin çok önemli ve gerekli hizmetler olduğunu söylüyor.
- Tatil esnasında spontane gerçekleştirilen terapi ve tedavi amaçlı wellness rezervasyonları çok revaçta. Seyahat edenlerin %69'u tercihlerini bu yönde kullanıyor.
- YOLO (You Only Live Once - Sadece Bir Kez Yaşıyorsunuz) ; Hayatın tadını çıkarma ve hem anlık hem de unutulmaz duygular yaşama acil ihtiyacının sonucu kendini ödüllendirme ihtiyacını harekete geçiriyor. Bugün, daha fazla gecikmeden deneyimler yaşama acil ihtiyacı, hevesle karar verilen kısa tatillerin çoğalmasına yol açıyor. Eve yakın veya uçakla sadece birkaç saat uzaklıktaki kaçamaklar, özellikle Çin ve ABD'de giderek daha popüler hale geliyor.
- Yavaş ve sessiz seyahat ; Bu yeni seyahat biçimi katlanarak gelişiyor. Deneyime, anda olmaya, sakinliğe ve dinginliğe yapılan bu seyahat türü yüksek gelirli müşteri kitlesinin yeni trendi olarak ortaya çıkıyor. Orient Express'in yeniden canlandırılmasında veya büyük ölçüde karbon içermeyen lüks yatlarla seyahat gibi.
- Müşteri endişelerinin merkezinde Sağlık - Çalışma, uyku ve stres yönetiminin bunlar arasında en önemli iki rahatsızlık olduğunu ve ankete katılan gezginlerin %90'ının yaşları ilerleyinceye kadar kendilerine bakmak istediğini göstermektedir. Covid salgını, ankete katılanların %61'i arasında önleyici sağlık bakımına duyulan ihtiyaç

konusunda farkındalığı artırırken, %74'ü sağlıklı yaşamı yaşam tarzlarının bir parçası haline getirmiştir.

- Wellness, Büyük otel gruplarında kendi başına bir departman haline geliyor ve her şey konukları ziyaret edilen ülkelerin kültürüne uygun, özverili personelin titizliği ve dikkatiyle tasarlanıyor. Wellness deneyimleri, ankete katılanların %62'si için tatil seçiminde bir öncelik haline geliyor ve üçte ikisi için varış noktalarına vardıklarında spontane satın alma eylemleri oldu.
- "Tatilde hangi otelde kalacağınızı seçerken sağlık ve wellness tesis ve hizmetlerinin önemi nedir?" sorusuna verilen cevaplar %41 çok önemli, %31 önemli, %21 gerekli ve %7 hiç önemli değil şeklinde sıralanmaktadır. Birçok otel, sağlık ve wellness konseptine artan ilgiyi değerlendirerek, hizmetlerini ve tesislerini farklı konukların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde genişletiyor. Yüksek gelirli gezginlerin yalnızca %7'si artık sağlık ve wellness tesislerinin tatil rezervasyonları üzerinde hiçbir etkisi olmadığını söylüyor ve bu oran Birleşik Krallık'taki katılımcılar arasında en yüksek seviyeye ulaşıyor, ancak yalnızca %13.
- Sağlıklı yaşam için daha fazla harcama yapacaklar: Neredeyse dörtte üçü (%72), tuz odaları veya buz banyoları gibi özel seçenekleri olan bir otel rezervasyonu yapma olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtti. Bu durum zengin Çinli gezginler arasında %93'e yükseliyor. Dörtte üçü ayrıca daha önce hiç görmedikleri wellness merkezleriyle ilgileniyor. Spa terapileri temel taş olmaya devam ediyor: katılımcıların %62'si, özellikle Talassoterapi ve Ayurveda uygulamaları gibi özel terapilere ilgi duyarak spa deneyimlerine öncelik veriyor.
- Son olarak, Çin veya Orta Doğu gibi bölgelerde, dört katılımcıdan biri tek başına seyahat etmeye hazır olsa bile, sağlık ve dinlenmeyi arkadaşlarla, çift olarak veya bir aile olarak deneyimlemek eğilimdedir.



Üçüncü ve son konuşmacı olarak sahneye Tyler Brulé geldi. İngiltere'nin iş sanat ve kültür dünyasının bulunduğu, güncel konuların gelişmekte olan markaların ve tasarımların yer aldığı aylık Monocle dergisinin Genel Yayın Yönetmeni olan Tyler Brulé, konuşması için ayrılan yaklaşık 20 dakikalık zaman diliminde dergisinden, kendisinden ve son üç haftalık dünya turu seyahati esnasında otellerde ve destinasyonlarda yaşadığı

deneyimleri ve eleştirilerini dinleyicilerle paylaştı. Otellerde QR kodları kullanılarak bilgilendirmelerin yaygınlaşması, misafirlerin kendi işlemlerini tabletler veya kişisel telefonlarıyla yapmalarına yönlendirilmesinin lüks seyahat alıcıları için doğru uygulamalar olmadığını, bu grupta nitelenen misafirlerin tesis hizmet bilgileri, tesis içi veya diğer rezervasyon ve işlemlerinin deneyimli çalışanlar tarafından yapılmasının hizmet memnuniyetini artıracaklarını belirterek otellerin etkileyici otel uniformalarını taşıyan çalışanlarının aynı zamanda üst düzeyde kişisel hizmet sunma deneyimlerinin de bulunmasının önemine vurgu yaptı.

OTELLER VE TATİL KÖYLERİ İÇİN FIRSATLAR

Lüks konaklama sağlayıcıları için mesaj açıktır: sağlıklı yaşam sadece bir trend değil, stratejik bir öncelik. Bu artan talebi karşılamak için oteller şunları yapabilir:

1. Kişiselleştirilmiş hizmetleri genişletin: Bireysel hedeflere yönelik tasarlanmış, kişiye özel sağlık danışmanlıkları ve özel tedaviler sunun
2. Teknolojiden yararlanın: Hassas sağlıklı yaşamı sunmak için yapay zeka ve veri odaklı araçları kullanın, deneyimi kusursuz ama derinden etkili hale getirin
3. Yaratıcı olun ve benzersiz olun: Sağlıklı yaşam teklifleriniz rekabette ne kadar öne çıkarsa, sıradanlığın ötesine geçen farklı ve unutulmaz deneyimlere değer veren seçici gezginleri çekme olasılığınız o kadar artar.
4. Tatiller artık sadece şımartılmakla ilgili değil; amaç, sağlık ve bağlantıyla ilgilidir. Bu vizyonu benimseyen oteller, lüksün ne anlama geldiğini yeniden tanımlama, derin yankı uyandıran ve tekrar ziyaretlere ilham veren dönüştürücü sağlıklı yaşam deneyimleri sunma fırsatına sahiptir.
5. Misafirle iletişimi sadece teknolojiyi kullanarak değil tesisdeki deneyimli ve profesyonel çalışanlarla kurgulayın.

LÜKS TURİZM VERİLERİ, TRENDLER, BEKLENTİLER

Lüks turizm, çoğunlukla gelir düzeyi yüksek bireylere özgü bir turizm çeşididir. Lüks turizm kapsamında kişilerin en fazla tercih ettikleri turizm türleri başlıca ; Golf, Wellness, Düğün, Alışveriş, Gastro, Kumar, Golf, Av ve Kruvaziyer turizmidir.

Paket programlardan ziyade nadide deneyimlerin arzulandığı lüks turizm, özellikle pandemi sonrası büyük bir gelişim ve değişim içerisinde. Dünya genelinde high net worth individual (yüksek varlık grubuna sahip) ve ultra high net worth individual (en yüksek varlık grubuna sahip) kişiler veya ailelerinin seyahat istatistiklerine, trendlerine konsantre olan 'lüks turizm', açtığı farklı alanlar ile büyümesini sürdürüyor. ABD merkezli dünyanın en büyük lüks seyahat ağı Virtuoso'nun Credit Suisse Global Wealth Report'na göre 2021'de 46.681 olan high/ultra net worth sayısının 2026'da yüzde 34 büyüme ile 62.781 kişiye ulaşması bekleniyor. Yine Virtuoso ağı raporlarına göre bu segmentteki küresel seyahat harcamalarının 2024'te 2019'u yüzde 21 ile geçmesi, 2026'ya gelindiğinde ise 2019'un yüzde 55 üzerine çıkması hedefleniyor. Virtuoso ağı üyesi lüks seyahat acentaları, 2022'de yaklaşık 32 milyar dolarlık bir toplam gelire ulaştılar. Tüm bu rakamlara göre, 2021 yılındaki 20 bin 700 dolarlık kişi başına düşen seyahat harcamalarının yüzde 34 artması ile 2024 sonunda 27 bin 800 dolar olması bekleniyor.

2020'de lüks turizm sektöründe dünya çapında yaklaşık 880 bin kullanıcı vardı. Bu sayı 2021'de 1 milyon 112 bin'e yükseldi. 2022'de 1 milyon 576 bin ile yükselişini sürdürdü. 2023 yılı toplamının 1 milyon 855 bin olması beklenirken, 2024 öngörüsü 1 milyon 987 bin. 2025 ve sonraki yıllar için öngörüler ; 2025 için 2 milyon 123 bin, 2026 için 2 milyon 277 bin, 2027 için 2 milyon 414 bin, 2028 için 2 milyon 541 bin ve 2029 için 2 milyon 672 bin.

SONUÇ

- ILTM fuarı lüks turizm seyahatinin her geçen yıl daha fazla tercih edilmesi ve potansiyelinin giderek artması nedeni ile ülkemizin bu sektördeki önde gelen temsilcilerinin katılımı açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye standı gerek konumu, gerekse dizaynı ile fuarda öne çıkan ülkeler arasına girmiştir.
- Fuarda yapılan temaslarda tespit edildiği üzere, lüks turizm alanında faaliyet gösteren kuruluşların daha önce ülkemizi ziyaret etmemiş temsilcilerinin davet edilerek fam trip kapsamında ağırlanmaları yararlı olacaktır.
- Ülkemizin lüks turizmde öne çıkan dezavantajları güvenlik algısı, fiyat/hizmet kalitesi ile destinasyonların lüks turizm için eksik altyapıları olarak sıralanmaktadır.
- Wellnes son yılların en önemli misafir deneyimi olarak ortaya çıkıyor. Otellerin bu alanları bir ihtiyaçtan öteye bir zorunluluk olarak görerek altyapı ve sunulan hizmetleri üst seviyede tutmaları önem taşımaktadır. Misafirlerin çok büyük bölümünün wellness alanı kullanım kararlarını tesise vardıktan sonra aldıkları göz önüne alınarak otellerin bu alanlarını misafirlerine tanıtmaları önem taşımaktadır.
- Lüks seyahat, ekonomik dalgalanmalar, sürdürülebilirlik endişeleri ve COVID-19 salgını gibi zorluklara rağmen dikkate değer bir dayanıklılık gösterdi. Dünya turizmindeki değişimlerden bağımsız olarak lüks turizm sektörü istikrarlı biçimde artış göstermektedir. Lüks turizme olan talebin tüm dünyada 2025 yılında da artması beklenmektedir.

TÜROB © Ocak 2025.

EKLER :

EK-1 [Market.Us, Luxury Travel Statistics 2024 By Expense, Locations, Class](#)

EK-2 [Buzz vs Reality Raporu](#)