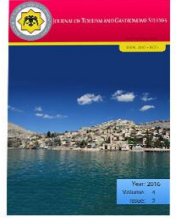




Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi (The Importance of Our Traditional Cheeses in Gastronomy Tourism)

*Oya Berkay KARACA^a

^a Çukurova University, Karataş School of Tourism and Hotel Management, Adana/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:11.01.2016

Kabul Tarihi:05.04.2016

Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizmi

Geleneksel gıdalar

Coğrafi işaretleme

Peynir

Keywords

Gastronomy tourism

Traditional food

Geographical indication

Cheese

Öz

Geleneksel gıdaların gastronomi turizmi içerisindeki önemi gün geçtikçe tüm dünyada artmaktadır. Bu nedenle ülkeler coğrafi işaretleme ile geleneksel ürünlerini yasal olarak koruma altına almak böylece kültürel değerlerin sürdürülebilirliğini sağlamak, haksız rekabeti ve tüketicinin yanlış bilgilendirilmesini önlemek istemektedirler. Zengin peynir çeşitliliğine sahip olan ülkemizde bu gastronomik değerlerin ön plana çıkarılması gerekmektedir. Coğrafi işaretli ürün çeşitliliğinin artırılmasında geleneksel peynirlerimizin önemli bir ülke fırsatı olduğu, turistik ürün olarak kullanımının şehirler ve bölgeler için önemli bir çekicilik unsuru oluşturacağı bilinen bir gerçektir. Bu nedenle çalışmada, geleneksel gıdalar, coğrafi işaretler ve ülkemizdeki geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi üzerinde durulmuştur.

Abstract

The importance of traditional foods in the gastronomic tourism is increasing day by day all over the world. Therefore, countries want to protect traditional products legally with geographical indication, thereby to ensure the sustainability of cultural values and avoid unfair competition and misinformation of the consumer. It has to be at the forefront of this gastronomic value in our country which has a rich variety of cheeses. To increase the geographic diversity of marked products, traditional cheeses are an important opportunity in our countries and it is a fact that an important element of attractiveness for cities and regions by using of these cheese as a tourist product. Therefore, this study focused on the importance of traditional foods and their characteristics, geographical indications and our traditional cheeses in gastronomic tourism.

* Sorumlu Yazar.

obkaraca@cu.edu.tr (O.B., Karaca)

GİRİŞ

Bir toplumun tarihsel süreç içinde ürettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı her türlü maddi ve manevi özelliklerin bütününe kültür denir (Karakaya ve Tiske, 2009, s.108). Kültür toplumları oluşturan değerler bütünüdür ve nesilden nesile aktarılmaktadır (Ersoy ve Özgen, 2009, s.30). Ülkemiz çok farklı kültürel değerlere sahiptir (Çoşkun, 2010, s.228). Bir ülkenin mutfağı o ülkenin en önemli kültürel göstergelerindedir (Şanlıer vd., 2010, s.374; Köten vd., 2014, s.595). Geleneksel ve bölgesel ürünler, ulusal kültür mirasının bir parçasıdır (Sayın vd., 2009, s.245). Toplumun kültür zenginliğinin ortaya konulması bakımından geleneksel gıdalar oldukça önemlidir (Demirci vd., 2014, s.222). Gıda sanayinin önemli konularından birini geleneksel gıdalar oluşturmaktadır. Geleneksel gıda sanayi; tarihi ve kültürel birikimi içerisinde barındıran, yeryüzünde daha önce yaşamış toplulukların, medeniyetlerin beslenme alışkanlıklarını da gözler önüne seren, bu gıdaların unutulmamasında, formüle edilip sonraki nesillere aktarılmasında ve en azından yöresel de olsa üretim tüketiminin devamlı hale getirilmesinde etkin rol oynayan önemli bir endüstri kolu-bilim dalıdır (Dizlek, 2010, s.389; Uçan ve Köten, 2014, s.128). Geleneksel gıda tüketiminin, geleneksel gıdanın karakteristiğine zarar vermeden, üretimin her aşamasında organik ve orijinal hammaddelerin kullanımını, gelişmiş güvenlik sistemlerinin olduğu yeni süreçleri, duyu kaliteyi koruyan paketleme sistemlerini ve uzun ömürlülüğü garanti etmesi dünya pazarına açılması için elzemdir (Öziş vd., 2014, s.703).

Türkiye 2014 yılı turizm istatistik verilerine göre dünya sıralamasında turist girişleri açısından 6'ncı, gelirler açısından 12. sırada yer almış, Yunanistan, İspanya ve İtalya'nın arkasından Avrupa'nın 4. en çok tercih edilen destinasyonu olmasına rağmen, uluslararası turizm gelirlerinden %5.8 pay alarak gastronomi turizminin daha gelişmiş olduğu İspanya (%12.8), Fransa (%10.9) ve İtalya'nın (%8.9) gerisinde kalmıştır (UNWTO, 2015). Gastronomi turizminin ana motivasyon kaynağı özel bir yemeğin ya da geleneksel ürünün tadımını veya üretim aşamalarını görmek amacıyla, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ve özel alanları ziyaret etmektir (Öner, 2014b, s. 1001). Türkiye açısından gastronomi turizmi, geçmişten geleceğe önemli sosyal ve kültürel miraslarımızdan biri olan geleneksel gıda ürünlerimizin dünyaya tanıtılması için önemli bir araçtır (Gökırmaklı ve Bayram, 2014, s.791). Geleneksel gıdalar içerisinde her ülkenin kendisine özgü geleneksel peynirlerinin ayrı bir önemi olduğu bir gerçektir. Bu nedenle de gastronomi turizmi sayesinde ciddi turizm geliri elde eden ülkelere bakıldığında turistik ürün olarak geleneksel peynirlerinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu'nda, 2014 yılında Türkiye'ye gelen 41 milyon 415 bin turist toplam harcaması olan 34.3 milyar doların 6 milyar 523 milyon dolarını yeme içmeye harcadığı, bununda toplam harcamalar içinde yüzde 19'luk payı olduğu belirtilmiştir. Turistlerin yüzde 88.2'sinin "destinasyon seçerken yemek çok önemli" dediği günümüz dünyasında, Türkiye yemek turizmiyle ilgili 94 adet faaliyette bulunan kurum, şirket, toplulukların sayısı ile 23. sırada yer alarak

ABD, Avustralya, Kanada gibi deniz aşırı rakiplerinin yanı sıra Fransa, İspanya, Yunanistan gibi pek çok Akdeniz ülkesinin de gerisinde kalmaktadır (Türsab, 2015).

Dünya’da pek çok ülke özel gastronomi turları düzenlemektedir. Düzenlenen bu gastronomi turları genel olarak değerlendirildiğinde; en çok kullanılan besinler arasında peynir, şarap, zeytinyağı, mantar vb yerel veya yöresel ürünlerin olduğu görülmektedir. Bu ürünlerin tanıtımı yapılırken ek olarak hazırlama, sunum ve eğitimi gibi konularda bilgilendirme yapılabilmektedir. Gastronomi turları, yemeklerin usta şefler eşliğindeki hazırlık aşamaları, yerel peynir üreticilerini ziyaret, atölyelerde peynir yapımlarına katılım, yerel pazarları ziyaretler, zeytinyağı tadımı ve zeytinyağı üreticilerini ziyaret, özel sürücü ile kırsal alanlarda yetişen ve yemeklerde kullanılacak olan mantar, yöresel ot, bölgesel olarak yetişen veya yetiştirilen baharatlar, yemeklerde kullanılan kırmızı veya beyaz etin yetiştirildiği alanların ve zeytin bahçelerinin gezilmesi, üzüm bağları ve bağ bozumu etkinlikleri, şarap tadım ve üreticilerini ziyaretler, yerel yiyecek ve içecek festivallerini ziyaretler ve evde mutfak dersleri gibi aktiviteleri kapsamaktadır (Deveci vd., 2013, s.31; Güzel Şahin ve Ünver, 2015, s.65).

Gastronomi turizminden elde edilen gelirin artırılmasında birçok Avrupa ülkesinde gastronomi turizmi içerisinde oldukça büyük bir yere sahip olan geleneksel peynirlere ülkemiz açısından verilen önemin artırılması ve bu değerlerimizin ön plana çıkarılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. UNESCO’nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi’nde Geleneksel Tören Keşkeği, Mesir Macunu Festivali ve Türk Kahvesi ve Geleneği’nin yer aldığı ülkemizin, gastronomi turizmini geliştirecek coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması ve gastronomi turizmi içerisinde hak ettiği yeri alması gerekmektedir (Türsab, 2015). Coğrafi işaretli ürün çeşitliliğinin artırılmasında peynirlerimizin önemli bir ülke fırsatı olduğu, değerlendirilmesi ile önemli bir turistik ürün oluşumu ve gerek şehirler gerekse bölgeler açısından önemli bir çekicilik unsuru oluşturacağı da bir gerçektir. Bu nedenle bu makalede geleneksel gıdalar ve özellikleri, coğrafi işaretler ve ülkemizdeki geleneksel peynirlerimiz üzerinde durulmuştur. Yapılan alan yazın taramalarında gastronomi turizmi içerisinde peynirin önemi ve kullanımını ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle çalışmada, önemli bir kültürel değerimiz olan geleneksel peynirlerimizin gastronomik ürün olarak gastronomi turizmi açısından önemine dikkat çekilmesi ve kullanılabilirliğinin vurgulanması, Türkiye’nin peynir zenginliği açısından mevcut potansiyelini ve bölgelere göre çeşitliliklerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

COĞRAFİ İŞARETLEME VE GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Belirli bir bölgeden kaynaklanan bir ürünün, sadece o bölgede bulunabilecek karakteristik özellikler taşıdığını ifade eden ad ve işaretlere coğrafi işaret denir. Bu özellikler, ürünün "ayrıt edici" özellikleri olarak tanımlanmaktadır. "Ayrıt edici özellik"; bir bölgede üretilen/yetiştirilen bir ürünü, bu bölgeden almış olduğu bir takım özellikler vasıtasıyla diğer bölgelerde üretilen/yetiştirilen ürünlerden farklılaştıran özelliktir (İlıcalı, 2009, s.257). Geleneksel gıdalar aynı zamanda coğrafi bilginin büyük önem taşıdığı gıda ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel gıdaların coğrafi veri ile

eşleştirilmesi ürünün doğasına has olan üretim yerini bir nevi tescil görevi görmekte ve küresel gıda pazarında hem tüketici hem de üreticinin, gıda ürününün her aşamasındaki izleme verisine ulaşmasını sağlamaktadır (Özby vd., 2014, s.35). Coğrafi işaretleme, küreselleşme sürecinde çeşitli bölgelere has gıdalara kolaylıkla ulaşan tüketicilerin, yediği gıdanın orijinini bilme ihtiyacına binaen ortaya çıkmış bir kavramdır (Ekinci, 2014, s.395). Kendine has ayırt edici özellikleri olan yöresel ürünler coğrafi işaret ile tescillenip markalaşması halinde ait oldukları yöreye önemli katkılar sağlamaktadırlar. Günümüzde etiket bilgilerini önemseyen tüketiciler, coğrafi işareti bir kalite güvencesi olarak gördüğü için bu ürünleri benzerlerine kıyasla daha yüksek fiyata satın almaktadırlar. Böylelikle coğrafi işaret; ürünün katma değerini arttırmakta ve yörede ekonomik hareketlilik, istihdam ve rekabet ortamı oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bunun yanında tüketicinin sağlıklı, kaliteli ve güvenli ürün tüketim hakkı da korunmuş olmaktadır (Ateş vd., 2014, s.405).

AB mevzuatındaki; 2082/92 no'lu yönetmelikte geleneksel gıdalar, geleneksel tarım veya gıda ürünleri; geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir kompozisyonla karakterize edilen veya bir üretim şekliyle ve/veya bir işleme yöntemiyle ve/veya geleneksel bir üretim tipini kullanarak üretilen ürünler olarak tanımlanırken, mevzuat kapsamında, özel nitelikli gıdaların da geleneksel gıdalar kapsamına girebileceği görülmektedir (Evren vd., 2012, s.560). Geleneksel ürünlerin özgünlüğü, özel bir yerde dolayısıyla bir kültürde köklenmesinden kaynaklanmaktadır. Tarihi derinlik, beceriler, bilgi, yemek alışkanlıkları ve gelenekleri bu ürünlerin değerlerinin artmasında etkili olan unsurlardır (Demirer ve Mencet, 2009, s.236). Geleneksel ürünlerin sahip oldukları nitelikleri koruyarak nesilden nesile aktarmak için tescil yoluyla koruma altına alınması, ürünlerin ait oldukları bölge, yöre ya da alan için potansiyel ekonomik değerlerini korumak demektir. Geleneksel ürünler 2082/92 sayılı yönetmelikte yer alan Geleneksel Özellik Garantisi (TSF-Traditional Specialities Guaranteed) tescili ile Avrupa Birliği (AB)'nde koruma altına alınmıştır. Geleneksel ürünler hem yer ve zamanı bir arada tutar hem de paylaşılan bilgiye bağımlıdır aynı zamanda anlamlı bir tarihsel içeriğe sahip olmalıdır. AB mevzuatına göre, bir nesil ya da 25 yıl, zaman içinde kökleri kurmak için gerekli minimum zaman dilimidir (Demirer ve Mencet, 2009, s.237). AB mevzuatınının 2082/92 nolu Yönetmeliği örnek alınarak geliştirilen tanımlar Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı'nda aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

"Geleneksel Özellik", bir ürünün bizzat geleneksel özelliğini tanımlamak için hazırlanmış olan standartlar hariç olmak üzere, kural olarak standardizasyon kurumlarınca veya yasalarca ürün terkiğine ilişkin olarak önceden tayin edilmiş standart bir formül veya standart bir üretim metodu ile sınırlandırılmayacak olan; aynı zamanda ürünün sunuş şeklinin ayırıcı bir özellik olarak değerlendirilmediği; bir ürünü aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayıran ve en az 25 yıllık bir geçmişi olan özel karakter veya karakterler grubunu anlatmaktadır.

"Geleneksel Özellikli Ürün", geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir terkip ya da doğrudan doğruya geleneksel bir üretim biçimi ile karakterize edilen veya doğrudan geleneksel bir üretim biçimine dayanmamakla birlikte, böyle bir üretim tarzını yansıtan işlemlerden geçirilmiş olması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürünü anlatmaktadır (Anıl vd., 2010, s.529). Geleneksel ürün, yerel hammaddelerden yapılmış, yöreselleşmiş ve geleneksel tarife uygun yapılmış ürünü temsil etmektedir (Sayın vd., 2009, s.245).

Yöresel ürünlerin sahtelerine karşı korunması ve haksız rekabete maruz kalmamaları için ulusal ve uluslararası düzeyde Coğrafi İşaretler (Cİ) ile koruma altına alınmaları sağlanmaktadır. Bir fikri mülkiyet hakkı oluşturan Cİ'ler, coğrafi bir adı belirtmektedir (Sayın vd., 2009, s.245). Coğrafi kökenin korunmasına yönelik yasal düzenleme Avrupa Birliği (AB) ölçeğinde 1992'de uygulamaya konulmuştur (Sayın vd., 2009, s.246). Avrupa Birliği ülkelerinin birçok bölgesinin kültürel mirasının önemli bir unsuru olarak değerlendirilen geleneksel gıda ürünlerinin üretimi ve satışı, ülke ekonomilerinin kritik bir girdisi olarak kabul edilmektedir (Demirözü vd., 2009, s.249). Avrupa Birliği, geleneksel gıda ürünlerini yasal olarak korumak, böylece haksız rekabeti, tüketicinin yanlış bilgilendirilmesini önlemek ve geleneksel gıdaların sağladığı ekonomik getiriye, gıdanın ait olduğu yöreye kazandırmak amacıyla bir dizi yasal önlem almıştır (Aktaş ve Saillard Kuş, 2014, s.162). Avrupa Birliği, 2081/92 ve 2082/92 sayılar ile 1992'de çıkarılan tüzüklerle, kendi gıda ürünlerini korumak ve tanıtmak üzere PDO (Menşe adı koruması, Protected Designation of Origin, orjinin korunmuş adı), PGI (Mahreç işareti, Protection of Geographical Indications, korunmuş coğrafi gösterge) ve TSG (geleneksel özelliği garanti edilmiş) olarak bilinen sistemleri kurmuştur. 1992 tarihinde oluşturulan tüzük, 20.03.2006 tarihinde yerini 510/2006 sayılı tüzüğe bırakmıştır (Demirözü vd., 2009, s.251). Türkiye'de geleneksel ürünlerin korunması, Türkiye'nin AB'ye uyum konusu ve ilgili AB mevzuatları dikkate alınarak, 1995 tarih ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile başlamıştır (Sayın vd., 2009, s.247). Buna göre;

Menşe adı; "bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içerisinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını" belirten işaret olarak tanımlanmıştır. Menşe adına konu olan ürünün tüm veya esas nitelik ve özelliklerinin sınırları belirli coğrafyadan kaynaklanması gerekmektedir. İkinci özelliği ise menşe adına konu olan ürünün üretim süreci tamamen sınırları belirlenmiş coğrafyada gerçekleşmelidir. Menşe adlarında ürün ile coğrafi kökeni arasındaki bağ çok kuvvetlidir. Ürün kendisine özellik katan tüm veya esaslı unsurları bu coğrafyadan almalıdır (Özgür, 2012, s.68-69). Bir başka deyişle, coğrafi işaret korumasına konu edilen ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda ise bu durumda bulunan coğrafi işaretlere "menşe adı" denir. Roquefort peyniri, Ezine peyniri gibi sadece buldukları yerde üretilebilen bu ürünler tekil ve eşsiz ürünlerdir.

Mahreç İşareti ise “bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içerisinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını” belirten işarettir (Özgür, 2012, s.69). Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda ise bu durumdaki coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir. Mersin cezeryesi, Adana kebabı ve Antep baklavası gibi bu ürünlerin üretim koşullarına uyulması koşuluyla ismini aldıkları yerin dışında da üretilmeleri mümkündür (Şanlıbaba ve Uymaz, 2014, s.253).

Coğrafi işaretlemenin geleneksel gıdaların üretiminde sürdürülebilirliğin en önemli teminatlarından biri olduğu söylenebilir. Coğrafi işaretler yalnız ürünün belirli bir bölgeden kaynaklandığını ve o bölgeye ait karakteristik özellikler taşıdığını göstermez, aynı zamanda hem bölgesel hem de ulusal kalkınmaya yardımcı olur. Ayrıca belli bir alanda özdeşleşmiş ürünler coğrafi işaretleme yoluyla bir marka haline gelmekte ve gelecek nesillere bozulmadan aktarılmasını sağlamaktadır (Özer ve Kesenkaş, 2014, s.49). Coğrafi işaretler kültürlerin parmak izleri olan gıdaların tescillenmesinde önemli bir işlevi üstlenir. Coğrafi işaretlerin önemi, insan-doğa arasındaki saygının artması, kırsal alan ekonomisinin özellikle geleneksel üretim halkasının başında gelen kadınların kalkındırılması, ülkelerin farklı ürünler ile küresel pazarda yarışabilmesi, küresel dünyada tek tipleşen beslenme sistemlerine karşı özgün ürünlerin korunmasından kaynaklanmaktadır (Şahin, 2014, s.152). Coğrafi işareti önemli kılan unsurlardan biri, içinde barındırdığı anlam ve onun bir kırsal kalkınma aracı olarak küreselleşen dünyada yerel hareketlerin teşvikini sağlayan bir olgu olarak görülmesidir. Coğrafi İşaretler, yöresel ürünleri ve özelliklerini ortaya çıkarmakta, yerelin özel ürünlerini markalaştırmakta; üreticinin gelirine, kırsal turizme ve kırsal nüfus için farklı iş alanlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008, s.58). Coğrafi İşaretler üreticilerin sahte kullanımdan dolayı haklarının gasp edilmesinden ve tüketicilerin ise aldatılmasından koruyan bir koruma aracı, pazarlama aracı, yerel işletmelerin sürdürülebilirliğinin sağlanması, kırsal-kültürel mirasın ve biyo çeşitliliğin korunması amacı ile kırsal kalkınma aracı, ekonomik bir denge oluşturma aracı ve üretici ile tüketici arasında bilginin ve kültürün paylaşımını sağlayan önemli bir bilgi aracıdır (Kan ve Gülçubuk, 2008, s.61).

Dünya toplam peynir üretiminin %70’ini Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleri gerçekleştirmektedir (Anon., 2013, s.21). Dünya peynir ticareti 2012 yılında bir önceki yıla göre %10 artarak 2.4 milyon tonun üzerine çıkmıştır. Dünyada en büyük 3 peynir ihracatçısı ülke (AB, Yeni Zelanda, ABD) 2012 yılında ticaret hacimlerini artırarak dünya toplam ticaretinin yarısını gerçekleştirmişlerdir (Anon., 2013, s.28). Toplam peynir üretim miktarımız 2013 yılı itibariyle 600.266 ton ve kişi başına düşen yıllık peynir tüketim miktarımız ise 16.5 kilogramdır (Anon., 2013, s.52). Yine aynı yıl, süt ve ürünleri toplam ihracat miktarında 53.7 milyon dolar ihracat değeriyle en büyük paya sahip olan peynirde (Kaşkaval, Beyaz peynir, Eritme peyniri, Taze peynirler) en önemli ihracat bölgelerimiz Irak ve Suudi

Arabistan iken bu iki ülkeye yapılan ihracat, toplam peynir ihracatımızın %61'ini oluşturmaktadır (Anon., 2013, s.56). Coğrafi işaretli peynirlerimizin sayısının artırılması ile peynir üretim, tüketim ve ihracat miktarlarının da artırılabilceği düşünülmektedir.

Dünyada yıllık yaklaşık 3 milyar Dolar değerinde coğrafi işaret tescilli ürünün ticareti yapılmaktadır (Özgür, 2012, s.68). AB'de coğrafi işaretler ve menşe işaret ile koruma altına alınan en fazla ürün grubu peynir olup (Sayın vd., 2009, s.246-247), Parmigiano Reggiano ve Comte gibi peynirlerde CI'in kullanımı 13. yüzyıla kadar inmektedir (Tekelioğlu, 2012, s.2). Fransa şarabı kadar Roqueford bölgesinde üretilen Roqueford peynirleri ile de ünlüdür. Coğrafi işarete sahip Roqueford peynirinin bölgesinde meydana getirdiği değişiklikler konusunda yapılan çalışmada coğrafi işaretin bölgede iş imkanlarının %50'sini oluşturmada etkili olduğu, coğrafi işaretin turizm kanalıyla olumlu yönlerinin olduğu belirtilmiştir (Kan vd., 2012, s.98). Fransız yasalarınca köken adı korunan ve üretimi titizlikle denetlenen Roquefort peyniri, Fransa'da 1070 yılından beri korunmaktadır. Nitekim Roquefort üreticilerine ilk koruma 1407 yılında kral VI. Charles tarafından verilmiş, Toulouse Parlamentosu'nun 31 Ağustos 1666 tarihli kararıyla da sahte Roquefort üreticilerinin cezalandırılması öngörülmüştür (Tekelioğlu, 2012, s.2). Fransa'da 2008 yılında PDO'lu 46 peynir 192.795 ton ile ülke toplam peynir üretiminin %16'sını oluşturmada, 18 ile 21 bin arasında üreticinin çalıştığı bu sektörün cirosu 1.5 milyar €'yu aşmaktadır. PDO'lu peynirlerin ortalama kg fiyatı diğer peynirlere göre %46 daha yüksek olup, bu fark 2008 yılında 3.90 €'ya yükselmiştir. Aynı yıl PDO'lu peynir ihracatı yaklaşık 10 bin tona ulaşmakta bunun üçte birini Roquefort peyniri oluşturmaktadır. Sadece Parmesan peynirinin yıllık cirosu 1.5 milyar €'dur (Tekelioğlu, 2012, s.3). Uluslararası ticarete yeri olan diğer bir önemli geleneksel üründe, Fransa'nın Jura Massif bölgesinde 12. yy'dan bugüne üretimi süren Comte peyniridir. Jura bölgesi için önemli bir geçim kaynağı olan bu peynir 1958 yılında coğrafi işaret koruması kapsamına alınmıştır (Demirer ve Mencet, 2009, s.239) ve bu peynirin imalatında kullanılan sütün fiyatı ise diğer sültere göre %10 daha pahalıdır. Türkiye'de ise coğrafi işaret ile peynirler ortalama olarak %57 daha pahalıya satılabilmektedir (Öner, 2014a, s. 959). AB'deki coğrafi işaretli peynirlerin 2010 Yılı ihracat rakamlarına bakıldığında; İtalya (3.4 milyar Avro), Fransa (1.5 milyar Avro), İspanya (186 milyon Avro), Hollanda (90 milyon Avro) ve Avusturya (89 milyon Avro)'nın en büyük paya sahip Avrupa ülkeleri olduğu görülmektedir (TPE, 2015c, s.16). Fransız coğrafi işaretli peynirleri diğer peynirlere göre % 30 oranında, şaraplar ise % 230 oranında daha yüksek fiyata alıcı bulmaktadır (TPE, 2015c, s.6). Tablo 1'de günümüzde coğrafi işaretleme ile koruma altına alınan Avrupa ülkelerine ait peynirler yer almaktadır.

Tablo1. Coğrafi İşaretleme İle Koruma Altına Alınan Avrupa Ülkelerine Ait Peynirler

Ülkeler	PDO	PGI
Fransa	45: Charolais (2014), Rigotte de Condrieu, Fourme de Montbrison, Mâconnais, Picodon, Morbier, Pouligny-Saint-Pierre, Roquefort, Laguiole, Banon, Tome des Bauges, Chevrotin, Valençay, Beaufort, Sainte-Maure de Touraine, Salers, Pélardon, Bleu du Vercors-Sassenage, Rocamadour, Maroilles/Marolles, Munster;Munster, GéroméFourme d'Ambert, Abondance, Bleu d'Auvergne, Bleu des Causses, Brie de Meaux, Brie de Melun, Camembert de Normandie, Cantal;fourme de Cantal;cantalet, Chabichou du Poitou, Crottin de Chavignol/Chavignol, Langres, Livarot, Neufchâtel, Pont-l'Évêque, Saint-Nectaire, Selles-sur-Cher, Bleu de Gex Haut-Jura;Bleu de Septmoncel, Chaource, Comté, Mont d'Or;Vacherin du Haut-Doubs, Reblochon/Reblochon de Savoie, Brocciu Corse / Brocciu, Époisses, Ossau-Iraty (1996)	6: Saint-Marcellin (2013), Gruyère, Tomme des Pyrénées, Tomme de Savoie, Emmental de Savoie, Emmental français est-central (1996)
İtalya	48: Pecorino delle Balze Volterrane (2015), Pecorino Crotonese, Strachitunt, Pecorino di Picinisco, Puzzone di Moena/Spretz Tzaori, Squacquerone di Romagna, Nostrano Valtrompia, Salva Cremasco, Formaggella del Luinese, Piacentinu Ennese, Vastedda della valle del Belice, Piave, Provolone del Monaco, Formaggio di Fossa di Sogliano, Casatella Trevigiana, Pecorino di Filiano, Stelvio;Stilfser, Sprezza delle Giudicarie, Caciocavallo Silano, Casciotta d'Urbino, Bra, Castelmagno, Fiore Sardo, Monte Veronese, Pecorino Sardo, Pecorino Toscano, Raschera, Robiola di Roccaverano, Toma Piemontese, Valtellina Casera, Ragusano, Bitto, Canestrato Pugliese, Fontina, Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana, Gorgonzola, Grana Padano, Montasio, Murazzano, Pecorino Siciliano, Provolone Valpadana, Quartirolo Lombardo, Taleggio, Valle d'Aosta Fromadzo, Asiago, Mozzarella di Bufala Campana, Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano (1996)	1: Canestrato di Moliterno (2010)
İspanya	26: Queso Camerano (2012), Queso Casín, Queso de Flor de Guía, Arzúa-Ulloa, San Simón da Costa, Cebreiro, Afuega'l Pitu, Gamoneu ; Gamonedo, Queso Nata de Cantabria, Queso Ibores, Torta del Casar, Roncal, Queso Palmero;Queso de la Palma, Queso de Murcia, Queso de Murcia al vino, Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya, Queso Majorero, Cabrales, Picón Bejes-Tresviso, Queso de La Serena, Queso Tetilla, Queso Zamorano, Quesucos de Liébana, Idiazabal, Mahón-Menorca, Queso Manchego (1996)	2: Queso Los Beyos (2013), Queso de Valdeón (2004)
Yunanistan	21:Xygalos Siteias/Xigalos Siteias, Feta, Pichtogalos Chanion, Formaella Arachovas Parnassou, San Michali, Metsovone, Graviera Naxou, Kalathaki Limnou, Sfela, Anevato, Manouri, Galotyri, Kefalograviera, Ladotyri Mytilinis, Batzos, Xynomyzithra Kritis, Graviera Agrafon, Kopanisti, Graviera Kritis, Katiki Domokou, Kasser	
Portekiz	11: Queijo do Pico, Queijo S. Jorge, Queijo de Cabra Transmontano, Queijo de Nisa, Queijos da Beira Baixa, Queijo de Azeitão, Queijo Terrincho, Queijo Rabaçal, Queijo de Évora, Queijo Serpa, Queijo Serra da Estrela	1: Queijo mestiço de Tolosa (2000)
İngiltere	10: Staffordshire Cheese (2007), White Stilton cheese/Blue Stilton cheese, West Country farmhouse Cheddar cheese, Beacon Fell traditional Lancashire cheese, Single Gloucester, Swaledale cheese, Swaledale ewes' cheese, Bonchester cheese, Buxton blue, Dovedale cheese (1996).	6:Traditional Ayrshire Dunlop (2015), Yorkshire Wensleydale, Orkney Scottish Island Cheddar, Exmoor Blue Cheese, Dorset Blue Cheese, Teviotdale Cheese (1998)
Avusturya	6: Tiroler Almkäse;Tiroler Alpkäse (1997), Vorarlberger Alpkäse, Tiroler Bergkäse, Vorarlberger Bergkäse, Gailtaler Almkäse, Tiroler Graukäse (1996)	

Almanya	5: Weißlacker/Allgäuer Weißlacker (2015), Odenwälder Frühstückskäse, Allgäuer Emmentaler, Allgäuer Bergkäse, Altenburger Ziegenkäse (1997)	3: Holsteiner Tilsiter (2013), Hessischer Handkäse/Hessischer Handkäs, Nieheimer Käse (2010)
Hollanda	4: Kanterkaas;Kanternagelkaas;Kanterkomijnekaas (2000), Boeren-Leidse met sleutels, Noord-Hollandse Gouda, Noord-Hollandse Edammer (1996)	3: Hollandse geitenkaas (2015), Gouda Holland, Edam Holland (2010)
Slovenya	4: Mohant, Bovški sir, Tolminc, Nanoški sir	
Polonya	3: Redykolka (2009), Oscypek, Bryndza Podhalańska (2007)	2: Ser koryciński swojski (2012), Wielkopolski ser smażony (2009)
İrlanda	1: Imokilly Regato (1999)	
Belçika	1: Fromage de Herve (1996)	
Romanya	1: Telemea de Ibăneşti-Published	

(Kaynak: <http://ec.europa.eu>)

Günümüzde Avrupa'da 186'i PDO ve 40'i PGI olarak coğrafi işaretlemeye sahip toplam 226 peynir bulunmaktadır (<http://ec.europa.eu>). En fazla tescilli peynir sayısına Fransa (45+6) ve İtalya (48+1) sahipken bunu sırasıyla İspanya (26+2), İngiltere (10+6), Portekiz (11+1), Avusturya (6), Almanya (5+3), Hollanda (4+3), Polonya (3+2), İrlanda (1) ve Belçika (1) izlemektedir. Coğrafi işaretli peynir sayısı Balkan ülkelerinde daha düşük olup, bu ülkeler Yunanistan (21), Slovenia (4) ve Romanya (1)'dir. PDO veya PGI olarak tescilli peynirleri olmayan Balkan ülkeleri ise Arnavutluk, Bosna Hersek, Bulgaristan, Hırvatistan, Karadağ, Makedonya, Sırbistan ve Türkiye'dir (Karaca vd., 2015, s.189). Dünyada gastronomi turizmini alt kollarıyla birlikte başarıyla gerçekleştiren birçok ülkeden Avrupa'da gastronomi turlarının en yoğun olduğu ülkeler Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda'dır. Örneğin peynir turizminde Fransa, İsviçre, İtalya, Hollanda dünya çapında üne sahip olup, tescilli geleneksel gıdalarının özellikle de peynirlerinin sayısı azımsanmayacak kadar çok olduğu görülmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015, s.65). Yerel ürün ve tatların turizm aracı olarak kullanılmasının yanı sıra korunması ve taklitlerine karşıda yasal zeminde mücadele etmesinde coğrafi işaret sistemi devreye girmektedir. Dünyada küreselleşmenin önem kazandığı bir dönemde yerel mirasın korunması ve tanıtımının sağlanarak bunun bir turizm potansiyeli haline çevrilmesi, özellikle Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelerin şarap, peynir ve et ürünlerini kültürel turizm, kırsal turizm, gastronomi turizmi, eko turizm gibi faaliyetler ile tanıtımları ve turist çekerek yerel ekonomide canlanma oluşturmaları dünyada gösterilebilecek başarı örneklerden bazılarıdır. Turizme konu olan bu tür ürünlerin birçoğunun şu an coğrafi işaret sistemi içerisinde korunuyor olması coğrafi işaretlerin kırsal ve gastronomi turizminde ne denli büyük bir rol oynayabileceğinin bir göstergesidir. Bu nedenle coğrafi işaretleri kırsal alanda turizmi destekleyen ve buna bağlı olarak ta bulunduğu alana ekonomik avantajlar sağlayan bir unsur olduğunu söylemek mümkündür (Kan vd., 2012, s.95).

Ekonomik ve kırsal kalkınmayı sağlamasının yanı sıra gastronomi turizmi açısından da coğrafi işaretleme sistemi soyut kültürel mirasın somut bir yansıması olan yöresel gastronomik mirası yöresel ve yerel değerler ile koruma altına alarak, yerel tarımsal faaliyetleri destekleyen, yöresel ürünlere

ekonomik değer katan ve coğrafi işareti alan bölgenin tanıtımını sağlayan bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır (Kılıçhan, 2016). Coğrafi işaretler sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinin motivasyon faktörü olan geleneksel üretimi, geleneksel yaşam kültürünü, kültürün sunduğu farklı lezzetleri, tarımsal, otantik, yerel yöresel yiyecek, içecek ve tatları koruyup, tanıtılarak ve özellikle bölgenin turizm potansiyelini destekleyerek söz konusu destinasyona turist çekmede etkili olmakta ve buna bağlı olarak da söz konusu olan yörelerde yerel kalkınmaya destek sağlayan ve bölgesel turizmi geliştiren önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Durlu-zkaya vd., 2013, s.18). Coğrafi işaretlerin yetiştiği/üretildiği coğrafi kökenine bağlı olan kuvvetli ilişkiden dolayı ziyaretçiler, ürünlerin yetiştiği/üretildiği yerlerdeki insanların yaşam Őekillerini, kültürlerini merak etmekte ve bu durum ziyaretçileri o bölgeye çekerek turizmin canlanmasına katkıda bulunmaktadır (Mercan ve zlmez, 2014, s.90).

GELENEKSEL PEYNİRLERİMİZ VE COğRAFİ İşARETLEME SÜREÇLERİ

Peynir, kelimesi modern Türkçe'ye Farsça sütten yapılmış manasına gelen "panir" kelimesinden geçmiştir. İngilizce'ye ise Latince "caseus"dan gelmiştir. Bu kelimenin kökeninin Hint-Avrupa dillerinde yer alan mayalanmak-ekşimek manasına gelen "kwat" kökünden geldiği düşünülmektedir. Fransızca, İtalyanca ve Katalanca'ya ise yine aynı kökenden gelmiş olmasına rağmen, Romalılar tarafından askerlerin tüketimi için yapılan "caseus formatus" (kalıp peyniri) sözünün ikinci parçası olan kalıp manasına gelen "formatus"dan türeyen kelimeler kullanılmaya başlanmıştır. İspanyolca'da "queso", Portekizce'de "queijo", Almanca'da "Köse", Flemenkçe'de "Kaas", İngilizce'de "cheese" İtalyanca'da "formaggio" olması yanında, Fransızca'da "fromage" ve Katalanca'da "formatge" olmuştur. İlk kez Memluk Türkçesi'nde "benir, penir, beynir" olarak görülmüştür. Yazılı olarak en eski ztrke karşılığı ise Kşgarlı Mahmud tarafından yazılan Dvn Lugati't-Türk kitabında uyutmak, uyumuş süt ve peynir anlamlarında "udma veya udhitma" olarak geçmektedir. Farklı Türk lehçelerinde ağrımışık, sogut (Karluk), kurut, kesk, çökelek, bışlak gibi farklı kelimeler de peynir için kullanılmıştır (<http://ankaratb.org.tr>).

Peynir, bütün dünya ülkelerinde üretilen ve zevkle tüketilen süt ürünlerinden biridir. Bu nedenle üretimi, tüketimi ve çeşidi gün geçtikçe artmaktadır (zder vd., 2009, s. 847). Süt ve süt ürünleri özellikle de peynir çok eski yıllardan beri insan beslenmesinde kullanılmaktadır. Peynir üretiminin esas Romalılar zamanında geliştirildiği ve ilk peynir tesisinin Roma'da 1851'de kurulduğu tarihi kaynaklarda yer almaktadır (Seçkin vd., 2009, s.158). Yapılan arkeolojik alışmalar M.. 4000 yıllarında Şarap, yoğurt ve peynir yapıldığını göstermektedir (Halkman ve Taşkın, 2010, s.27). Peynirin ilk yapıldığı tarih kesin olarak bilinmemekle birlikte yaklaşık 6000-7000 yıl önce, orta ve güney batı Asya'da sütün hayvanların mide veya derilerinde taşınması sonucu elde edilmiş olabileceği düşünülmektedir (zer vd., 2014, s.134). Bazı yazarlar ilk peyniri Kanana adında bir Arap gezginin koyun midesinden yapılmış bir tulum içinde taşıdığı sütün pıhtılaşmasıyla bulunduğunu

belirtmişlerdir. Herodotus, Hipokrat ve Strabo da ilk peynirin İskitler tarafından kısırak sütünden muhtemelen ekşitme yoluyla yapıldığını belirtmişlerdir. Uygarlığın Ortadoğu, Mısır, Eski Yunan ve Roma'da yaygınlaştırılmasıyla peynir üretimi gelişmiş ve özellikle Roma askerlerinin akınları ile tüketim sınırları genişlemiştir (El vd., 2009, s.181).

Peynir hem dayanıklı hem de toplumun her kesimindeki tüketici isteklerine cevap verebilecek çeşitliliğe sahip olması açısından değerli bir süt ürünüdür (Öner vd., 2010, s.347). Yağlı süt, krema, kısmen veya tamamen yağı alınmış süt, yayık altı veya bunların birkaçının veya tümünün karışımının peynir mayası veya zararsız organik asitlerle pıhtılaştırıldıktan sonra peynir suyunun ayrılması, pıhtının şekillendirilmesi ve tuzlanmasıyla elde edilen, taze veya olgunlaştırıldıktan sonra tüketilen bir süt ürünüdür. Süte uygulanan farklı işlemler sonucu çok farklı çeşitte peynir üretilebilmektedir (Erinç vd., 2009, s.131). Dünyada yaklaşık 4000 çeşit peynir türü olduğu bilinmektedir. Peynir denildiğinde ilk akla gelen Fransa, Hollanda, İtalya gibi ülkeler olmasına rağmen peynir çeşitliliğinin en fazla olduğu ülkeler arasında Türkiye de yer almaktadır (Akal vd., 2014, s. 552; Özdemir vd., 2009, s.139). Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği'ne göre, peynir hammaddenin uygun bir pıhtılaştırıcı kullanılarak pıhtılaştırılması ve pıhtıdan peyniraltı suyunun ayrılmasıyla ya da sütün permeatının ayrılmasından sonra pıhtılaştırılmasıyla elde edilen, farklı sertliklerde ve yağ içeriklerinde, salamura ile ya da kuru tuzlama ile tuzlanarak ya da tuzlanmadan, starter kültür kullanarak ya da kullanmadan, telemesi haşlanarak ya da haşlanmadan, çeşnili ya da çeşnisiz olarak, tekniğine uygun olarak üretilen, olgunlaştırılmadan ya da olgunlaştırıldıktan sonra tüketilen, çeşidine özgü karakteristik özellikleri gösteren süt ürünlerini ifade etmektedir (Anon., 2015).

Tablo 2. Bölgelere Göre Geleneksel Peynir Çeşitleri

Bölge	Peynir Çeşitleri
Türkiye Geneli	Beyaz peynir, Kaşar peyniri, Tulum peyniri, Lor peyniri
Ege	Koponesti peyniri, Tire Çamur peyniri, İzmir Teneke Tulum, Kırtokmak peyniri, Armola peyniri, Kirlihanım peyniri, Kuru Çökelek peyniri, Posa peyniri, Sepet peyniri, Afyon Tulum peyniri, Karaburun Lor peyniri, Kuru Ezme peyniri
Güneydoğu Anadolu	Urfa Beyaz peynir, Antep Sıkma peyniri, Örgü (Eritme) peyniri, Otlu peynir,
İç Anadolu	Divle Tulum peyniri, Küp peyniri, Gölbaşı Tulum peyniri, Yozgat Çanak peyniri, Gödelek peyniri, Çömlek peyniri, Kayseri Çömlek peyniri, Küpecik peyniri, Çökelekli Pepper, Çepni Tulum peyniri, Ayaş Basma peyniri, Pesküten, Konya Küflü peyniri, Ereğli Bez Tulum peyniri, Karaman Tulum Peyniri, Ekşi peynir
Karadeniz	Aho peyniri, Ayran peyniri, Ayran Kırmacı peyniri, Civil peyniri, Çökelek, Eridik peyniri, Giresun Biberli peyniri, Gorcola peyniri, İmansız peynir, Kadına peyniri, Kargı Tulum peyniri, Karın Kaymağı peyniri, Keş peyniri, Kolete peyniri, Külek peyniri, Küp Çökelek peyniri, Kurçu peyniri, Minzi peyniri, Minzi Kurut peyniri, Oğma peyniri, Tonya Kaşar peyniri, Şor peyniri, Süt Kırmacı peyniri, Tekne peyniri, Teleme peyniri, Telli peyniri, Tulum Kaşar peyniri, Yayla Peyniri, Yer peyniri, Yumme peyniri, Yusufeli Küflü Köy peyniri, Kadel peyniri
Akdeniz	Çimi peyniri, Kelle Çökelek peyniri, Ham Çökelek peyniri, Yörük peyniri, Sürk peyniri, Carra peyniri, Süller Tulum peyniri, Bez Kaşar peyniri, Hellim peyniri, Nor peyniri, Yalvaç Küp peyniri, Parmak peyniri, Hatay Dil peyniri, Künefe peyniri, Sünme peyniri, Hatay Beyaz peyniri, Ezme peyniri, Kelle peyniri, Testi peyniri, Sütlü peynir, Sütçüler Tortusu peyniri

Doğu Anadolu Bölgesi	Gravyer peyniri, Erzincan Şavak Tulum peyniri, Kars Kaşar peyniri, Civil peyniri, Şor peyniri, Van Otlı peyniri, Otlı Lor peyniri, Cacık peyniri, Malatya Çökelek peyniri, Yaprak peyniri, Dövme peyniri, Motal peyniri, Tomas peyniri, Saçak peyniri, Göçer peyniri, Pestigen peyniri, Bitlis Küp peyniri, Kırmızı peynir
Marmara	Mihaliç peyniri, Sepet Loru, Çerkez peyniri, Abaza peyniri, Mengen peyniri, Karabük peyniri, Trakya Kaşar peyniri, Balkabağı Küp peyniri, Çoban peyniri, Ezine peyniri

(Kaynak: Çakmakçı, 2011, s.589)

Geleneksel gıdalar, birçok toplumda beslenme ve diyet açısından önemli bileşenlerdir ve mevcut gıda pazarında büyük bir kitleyi oluşturmaktadırlar (Ocak vd., 2014, s.563). Süt insan bünyesi için gerekli tüm besin öğelerini diğer bir ifade ile protein, yağ, karbonhidrat, vitamin ve mineral maddeleri bileşiminde yeterli ve dengeli bir şekilde bulundurmakta ve yüzlerce çeşit ürüne dönüştürülebilmektedir. Beslenmemizde süt ürünleri içerisinde peynirin ayrı bir önemi vardır (Tarakçı vd., 2010, s.344). Dayanım süresi kısıtlı bir gıda olan süt peynire işlenerek muhafaza süresi arttırılmakta ve sağlıklı bir besin maddesi olarak tüketiciye sunulmaktadır (Kaplan ve Karahan, 2012, s.213). Peynir organizmanın büyümesi, dokuların onarılması, sağlıklı hayatın devamı için gerekli olan protein, yağ ve mineral maddelerin karşılanması bakımından zengin bir süt ürünüdür (Demir ve Andiç, 2009, s.166). İnsanın doğduğu andan itibaren tüm yaşamında önemli yeri olan süt ve süt ürünlerinin tüketimi hayat boyunca sayısız yararlar sağlamaktadır (Çomak vd., 2010, s.157). Temel gıda maddelerinden biri olan peynir, hayvansal protein açığını kapatmak bakımından iyi bir kaynak olup, aynı zamanda kalsiyum gibi mineraller bakımından da oldukça zengindir. Yani peynirin beslenme fiziolojisinde asıl önemi, tip ve çeşidine göre değişen oranlarda (%10-35) içerdiği biyolojik değeri son derece yüksek proteinden kaynaklanmaktadır (Yıldız, 2014b, s.611).

Geleneksel süt ürünleri içerisinde en fazla çeşitlilik peynirde görülmektedir (Seçkin vd., 2009, s.158; Akın vd., 2010, s.268). Bu çeşitliliğin birçok sebebi olmasına rağmen, genel anlamda farklı tür sütlerin hammadde olarak kullanılmasından, teknolojik uygulamalardan, coğrafik bölge şartlarından, peynirin olgunlaştırılıp olgunlaştırılmamasından, ülkelerin farklı kültürlere sahip olmasından, hatta aynı ülkenin farklı yöresel alışkanlıklarından kaynaklanmaktadır (Gün vd., 2010, s.261). Peynir çeşitliliğinin bolluğu bir ülkenin kültürel zenginliğinin göstergelerinden biridir (Kırdar vd., 2009, s.143; Altun vd., 2010, s.246). Tablo 2’de bölgelere göre geleneksel peynir çeşitlerimiz yer almaktadır.

Her yöre kendi görgü, bilgi, örf ve adetlerine göre çeşitli peynirler üretmektedir. Ülkemizde 130’den fazla çeşidi olan yöresel peynirlerimizin üretim yöntemleri benzerlik göstermekle beraber kullanılan malzemelerin özgün ve yöreselliği peynire farklılık katmaktadır (Gönç ve Dinkçi, 2010, s.49; Parlak ve Güzeler, 2014, s.399). Bu peynirlerin her biri kendine özgü kimyasal ve duysal niteliklere, özellikle tat, tekstür ve görünümüne sahiptir (Gezginç ve Köksalan, 2012, s. 435). Türkiye’de geleneksel metotlarla üretilen peynir tiplerinden en yaygın olanları pıhtısı haşlanarak üretilen peynirlerdir (Albay ve Şimşek, 2010, s.178). Üretilen peynirlerden Beyaz peynir %60’, Kaşar peyniri %17, Tulum ve Mihaliç peyniri %12 ve diğer yöresel peynirler %11 oranındadır. Tablo 3’de Türk

Patent Enstitüsü tarafından tescilli coğrafi işaret almış olan geleneksel peynirlerimiz yer almaktadır. Coğrafi işaretlerin dağılımına bakıldığında özellikle yemek kültürü zengin olan ülkemizde yerel potansiyellerimizi tam değerlendiremediğimiz görülmektedir (Kan ve Gülçubuk, 2008, s.63). Türkiye’de tescil edilen toplam coğrafi işaret sayısı 185 olup, bunların sadece 8 tanesi geleneksel peynirlerimizdir. Başvuru aşamasındaki coğrafi işaretli ürün sayısı ise 182 olup bunların 10 adedi geleneksel peynirlere ait tescillerdir. Peynir çeşitliliğimize oranla çok az peynirimizin tescilinin yapılmış olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Coğrafi İşaret Almış Olan Geleneksel Peynirlerimiz

Coğrafi İşaretin Adı	Tescil No	Coğrafi İşaret Türü	Başvuru ve Koruma Tarihi
Diyarbakır Örgü Peyniri	170	Mahreç	15.02.2010
Edirne Beyaz Peyniri	93	Mahreç	10.05.2004
Erzurum Civil Peyniri	116	Mahreç	17.12.2007
Erzurum Küflü Civil Peyniri (Göğermiş Peynir)	164	Mahreç	01.03.2010
Erzincan Tulum Peyniri	30	Menşe	21.08.2000
Ezine Peyniri	86	Menşe	24.02.2006
Hellim/Halloumi (KKTC)	133	Menşe	10.10.2008
Kars Kaşarı	190	Menşe	14.02.2014

(Kaynak: TPE, 2015a)

Türkiye’de Beyaz, Kaşar, Tulum ve Mihaliç peynirlerinden başka, yöresel ihtiyacı karşılayacak düzeyde ve ilkel tekniklerle elde edilen mahalli peynir çeşitleri de bulunmaktadır. Ülkemizde yapılmakta olan çeşitli tip yerli peynirlerimizden bazıları Abaza, Van Otlu, Lor, Civil ve Yozgat Çanak peynirleridir (Güzeler ve Parlak, 2010, s.63). Kaşar peyniri yarı sert peynir çeşitleri arasında olup Türkiye’de üretilen ve ticareti yapılan en önemli peynir çeşitlerinden biridir. Tulum peyniri ülkemizde Beyaz ve Kaşar peynirinden sonra en çok üretilen peynir çeşidi olup, bu peynirlerle kıyaslandığında daha yüksek ekonomik değere sahiptir. Koyun, keçi, inek ve manda sütlerinden üretilen, keskin bir koku ve ufalanan bir yapıya sahip olan yarı sert bir peynirimizdir (Yangılar, 2012, s.581). Tulum peynirlerinin en bilineni, Erzincan Tulum peyniri (Şavak peyniri) olup üretim miktarı açısından Türkiye’nin 3. sıradaki peynir çeşididir (Çakmakçı, 2010, s.71). Tulum peynirleri, diğer peynir çeşitlerine göre daha uzun bir olgunlaştırma dönemi geçirmekte, toplam olgunlaştırma süresi 1 yıla kadar uzayabilmektedir (Çakmakçı ve Çakır, 2012, s.853). Son zamanlarda ülkemizin birçok bölgesinde deri dışında çuval, bez, teneke, cam veya plastik bidon gibi farklı ambalaj materyallerine basıldığı bilinmektedir. Çoğunlukla Erzincan Şavak Tulum peyniri, Divle Tulum peyniri, Çimi Tulum peyniri, İzmir Tulum peyniri, Isparta Tulum peyniri gibi yöresel isimlerle piyasaya sunulan 10’dan fazla çeşit tulum peyniri bulunmaktadır (Gök vd., 2010, s.259). Tablo 4’de başvuru aşamasındaki coğrafi işaretli geleneksel peynirlerimiz yer almaktadır.

Tablo 4. Başvuru Aşamasındaki Coğrafi İşaretli Geleneksel Peynirlerimiz

Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Numarası	Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Numarası
Antep peyniri	C2015/018	Yozgat Çanak Peyniri	C2011/026
Urfa peyniri	C2015/014	Reggio Parmesani/ Parmigiano Reggiano	C2011/002
Aybastı Beyaz Peyniri	C2013/041	İzmir Tulum Peyniri	C2010/030
Ünye Köy Peyniri	C2013/043	Malkara Eski Kaşar Peyniri	C2010/053
Manyas Kelle Peyniri	C2012/133		

(Kaynak: TPE, 2015b)

Peynir üretiminde yaygın olarak inek sütü kullanılmakla birlikte, inek sütüne değişik oranlarda keçi ve koyun sütü katılarak ya da sadece bu tür sütler kullanılarak da peynir üretilmektedir. Peynir mayası ile inek ve koyun sütlerine oranla daha çabuk ve kolay pıhtılaşan keçi sütü ve ürünlerine verilen önem her geçen gün artmaktadır (Musullugil vd., 2009, s.162). Ülkemizde üretilen keçi sütü peynirleri genellikle yöresel peynirler olup, başlıcaları Antep Sıkma peyniri, Karaburun Keçi Sepet peyniri, Burhaniye Sepet peyniri, Gönen Yörük peyniri, Konya Teneke Keçi peyniri (Çepni), Denizli Taze keçi peyniri, Yayladağı ve Çayır peynirleri (Isparta), Ezine (Edirne) ve Eğirdir keçi peynirleri, Malatya ve Konya salamura peynirleri, Isparta Çayır peyniri ve ayrıca Akçakatık (Burdur), Kelle (Ayvalık), Çimi (Antalya), Tel, Çivil, Diyarbakır Otlu peynir, Küp, Çömlek (Çankırı, Kırşehir, Nevşehir), Kopanisti, Kırk Tokmak, Siirt Göçer Otlu peyniri, Hakkari Dövme peyniri, Hatay Carra peyniri, Armola peyniri (İzmir, Seferihisar), Sepet, Kırtokmak ve Kirlihanım peynirleri (İzmir-Karaburun, Balıkesir), Maraş peyniri (Kahramanmaraş), Abaza ve Dolaz peynirleridir (Kırdar ve Gün, 2010, s.314; İrkin vd., 2010, s.309). Ülkemizde gastronomi turizmi kapsamında her bölgemizde değerlendirilebilecek peynirlerimiz olduğu aşikârdır. Bu peynirlerimizin geleneksel özelliklerinin bozulmadan hijyenik ve sağlıklı üretim yöntemlerine kavuşturulmaları, illerin ve/veya bölgelerin tanıtımlarında ön plana çıkarılmaları ve turistik ürün olarak pazarlanarak ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamaları gerçekleştirilebilir.

SONUÇ

Beslenme, insan yaşamında vazgeçilmesi mümkün olmayan ve başlangıcı ilk insanın varoluşuna dayanan bir olgudur. Beslenme tanımı, 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın ilk yarısında, büyüme ve gelişmeyi sağlama ve sürdürülebilirlik için alınması gereken besin öğelerini belirleyen yeterli ve dengeli beslenme kavramını, 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren ise bunlara ek olarak sağlık faydası kavramını da içeren optimum beslenme anlayışını kapsayacak şekilde oluşturulmuştur. Bu kapsam çerçevesinde son yıllarda tüm dünyada, genellikle sağlıklı olarak kabul edilen geleneksel gıdalar üzerine yapılan araştırmalar önem kazanmıştır (Karakaya vd., 2009, s.174). Son dönemlerde, ülkelerin ekonomilerine çok fazla katkı yapan turizm sektörü, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmeye başlamıştır. Bu doğrultuda, turizm sektörü açısından hem dünyada hem de ülkemizde önem kazanan yöresel değerler arasındaki karmaşayı önlemek adına hazırlanan bir yasa ile turistik değer taşıyan ve kendi yörelerine ekonomik anlamda katkı sağlayan ürünlere “Coğrafi İşaretleme” yapılmaya

başlanmıştır (Orhan, 2010, s.243). Coğrafi işaretlerin önemini ortaya koyan en önemli yaklaşım, küreselleşen dünya ticareti karşısında yerel kalkınmanın en önemli teşvik aracı olarak kabul gördüğü gerçeği olup, son dönemlerde gerek iç gerekse dış turizmin yönelim alanı geleneksel değerler olmaya başlamıştır. “Kültür Turizmi” başlığı taşıyan bu politika uygulaması, yöresel değerlerin tescillenip turizm sektöründe yeni pazarlama alanı olarak kullanılması, dünya ülkelerinin sıkça izlediği ulusal turizm politikalarından biri olmaktadır (Orhan, 2010, s.250). İşte bu değerlerimizden biri de; turistik ürün olarak ön plana çıkarılabilecek geleneksel peynirlerimizdir.

2015-2018 yıllarını kapsayan dönem için hazırlanan Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı’nda; ülkemizde coğrafi işaretli ürün sayısının artırılmasının, ihracat potansiyeli yüksek coğrafi işaretli ürünlerin tespit edilerek ekonomik ve sosyal analizlerinin yapılmasının, üreticilerin coğrafi işaretli ürünleri ulusal ve uluslararası alanda pazarlama ve bu ürünlere pazar bulma becerilerinin artırılmasının hedeflendiği belirtilmektedir. Mevcut durumda düzenlenmekte olan “İl Tanıtım Günleri”nde coğrafi işaretli ürünlerin ön plana çıkarılması, İl Kültür Turizm Müdürlük’lerince sağlanan enformasyon hizmetleri ve bu hizmetlere ait dokümanlarda, söz konusu yöreye ait coğrafi işaretlere yer verilmesinin sağlanacağı da vurgulanmıştır (TPE, 2015c). Ülkemizdeki coğrafi işaretli gıda ürünü sayısı gün geçtikçe artmasına rağmen mevcut potansiyelin tam değerlendirilemediği ve istenilen oranda coğrafi işaretlemeye sahip olunmadığı da bir gerçektir. Peynirlerimiz açısından da durum aynı olup, yurt içi tescillenme sayısı az olduğu gibi şu ana kadar Gaziantep baklavası dışında yurt dışı coğrafi işaret alınmamış olması milli değerlerin korunması ve tanıtılmaması açısından da üzücüdür. Bu nedenle her ilin sahip olduğu farklı geleneksel peynirleri için coğrafi işarete başvurularının teşvik edilmesinin ülkenin coğrafi işaretli gıda ürünü sayısının artırılmasında etken olacağı düşünülmektedir. İl tanıtım broşürlerinde bu ürünlere yer verilmesinin, turizmde ön plana çıkarılarak hem yerli hem de yabancı turistlere tanıtılmasının ve pazarlanma ağlarının kuvvetlendirilmesinin turizm gelirlerine ekonomik fayda getireceği de bilinmektedir.

TÜRSAB’ın Gastronomi Turizmi Raporu’nda “Nasıl İtalya turizm tanıtımını yaparken kültürel mirasının yanı sıra pasta dediği makarnayı ve pizzayı pazarlıyorsa, Fransa şarap ile anılıyorsa Türkiye de kendi lezzetlerini de tanıtımının içine katmalı” ifadesi kullanılmıştır (TÜRSAB, 2015). Ülkemizin gastronomi değerlerinin ön plana çıkarılmasında geç kalındığı ve artık hızlı yol alınması gerektiği sürekli dile getirilmektedir. Bucak ve Ateş (2014, s.322, 318, 325) gastronomi turizminin Çanakkale ilinin turizmüne etkisini araştırdıkları çalışmalarında, katılımcıların tamamının Ezine Peyniri ve Peynir Helvasının ilin tanıtımında en önemli yiyecekler olduğunu belirttiklerini, Çanakkale’den hediye olarak götürülebilecek en ünlü ve özgün yiyeceğin ise “Peynir Helvası” olduğunu ve ziyaretçilerin gezi alanlarında bulunan hediyelik eşya satış alanlarında orijinal ambalajlanmış Ezine peyniri, Gökçeada balı, Bayramiç helvası, domates reçeli vb. gibi yerel ürünlerin satışının teşvik edilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Tüm bunların sonucunda; geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmine

kazandırılmasının ülke turizmi açısından önemi aşikâr olup, gastronomi turizminin destinasyonlara sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel katkılardan peynirler ile yararlanabileceği düşünülmektedir. Böylece her bölgede yöre halkının ve/veya üreticilerinin kendi üretim değerleri ile gastronomi turizmine ve geleneksel gıdaların sürdürülebilirliğine katkılarının sağlanabilmesi mümkün olabilmektedir. Peynirlerimizin yerli ve yabancı turistler açısından cazibe haline getirilmesi ve turistik ürün olarak pazarlanmalarının artırılması ile hem bu değerlerimizin üretim metotlarının unutulmaması hem de nesilden nesile aktarımının kolaylaştırılması yani besinsel ürün sürdürülebilirliği sağlanabilecektir. Sadece ekonomik olarak sağlanacak fayda değil aynı zamanda kültürel değerlerimizin koruma altına alınması süreçleri hızlanacak ve coğrafi işaretli ürün sayısının ülke genelinde artırılmasına da hizmet edecektir. Özel ilgi turizmi kapsamındaki gastronomi turizminin yoğunluğunun artırılması ile ise de beton yığılımı sürecinde devam eden 3 S turizminden biraz olsun uzaklaşarak ekoturizm, kırsal turizm ve yayla turizmi vs gibi alternatif turizm çeşitlerinin yaygınlaştırılması sağlanabilecektir. Geleneksel gıdaların kayıt altına alınması ve izlenebilirliğinin sağlanması ile geleneksel ürünlerin korunmasının ve geliştirilmesinin gerçekleştirileceği, böylece iyi bir kırsal kalkınma aracı olarak kullanılacakları düşünülmektedir. Coğrafi işaretleme ile peynirlerin kalitesinin ve milli ve kültürel değerlerin korunması amaçlanmaktadır. Ayrıca hijyen ve sağlığa zararlı yönleri olmadan peynirlerin tüketicilere ulaşması, kalite değerlendirmeleri açısından iyi nitelikli ürünlerin piyasada artırılması, farklılaştırılmış ürün yelpazesinin oluşturulması ve ürün taklitlerinin önüne geçilmesi de mümkün olacaktır. Ayrıca diğer bütün Avrupa ülkelerinde de olduğu gibi, geleneksel peynirlerimizin çeşitliliğinin korunması, artırılması, devamlılığının sağlanmasında ve peynirlerimizin kendine has özellikleri koruyarak sınırların dışına açılmasında turizm önemli bir aracı rol üstlenecektir.

Gastronomi turizminden elde edilen gelirin artırılmasında, yerel yiyecek içecek sektörlerinin ve üreticilerinin desteklenmesi, yöresel ürünlerin ekonomik katma değer yaratması ve yerel ekonominin kuvvetlendirilmesi etken olacaktır. Peynirlerimizin gastronomi turizmindeki etkisinin artırılması ile yerel marka kimliği ve yerel pazarlama ağları güçlendirilebilecektir. Ayrıca turizmin bölgelerin ya da illerin gastronomik özgünlüğüne olumlu etkisinin sağlanması mümkün olabilecektir. Sonuç olarak da; gastronomi turizminin destinasyonlara sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel katkılar artırılabilir. Bu amaçla, küçük üreticiler için peynir satış mağazalarının yaratılması, turistler için peynirlerin üretim basamaklarının bazıları veya tümünü görebilecekleri fırsatların yaratılması ve burada tadım yapabilmelerinin sağlanabilmesi gerçekleştirilebilir. Hediyeelik eşya şeklinde güzel ambalajlı ürünler haline getirilerek turistlerin beraberlerinde geldikleri illere veya ülkelere götürmeleri ve bu şekilde tanıtımının artırılması sağlanabilir. Özel pilot üretim alanları oluşturularak turistlerin kendi peynirlerini kendilerinin üretmelerinin sağlanması veya üretilen peynirlerin üretim süreçlerinden bir veya birkaçını gözlemlene fırsatı yaratılabilir. Uzun süreli olgunlaştırılan peynirlerde, peynirlerin olgunlaştırma odalarının turistlere gezdirilmesi, tadımlarının sağlanarak

satışlarının yapılması gerçekleştirilebilir. Gastronomi turizminin arttırılması ile dolaylı olarak turistler sayesinde süt ve süt ürünlerine verilen değerin ve sütün değerlendirilme yöntemlerinin ülke genelinde arttırılması, endüstriye kazandırılacak sütün miktarındaki bu artış ile de ülke dışına yapılacak olan süt ve süt ürünleri ihracat değerlerimizin arttırılması da mümkün olabilecektir. Ayrıca yerel üretim tarzını belirleyen küçük ölçekli peynir işletmelerinin de korunması sağlanabilecektir. Asıl amaç, dünya turizm gelirlerinden daha fazla pay almak için sürdürülebilir gastronomi turizminin her bölgenin özellikleri göz önüne alınarak geliştirilmesi, bunda da özellikle geleneksel peynirlerin ön plana çıkarılmasıdır.

KAYNAKÇA

- Akal, C., Türkmen, N., & Yetişemiyen, A. (2014). İç Anadolu Bölgesi Geleneksel Peynirleri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 552-555.
- Akın, M.S., Akın, B.M., & Dölek, P. (2010). Adıyaman Şuji Peynirlerinin Kimyasal ve Bazı Mikrobiyolojik Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 268-270.
- Aktaş, N., & Saillard Kuş, E. (2014). Geleneksel Gıdaların Kayıt Altına Alınması: Nitel Araştırma Deseni. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana. 161-165.
- Albay, Z., & Şimşek, B. (2010). Pıhtısı Haşlanarak Üretilen Geleneksel Anadolu peynirleri. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 178-180.
- Altun, İ., Andiç, S., & Tunçtürk, Y. (2010). Pamir Yaylalarından Van’a Göç: Piştak Peyniri ve Şirine. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 246-248.
- Anıl, M., Bircan, M., & Yazıcı, F. (2010). Bafra Nokulu ve Yapımı. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 529-530.
- Anonymous, 2013. Dünya ve Türkiye’de Süt Sektör İstatistikleri. http://www.ulusalsutkonseyi.org.tr/kaynaklar/arastirma_dosyalar/2014_05_22_905419.pdf. (Erişim Tarihi, 20.12.2015).
- Anonymous, 2015. Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği (TEBLİĞ NO: 2015/6). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/02/20150208-16.htm>
- Aşkın, B., & Atik, A. (2014). Kırklareli’nden Geleneksel Bir İçecek “Hardaliye”. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 187.
- Ateş, E., Kaya, C., & Esin, Y. (2014). Coğrafi İşaretili “Turhal Yoğurtmacı”nın Yöre Ekonomisi ve Tanıtımına Katkısı. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 405.
- Bucak, T., & Ateş, U. (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 315-328.
- Çakmakçı, S. (2010). Erzincan Tulum Peyniri (Şavak Peyniri). 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 71-73.
- Çakmakçı, S. (2011). Türkiye Peynirleri. Peynir Biliminin Temelleri, Ed: Hayaloğlu, A.A., Özer, B. Sidas, İzmir, 643s.
- Çakmakçı, S., & Çakır, Y. (2012). Erzincan Tulum (Şavak) Peyniri ve Benzeri Peynirlerimiz. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 853.

- Çomak, E.M., Zengin, Ş.A., & Küçükçetin, A. (2010). Yoğurt ve Ayran Üretiminde Probiyotik Bakterilerin Kullanımı. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 157-158.
- Çoşkun, F. (2010). Aydın Yöresinde Üretilen Topalak ve Sıkma. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 228-230.
- Demir, T., & Andiç, S. (2009). Çirek Peynirinin Yapım ve Bileşim Özellikleri. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 166-171.
- Demirci, A.Ş., Özalp, Ş., Gülcü, M., & Dağlıoğlu, F. (2014). Trakya Bölgesinde Geleneksel Olarak Üretilen Kuskusların Bazı Özelliklerinin Belirlenmesi. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 222-225.
- Demirer, H.R., & Mencet, N. (2009). Geleneksel Ürünlerin Bölgesel Kalkınmaya Ekonomik Katkısı. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 236-240.
- Demirözü, B., Ünal, E., & Erginkaya, Z. (2009). Avrupa Birliği Geleneksel Ürünler Politikası. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 249-253.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Dizlek, H., (2010). Oruk. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu. 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 389-391.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1/1, 13-20.
- Ekinci, M.B. (2014). Coğrafi İşaretlemede Kullanılan Moleküler Biyolojik Teknikler. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 395.
- El, S.N., Köstekli, M., İlyasoğlu, H., Girgin, N., Baş, N., & Parsa, A.F. (2009). Batı Anadolu’ya Özgü Bazı Geleneksel Gıdalar. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 180-184.
- Erinç, H., Eldivenci, E., Yıldırım, Z., & Yıldırım, M. (2009). Tokat Yöresinde Üretilen Çökeleklerin Bazı Kimyasal ve Mikrobiyolojik Özelliklerinin Belirlenmesi. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 131-136.
- Ersoy, Y., & Özgen, L. (2009). Türk Mutfak Kültüründe Sofra Adabı. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 30-33.
- Evren, M., Apan, M., Anar, M., & Tutkun, E. (2012). Tarhana Fermantasyonunda Rol Oynayan ve Tarhanada Risk Oluşturan Mikroorganizmalar. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 560-562.
- Gezginç, Y., & Köksalan, E. (2012). Kahramanmaraş Parmak Peynirinden İzole Edilen *Lactobacillus plantarum*’ların PCR Tekniği ile Belirlenmesi. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 435-437.
- Gök, İ., Gök, E., Yıldırım, S., & Güzel-Seydim, Z. (2010). Piyasada Satışa Sunulan Tulum Peynirlerinde Nişasta Varlığının Tespiti. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 259-260.
- Gökırmaklı, Ç., & Bayram, M., (2014). Antalya’ya Yılın 1. Döneminde Gelen Alman Turistlerin Geleneksel Türk Gıdaları Hakkında Farkındalıkları ve İzlenimleri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 790-794.
- Gönç, S., & Dinkçi, N. (2010). Klasik ve Kültürlü Beyaz Peynir Teknolojisi. Geleneksel Gıdalar ve Geleneksel Gıda Mevzuatı. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 49-50.

- Gün, İ., Avcı, U., & İnal, M. (2010). Karına Basılarak Muhafaza Edilen Geleneksel Süt Ürünleri. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 261-264.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma (Gastronomy Tourism As a Commodity of Destination Marketing: A research on İstanbul’s Gastronomy Tourism Potential). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2, 63-73.
- Güzeler, N., & Parlak, Y. (2010). Abaza Peyniri Üretimi ve Özellikleri. Geleneksel Gıdalar ve Geleneksel Gıda Mevzuatı. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 63-65.
- Halkman, A.K., & Taşkın, Y. (2010). Ulusal Düzeyde Laktik Starter Kültür Üretimi. Geleneksel Gıdalar ve Geleneksel Gıda Mevzuatı. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 27-28.
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 93-101.
- Kaplan, E.S., & Karahan, A.G. (2012). Isparta Yöresel Küflü Tulum Peynirinden Küf İzolasyonu ve Tanısı. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 213.
- Kaptan, B., & Kurultay, Ş. (2010). Tekirdağ Peynir Helvası (Höşmerim). 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyum, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 186-188.
- Karaca, O.B., Akin, M.B., Kırdar, S.S., & Akin, M.S. (2015). The Importance of Geographical Indications and the Cheeses with Geographical Certificated in Balkans and EU Countries. The 3rd International Symposium on “Traditional Foods from Adriatic to Caucasus”, 01-04 October 2015, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina, 189 pp.
- Karakaya, M., & Tiske, S.S. (2009). Et Tarhanası. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 108-110.
- Karakaya, S., Ercan, P., Türk, Ö., Kancabaş, A., Kurt, Ö., & Akıllıoğlu, H.G. (2009). Batı Anadolu'ya Özgü Bazı Geleneksel İçecekler. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 174-179.
- Kılıçhan, R. (2016). Coğrafi İşaretler ve Gastronomi Turizmi. <http://docplayer.biz.tr/1354178-Cografi-isaretler-ve-gastronomi-turizmi.html>
- Kırdar, S.S., Kurşun, Ö., Özrenk, E., & Köse, Ş. (2009). Geleneksel Çanak Peyniri Üretim Teknolojisi ve Kimyasal ve Mikrobiyolojik Özellikleri. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 143-146.
- Kırdar, S.S., & Gün, İ. (2010). Türkiye’de Üretilen Keçi Sütü Peynirleri. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 314-318.
- Köten, M., Uçan, F., & Gümüş, P. (2014). Gerebiç. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 595-598.
- Ilıcalı, G. (2009). Yöresel ve Geleneksel ürünler İçin Coğrafi İşaret ve Geleneksel Özellikli Ürün Adı Koruması. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 257.
- İrkin, R., Değirmencioglu, N., & Gültaş, M. (2010). Türkiye’de Üretilen Keçi Peynirleri ve Karakteristik Özellikleri. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 309.

- Mercan, Ş.O., Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 2, 67-94.
- Musullugil, S., Koca, N., & Üçüncü, M. (2009). Ege'nin Ortak Mirası: Kopanisti Peyniri. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 162-165.
- Ocak, E., Habiboğlu, A.F., & Akkol, S. (2014). Geleneksel Gıdalara Toplumun Bakış Açısı. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 563-568.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pışmaniyesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 243-254.
- Öner, Z., Sarıoğlu, T., & Demir, E. (2010). Isparta Yalvaç Küp (Öveleme) Peynirinin Özelliklerinin Belirlenmesi. 1. Uluslararası "Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar" Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 347-349.
- Öner, S. (2014a). Geleneksel Gıdalar, Coğrafi İşaretleme ve Tescil Avantajları. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 959.
- Öner, S. (2014b). Geleneksel Yemeklerin Turizm ve Ülke Tanıtımındaki Yeri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 1001.
- Özbay, S., Orhan, O., & Topaloğlu, H.R. (2014). Geleneksel Gıdalarda İzlenebilirlik Aracı Olarak CBS Kullanımı. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 35-38.
- Özdemir, S., Dağdemir, E., & Özdemir, C. (2009). Civil, Çeçil ve Tel (Saç) Peynirlerinin Yapılışları ve Diğer Özellikleri Açısından Karşılaştırılması. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 139-142.
- Özder, G.D., Yıldız, M., & Çakmakçı, S. (2009). Unutulmakta Olan Geleneksel Peynirlerimizden "Kırmızı Peynir" ve Bazı Özellikleri. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 847-850.
- Özer, E., & Kesenkaş, H. (2014). Coğrafi İşaretleme ve Geleneksel Peynirlerimiz. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 48-51.
- Özer, N., Şeker, P., & Çoksöyler, F.N. (2014). Elazığ Tulum Peyniri ve Üretiminde Karşılaşılan Sorunlar. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 133-137.
- Özgür, D. (2012). Türk Hukukunda Coğrafi İşaretlerin Denetimi. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 68-70.
- Öziş, G., Söylemez, N., & Zorba, Ö. (2014). Geleneksel Gıda Üretiminde Sürdürülebilirlik. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 703-706.
- Parlak, Y., & Güzeler, N. (2014). Kolot Peyniri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 399-403.
- Sayın, C., Koç, A.A., Mencet, A.N., & Aşçı, S. (2009). Türkiye'de Geleneksel Gıda Ürünleri Piyasası Oluşumu ve İzlenen Politikalar. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 245-248.
- Seçkin, A.K., Ergönül, B., & Tosun, H. (2009). Ege Bölgesi Yöresel Peynir Çeşitleri. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 Mayıs 2009, Van, 158-161.
- Şahin, K. (2014). Kültürlerin Parmak İzi: Hatay'da Gıdalar ve Coğrafi İşaretler. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 152.
- Şanlıbaba, P., & Uymaz, B. (2014). Coğrafi İşaretlenmiş Geleneksel Gıdalarımız. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 253.
- Şanlıer, N., Hassan, A.T., Durlu-Özkaya, F., Pelit, E., Güçer, E., Cömert, M., & Konaklıoğlu, E. (2010). Geleneksel Et ve Etli Yemeklerin Üniversite Gençleri Tarafından Bilinme Durumu. 1.

Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 374-376.

Tarakçı, Z., Dervişoğlu, M., Temiz, H., Aydemir, O., & Yazıcı, F. (2010). Keş Peyniri Üzerine Yapılan Araştırmalar ve Üretim Metotları. 1. Uluslararası “Adriyatik’ten Kafkaslar’a Geleneksel Gıdalar” Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 344-346.

Tekelioğlu, Y. (2012). Coğrafi İşaretleme. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 2-5.

TPE, (2015a). Tescilli Coğrafi İşaretler. <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicalRegisteredList/>, Erişim Tarihi: 26.12.2015.

TPE, (2015b). Başvuru Aşamasındaki Coğrafi İşaretler. <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicalList/>, Erişim Tarihi: 26.12.2015.

TPE, (2015c). Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı. <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/resources/temp/0E4AD197-B9BF-4065-B548-9FEBBD47BDCF.pdf;jsessionid=F9FBCEF805D81B83B79306DA88A33901>, Erişim Tarihi: 05.01.2016.

TÜRSAB, (2015). Türsab Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf

Uçan, F., & Köten, M. (2014). Elazığ’dan Bir Lezzet: “Sırım”. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 128-130.

UNWTO (World Tourism Organization-Dünya Turizm Örgütü), (2015). Tourism Highlights, 2015 Edition, , <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>, Erişim tarihi: 17.11.2015.

Yangılar, F. (2012). Geleneksel Bir Lezzet: Tulum Peyniri. III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 10-12 Mayıs 2012, Konya, 581-583.

Yıldız, M. (2014a). Ayaş Sünme Peyniri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 467-468.

Yıldız, M. (2014b). Ovma Peyniri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, 611-612.

İnternet Kaynakçası

Dünya’da ve Türkiye’de Peynir Üretimi. http://ankaratb.org.tr/lib_upload/peynir%20eyl%C3%BCI%202013.pdf. 6 s. (Erişim Tarihi, 20.12.2015).

EU Agricultural Product Quality Policy. http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm. (Erişim Tarihi, 10.01.2016).

Extensive Summary

The Importance of our Traditional Cheese in Gastronomy Tourism

Traditional and regional products, is part of the national cultural heritage. Traditional foods is very important to reveal the terms of the community's cultural wealth. It is also true that there is an importance of traditional cheeses in traditional foods for each country. Therefore, when analyzed with high tourism income countries it is observed that traditional cheese as a tourism product is widely used in gastronomy tourism. To increase the geographic diversity of marked products, traditional cheeses are an important opportunity in our countries and it is a fact that an important element of attractiveness for cities and regions by using of these cheese as a turist product. Tourists increasingly want foods which emphasise the heritage and culture of a place, which assist the preservation of traditional forms of agriculture and cultural heritage. With the term gastronomic tourism we actually describe a subcategory of cultural tourism.

The law (enforced within the EU and being gradually expanded internationally via bilateral agreements of the EU with non-EU countries) ensures that only products genuinely originating in that region are allowed in commerce as such. The legislation came into force in 1992. The purpose of the law is to protect the reputation of the regional foods and eliminate the unfair competition and misleading of consumers by non-genuine products, which may be of inferior quality or of different flavor. Protected designation of origin (PDO), protected geographical indication (PGI) and Traditional Speciality Guaranteed (TSG) are geographical indications(GIs) defined in European Union Law to promote and protect names of quality agricultural products and foodstuffs.

Protected Designation of Origin-PDO: covers agricultural products and foodstuffs which are produced, processed and prepared in a given geographical area using recognised know-how. Protected Geographical Indication-PGI: covers agricultural products and foodstuffs closely linked to the geographical area. At least one of the stages of production, processing or preparation takes place in the area. Traditional Speciality Guaranteed-TSG: highlights traditional character, either in the composition or means of production.

Nowadays, about 186 cheeses as PDO and 40 cheeses as PGI registered geographical indications as PDO in EU. The maximum number of registered cheese products is belong to Italy (48) and France (45) as PDO. This was followed by Spain (26), Portugal (11), United Kingdom (10), Austria (6), Germany (5), Netherlands (4), Poland (3), Ireland (1), Belgium (1), respectively. This number is very limited in Balkans. A few Balkans cheeses (26) are protected under the European Union's protected designation of origin (PDO) and there is no any registered as Protected Geographic Indication

designation (PGI). 21 cheeses from Greece, 4 cheeses from Slovenia and 1 cheese from Romania were awarded Protected Designation of Origin (PDO) status defining their areas of origin and methods of production. There is not PDO and PGI cheeses in these Balkan countries: Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Montenegro, Macedonian, Serbia, Turkey.

Using of registered local value as a new marketing tool in the tourism sector is one of the the national tourism policy followed by the world's countries. By converting in to attraction of cheese and increasing of marketing as a tourism product for domestic and foreign tourists, it can be ensured both inhibition of forgetting production methods and facilitation of the transmission from generation to generation, so as a results; be able to provide sustainability of nutritional products . Moreover, as also in other European countries, tourism will play an important role at the protection of the diversity of our traditional cheese, improving, ensuring continuity and getting out of our borders by preserving the unique characteristics of our cheese. The local brand identity and local marketing network will be strengthened by increasing the impact of traditional cheeses in our gastronomy tourism. For this purpose, it can be performed the creation of cheese shops for small producers, creating private pilot production areas for tourist in order to provide the opportunity to observe one or more of the production process of cheese produced or to produce their own cheese and make tasting. These cheeses can be turned into a beautiful packaged products as souvenirs and provided the increased promotion by taking by tourists to the province or the country. In long-term matured cheese, it can be carried out the drizzle of cheese ripening rooms to tourists and making sales. In addition, it may be possible indirectly increasing of value given to milk and milk products, assessment methods of milk in the the country by taking from the tourist, the amount of milk to gain industry and our export value of milk and dairy products by improving the gastronomy tourism in our country.