



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



ATİNA KÜLTÜR VE TANITMA MÜŞAVİRLİĞİ
PAZAR RAPORU- Nisan 2018

1. ÖZET PAZAR BİLGİLERİ

Ülke Nüfusu	10,816,286
Başlıca Kentler ve Nüfusları	Atina: 3,090,508 Selanik: 788,952 Patra: 213,984 Iraklion (Kandiye): 173,993 Larissa: 162,591
Yurt Dışına Çıkan Kişi Sayısı	2017 yılında 7.6 milyon çıkış
Tercih Edilen Ülke Sıralaması ve Türkiye'nin Yeri (2017)	Türkiye (809 bin), Bulgaristan'dan (2,1 milyon) sonra ikinci sırada yer almaktadır. Diğer ülkeler sırasıyla Almanya (420 bin), İtalya (350 bin), İngiltere'dir (298 bin)
Yurtdışına Çıkışlarda Tercih Edilen Ülkelerle İlgili Açıklama	<p>Yunanistan ekonomisini sarsan 2008 krizi sonrasında, Yunan halkının yurtdışı tatillerinden vazgeçmek yerine, Euro bölgesi dışında bulunan ve görece daha yakın ve ucuz olan destinasyonları tercih etmeye başlamışlardır.</p> <p>Bu çerçevede, Yunan Turizm otoritelerinin yaptığı değerlendirmeye göre, Bulgaristan'a olan yüksek turizm talebini nedeni iki ülke arasında açılan yeni sınır kapısı, Yunanlıların Bulgaristan'daki kayak merkezlerine hafta sonu ziyaretleri ve en önemlisi Bulgaristan'ın diğer Avrupa ülkelerine oranla ucuz alışveriş ve tatil ülkesi olarak algılanmasıdır. Yunanistan'daki tur operatörlerinin Bulgaristan'a yönelik az sayıda (kayak merkezlerine yönelik) seyahat paketi mevcuttur. Bulgaristan'a yapılan seyahatler özellikle Kuzey Yunanistan'daki şehirlerden çoğunlukla hafta sonu tatili ve alışveriş odaklı bireysel seyahatlerdir.</p> <p>Coğrafi yakınlık, kültürel ve tarihsel bağlar gibi nedenlerle Türkiye, Yunan vatandaşları arasında en çok tercih edilen ikinci ülke konumundadır. Türkiye'ye olan seyahatler kültür ve şehir turizmi odaklı olup gastronomi ve alışveriş de temel motivasyonların başında gelmektedir.</p> <p>Yunan vatandaşları başta Noel ve Paskalya dönemleri olmak üzere yıl genelinde yurtdışı tatili yapmaktadırlar. Yunan vatandaşlarının yurtdışı seyahatlerinde tercih ettiği turizm türleri kültür turizmi, şehir turizmi, inanç turizmi, yat turizmi, alışveriş ve gastronomidir.</p> <p>Yaz aylarında uzun süreli tatil yapmayı tercih eden Yunan vatandaşları, deniz-kum-güneş turizmi için, özellikle ekonomik kriz sonrasında, iç turizme yönelmekte, Yunan Adalarını tercih etmektedir. Bununla birlikte, üst gelir grubu kişiler yat turizmini tercih etmektedir.</p>



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



Türkiye'ye Gelen Kişi Sayısı ve Değişim Oranı	2013	2014	2015	2016	2017
	703 168	830 841	755 414	593 150	623 705
	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	
	%18,16	%-9,8	%-21,48	%5,15	
Ocak Nisan 2018					
	2018	2017/2018			
	166.582	%6,27			
Türkiye'den İlgili Ülkeye Giden Kişi Sayısı	2016 yılı Türkiye'den Yunanistan'a gelen ziyaretçi 785 905 seyahat gerçekleşmiştir. 2017 yılı Türkiye'den Yunanistan'a gelen ziyaretçi 921 262 seyahat gerçekleşmiştir.				
Turizm Otoriteleri ve Organizasyonları	Turizm Bakanlığı Yunanistan Ulusal Turizm Örgütü – GNTO (Turizm Bakanlığına bağlı, ülkenin tanıtımından sorumlu kuruluş) SETE (Yunanistan Turizm Girişimcileri Birliği) HATTA (Yunanistan Seyahat Acentaları Birliği)				
Önemli Basın Yayın Organları (En çok okunan gazeteler, en çok izlenen TV kanalları, en çok ziyaret edilen internet siteleri vb.)	TV kanalları izlenme oranları (Eylül 2014- Ağustos 2015 dönemi)				
	ANT1	16,5			
	Alpha	16,4			
	Mega	15,8			
	Star	10,9			
	Sky	7,1			
	EPT1	3,2			
	E	2,9			
	EPT2	1,3			
	Gazete Tirajları (7-13 Aralık 2015 haftası)				
	PAZAR GAZETELERİ		GÜNLÜK GAZETELER		
	Gazete Adı	Tiraj	Gazete Adı	Tiraj	
	Proto <u>Thema</u>	93.040	Ta <u>Nea</u>	16.763	
	Ethnos <u>Pazar</u>	71.180	Espresso	10.865	
	BHMA <u>Pazar</u>	68.140	<u>Dimokratia</u>	10.077	
	Real News	58.220	Ethnos	9.752	
	<u>Dimokratia Pazar</u>	15.230	<u>Efimerida ton Sintakton</u>	9.465	
	<u>Rizospastis Pazar</u>	12.140	<u>Eleftheros Tipos</u>	8.615	
Yurtdışı Çıkışlardaki Seyahat Motivasyonları	Ekonomik kriz sonrası tatil fiyatları Yunan vatandaşları için daha önemli bir kriter haline gelmiş olup Euro Bölgesindeki destinasyonlar yerine, Türkiye ve Bulgaristan gibi Euro Bölgesi dışında kalan, yakın ve görece ucuz destinasyonlar tercih edilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte Yunanlar için tatil yapmak hayatın vazgeçilmez bir unsuru olup dinlenmenin yanı sıra yurtdışı seyahatleri için en önemli seyahat motivasyonlarını farklı kültürleri keşfetmek, tarihsel/dini bağları olan yerleri ziyaret etmek, değişik lezzetler tatmak ve hizmet kalitesidir.				
Tatil İçin Tercih Edilen Aylar/Dönemler	Paskalya (Nisan), Temmuz-Ağustos ve Noel Tatili dönemi				



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



Tercih Edilen Konaklama Türü	4-5 yıldızlı ve butik oteller tercih edilmektedir.
Ortalama Tatil Süresi	7,2 gün
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkemizi Tercih Sebepleri	<p>Yunanistan'da, başta İstanbul olmak üzere Türkiye'ye yoğun ilgi mevcuttur. En önemli tercih sebebi tarihsel-kültürel ve dini bağlardır. Halkın birçoğu İstanbul'u en az bir kez ziyaret etmişken, ziyaret etmeyenlerin tatil yapmayı istedikleri ilk destinasyon İstanbul'dur. Bunda İstanbul'un Ortodokslar açısından taşıdığı önemin yeri de büyüktür.</p> <p>Özellikle mübadele dönemi ya da sonrasında Türkiye'den Yunanistan'a göç eden Rum ailelerin, göç ettikleri şehirlere olan ilgisi ve ziyaret etme sıklığı çok yüksektir.</p> <p>Yunanlıların Türkiye'deki tatil tercihlerinin başında kültür ve inanç turizmi gelmektedir. İstanbul'un tarihi alanları, Ayasofya Müzesi, Sümela Manastırı ve son yıllarda Yunanistan pazarında çekim merkezi olmaya başlayan Kapadokya kültür ve inanç turizmi açısından en çok ziyaret edilen yerlerdir.</p> <p>Gastronomi, Yunanlıların seyahatlerinde önem verdikleri bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede, Türk mutfağına olan ilgi son derece yüksektir.</p>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	<p>İstanbul'un ardından Yunanlılar tarafından tercih edilen diğer destinasyonlar ise İzmir ve Ege Kıyıları, Karadeniz (Trabzon, Samsun, Amasya) Edirne, Kapadokya, Çanakkale (Gökçeada)'dır.</p> <p>Yaz aylarında, Sakız, İstanköy, Midilli, Sisam vb Türkiye'ye yakın adalardan Çeşme, Bodrum, Ayvalık gibi destinasyonlarımıza olan kısa süreli varışlarda artış görülmektedir.</p>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür, şehir, inanç, gastronomi, yat turizmi
Tercih Edilen Rezervasyon ve Seyahat Türü	Bağımsız seyahatler (%90) ve paket turlar (%10)
İki Ülke Arasındaki Uçak Seferleri	<ul style="list-style-type: none">• Atina'dan İstanbul'a THY'nın haftada 28 seferi, Pegasus Havayollarının 7 ve Aegean Havayollarının 21 seferi bulunmaktadır.• Atina'dan İzmir'e Aegean Havayollarının 2 seferi bulunmaktadır.• Selanik'ten İstanbul'a THY'nın haftada 14 seferi bulunmaktadır.• Mikonos'a yaz aylarında Atlas Jet'in İstanbul'dan haftada 6 seferi, Borajet'in 2 seferi bulunmaktadır.• Rodos'a yaz aylarında Borajet'in İstanbul'dan haftada 3 seferi bulunmaktadır.• Girit'e yaz aylarında Aegean Havayollarının İstanbul'dan haftada 3 seferi bulunmaktadır.
Türkiye Destinasyonuna Çalışan ve Pazarı Yönlendiren Tur Operatörleri	Yunanistan'daki seyahat acentalarının yapısı diğer Avrupa ülkelerinden farklılık göstermektedir. Pazara büyük çaptaki tur operatörlerinin yerine, küçük ve orta ölçekli tur operatörleri ve seyahat acentaları hakimdir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



	<p><u>Atina Bölgesi</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Signature• Yanna Tours• Versus• Manassis• Akadimos• Boutros• Ginis• FREI• Mouzenidis• Cosmorama• Zorpidis• Special Tours• HRG Greece• Andy's Tours• Amathus• Goldair• Afea• Carsko Wagonlit• Mideast• Synodos• Erasmus <p><u>Selanik Bölgesi</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Zorpidis• Mouzenidis• Dion Tours• Alexander Travel• Athos• Crazy Holidays• Air Maritime• Silver Holidays
Tur Operatörlerinin Ülkemize Gönderdiği Kişi Sayısı	Yunanistan'daki operatörler Türkiye'ye yıllık 1.000-10.000 arasında değişen rakamlarda turist göndermektedir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



2- TANITIM FAALİYETLERİ

Signature Travel Birlikte Ağrlama Faaliyeti

Yunanistan'dan ülkemize seyahat hareketinin canlandırılması amacıyla turizm sektörünün önemli aktörlerinden olan seyahat acentaları ile birlikte faaliyet göstermek önem arz etmektedir. Bu kapsamda Yunanistan pazarında Kapadokya bölgesinin ve İstanbul destinasyonunun bilinirliğinin artması ve turizm talebinin destinasyonlarımıza yayılması amacıyla, 19.02.2018 tarih ve 148924 sayılı Makam Onayı doğrultusunda 23-27 Şubat 2018 tarihinde Signature Travel ile fam-trip gerçekleştirilmiştir.

Paskalya öncesi düzenlenen söz konusu programa Yunanistan'dan 20 kişiden oluşan seyahat acentası grubu katılmıştır. Program kapsamında İstanbul ve Kapadokya'daki otellerde konaklama imkanları hakkında bilgi alınmış, müze ve ören yerleri ziyaret edilerek anılan destinasyonların tarihi ve kültürel değerleri tanıtılmıştır.





T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



Selanik'te Sema Etkinliği

Selanik Başkonsolosluğu ile Bakanlığımız arasında, Yunanistan'dan ülkemize daha fazla turist çekmek amacıyla kültürel faaliyetlere ağırlık verilmesinin yararlı olacağı konusunda mutabakat sağlanması ve Selanik Başkonsolosluğunca 15 Mart 2018 tarihinde bir Sema etkinliğinin düzenlenmesi hususunun bahse konu olması üzerine, ülkemizin kültürel açıdan tanıtımına katkı sağlayacağı değerlendirilen etkinliğin düzenleneceği salonun yer kirasının ve teknik giderlerin Bakanlığımızca karşılanması 21/02/2018 tarih ve 160041 sayılı Makam Oluru ile uygun görülmüştür.

Selanik Başkonsolosluğu ve Atina Büyükelçiliği Kültür ve Tanıtma Müşavirliği işbirliğinde, Güzel Sanatlar Genel Müdür Yardımcısı Necmettin AKBEN yönetiminde Selanik'e gelen Kültür ve Turizm Bakanlığı İstanbul Tarihi Türk Müziği Topluluğu Sema Ayini Grubu, 15 Mart gecesi, Selanik'in en prestijli mekanlarından Selanik Müzik Sarayı'nın 1500 kişi kapasiteli en büyük salonu olan 'Friends of Music Hall' de sahne almışlardır.

1500 kişilik salonun tamamının dolduğu ve Selaniklilerin büyük ilgi gösterdiği etkinliğe, Makedonya-Trakya Bakan Yardımcılığı, Orta Makedonya Bölge Başkanlığı, Selanik Belediyesi, Yunanistan Dışişleri Bakanlığı Selanik Uluslararası İlişkiler Ofisi'nden üst düzey bürokratların yanısıra, Selanik Metropolit Anthimos'un temsilcisi ve Orta Makedonya Bölgesi Turizm Dairesi Müdürü Persefoni Triha katılmışlardır. Ayrıca, şehrin sanat ve kültür camiasından yetkililer, iş çevreleri, İstanbullu ve Gökçeada Rum derneklerinden temsilciler, korkonsüler üyeleri ile Selanik'te bulunan vatandaşlarımız ve soydaşlarımız etkinliğe iştirak etmişlerdir.

Bilindiği üzere, Mevlevîliğin merasimi olan sema ayini, Bakanlığımız çalışmaları sonucunda UNESCO tarafından İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'nde bulunmaktadır. Geleneğimizin ve musiki kültürümüzün en yüksek örneklerinden biri olan söz konusu merasimin fiziksel ve akustik özellikleri açısından son derece yeterli olan bir mekânda ve usulüne uygun icra edilmesinin yurtdışında kültürümüzün layıkıyla ve doğru bir şekilde aktarılması ve tanıtılmasında faydalı olduğu değerlendirilmiştir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



3. RAKİP ÜLKE OLARAK YUNANİSTAN TURİZMİ

Yunanistan Turizm Verileri

Uluslararası turizm pazarının önemli aktörlerinden olan ve deniz-kum-güneş turizm dışında kültür, şehir ve gastronomi turizmi başta olmak üzere ziyaretçilerine ürün çeşitliliği sunan Yunanistan, özellikle son yıllarda bu alanda kaydettiği gelişme ile dikkati çekmektedir.

Turizm sektörü, Yunanistan'ın en önemli gelir kaynaklarından biri olup Yunanistan'ın GSYİH'nın %18'i turizmden elde gelirden oluşmakta ve yaklaşık 900 bin kişiyi istihdam eden turizm, iş gücünün beşte biri sağlamaktadır.

Son yıllarda Yunan turizminde meydana gelen gelişmelere bakıldığında; 2014 yılında rekor bir büyüme kaydedilerek (%22,9) yabancı ziyaretçi sayısı 22 milyona ulaşmış, 2016 yılında ise %5,1 artarak 24,8 milyona ulaşmıştır.

Yunanistan'a Gelen Ziyaretçi Sayısı

	Milyon Kişi	Değişim
2008	15,9	- % 1,4
2009	14,9	-% 6,4
2010	15,0	% 0,6



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



2011	16,4	% 9,5
2012	15,5	- % 5
2013	17,9	% 15,5
2014	22,0	%22,9
2015	23,6	%7,1
2016	24,8	%5,1

Kaynak: Yunan Ulusal İstatistik Kurumu

Yunanistan'ı En Çok Ziyaret Eden Ülkeler

		2015	2014	2013
1	Makedonya	3.023.059	2.346.580	2.124.964
2	Almanya	2.810.350	2.459.228	2.267.546
3	Birleşik Krallık	2.397.169	2.089.529	1.846.333
4	Bulgaristan	1.900.642	1.534.565	691.873
5	Fransa	1.522.100	1.463.157	1.152.218
6	İtalya	1.355.327	1.117.712	964.315
7	Türkiye	1.153.046	976.758	831.113
8	Polonya	754.402	588.712	568.547
9	ABD	750.250	591.853	469.344
10	Sırbistan	727.831	985.661	778.765

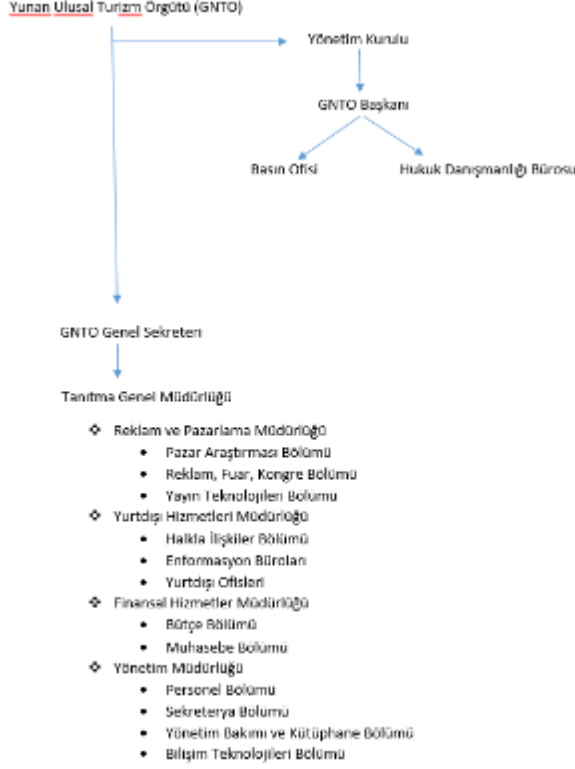
Kaynak: Yunan Ulusal İstatistik Kurumu

Yunanistan'ın Turizm Tanıtımı

Yunanistan'ın yurtdışı turizm tanıtımı Turizm Bakanlığına bağlı özerk bir kuruluş olarak 1950 yılında kurulmuş olan GNTÖ (Yunanistan Ulusal Turizm Örgütü) tarafından yürütülmektedir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



:

GNTO'nun 16 ülkede ofisi bulunmaktadır. Bunlar:

1. ABD
2. Almanya
3. Avusturya
4. Çin
5. Güney Kıbrıs Rum Yönetimi
6. Fransa
7. Hollanda
8. İngiltere
9. İsrail
10. İsveç
11. İtalya
12. Polonya
13. Romanya
14. Rusya
15. Sırbistan
16. Türkiye

GNTO tarafından yurtdışında kullanılan sloganlar:

- Live your Myth in Greece (2005)
- Greece 5000 years old: a masterpiece you can afford (2006)



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



- Greece: explore your senses
- My Greek experience (2008; TV commercials in the form of amateur home-made videos)
- Greece: Kalimera! (2009)
- Greece: You in Greece (2010)
- Greece: Greece All Time Classic (2013-2015)



GNTO yurtdışı tanıtımında www.visitgreece.com portalını kullanmaktadır.

2013 yılından itibaren Yunanistan, yurtdışı tanıtımında dijital ve sosyal mecralara (facebook, twitter, Instagram, pinterest vb) ağırlık vermeye başlamıştır.

2013 yılında Yunanistan'ın yurtdışı tanıtım bütçesi 10 milyon Euro iken 2014 yılında 7,5 milyon Euro'ya düşmüştür.

Yunanistan'ın Rusya, Almanya, İngiltere, Fransa, Çin, İskandinav Ülkeleri gibi başlıca pazarlarında gerçekleştirdiği tanıtım faaliyetleri şunlardır:

- Sosyal mecralarda tanıtım (You Tube, Facebook, Google+, Twitter, Instagram and Pinterest)
- Expedia ,Lastminute.com, Msn & Skype Tripadvisor gibi seyahat siteleri ile işbirliği
- On-line reklamlar
- Dünyanın önde gelen 15 turizm fuarına katılım
- Seyahat dergilerine yönelik ağırlama ve reklam faaliyetleri
- Tur operatörleri ve havayolu şirketleri ile ortak projeler (birlikte reklam ve ağırlama)

2015 yılının yaz aylarında Yunanistan'da yaşanan ekonomik krizin ardından yabancı ziyaretçilerin azalmasını önlemek ve son dakika rezervasyonlarını artırmak amacıyla GNTO dijital bir kampanya başlatmıştır. «**Happening Now: #GreekSummer**» başlığı ile twetter, facebook, Instagram gibi mecralara yönelik hazırlanan kampanya aracılığıyla kullanıcıların Yunanistan tatilleri ile ilgili paylaşım yapmaları #greeksummer hashtagini kullanmaları teşvik edilmeye çalışılmıştır.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



GNTO'nun yanısıra SETE'ye (Yunanistan Turizm Girişimcileri Birliği) bağlı bir birim olarak görev yapan "**Marketing Greece**" platformu da Yunanistan'ın yurtdışı tanıtımına yönelik faaliyetlerde bulunarak GNTO'nun faaliyetlerini desteklemektedir.

Yunanistan'ın turizm ürünlerini ve destinasyonlarının yurtdışı tanıtımını amaçlayan platform halkla ilişkiler ve dijital tanıtma ağırlık vermekte, turizm sektörü ile birlikte faaliyetler gerçekleştirmektedir. Marketing Greece, aynı zamanda www.discovergreece.com portalını kullanmaktadır.

Marketing Greece platformu zaman zaman destinasyon bazında kampanyalar yürütmek üzere yerel yönetimler, havayolu şirketleri vb ile ortak projeler yürütmektedir. 2015 yılında Atina'nın tanıtımına yönelik gerçekleştirilen "I'm an Athenian too" kampanyası buna örnektir.



<http://imanathenian.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=BNvz5PYnvCw>

Yunanistan'ın Kültürel Diplomasi Faaliyetleri

Yunanistan'ın kültürel diplomasi faaliyetleri başta **Dış İşleri Bakanlığı** aracılığı ile yürütülmekte olup özellikle Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar ile yürütülen ilişkilere ve geliştirilen projelere öncelik verilmektedir.

Bununla birlikte yurtdışındaki **Büyükelçilikler ve Konsolosluklar** tarafından kültürel faaliyetler düzenlenmekte ve gerek klasik Yunan kültürünün gerekse modern kültürün tanıtımı yapılmaktadır.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



Hellenic Foundation for Culture (Yunan Kültür Derneği) (<http://hfc-worldwide.org/>) ise British Council, Goethe, Servantes Enstitüsü vb kurumların Yunanistan için bir benzerini teşkil etmektedir. Dernek, akademisyen ve siyaset adamı Ioannis Georgakis'in projesi olarak, Dışişleri Bakanlığının bünyesinde 1992 yılında kurulmuştur. Georgakis, derneğin kuruluşunda bütün dünyadaki Yunan Diasporasının desteğini almıştır. Sonraki yıllarda önce Cumhurbaşkanlığı himayesine ve 2002 yılında da Kültür Bakanlığı himayesine geçmiştir. Bununla birlikte Yönetim Kurulunda Dışişleri Bakanlığı ve Eğitim Bakanlığı'nın temsilcileri bulunmaktadır. Derneğin İskenderiye, Belgrad, Berlin, Bükreş, Lefkoşa, Londra, Moskova, Odessa, Washington, Pekin, Sofya, Trieste ve Tiran şubeleri bulunmaktadır. Türkiye, Kazakistan, Fransa, Portekiz, Belçika, Japonya, Fas, İsrail gibi ofisleri bulunmayan ülkelerde Yerleşik Diplomatik ve Konsüler Misyonlar ile işbirliğinde bulunmaktadır. Ayrıca Yunanistan'ın Odessa Filiki Eteryası ve İskenderiye Kavafis Evi Müzesi kurumunun yönetimindedir.

Yunanistan'ın önde gelen ailelerinin kurmuş olduğu vakıflar da yurtdışında gerçekleştirdikleri faaliyetler ile Yunanistan'ın kültürel diplomasi ilişkilerinde önemli rol oynamaktadır. Bu vakıflardan en önemlileri **Onassis ve Stavros Niarchos** Vakıflarıdır. Yunanistan'daki kültür merkezlerinin yanı sıra Onassis Vakfının New York'ta, Stavros Niarchos Vakfının Monte Carlo ve New York'ta kültür merkezleri bulunmaktadır. Söz konusu vakıfların temel amacı, Yunan Kültürünün Amerika'da tanıtımı olarak belirlenmiş olup sergiler, müzik dinletileri, tiyatro etkinlikleri ve film gösterimlerinin yanı sıra akademik çalışmalar ve dil kursları da gerçekleştirdikleri faaliyetler arasında yer almaktadır.

Dışişleri Bakanlığına bağlı "Yurtdışında Yaşayan Yunanlar Genel Sekreterliği"nin web sitesinden edilen bilgi doğrultusunda; Amerika'da binin üzerinde, Kanada'da dört yüzün üzerinde, Avustralya'da yaklaşık iki yüz ve Almanya'da üç yüzün üzerinde **Diaspora Derneği/Birliği/Vakfı** bulunmaktadır. Söz konusu kuruluşların birçoğu kültürel etkinlikler gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda yurtdışındaki kar amacı gütmeyen kuruluş statüsünde kurulmuş **Yunan Kültür Merkezleri ve Enstitülere** Yunan Diasporası tarafından maddi destekte bulunmaktadır. Söz konusu kültür ve merkezi ve enstitülere örnek olarak gösterilebilecek bazı kuruluşlar şu şekildedir:

Yunan Kültür Merkezi- Astoria/ABD <http://greekculturalcentero.wix.com/>
Yunan Enstitüsü- Cambridge/İngiltere <http://www.thegreekinstitute.org/>
Atina Akademisi- Uruguay <http://www.fundacionmariatsakos.org/>
Yunan Kültür Merkezi- Moskova/Rusya <http://www.hecucenter.ru/>

Türkiye'de Yürütülen Kültürel Diplomasi Faaliyetleri

Sismanoglio Megaro/Yunanistan'ın İstanbul Başkonsolosluğu

Siniosoğlu Konağı 90 yılı aşkın bir süredir, önceleri Büyükelçilik binası olarak, sonrasında Başkonsolosluk binası olarak hizmet vermektedir. Konsolosluk hizmetlerinin tamamı bu binadan verilir. Başkonsolosluk binasının içinde Aziz Savva kilisesi bulunmakta ve düzenli olarak ayin yapılmaktadır.

19. yy'ın bir şaheseri olarak başta bir İngiliz vatandaşına ait olan bina, 1896 yılındaki depremden gördüğü büyük hasardan sonra, Kapadokyalı büyük tüccar ve bankacı olan Sismanoglou ailesi tarafından revize edilmiş, genişletilmiş ve mülkiyetlerine geçmiştir. 1939'da, Konstantinos Sismanoglou bir karar alıp, aile konağını Yunan Devletine «Yunanistan Konutu» olması için hibe etmiştir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
BİLGİ NOTU FORMU



1973'te bina korunmaya alınmış ve 2004 yılına kadar kullanılmamıştır. 2004'te Yunanistan Devleti tarafından bina yenilenmiştir. O zamandan beri, Yunanistan İstanbul Başkonsolosunun ikametini bünyesinde barındırmakta ve birçok kültürel ve eğitici etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır.

Sismanoglu Megaro'da modern ve eski Yunanca dil kursları verilmekte, düzenli olarak resim sergileri, tiyatro ve müzik performansları, konferanslar ve kitap tanıtımları düzenlenmektedir.

Örnek Faaliyetler:

- Yunan Sineması: Grigoris Karantinakis'in yönetmenliğinde «Hariton'un Korosu» filmi
- Sergi: "Yunan Gravür Sanatının 100 Yılı, Hristos ve Polli Kolliali Koleksiyonu"ndan
- Tiyatro gösterisi: "Lodos ve Afros"

- Belgesel gösterimi: Grigoris Oikonomidis'in "İstanbul'un Rum Mimarları"
- Çağdaş Yunan Filmleri gösterimleri
- Konuşmalar dizisi: "Hem Vücut Hem Ruh İçin: Bizans Usulü Beslenmeye Dair Yeni Yaklaşımlar"
- Kitap tanıtımı: Çağdaş Yunan Edebiyatı Antolojisi ile Dafnis ve Hloi