



Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü (The Role of Geographical Indication in Sustainable Gastronomy Tourism Mobility)

*Fügen DURLU-ÖZKAYA^a, Serdar SÜNNETÇİOĞLU^b, Ayşe CAN^c

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

^bDokuz Eylül University, Faculty Of Business Administration, Department of Tourism Management, Tınaztepe, İzmir/Turkey

^cBalıkesir University, Institute of Social Science, Tourism and Hospitality Management, Çağış, Balıkesir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:12.01.2013

Kabul Tarihi: 19.02.2013

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilirlik
Sürdürülebilir gastronomi turizmi
Coğrafi işaretleme

Öz

Kültürel değerler küreselleşme süreci ile birlikte tükenmeye yüz tutmuş olup, kültürel değerlerin sürdürülebilirliği günümüzde tartışılmaya başlanmış, korunma gerekliliği gün yüzüne çıkmıştır. Soyut kültürel mirasın somut olarak yansımaları olan yiyecek ve içecek kültürü de bu durumdan nasibini almıştır. Küreselleşme ile birlikte hızlı yemeğe dayalı tek düze bir yemek kültürü oluşmaya başlatırken yöresel ve geleneksel gastronomik değerler yavaş yavaş kaybolmaya başlamıştır. Bu bağlamda bu kuramsal çalışmada destinasyondaki yerel tarımsal faaliyetleri ve yerel gastronomik mirası destekleyen bir gastronomi turizmi anlayışını ifade eden sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve yöresel gastronomik mirası koruma, tanıtma ve ekonomik değer katma aracı olarak ele alınan coğrafi işaretleme sisteminin bu hareketlilikteki rolü ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve coğrafi işaretleme kavramları ayrıntılı bir literatür taraması ile analiz edilmiştir. Ekonomik değer katan ve coğrafi işareti alan bölgenin tanıtımını sağlayan bir sistem olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulardan hareketle sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü bir model ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Keywords

Sustainability
Sustainable gastronomic tourism,
Geographical indicators

Abstract

However with the globalization process, cultural values are being exhausted and the sustainability of cultural values started to be discussed and the need for protection has to face today. As a tangible reflection of the intangible heritage food and beverage has got its share from it. With the globalization and eating fast food while it occurs a uniform eating culture, regional and gastronomic values began to disappear. In this context, this theoretical study we try to put forward that sustainable gastronomic tourism which supports local farming and local gastronomic heritage in a destination and the role of geographical indicators as a tool for a economic value-added, protection of gastronomic regional heritage and promotions. For this purpose, the concepts of sustainable gastronomic tourism mobility and geographical indication has been analyzed by a detailed review of the literature. As a results of this analyze the role of geographical indicators in sustainable gastronomic tourism has been shown in a model.

*Sorumlu yazar

fugen@gazi.edu.tr (F. Durlu-Özkaya), serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr (S. Sünnetçioglu), can_ayse22@hotmail.com (A. Can)

GİRİŞ

Ülkelerin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında kendi mutfak kültürlerinin kullanılma isteği gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Yeme-içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi artık turizmle bütünleşmeye ve ülke tanıtımlarında aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır (Küçükaltan, 2009:8). Gastronominin, turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirildiği ve bazı durumlarda temel seyahat motivasyonu olabileceği vurgulanmaktadır (Mckrecher vd., 2008:138; Yüncü, 2009:29). Turizm sektörünün büyümesini sağlamak ve çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanılmakta olduğu belirtilirken zamansal ve mekansal yoğunlaşmanın önüne geçebilmek, ‘*kaliteli turist*’ olarak tanımlanan kitleyi destinasyona çekebilmek için gastronomi turizminin geliştirilmesinin önemliliği vurgulanmaktadır (Durlu-Özkaya ve Can,2012:30).Yapılan araştırmalarda turist harcamalarının 1/3’nin yeme ve içmeye ayrıldığını ortaya konmuş olup (Mak vd., 2012:172; Tikkanen, 2007:721), bu turizm gelirlerinin önemli bir kısmının yiyecek-içecek tüketiminden elde edildiğini göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Mak vd., 2012:171-172). Birçok araştırmacı tarafından ele alınan gastronomi turizmi olgusunun (Can vd.,2012;Doğdubay ve Giritoğlu, 2008; Durlu-Özkaya,2012; Kivela ve Crofts, 2006; Lin vd., 2011; Mrkrecher vd., 2008; Surenkov, 2010; Yüncü, 2009) dünya ülkelerinde turizm kazancının %30 gibi büyük bir dilimini oluşturduğu ifade edilmektedir (Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, 2012).Yapılan bir diğer araştırmada turistlerin şarap turlarına katılmak için tur başına \$937 ödedikleri ve bu tutarın ¼ ‘nin sadece şarap odaklı aktivitelere ayrıldığını ortaya konulmuştur. Yiyecek ile ilgili yapılan seyahatlerde ise her bir tur için \$1,194 harcama yapıldığı ve 1/3 ‘nin sadece yiyecekler ile ilgili aktivitelere ayrıldığı ifade edilmiştir (Schmantowsky, 2008).

Ancak turizmin ülkelerin ekonomilerine verdiği katkılar her ne kadar tartışılmaz ise de günümüzde ülkelerin ekosistemlerine verdiği olumsuzluklarda tartışılmaya başlanmış (Kesici,2012:33) ve “*sürdürülebilirlik*” olgusu önem kazanmaya başlamıştır. Dyllick ve Hockerts (2002), sürdürülebilirliğin 21. yüzyılın çok tekrarlanan sözcüklerinden olduğunu belirtmiş ve sürdürülebilirliğin doğal çevre ve kültürel kazanımların gelecek nesiller için korunmasının ve toplumun daha eşitlikçi ve sağlıklı bir dünyaya doğru değişiminin söz konusu olduğunu vurgulamıştır. Doğal kaynakların sınırlı olduğu ve tüketilebileceği gerçeği karşısında çevrenin korunması ve bu durumun süreklilik arz etmesi kaçınılmaz (Güzel vd., 2009:59) bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz ki kültürel değerler de küreselleşme süreci ile birlikte tükenmeye yüz tutmuş olup, kültürel değerlerin sürdürülebilirliği günümüzde tartışılmaya başlanmış, korunma gerekliliği gün yüzüne çıkmıştır. Soyut kültürel mirasın somut olarak yansımaları olan yiyecek ve içecek kültürü (Çevik ve Saçılık, 2011 :2-3 ; McKrecher, 2008: 138; Okumuş ve diğ., 2007:254) de bu durumdan nasibini almıştır. Küreselleşme ile birlikte hızlı yemeğe dayalı tek düze bir yemek kültürü oluşurken yöresel ve geleneksel

gastronomik değerler kaybolmaya başlamıştır. Şahin (2004), sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkışının, bir şeylerin “*sürdürülemez*” olması kaygısının belirmesi ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda bu kuramsal çalışmada destinasyondaki yerel tarımsal faaliyetleri ve yerel gastronomik mirası destekleyen bir gastronomi turizmi anlayışını ifade eden sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve yöresel gastronomik mirası koruma, tanıma ve ekonomik değer katama aracı olarak ele alınan coğrafi işaretleme sisteminin bu hareketlilikteki rolü ortaya konulmaya çalışılacaktır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ HAREKETLİLİĞİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ

Dünyada özellikle son elli yıllık dönemde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerin turizm kavramının algılanmasında ve pratiğinde önemli değişimlere neden olduğu ve bu değişim ve dönüşüm turizm sektöründe sadece niteliksel(turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki yükseliş vb.) olarak değil, aynı zamanda niceliksel (turizm isteminde ve tercihlerinde) olarak da kendini göstermiş olduğu belirtilmektedir (Yılmaz ve Gürol, 2012: 23). Günümüz turistin, gittiği bölge kültürüne uyum sağlamasını seven, kültürün tüm öğelerini görmek isteyen bir yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir (Yüncü, 2009:28).Kozak (2012), gastronomi turizmi kapsamında geleneksel yemeklerin rağbet görmeye başladığını, müşteri beklentilerinin bölgelere göre egzotik ve nostaljik yemeklere yönelmekte olduğunu belirtmektedir. Jang ve arkadaşları (2011) tüketicilerin çevreyle dost yiyeceklere ilgisinin artmasının restoranlarda birçok değişikliği beraberinde getirdiğini ve yerel ve organik yiyeceğin en önemli menü trendi olduğunu belirtmiştir. Pınar (2012), sürdürülebilirliğin günümüzün önemli konulardan biri olduğunu vurgulayarak, yavaş yemek akımı içerisinde şekillenen sürdürülebilir restoranların önemine değinmekte, sürdürülebilir restoran ve yavaş yemek ile dünya genelinde mutfak sanatları kültürünün korunduğunu, biyolojik çeşitliliğe ve yerel çiftçiliğin yaygınlaşmasına katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Kozak (2012), ise yerel ürünlerle pişirme yöntemlerinin ülkeler ve yiyecek-içecek işletmeleri için önemli hale geldiğini ifade etmektedir. Gelen turistler her ne kadar zamanlarını sahil alanlarda geçirmek isteseler de bu anlayış yavaş yavaş yerini kırsal alanlarda doğa ile iç içe olunan ve bulunduğu bölgenin doğa ve kültürünün sunduğu farklı lezzetleri tatmayı amaçlayan ve hatta bölgedeki kültürel dokuyu anlatan el işçiliği ürünlere sahip olma arzusu ile çıkılan turlara bırakmaya başlamıştır (Kan vd., 2012: 97).Can ve arkadaşları (2012) kitlesel turizmin doğal çevre üzerinde artan olumsuz etkileri sebebiyle doğaya ve kültürel değerlere saygılı, koruyuculuğu ön plana çıkaran turizm uygulamalarının önem kazanmaya başladığını vurgulamaktadır. Özellikle kontrolsüz ve hızlı bir biçimde gelişen kentleşme ve sanayileşme süreci ile birlikte doğa tahribatı ve fiziksel çevre koşullarındaki bozulma günümüz insanını olumsuz yönde etkilemekte ve neslinin başlangıcından itibaren doğanın içinde ve doğayla bütünleşik durumda olan insanın doğa ile olan karşılıklı bağımlı zayıflatmakta ve hatta koparmaktadır. Bu nedenle artık

doğaya dönüş gibi kavramlardan söz edilir ve bu durum sorgulanır durumdadır. Bu süreç insanların kent yaşamının getirdiği olumsuzluklardan kaçışında ve değişiklik amacıyla sakinlik-sessizlik ve doğaya yönelik olarak turizm istem ve tercihlerinin değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Kan vd, 2012: 94). Bunun yanı sıra tüketicilerin zevk ve tercihlerinin geleneksel değerlerine sahip çıkma ve onları tüketme eğiliminde olduğu belirtilmekte (Orhan, 2010: 243) ve turistlerin artık daha deneyimli, bilgili, bilinçli, seçici ve zevk sahibi oldukları vurgulanmaktadır. Tüketici kitlesinde çevresel duyarlılık, çevre bilinci gibi olumlu değişimler ile bilinçli tüketici yapısının arttığı belirtilmektedir (Kınacı ve arkadaşları, 2011: 86). Turistlerde meydana gelen bahsedilen nikeliksel değişim ile ortaya çıkan yeni turist tipi tüketim anlayışında daha etik davranan, ekolojik dengeye duyarlı, otantik değerlere odaklı ve daha aktif seyahatleri tercih eder konuma gelmiştir (Demir ve Çevirmen, 2006).

Turizm talebinde meydana gelen değişmelerin turizm arzını da etkilediği (Arva ve Gray, 2011:34) ve bahsedilen sebepler göz önüne alındığında son dönemlerde ülkelerin ekonomilerine çok fazla katkı yapan turizm sektörünün dünya gelirlerinden daha fazla pay elde etmek isteyen ülkelerin, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmeye başladığı belirtilmektedir (Orhan, 2010: 243).

Yaşanan tüm bu gelişmeler “sürdürülebilir turizm” kavramı ve sürdürülebilir turizmin bir yansıması olarak değerlendirilen (Yurtseven, 2011 :19) “sürdürülebilir gastronomi turizmini” kavramlarını gündeme getirmiştir. Sürdürülebilir turizm, turizmin ana kaynağının doğal, kültürel, sosyal, tarihi ve çevresel kaynaklar olduğu bilinci ile turizm endüstrisi, turistler, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkiler sonucu ortaya çıkan sorunları azaltmaya çalışan bir yaklaşımdır (Kınacı vd., 2011: 85). Zhenhua (2003: 462) sürdürülebilir turizmin, turizmin gelişmesine bağlı olarak elde edilen gelirlerin ekonomiye ve topluma adil olarak dağıtılması ve aynı zamanda kaynakların ve çevrenin sürdürülebilir kullanılması gerekliliği üzerine odaklandığını belirtmektedir. Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre sürdürülebilir turizm, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik olarak turizmin bugünkü ve gelecekteki sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri hesaba katan bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (www.sdt.unwto.org, 28.11.2012). Turizmde sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanabilmesi için destinasyonun doğal, tarihi, kültürel kaynaklarının, temel ekolojik süreçlerinin ve biyolojik çeşitliliğinin zarar görmemesinin ve devamının sağlanmasının gerektiği ifade edilmektedir (Demir ve Çevirmen, 2006: 99).

Hu ve arkadaşları (2010) sürdürülebilir yiyecek ürünlerini gelecek nesiller için uzun dönemde eko-sistem ve tarımın devamlılığının sağlanması olarak tanımlanmıştır. Yurtseven (2011), sürdürülebilir gastronominin çekirdek elementlerinin yerel yiyecek üretiminin, ev tipi bir diğer ifadeyle tencere yemeği üretiminin devamlılığının sağlanmasının, geleneksel mutfığa ilişkin bilginin gelecek nesillere aktarılmasının ve geleneksel damak tadının gelecek

nesillere öğretilmesinin gastronominin sürdürülebilirliğinde kilit noktalar olduğunu vurgulamaktadır. Scarpato (2002), sürdürülebilir gastronominin çevresel ve sosyo-kültürel sebeplerle yerel üretimi desteklediğini belirtmektedir. Diğer yandan Sloan ve arkadaşları (2011), geleneksel tarım tekniklerinin ortaya çıkardığı sorunlar sonucunda sürdürülebilir yiyecek kavramı ortaya çıkmış olduğu ve geri vereceğinden daha fazla doğal kaynak tüketmeyen yiyecek üretiminin anlamlı olduğu vurgulanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında su yönetimi, toprak koruma ve muhafaza, tarım ilaçları yönetimi, enerji yönetimi, çiftlik ekonomisi, toprak yönetimi gibi konular gündeme gelmektedir.

Scarpato (2002), yerelleştirilmiş gastronomik sistemlerin çevresel sürdürülebilirliği, sosyal adaleti ve adil ticareti desteklediğini ifade etmektedir. Sims (2009) , yiyeceklerin sürdürülebilir turizm için önemli olduğunu belirtmiş ve öncelikle yerel yiyeceklerin tüketiminin artması yerel ekonomiyi çoklu bir etkiyle canlandıracağını ikinci olarak da yiyeceklerin dünya üzerinde taşınmasının çevresel sonuçları dikkate alındığında turizm endüstrisinin karbon ayak izlerini azaltmada yerel yiyeceklerin satın alınmasının önemli bir etken olduğunu vurgulamıştır. Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelerin şarap, peynir ve et ürünlerini kültürel turizm, kırsal turizm, gastronomi turizmi, eko turizm gibi faaliyetler ile tanıtılmaları ve turist çekerek yerel ekonomide canlanma oluşturmaları dünyada gösterilebilecek başarı örnekleri arasında (Kan vd, 2012:95) değerlendirilmektedir.

Yurtseven, (2011) sürdürülebilir gastronomi turizminin yerel halk ve yöredeki tarımsal faaliyetleri geliştirip, destekleyecek şekilde gerçekleştirilen turizm hareketliliği olduğunu vurgulamakta ve sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde seyahat etmede motivasyon faktörü olarak yerel, otantik, nostaljik, insan sağlığı için yararlı, besin değeri yüksek, çevreye duyarlı şekilde üretilen, hazırlanan ve tüketilen yiyecek ve içeceklerin karşımıza çıktığını belirtmektedir. Yurtseven (2011) ve Scarpato (2002) sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinin bileşenlerini aşağıdaki gibi ifade etmektedir;

- Özel restoranlar
- Yerel olarak üretilmiş yiyecekler
- Özel yemek üretim sistemleri
- Yemek festivalleri
- Özel yemek organizasyonları
- Doğal alışveriş merkezleri
- Doğal ve tarihi alışveriş mekanları
- Yerel yaşam kültürü
- Organik tarım ve organik ürünler
- Yerel yemek üretimi
- Geleneksel üretim

Bu bağlamda değerlendirildiğinde kırsal turizm, agro-turizm ve yavaş turizm hareketliliği sürdürülebilir gastronomik turizm anlayışını destekleyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kırsal turizm, kırsal yerleşmelerle iç içe olan, hem de doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olarak değerlendirilmekte(Soykan,2003:1) ve insanların doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşmeye gününbirlik veya konaklamak üzere gidip, yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Zurnacı,2012:65). Agro-turizm faaliyetleri Durlu-Özkaya ve arkadaşları (2011) tarafından tarıma dayalı, modern, ancak bir o kadar da geleneksel, alternatif bir turizm şekli olarak karşımıza çıkan, turistleri çiftliklerde, ev pansiyonlarında ağırlayarak, onlara doğayla iç içe, çeşitli tarımsal etkinlikleri yaşatan, aynı zamanda kırsal kesimde ekonomik canlılık sağlayan ve yörenin gelişimine katkıda bulunan turizm hareketliliği olarak ifade edilmektedir. Heitmann ve arkadaşları (2011) yavaş turizm kavramının yerel ilişkiler kurma, yerel mutfakların tadına varma ve yerel kültürlerle meraklı olan turistlerin bu yerlere seyahat etme isteği ile ilgili olduğu belirtmektedir. Yavaş turizm hareketliliği yavaş yemek ve yavaş şehir olmak üzere iki akımın birleşiminden oluşan bir hareketlilik. Yurtseven ve arkadaşları (2010), yavaş şehir akımının hareket noktasının yerel kültürlerin küresel kültür karşısında ezilmesini önlemeye çalışmak olduğunu belirtmektedir. Yavaş yemek hareketinin ise daha yavaş, daha ahenkli bir ritmi hedefleyen, “eko-gastronomi” hakkında geniş kitleleri eğitmek için çalışmakta olduğu belirtilmekte ve kültürel ve biyolojik çeşitliliği, gıda üretiminde sürdürülebilirlik ve küresel çevrenin korunması gibi konulara değindiği ifade edilmektedir (Allen ve Albalá,2007; Walter,2009).

Her milletin, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre oluşan kendine özgü bir mutfağı vardır. Mutfak kültürü denildiğinde söz konusu olan destinasyonda yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek ve içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar ortaya çıkmaktadır (Kesici, 2011: 34). Albayrak ve Güneş (2010), yöresel yemeklerin çeşitliliğinin ülkelerin kültürel zenginliği ile alakalı olduğunu ifade etmektedir. Avrupa ve Asya kıtasının tarım arazileri açısından zengin bir coğrafyası olan Türkiye, bu anlamda çok sayıda ve çeşitte kaliteli tarımsal ve yöresel ürüne sahip olduğu belirtilmektedir. Bunun yanı sıra jeopolitik konumu gereği tarihsel süreç içerisinde birçok uygarlığa, devlete ve topluluğa ev sahipliği yapmasının ve derin ve köklü tarihin, ülkemizin değişik yörelerine gelişmiş bir mutfak kültürü ve otantik değerler bırakmış olduğu ifade etmektedir (Orhan,2010:250). Tarihi gelişim sürecinde Orta Asya'nın sade yemek kültüründen sonra zengin Selçuklu ve Osmanlı Mutfağına ulaşılmış ardından, günümüzde farklı ülkelere pek çok kişi tarafından beğenilen bol çeşitli, farklı tatlara, lezzetlere sahip olan Türk mutfağı ortaya çıkmıştır (Durlu-Özkaya vd, 2009:1).

Son dönemlerde gerek iç gerekse dış turizmin yönelim alanı geleneksel değerler olmaya başlamış ve bu sebeple ülkelerin yöresel değerlerin tescillenip turizm sektöründe yeni pazarlama alanı olarak kullanması, dünya ülkelerinin

sıkça izlediği ulusal turizm politikalarından biri olmuştur (Orhan,2010:250). Ancak günümüz dünyasında ekonomik, politik ve kültürel düzeyde benzeri görülmemiş bir değişim süreci yaşanmakta olduğu ve bu durumun küresel işletmeleri ortaya çıkartarak söz konusu işletmelerin ürünlerini tüm dünyaya yaymasına fırsat tanıdığı ve bu ürünlerin yerel piyasalara sunulması hem yerel ürünleri hem de yerel kültürleri tehdit eder duruma geldiği belirtilmektedir (Yurtseven ve arkadaşları, 2010). Bu durum yerel ürünlerin ve yerel kültürün korunarak yerel halkın kalkınmasının desteklenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Albayrak ve Güneş (2010) yöresel yemeklerin gelecek nesiller için sürdürülebilirliğinde coğrafi işaretlerin önemli rol oynadığını ifade etmektedir. Coğrafi işaretler ile ürünün aslından sıyrılıp bozulması engellediği, yörenin ve ürünlerin coğrafi işaret sayesinde yurt içi ve yurt dışında kolayca tanıtılmasının sağlandığı ifade edilmektedir (Nazlı,2011:4).

COĞRAFI İŞARETLEME KAVRAMI

Coğrafi işaretlerin belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler olduğu ifade edilmektedir (Nazlı,2011:3).Türk Patent Enstitüsü (2007), coğrafi işaret kavramını, “ürünün üzerinde kullanılan bir işaret olup, ürünün belli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını tanımlayan ve ürünün kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özelliklerinin belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını işaret eden bir hak” olarak tanımlamıştır. Coğrafi işaret tescilinin ürünün korunması, üreticinin korunması, tüketicinin korunması ve milli ve kültürel değerlerin korunması açısından önem arz ettiği bilinmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2007). Bozgeyik (2009) coğrafi işaretleri ele aldığı çalışmada Antep Baklavası'nı ele almış olup, coğrafi işaretle “Antep Baklavası'nın bir Türk Baklavası olduğunun” ifade edildiğini, bunun yanı sıra yapılan coğrafi işaretleme ile baklavanın standartlarının belirlendiğini ve böylelikle korunarak yörenin ve ülkenin ekonomisine katkı yapılmasının amaçlanmakta olduğunu ifade etmekte ve tescil edilen coğrafi işaret ile uluslararası ölçekte de Antep Baklavası'nın korunmasının hedeflediğini belirtmektedir. Coğrafi işaret korumasının sadece ekonomik kazançların sağlanmasında değil, geleneksel bilgi ve üretim biçimlerinin (traditional knowledge) korunarak, kültürel mirasın korunmasına da olanak sağlamada da önemli bir etken olduğunu belirten Gökovalı (2007) bir taraftan geçmişten günümüze yerel halk tarafından geliştirilen ve aktarılan geleneksel bilginin bu sayede korunmuş olacağını, diğer taraftan söz konusu koruma ile ülkelerde (yörelerde) turizmi ve diğer coğrafi faaliyetleri olumlu yönde etkileyerek, bunları ekonomik kazanca dönüştürülebileceğini belirtmektedir.

Coğrafi işaretlerin son yıllarda birçok ürünle ilgili tüketicilerin korunması, yerel ürünlere ve kaliteli ürünlere güven duymasını sağlamasının (Zografos,2008) yanı sıra kırsal bölgelerin gelişimi için ve kültürel mirasın korunması için yasal ve ekonomik bir araç olduğunu ifade edilmiştir (Kanvd.,2012;Bozgeyik,2009; Zografos,2008).Fransa

Roqueford bölgesinde üretilen Roqueford peynirleri ile de ünlü olup, coğrafi işarete sahip Arfini ve arkadaşları (2011) Roqueford peynirinin bölgesinde meydana getirdiği değişiklikleri ele aldığı çalışmada coğrafi işaretin bölgede iş imkanlarının %50'sini oluşturmada etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Diğer taraftan coğrafi işaretlerin bölgenin menşeyini kullanarak ürünler için özgün bir kimlik oluşturduğu ve yöresel ürünlere ekonomik değer kattığı ifade edilmektedir (Babcock ve Clemens,2004).

Coğrafi işaretler “Menşe” ve “Mahreç” olarak ikiye ayrılır. Bu iki ifade arasındaki fark üretim yeri ile ilgili olup, menşe işaretini taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilmezken, mahreç işaretini taşıyan ürünler başka bölgelerde de üretilbilirler (Türk Patent Enstitüsü,2007).Menşe adının coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması; tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması halinde söz konusu olduğu belirtmektedir. Gökvalı (2007) üretim süreçlerinden bir kısmı coğrafi bölgeden kaynaklandığı ve ürünün bazı üretim aşamalarının o coğrafi bölge dışında da gerçekleştirilebilmesi durumunda ürün mahreç işareti ile tescil edilebileceğini belirtmektedir. (Bozgeyik,2009:14). Avrupa Birliği’nde ise coğrafi işaretlerin menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel özellikli ürünler olarak üçe ayrıldığı ifade edilmekte “Menşe” ve “Mahreç” işaretlerinin yanı sıra Avrupa Birliği’nde geçerli olan ve ürünün üretimi ya da içeriği açısından geleneksel özellik ortaya koyulduğunda söz konusu olduğunda “Geleneksel Özellikli Ürün” işareti kullanılmakta olduğu ifade edilmektedir (Nazlı,2011:3).

Gökvalı (2007), coğrafi işaretleme konu olan ürünlerin genellikle yiyecek, içecek, alkollü içecekler ve şarap gibi tarıma dayalı ürünler olabileceği gibi el sanatları ürünleri de olabileceğini belirtmiştir. Sünnetçioğlu ve arkadaşları (2012), başvurusu devam eden ürünlerin listesi incelendiğinde yöresel yemek ve tarım ürünlerinin ağırlıkta olduğu görüldüğünü ifade etmektedir.

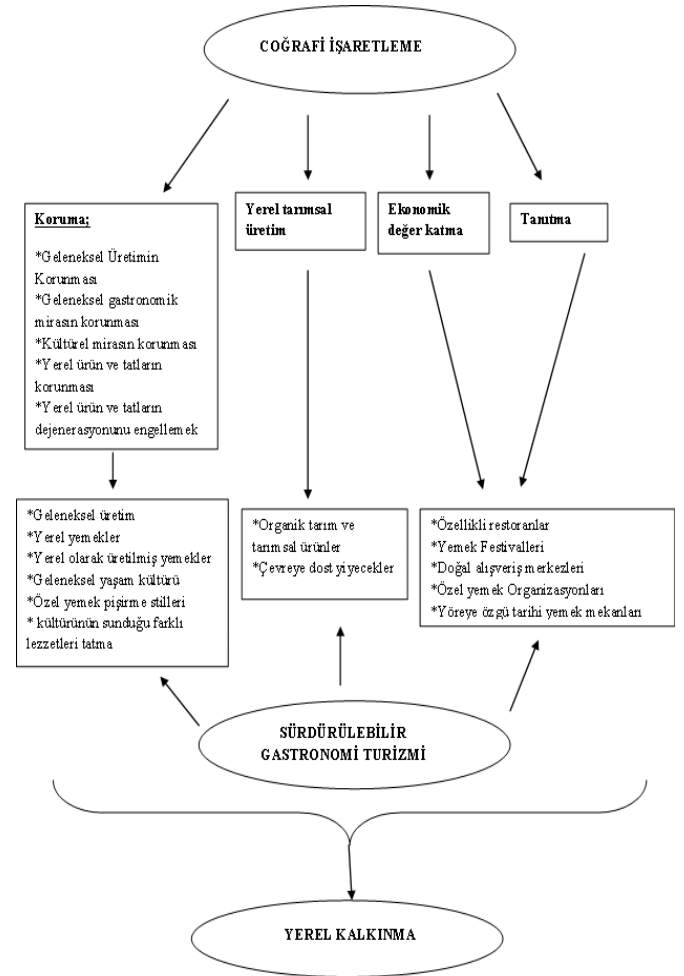
SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinin de yerel gastronomik mirasın korunması ve yerel halkın desteklenerek yerel ekonomik kalkınmanın sağlanması hedeflenmekte olup, bu sebeple kırsal alanlara yönelik olarak gerçekleştirilen turizm hareketliliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi, gastronomi turizmi kapsamın yaratılan bir çekicilik unsurunu değil, gastronomi turizmi kapsamında tarımsal yiyeceklerle, yöresel ve geleneksel gastronomik unsurlara ve kırsal alana yöneliş ifade eden bir kavramdır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde seyahat etmede motivasyon faktörü olarak

yerel, otantik, nostaljik, yere insan sağlığı için yararlı, besin değeri yüksek, çevreye duyarlı şekilde ve yerel yöntemlerle üretilen, hazırlanan ve tüketilen yiyecek ve içeceklerin karşımıza çıkmaktadır.

Coğrafi işaretleme sistemi ise yöresel ve yerel değerler ile geleneksel gastronomik mirası koruma altına alarak, yerel tarımsal faaliyetleri destekleyen, yöresel ürünlere ekonomik değer katan ve coğrafi işareti alan bölgenin tanıtımını sağlayan bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve coğrafi işaretleme kavramları ile ilgili yapılan kurumsal araştırma sonucu gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü Şekil 1 de açıklanmaktadır.

Şekil 1. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü



Şekil 1 'de görüldüğü üzere sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği içerisinde coğrafi işaretleri önemli kılan özelliğın yerel ürün ve tatların bu sistem içerisinde koruma altına alınması ve bunun yerel ekonomik kalkınmada bir kalkınma aracı olarak kullanılabileceği olgusu olup, kültürel ve yerel mirasın hem korunması hem de sürdürülebilirliğini sağlaması açısından oldukça büyük bir önem arz etmektedir. 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, tanıtarak 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 bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arfini, F., Albisu, L.M., ve Giacomini, C., (2011), *Current Situation and Potential Development of Geographical Indications in Europe*, CAB International 2011, Labels of Origin for Food. (eds E. Barham and B. Sylvander).
- Albayrak, M. ve Güneş, E. (2010), “*Traditional foods: Interaction between local and global foods in Turkey*”, *African Journal of Business Management*, 4(4), 555-561.
- Allen, G., A. (2007), “**The Business of Food Encyclopedia of the Food and Drink Industries**”, Greenwood Press.
- Arva, L. ve Deli-Gray, Z., ‘New Types Of Tourism And Tourism Marketing In The Post-Industrial World’, (2011), http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/104663/2/4_Arva_nNew%20Types_Apstract.pdf, (Erişim Tarihi: 09.05.2012).
- Bruce A. Babcock & Roxanne Clemens, 2004. “*Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value Added Agricultural Products*”, Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center (MATRIC) Publications, Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center (MATRIC) at Iowa State University.
- Bozgeyik, H. (2009), “Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi (Antep Baklavası’nın Coğrafi İşaret Olarak Tescili Üzerine)”, 9, 9-21.
- Can, Ayşe; Sünnetçioğlu, Serdar; Durlu-Özkaya, Fügen (6-9 Aralık 2012), “Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Etkisi”, *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya.
- Changki, S. (2011), “*Tourism Product Innovation Based on the View of Postmodernism*”, Proceedings of the 7th International Conference on Innovation & Management, 577-580.
- Çevik, S. ve Saçılık, Y., M. (30 Kasım-4 Aralık 2011), ‘12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı’ İçinde M. A. Öncü (Editör), ‘*Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Önemi: Erdek Örneği*’, ss.503-515, Düzce: Seher Matbaacılık.
- Demir, C. ve Çevirgen A. (2006), **Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı**, Nobel Yayıncılık Ankara.
- Doğdubay, M. ve Giritöglü, İ. (2008), “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi” içinde *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Editörler), **Mutfak Turizmi**, ss. 433-456, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Durlu-Özkaya, F. ve CAN, Ayşe (2012), ‘*Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi*’, *Türktarım Dergisi*, Sayı:206, ss.28-33.
- Durlu-Özkaya, F., Cömert, M. ve Sark, S. (2011), ‘*Essayson Agriculture and Environment*’ İçinde E. Maleviti ve C. Stathopoulos (Editörler), *AgroTourism Knowledge Level of Tourism Students*, , ss.235-245, Greek: Athens Institute for Education and Research.
- Dyllick, T. ve Hockerts, K., (2002), “*Beyond The Business Case For Corporate Sustainability*”, *Business Strategy and The Environment*, 11, 130-141.
- Fox, R. (2007), ‘*Reinventing The Gastronomic Identity Of Croatian Tourist Destinations*’ *Hospitality Management*, 26, ss. 546-559.
- Gökovalı, U. (2007), “*Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği*”, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 41-160.
- Güzel, P., Çoknaz, D., ve Noordegraaf, M., A. (2009), “Sürdürülebilir Kalkınmanın Çevre Boyutunda Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) Uygulamaları ve Olimpiyat Organizasyonları Kapsamında İncelenmesi” *Hacettepe J. of Sport Sciences*, , 20 (2), 59-69.
- Hall, C., M. (2012), “*The contradictions and paradoxes of slow food: Environmental change, sustainability and the conservation of taste*”, Editörler: S. Fullagar, K. Markwell & E. Wilson, Bristol: Channel View.
- Hawken, P. (1993), “*The ecology of commerce: A declaration of sustainability*. New York: HarperBusiness”, <http://www.gdrc.org/uem/ecotour/charter.html> (Erişim Tarihi: 24. 12. 2012) .
- Hornig, J., Hornig, S., ve Tsai, C., J. (2012), “*Culinary Tourism Strategic Development: an Asia-Pacific Perspective*”, *International Journal Of Tourism Research*, 14, 40-55.
- Hu, H.H., Parsa, H.G. ve Self, J. (2010), “*The Dynamics of Green Restaurant Patronage*”, *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344-362.
- Kesici, M. (2012), “*Kırsal Turizm Yönelik Olan Yöresel Talepte Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü*”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kınacı, B., Pehlivan, N.A. ve Seyhan, G. (2011), **Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)**, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Kivela, J. ve Crofts, C., J. (2005), “*Gastronomy Tourism*”, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3), 29-55.

- Kivela, J. ve Crofts, C.,J. (2006), “*Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination*”, Journal of Hospitality & Tourism Research, 30 (3), ss. 354-377.
- Küçükaltan, G. (17-18 Nisan 2009), ‘Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri’, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, Antalya.
- Lin, Y., Pearson, T., E. ve Cai, L., A. (2011), “*Food As a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective*”, Tourism and Hospitality Research, 11 (1), 30-48.
- Mak, A., H., N., Lumbers, M. ve Eves, A. (2012), “*Globalisation and Food Consumption in Tourism*”, Annals Of Tourism Research, 39 (1), 171-196.
- McKrecher, B., Okumuş F., ve Okumuş, B. (2008), “*Food Tourism as a Viable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers*”, Journal of Travel & Tourism Marketing, 25(2), 137–148.
- Nazlı C. , AB’de Coğrafi İşaretler, (2011), http://abdgm.tarim.gov.tr/yayn_files/yaynlar/11/10.pdf, (Erişim Tarihi: 05.04.2013) .
- Orhan, A. (2010), “*Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği*”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21 (2) ,243-254.
- Özmehmet, E. (2005), “*Sürdürülebilir Mimarlık Bağlamında Akdeniz İklim Tipi İçin Bir Bina Modeli Önerisi*”, Yüksek Lisans Tazi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Pınar, İ. “*Sürdürülebilir restoranlar ve yavaş yemek*”, (2012), http://www.yasar.academia.edu/IgePinar/Papers/824175/Surdurulebilir_restoranlar_ve_yavas_yemek, (Erişim Tarihi 31.06.2012).
- Schmantowsky, C., “*Best Practise in Culinary Tourism Development: Models and Applications Domestic and Abroad*”, (2008), <http://chtalliance.com/archives/2008/docs/pdf/CulinaryTourism.pdf> (07.04.2012).
- Scarpato, R. (2002). Sustainable Gastronomy as a Tourist Products. In A. Hjalager & G. Richards, G. (Eds.), Tourism and Gastronomy. London-New York: Routledge.
- Sims, R. (2009), “*Food, Place and Authenticity : Local Food and Sustainable Tourism Experience*”, Journal of Sustainable Tourism, 17 (3) ,321-336.
- Sloan, P., Legrand, W. ve Chen, J.S., (2009), **Sustainability in the Hospitality Industry**, Elsevier Inc, U.S.A.
- Soykan, F. (2003), “*Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi*”, Ege Coğrafya Dergisi, 12 (2003), 1-11.
- Surenkok, A., Bagio, R., ve Corigliano, A., M., (2010), “*Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role Of ITCs*”, Information and Communication Technologies in Tourism, 15, 567-578.
- Sünnetçioğlu, Serdar; Can, Ayşe; Durlu-Özkaya, Fügen (6-9 Aralık 2012), “*Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi*”, 13. Ulusal Turizm Kongresi, Antalya.
- Şahin, Ü., (2004) “*Bir Truva Atı Olarak Sürdürülebilir Kalkınma*”, Üç Ekoloji Dergisi, 9-30.
- Tikkannen, I. (2007), “*Maslow’s Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases*”, British Food Journal, 109 (9), 721-734.
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (2012), ‘Yükte Hafif Gastronomi Tanıtımda Ağır Basıyor’, <http://www.tuyed.org.tr/yazdir-4277-Panel-29--Yukte-Hafif-Gastronomi;-tanitimda-agir-basiyor-.html>, (Erişim Tarihi: 16.03.2013).
- Walter, L. (2009), “*Slow Food and Home Cooking : Toward A Relational Aesthetic Of Food And Relational Aethic Of Home*”, The Journal Of The Center For Food In Community And Culture, 1, 1-23.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010), **Yavaş Hareketi**, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Yurtseven, H. R. (2011), “*Sustainable Gastronomic Tourism in Gökçeada (İmros): Local and Authentic Perspectives*”, International Journal of Humanities and Social Science, 1(18), 17-26.
- Yüncü, H., R. (21 Temmuz 2009), “*Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*”, 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Eskişehir.
- Zhenhua L. (2003), “*Sustainable Tourism Development: A Critique*”, Journal of Sustainable Tourism, 11 (6) , 459-473.
- Zurnacı, N. (2012), “*Kırsal Turizmde; Girişimcilik ve Örgütlenme*” KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23): 65-70. <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>, (Erişim Tarihi: 28.11.2012).

Extensive Summary

The Role Of Geographical Indication In Sustainable Gastronomy Tourism Mobility

Recently persistent economical, social and technological developments lead to significant changes in the perception of tourism concept and accordingly tourism movements. This change and transformation in the tourism industry presents itself not only quantitative but also as a qualitative. The number of tourist has increasing and the tourist type has changed as behave more ethically consumer, understanding of the ecological balance sensitive, focus authentic values-oriented and prefer more active travels. Although the sun, sand, sea is still important for tourist, tourism tours became popular as integrated with the nature in the rural areas, tasting the different flavors of nature and culture of the region offers and purchase describing the cultural fabric handmade products in the region. In the content of gastronomic tourism, rising a big demand has seen to traditional foods, tourist expectations change towards exotic and nostalgic foods in the destinations. Moreover, it is stated that since tourist interested environmental friendly food, the restaurants have to change some changes and local and organic foods became most imported menu trend.

However with the globalization process, cultural values are being exhausted and the sustainability of cultural values started to be discussed and the need for protection has to face today. As a tangible reflection of the intangible heritage food and beverage has got its share from it. With the globalization and eating fast food while it occurs a uniform eating culture, regional and gastronomic values began to disappear. In this context, this theoretical study we try to put forward that sustainable gastronomic tourism which supports local farming and local gastronomic heritage in a destination and the role of geographical indicators as a tool for a economic value-added, protection of gastronomic regional heritage and promotions. For this purpose, the concepts of sustainable gastronomic tourism mobility and geographical indication has been analyzed by a detailed review of the literature. As a results of this analyze, sustainable gastronomic tourism is not evaluate as an element of charm created under the gastronomy tourism, indeed it is considered an conception about orientation towards agriculture foods, regional and traditional gastronomic elements and rural areas. Sustainable gastronomic tourism's motivation factors are listed follows: local, authentic, nostalgic, beneficial to human health, high nutritional value, environmentally friendly and using local methods for producing, preparing and consuming local foods and beverages. At this point the geographical indication has been found that the system which is protect regional and local values and traditional gastronomic heritage, supporting local agricultural activities, adding value to local products, the economic promotion of the region.

Obtained from the search of literature the role of geographical indicators in sustainable gastronomic tourism has shown Figure.1.

As we shown Figure. 1. Geographical indicators is important in sustainable gastronomic tourism because local products and flavors to be protected in this system, and it is used as a development tool of local economic development. The protection of cultural and the local heritage has great importance in order to ensure the sustainability. Geographical indicators protect and help promotion of sustainable gastronomic tourism's core elements as the traditional culture of life, culture, its different flavors, agricultural, authentic, local regional food, drink and tastes and it is also supports the tourism potential of the region, and effective in attracting the tourist destinations and consequently that provides local development.

In this perspective we suggested that destinations, local administrations, should clearly put forward regions' important gastronomic values and then protect them with geographical indicators to ensure sustainability.

