



T.C.
MARMARİS TİCARET ODASI

Marmaris Chamber of Commerce
Armutalan Mahallesi 350 Sokak No:5 Marmaris/MUĞLA

FUAR RAPORU

TRAVEL TURKEY İZMİR 2022

15. Uluslararası Turizm Ticaret Fuar ve Kongresi

Aralık 2022

Fuar İzmir, İzmir

1. FUARA GENEL BAKIŞ

Fuar Adı	Travel Turkey İzmir – 15. Edisyon
Tarih	Aralık 2022
Yer	Fuar İzmir, İzmir
Stand Çatısı	Marmaris Belediyesi ev sahipliğinde Marmaris standı
MTO Temsilcileri	Yönetim Kurulu ve Meclis Üyeleri
Fuar Türü	B2B & B2C – Ulusal Turizm Ticaret Fuarı ve Kongresi

2. HABER İÇERİĞİ (mto.org.tr'den)

Türkiye ve dünya turizmini İzmir'de buluşturan Travel Turkey İzmir Fuarı 15'inci kez kapılarını açtı. Marmaris Ticaret Odası olarak, Marmaris Belediyesi ev sahipliğinde açılan Marmaris standında yerimizi aldık. Yönetim kurulumuz ziyaretçilerle birebir görüşmeler gerçekleştirdi.

Fuarda turizm sektörünün önde gelen temsilcileriyle 2023 sezonu beklentileri görüşüldü. 2022 yılının güçlü kapanışının yarattığı olumlu havanın 2023'e de yansıtacağı değerlendirildi.

2022 YILI MUĞLA TURİZM İSTATİSTİKLERİ

Yıllık Turist Giriş Özeti

2021 Yılı Toplam	1.083.589 kişi
2022 Yılı Toplam	2.977.103 kişi
Yıllık Değişim	+174.8%
Marmaris Limanı Toplam	97.872 kişi

Aylık Turist Dağılımı – 2022

Ay	Turist Sayısı
OCAK	2.336
ŞUBAT	1.129
MART	10.584
NİSAN	109.529
MAYIS	314.933
HAZİRAN	449.149
TEMMUZ	613.383
AĞUSTOS	615.922
EYLÜL	505.831
EKİM	324.626
KASIM	18.986
ARALIK	10.695

İlk 5 Kaynak Ülke – 2022

Sıra	Ülke	Turist Sayısı
1	İngiltere	1.283.592
2	Almanya	219.563
3	Hollanda	107.115
4	Belçika	49.532
5	İsrail	39.669

Marmaris Limanı Yabancı Turist Girişleri – 2022 (İlk 5 Ülke)

Ülke	Marmaris Limanı Girişi
İngiltere	16.626
Almanya	6.429
Hollanda	4.518
İsrail	3.399
Fransa	1.783

4. SONRAKİ YILA YÖNELİK TEKNİK ÖNGÖRÜLERİ (2023 Projeksiyonu)

- 2022'de yüzde 174,8 büyüyen Muğla turizmi, pandemi öncesi seviyeleri aştı. 2023 için büyümenin %10–15 aralığında devam etmesi öngörülmektedir.
- Erken rezervasyon (Ocak–Mart) döneminin güçlü seyretmesi beklenmekte; bu durum Travel Turkey'de gerçekleştirilen görüşmelerin doğrudan bir sonucu olarak değerlendirilmektedir.
- Yüksek seyreden enflasyon ve artan yaşam maliyetleri, özellikle orta gelir grubundaki İngiliz turistlerin tatil bütçelerini baskılamaktadır. Fiyat rekabetinin daha da önem kazanması muhtemeldir.