



## Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri (The Importance of Local Foods in Tourism and Geographical Indication: Van Herbal Cheese)

Uysal YENİPİNAR<sup>a</sup>, \*Hasan KÖŞKER<sup>b</sup>, Sıla KARACAOĞLU<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Mersin University, Faculty of Tourism, Çiftliköy Campus, Mersin.

<sup>b</sup>Bitlis Eren University, Vocational School of Adilcevaz, Rahva Campus, Bitlis / Turkey

<sup>c</sup>Çukurova University, Karataş School of Tourism and Hotel Management, Karataş/Adana.

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.03.2014

Kabul Tarihi:21.05.2014

### Anahtar Kelimeler

Yerel Yiyecek  
Coğrafi İşaret  
Van  
Otlı Peynir

### Keywords

Local Food  
Geographical Indication  
Van  
Herbal Cheese

### Öz

Yerel yiyeceklerin tescillenmesi, tanıtılması ve turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretleme önemli bir araçtır. Coğrafi işaretleme yerel ürünleri tescilleyerek taklitlerine karşı yasal olarak korumaktadır. Yerel yönetimler coğrafi işaretlemeyi bölge turizmini geliştirmek için bir araç olarak kullanmaktadırlar. Araştırmanın amacı; Van Otlı Peyniri'nin özelliklerini araştırmak ve geleneksel üretim yöntemlerini tespit ederek coğrafi işaretlemeye katkıda bulunmaktır. Bu amaç doğrultusunda kolayda örneklem yöntemi kullanılarak 120 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda, katılımcıların Van Otlı Peyniri'nin, ilin tanıtımına, turizm sektörüne ve yerel ekonomiye katkı sağlayacak bir ürün olarak algıladıkları tespit edilmiştir.

### Abstract

The Geographical Indication is an important instrument to register, to promote, to register local food and turn into touristic product. Geographical Indication System distinguishes the local product with imitations and similar one and, protects it legally. Local authorities use Geographical Indication as a means to promote and develop regional tourism. The purpose of this study is to contribute the geographical indication process of Van Otlı Peynir by finding out the characteristics and traditional production ways and methods of it. For this purpose, 120 people were selected from city center of the Van Province, Edremit, Erciş, Muradiye, Gevaş, Gürpınar and Özalp Towns of Van, based on convenience sampling technique and these people were interviewed using in-depth interview method. Descriptive research method is used for the analysis. It is found out that Van herbal cheese is perceived as a product to contribute local tourism and local economy.

\*Sorumlu yazar

[uysalyenipinar@mersin.edu.tr](mailto:uysalyenipinar@mersin.edu.tr) (U. Yenipınar), [hkosker@beu.edu.tr](mailto:hkosker@beu.edu.tr) (H. Köşker), [skaracaoğlu@cu.edu.tr](mailto:skaracaoğlu@cu.edu.tr) (S. Karacaoğlu)

## GİRİŞ

Hızla değişen tüketim alışkanlıkları ile birlikte turizmde kültürel ve geleneksel değerlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Yerel ürün ve lezzetlerin korunup geliştirilmesi turizm sektörüne ve ülke tanıtımına önemli katkı sunmaktadır. Bununla birlikte özgün yerel ürünlerin önemini anlaşılması çabuk taklit edilmelerine de neden olabilmektedir. Bu ve benzeri gelişmeler ürünün taklitlerinden ayrılmasını, hukuken koruma altına alınmasını ve ürünün özdeşleştiği yerle tescillenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda; coğrafi işaretleme, yerel değerlerin sürdürülebilir bir şekilde korunmasına, bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına, kırsal ekonomi ve turizmin gelişmesine yardımcı olmaktadır.

Günümüzde turistik tercihlerin, yerel değerlerine sahip çıkan ve koruyan ülke ve bölgelere yöneldiği görülmektedir. Babcock ve Clemens (2004), coğrafi işaretleme ile yerel ürünlerin özgün bir kimlik kazanarak ticari değerlerinin artmasının yanında üreticilerin, bütün üretim ve mülkiyet haklarının koruduğuna vurgu yapmaktadır. Orhan (2010), coğrafi işaretleme sayesinde yerel ürünlerin, turistik bir değer taşıdığını, önem kazandığını ve daha güçlü bir duruma geldiklerini belirtmektedir. Marzella (2008), benzer ifadelerle yerel ürünlerin turistik önemine dikkat çekmekte, turistlerin %70'lik gibi büyük kısmının ziyaret ettikleri bölgelere özgü yerel yiyecek ve şaraplarını satın alarak, yaşamlarını sürdürdükleri yerlerdeki aile, dost ve arkadaşlarıyla paylaştıklarını belirtmektedir. Bütün bu yaklaşımlardan anlaşılacağı üzere, coğrafi işaretleme ile tescil edilen yerel ürünler; özgün bir kimlik ve turistik değer kazandığı için turistlerin satın alma tercihlerini olumlu olarak etkilemektedir.

Birçok bölgede olduğu gibi Türkiye'nin Van ili de yerel değerlerini bölgenin ekonomik gelişimine katkı verecek turistik ürüne ya da destekleyici ürüne dönüştürmek istemektedir. Van'a ait en önemli yerel değerlerden birisi de Van Otlı Peyniri'dir. Bu peynirin Van adına tescillenmesi yerelin korunması, ürünün taklitlerinden ayrılması ve hukuken koruma altına alınması ve bölgeyle bağlantısını sağlayan ilk adım olacaktır. Bu çalışmada coğrafi işaretleme kavramsal olarak ele alınmış, Van Otlı Peyniri'nin üretim, tüketim, satış ve coğrafi işaret olarak değerlendirilmesi aşamaları araştırılmış, bu aşamalarda karşılaşılan sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışma, bölge halkının geçim kaynaklarından biri olan Van Otlı Peyniri'nin tescillenip tanıtılmasına, geleneksel yöntemle üretilip sürdürülmesine, turizm aracılığı ile tüketimin yaygınlaşmasına ve bölge ekonomisinin gelişmesine katkıda sağlamayı amaçlamaktadır.

### Coğrafi İşaret Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Coğrafi işaretler bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısını ifade eden sembollerdir. Bu işaretler, söz konusu yöreye özgü doğal ya da insan faktörlerinden oluşan özelliklerin ürüne kazandırdığı nitelik ve kalite itibarıyla bölge ürünlerinin benzer ürünlerden ayırt edilebilmesini sağlamaktadır (DPT, 1995: 41). Genel olarak

coğrafi işaretin tescilinin başlıca amaçları; (1) Coğrafi işarete konu olan ürünün kalitesinin korunması ve bilinen özellikte üretiminin sağlanması (ürünün korunması). (2) Coğrafi işarete konu olan yörede veya özellikte üretim yapanların, tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmalarının sağlanması (üreticinin korunması). (3) Coğrafi işaret ibarelerinin, gerekli özellikleri haiz olmayan sahte ürünler üzerinde kullanılmasının önüne geçilerek, tüketicinin yanıltılmasına engel olunması (tüketicinin korunması). (4) Ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunması, şeklinde sıralanabilmektedir (www.tarim.gov.tr). Alan yazını incelendiğinde, günümüz turizm ve gıda endüstrisi tüketicilerinin tercihlerinde gerçek, özgün, geleneksel, garantili ve sağlıklı ürün ve deneyimleri tercih ettikleri görülmektedir (Tregear, Kuznesof ve Moxey, 1998: 385-386; Hughes, 1995: 798-799). Yöresel ürünler, kaliteye önem veren tüketiciler tarafından coğrafi işaret amblemleri ile tanınmaktadır (Şahin ve Meral, 2012: 88). Coğrafi işaretle tescil edilen ürün ile ürünün üretildiği bölge arasında bir bağ kurulmaktadır (Dimara, Petrou ve Skuras, 2004: 486). Böylece gıda üreticileri ve satıcıları, ürünlerinde yerel isimler kullanarak farklılık oluşturmada ve ürünün değerini arttırmaktadırlar (Bramley ve Kirsten, 2007: 70).

Yerel ürünleri taklitlerine ve haksız rekabetle karşı korumak amacıyla çok sayıda ülkede yasal düzenlemeler yapılmıştır (Şahin ve Meral, 2012: 88). Bu anlamda 1883 yılında Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından yapılan Paris Sözleşmesi ve 1958 yılında imzalanan Lizbon Anlaşması uluslararası platformda coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin maddeler içeren ve temel oluşturan önemli anlaşmalar olmuştur (www.ekonomi.gov.tr). Dünyada, özellikle Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretleme kavramı ve bu konuyla ilgili yasal düzenlemelerle yerel ürünler koruma altına alınmaktadır. Böylece; sosyo-kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve kırsal turizmin küresel pazarda ön plana çıkmasını sağlamaktadır (Kan ve diğ., 2010: 16). Günümüzde yerel ürünlerin dünyada olduğu gibi Türkiye'de de coğrafi işaretleme ile tescil edilerek yasal koruma altına alındığı bilinmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe koyduğu Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi'nde (TRIPs) coğrafi işaretin özel, ayrı bir fikri mülkiyet hakkı olduğu ve bu özel fikri mülkiyet hakkının 149 ülke tarafından tanındığı belirtilmektedir (www.dunyagida.com.tr). Söz konusu sözleşmenin 22, 23 ve 24'üncü maddeleri menşe adlarının korunması ve uluslararası tescilini içermektedir. 22. maddede coğrafi işaret kavramı; "belirli bir kaliteye, üne veya diğer karakteristik özelliklere (şekil, sunum vb.) sahip olan ve herhangi bir ülkedeki bir alan, bölge veya yöreye özgü olan bir ürünü tanımlamak için kullanılan sembol" (22. madde, sayfa 328) şeklinde tanımlanmaktadır (www.wto.org). Anlaşmada ürün için belirli bir sınır getirilmemiş olduğundan tarım, gıda ve el işi gibi kategoriler de bu kapsama girmektedir. Avrupa Birliği, belirli bir coğrafi bölgede üretilen ve tipik kalitede olduğu iddia edilen ürünlerin üretildikleri coğrafi bölgenin adıyla tescillenmektedir. Avrupa Birliği (AB), menşe adı (Protected Designation of Origin - PDO) mahreç işareti (Protected Geographical Indication - PGI) ve geleneksel özelliklerin

(Traditional Speciality Guaranteed - TSG) korumasını ilk olarak 1992 yılında 2081/92 sayılı tüzük ile gerçekleştirmiştir. Bu tüzük yerini 2006 yılında 510/2006 sayılı tüzüğe bırakmış, bu tüzük günümüzde halen yürürlüktedir ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)). Menşe ve mahreç kavramları çalışmada sıklıkla kullanıldığı için, bu kavramların bilimsel tanımlamalarının kısaca yapılmasının bilgilendirme sağlama açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Türk Patent Enstitüsü'nün (2014: 3-4) tanımına göre;

... Menşe adı, menşe adına konu ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle coğrafi sınırları belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılmasını gerektirir. Bu tür ürünlere örnek olarak Eskişehir Lületaşı, Çelikhan Tütünü, Ege Pamuğu verilebilir. Mahreç işareti; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması yanında üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinde en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde üretilen ürünlerin belirleyici işaretidir. Mahreç işaretine konu olan ürünün özelliklerinden en az birinin, o yöreden kaynaklanması şartıyla yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur. Bu tür ürünlere örnek olarak Damal Bebeği, Isparta Halısı, Siirt Battaniyesi verilebilir. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri belirli bir coğrafi yere ait doğal hammadde ya da beşeri unsurlara dayalı işlemlerden kaynaklanan özellikler taşır... ([www.turkpatent.gov.tr](http://www.turkpatent.gov.tr))

Menşe adı (PDO), belirli bir teknik bilgi kullanılarak belirli bir coğrafi alanda üretilen, işlenen ve hazırlanan ürünleri kapsamaktadır ([www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)). Mahreç işareti (PGI) alan ürünlerin mikrobiyolojik, kimyasal, fiziksel, koku ve duyu özelliklerini etkileyen coğrafi bir durum söz konusudur. Bu faktörler, o bölgeye has bitkilerle beslenme, belirli bir ırk hayvandan elde edilme, belirli bir olgunlaşma periyodunu doğa da gerçekleştirme olabilir. Bu ürünler sadece o bölgede üretilebilir (Dikici, Koluman ve Aktaş, 2013: 137). Örneğin; Antep baklavası, Avrupa Komisyonu tarafından onaylanan mahreç işaretli bir üründür. Geleneksel özellikte ise üretim araçlarında veya üretimin bileşiminde geleneksel karakter öne çıkmaktadır. Bir İtalyan peyniri olan Mozzarella peyniri geleneksel özelliğe örnek verilebilir ([www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)).

Avrupa Birliği ülkelerinde coğrafi işaretler çoğunlukla gıda ürünlerine ait olmakla birlikte halı, kilim, kumaş, hasır el işleri, çiçek ve süs bitkileri, gibi gıda dışı ürünler de koruma altına alınmıştır. 14.02.2014 tarihi itibarıyla Avrupa Birliği yasaları altında korunan ve tescillenen ürünler içerisinde en geniş grubu meyve, sebze, tahıllar ve bunların işlenmiş ürünleri (330 adet) oluşturmaktadır. Bunun ardından ikinci sırayı çığ (143 adet) ve pişmiş (136 adet) et ürünleri (279 adet) almaktadır. Üçüncü sırada ise peynir çeşitleri (215 adet) bulunmaktadır. Fransa'nın 50, İtalya'nın 46, İspanya'nın 28 ve Yunanistan'ın 21 çeşit tescilli peynir mevcuttur. Bununla beraber, yakın zamanda Fransa 4, İtalya 2 ve İspanya 3 çeşit peynirini tescillemek için başvuruda

bulunmuştur. Türkiye'nin ise peynir kategorisinde henüz herhangi bir başvurusu bulunmamaktadır ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)).

Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin tescili ile Türk Patent Enstitüsü'nce (TPE) yapılmaktadır. Türkiye'de 1995 yılında "Coğrafi İşaretlerin Korunması" Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname yayımlanmıştır. 2009 yılında bu kararnameye coğrafi işaretlerin uygulanması ve başvuru koşullarının güncellenmesi konusunda eklemeler yapılmıştır. Coğrafi işaretlere konu olan ürünler yiyecek ve alkollü/alkolsüz içecek gibi tarıma dayalı ürünler olabileceği gibi maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden de oluşabilmektedir (Madde 1). Bununla beraber, mahreç ve menşe tanımına uymayan adlar ve işaretler ile ürünlerin öz adı olmuş adlar ve işaretler, ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki türleri, hayvan soyları veya benzeri adlar ile kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı işaretler coğrafi işaret olarak tescil edilememektedir (Madde 5). Ülkemizde Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil işlemi gerçekleştirilmiş coğrafi işaretler için AB'ye tescil başvurusunda bulunma imkânı mevcuttur. Türkiye'nin AB nezdinde 4 adet coğrafi işaret tescil başvurusu söz konusu olmuştur. Bunlar: (1) 10 Temmuz 2009 tarihinde yapılan Antep Baklavası mahreç işareti tescil başvurusu, (2) 24 Ağustos 2010 tarihinde yapılan Aydın İnciri menşe adı tescil başvurusu, (3) 13 Ağustos 2012 tarihinde yapılan Afyon Pastırması ve Afyon Sucuğu mahreç işareti tescil başvurularıdır ([www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)). Bu başvurular doğrultusunda Antep Baklavası'nın (PGI) 21.12.2013 tarihi itibarıyla Avrupa Komisyonu tarafından tescilli gerçekleştirilmiştir. Aydın İnciri (PDO), Afyon Sucuğu (PGI) ve Afyon Pastırması (PGI) ise halen değerlendirme aşamasındadır ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)).

2014 Şubat ayı itibarıyla Türk Patent Enstitüsü'nce tescilli olan coğrafi işaretli ürün sayısı 176'dır. Başvurusu değerlendirme aşamasında olan 203 adet ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaret listesi incelendiğinde Türkiye'nin daha çok meyve ve sebze ürün grubunda işaret aldığı görülmektedir. Araştırmamızın ana materyalini oluşturan Van Otlı Peyniri için 02.06.2010 tarihinde Van Ticaret Borsası tarafından resmi başvuruda bulunmuş, başvuru değerlendirme sürecindedir ([www.tpe.gov.tr](http://www.tpe.gov.tr)). Ankara Ticaret Odası (ATO) ile Ankara Patent Bürosu'nun beraber hazırlamış olduğu "Türkiye'nin Lezzet Haritası" adlı çalışmaya göre Türkiye, 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecekten oluşan zengin bir mutfığa sahiptir. Bölgeler arasında İç Anadolu 455 çeşit yiyecek ve içecek çeşidiyle ilk sırada yer alırken, bu bölgeyi 425 çeşit ile Doğu Anadolu, 398 çeşit ile Güneydoğu Anadolu ve 397 çeşit ile Karadeniz Bölgesi izlemektedir. Söz konusu çalışmada Van iline ait otlu peynir, Van balığı (inci kefalı), ilitme, senseger de yer almaktadır ([www.atonet.org.tr](http://www.atonet.org.tr)).

## VAN OTLU PEYNİRİNE İLİŞKİN GENEL BİLGİLER

### Van Otlı Peyniri

Süt ürünlerinden ilk üretilen ürünün peynir olabileceği düşünülmektedir. Peynir çeşitleriyle ulusların tüketim alışkanlıkları arasında yakın bir ilişki olduğu bilinmektedir.

Peynir çeşitleri ülkelere ve yörelere göre farklılık ve çeşitlilik gösterebilmektedir (Ergün, Bostan ve Sağun, 1992: 53). Peynir çeşidi açısından zengin olan Türkiye'nin değişik yörelerinde, yerel olarak 50 civarında peynirin üretildiği sanılmaktadır (Kan ve diğ., 2010: 16). Türkiye'de beş çeşit yöresel peynir, Türk Patent Enstitüsü'nce coğrafi işaret olarak tescillenmiştir. Tescilli yöresel peynirler; Erzincan Tulum, Ezine, Edirne Beyaz, Diyarbakır Örgü ve Erzurum Civil peynirleridir. Ayrıca, birbirinden farklı özellikler taşıyan 13 yöresel peynir çeşidi başvuru ve değerlendirme aşamasında bulunmaktadır. Van Otlu Peyniri C2012/114 başvuru numarası ile değerlendirme aşamasında bulunan yöresel peynirlerimizden biridir ([www.tpe.gov.tr](http://www.tpe.gov.tr)).

Yapılan alan yazın taramasında yerel ürünlerin coğrafi işaretleme ile tescil edilmesi konusunda bazı araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Kan ve diğ., (2010) "Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri" üzerinde yaptıkları araştırmada, tulum peynirinin üretiminde birlik ve organizasyonun olmadığı, peynir üretiminde gerekli sağlık bilgisi koşullarının ve standardın sağlanamadığı, üreticilerin coğrafi işaret konusunda bilinçlendirilmesinin gerekli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayhan (2010) İzmit Pişmaniye'si konusunda yaptıkları araştırmada, coğrafi işaret konusunda üreticilerin yeterli bilgiye sahip olmadıkları, İzmit ilinin yöresel kültürünü yansıtan pişmaniyenin aslının korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasının ve bu ürünün etkin olarak pazarlanmasının gerekliliği vurgulanmaktadır. Şahin (2013a) Ankara Keçisi'ni coğrafi simge olarak ele aldığı araştırmasında, Ankara Keçisi'nin korunarak neslinin yok edilmemesinin folklorik açıdan çok önemli olduğuna, keçi yününden yapılan ürünlerin turistik eşya olarak değerlendirilmesinin gerekliliğine vurgu yaparak, Ankara Valiliği'nin, il ve ilçe belediyelerinden bazılarının logolarında Ankara Keçisi'ni kullanmalarını tavsiye etmektedir. Şahin (2013b) Vize'nin coğrafi işaretlerini ele aldığı araştırmasında, coğrafi tescilin bütün üretici haklarını koruduğunu ve tüketicilerin coğrafi işaret kapsamındaki ürünlere güvendiklerini ortaya koymaktadır.

Otlu peynir, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde genellikle Van, Bitlis, Siirt, Hakkâri, Ağrı, Muş ve civar illerde üretilen yerli, orijinal ve otantik bir gıda maddesidir (Akyüz ve Özçelik, 1992: 48). Bu illerde üretilen otlu peynirlerin en niteliklisinin Van ilinde üretileninin olduğu düşünülmektedir. Van ve ilçelerinde üretilen otlu peynir koku, lezzet ve fiziksel yapısı bakımından diğerlerinden farklılık göstermektedir ([www.vanilirehberi.com](http://www.vanilirehberi.com)). Van Otlu Peyniri'ndeki kalite ve lezzet; mera ve yaylalardaki ot çeşitliliği, peynire katılan otların koku ve şifası, peynir üreticilerinin geleneksel peynir yapma süreçleri ile kullandıkları araç ve gereçlerin bütününden kaynaklanmaktadır.

Otlu peynirin Van'da ilk olarak hangi tarihlerde üretilmeye başlandığı, kesin olarak bilinmemektedir. Halk arasındaki yaygın bir rivayete göre uzun ve şiddetli geçen kış aylarında çevreyle ilişkisi kesilen ilde, vitaminsizlikten kaynaklanan hastalıklar çok görülmekteydi. İran'dan gelen Ermeni asıllı bir doktor, bu hastalıkları önlemek için peynire çeşitli otlar katarak onu ilaç ve şifa kaynağı haline

getirmiştir. Bu nedenle önceleri ilaç olarak kullanılmakta olan otlu peynir, daha sonraları halk tarafından benimsenerek, sofralarının vazgeçilmez ana besin kaynağı olarak kullanılmaya başlanmıştır. İl topraklarının %70'inden fazlasının çayır ve meralardan oluşması nedeniyle Van'da tarımsal uğraşlar içinde hayvancılık ağır basmaktadır. Bununla birlikte il nüfusunun % 49'unun kırsal kesimde yaşaması, koyunculüğün yaygın olarak yapılmasına neden olmuştur ([www.van.gov.tr](http://www.van.gov.tr)).

**Tablo 1:** Türkiye ve Van İlinde Yıllık Olarak Üretilen Süt Miktarı

| Yıl  | Bölge Adı | İnek Sütü (Ton) | Keçi Sütü (Ton) | Koyun Sütü (Ton) | Van'da Üretilen Koyun Sütünün |
|------|-----------|-----------------|-----------------|------------------|-------------------------------|
| 2012 | Türkiye   | 15.977.837      | 369.429         | 1.007.007        | %8.1                          |
|      | Van       | 163.489         | 7.758           | 82.077           |                               |
| 2011 | Türkiye   | 13.802.428      | 320.588         | 892.822          | %8.2                          |
|      | Van       | 150.740         | 6.608           | 73.953           |                               |
| 2010 | Türkiye   | 12.418.544      | 272.811         | 816.832          | %9.5                          |
|      | Van       | 121.132         | 3.692           | 78.231           |                               |
| 2009 | Türkiye   | 15.583.313      | 192.210         | 734.219          | %9.9                          |
|      | Van       | 128.470         | 5.283           | 73.368           |                               |
| 2008 | Türkiye   | 11.255.176      | 209.570         | 746.872          | %10.5                         |
|      | Van       | 110.859         | 5.773           | 78.881           |                               |

**Kaynak:** [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)

Tablo 1'de Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Türkiye ve Van'da 2008 ile 2012 yılları arasındaki süt üretim miktarları yer almaktadır. Yıllara göre bazı değişiklikler olmakla beraber Türkiye'de üretilen koyun sütünün; önemli bir kısmının Van ilinde üretildiği görülmektedir ([www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)). Koyun sütünün tamamına yakını otlu peynir üretiminde, kalan kısmının yoğurt yapımında kullanıldığı dikkate alındığında (Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü), koyun sütünün Van ve Türkiye peynir pazarındaki önemi açıkça ortaya çıkmaktadır.

Akyüz ve Tunçtürk (1992) tarafından yapılan araştırmaya göre, Van'da üretilen sütün %40'ı peynir, %30'u yoğurt, kalan %30'luk kısmı içimlik süt ve diğer süt ürünlerine ayrılmaktadır. Diğer bir araştırmaya göre ise, sütün %40'ı peynir (17.372 ton) ve %30'u yoğurt (65.146 ton) üretimine ayrılmaktadır (Coşkun, Tunçtürk, Altındağ ve Demir, 2005: 11). Her iki araştırmada da üretilen sütün %40'lık kısmının peynir üretiminde kullanıldığı görülmektedir.

#### **Otlu Peynirin Üretim Dönemi ve Peynirde Kullanılan Otlar**

Otlu peynir yapımında hammadde olarak genellikle taze koyun sütü kullanılmaktadır ([www.kulturuzm.gov.tr](http://www.kulturuzm.gov.tr)). Kimi üreticiler koyun sütüne inek ve keçi sütü de katmaktadırlar. Koyunlar bahar aylarında sağıldığından otlu peynir de ilkbaharda özellikle Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında daha çok üretilmektedir. İlkbahar mevsiminde besleyici taze otların bolluğu, koyun sütü üretiminin

artmasına, sütün tadını ve kıvamını etkilemektedir. Bununla birlikte peynire katılan otların da ilkbaharda yetişmesi, otlu peynirin bu zamanda üretilmesini zorunlu bir hale getirmektedir. İlkbaharla birlikte otlar yaylalardan, meralardan ve araziden toplanıp ayıklanarak yıkanır. Otun cinsine göre farklı işlemler uygulanarak kullanıma hazır hale getirilir. Peynirlere katılan otun, süt oranının %2'si oranında olması önerilmektedir. Bu peynire, 25 değişik ot çeşidi eklenebilmekte ancak hepsi aynı anda peynire katılmamaktadır. Bunlardan en çok kullanılanları; sirmo, mendi, heliz, yabancı nane (pünge) ve kekiktir. Bunların dışında, çiriş, it soğanı, çatlanguç, handuk, kuru kulağı, sirik, reyhan, keklik otu, yarpuz, zater, çatır, hitik, hiltik, kerkur, dereotu, tarak otu, siyabo, çöven, tere ve çünk gibi otlar da kullanılmaktadır (Van Ticaret Borsası, 2013). Peynirinde otların kullanılma nedeni; peynire aroma ve güzel bir koku kazandırmak, şifa, dayanıklılık, yumuşak ve taze kalmasını sağlamaktır. Halk arasında bu otların üriner sistem bozuklukları ile kalp yetmezliği gibi hastalıkları tedavi ettiğine inanılmaktadır. Diğer yandan otların tuzlanarak hazırlanan peynirin saklama süresince sertleşmeden, tazeliğini koruyup yumuşak kalmasına yardımcı olmaktadır (Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2013).

### **Otlu Peynir Üretimi Süreci**

Van Otlu Peyniri, genellikle yeni sağılmış çığ koyun sütünden üretilmektedir. Sağılan sütler, süzgeçten geçirilip pişirilmeden mayalandırılmaktadır. Orijinal olan bu maya, tamamen doğal yöntemlerle elde edilmektedir. İki saat içinde pıhtılaşıp karışım parzın denilen bez torbalara aktarılmaktadır. Aktarma işlemi esnasında bir kat pıhtılaşıp peynir, bir kat özel olarak hazırlanan otların karışımı ilave edilir. Peynirlerin bez torbalara aktarıldıktan sonra, torbaların ağzı iyice bağlanarak üzerine ağırlık yapması, preslenmesi ve suyunun iyice süzülmesi için irice, düz bir taş konulur. Bu işlemden sonra "teleme" olarak elde edilen peynir, kalıplar şeklinde dilimlenip tuzlanarak iki yöntemle olgunlaştırılmaktadır. Birinci yöntem salamura tuzlama yöntemi, ikinci yöntem ise kuru tuzlama yöntemidir. Her iki yöntemde de peynirler üç ile yedi ay arasında olgunlaşarak tüketime hazır hale gelmektedir (Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2013).

### **Otlu Peynirin Ayırt Edici Özellikleri**

Sofraların baş tacı olan otlu peynir; Van kahvaltılarının ana yiyeceği olmakla birlikte yemek yanlarında da tüketilmektedir (www.turizmternd.com). Van Otlu peynirini diğer peynirlerden ayıran en önemli özellikler, içine katılan otlar ve doğal meralarda otlatılan koyunlardan sağılan taze süttten elde ediliyor olmasıdır. Kullanılan otların tamamı baharat özelliği taşımakta olup kaliform grubu mikro organizmaların gelişmelerini engellemektedirler (Van Ticaret Borsası, 2013). Peynirin içine katılan otlar, Van Otlu Peyniri'ni renk, tat, koku ve görüntüsü ile diğer peynirlerden farklı kılmaktadır (Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2013). Van Otlu Peynir'i; sirmo ve kekik tadında, hafif sarımsak ve kekik kokusunda, orta sertlikte ve küçük gözeneklidir. Her otlu peynirde küçük gözenekler bulunmayabilir. Peynir dilimlendiğinde, cam gibi düz ve

parlak saydam bir yapıya sahiptir. Bazıları beyazımsı ve sarımtırak bir renkte olabilmektedir.

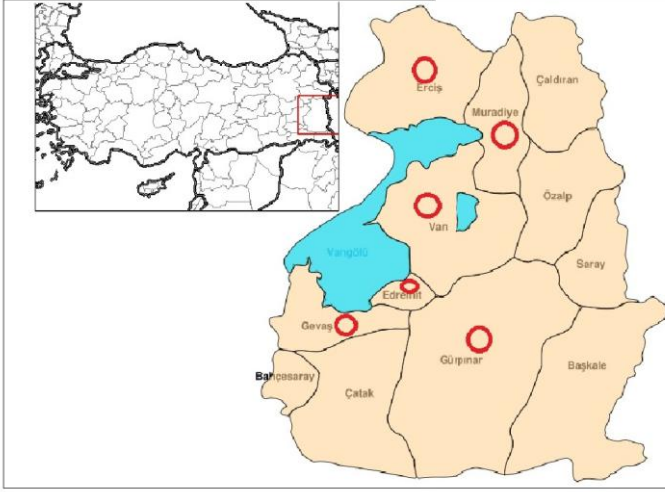
## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ**

### **Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın temel amacı; Türkiye'de geleneksel yöntemler kullanılarak üretilen yöresel ürünlerin kalitesinin korunup tescil ve teşvik edilmesi konusunda bilinç oluşturabilmektir. Çalışmanın ana konusunu oluşturan otlu peynirin Van'ın yerel ekonomisini kalkındırabileceği ve turizm için bir tetikleyici bir unsur olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda Van Otlu Peyniri'nin üretim, tüketim, satış ve coğrafi işaret olarak değerlendirilmesi aşamaları araştırılmış, bu aşamalarda karşılaşılan sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın diğer amaçları ise sırasıyla; (1) Otlu peynirinin geleneksel niteliklerinin ortaya çıkarılmasını sağlamaktır. Böylece, bu niteliklerin değişmeden sürdürülebilir bir şekilde korunması ve gelecek nesillere aktarılması hedeflenmektedir. (2) Otlu peynirin coğrafi işaretleme aracılığı ile Van yöresiyle bağlantısını ifade eden bir sembol olarak kullanılmasına, nitelik ve kalite itibarıyla diğer peynirlerden ayırt edilebilmesine katkıda bulunmaktadır. (3) Van yöresine özgü doğal yaşamın, geleneksel yöntemlerle peynir üreten üreticilerin ve meraların korunup desteklenmesine yönelik yetkililerin dikkatini çekebilmektir.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Yerel yiyeceklerin önemi, coğrafi işaretleme ve Van Otlu Peyniri ile ilgili detaylı bir alan yazın taraması yapılmıştır. Bununla birlikte otlu peynirle ilgili olarak ulusal ve bölgesel düzeydeki raporlar, araştırmalar ve istatistiklerden ikincil veriler olarak yararlanılmıştır. Diğer yandan araştırmanın amacına ve nitel araştırma yöntemlerine uygun olarak araştırma soruları geliştirilmiş ve soru formları oluşturulmuştur. Soru formları Van ili ve çevresinde otlu peynir ile ilgili fikir ve görüşlerinden yararlanılabilecek; peynir üreticileri, satıcılar, yerli turistler ile coğrafi işaretleme sürecinde rol alan kişi ve kurumlara yöneltilmiştir. 18.11.2013 -25.01.2014 tarihleri arasında 120 kişilik örneklem grubu ile görüşme yapılmış ve yanıtlar ayrıntılı olarak not edilmiştir. Araştırma evrenini Van il merkezi, Erciş, Muradiye, Gevaş, Gürpınar, Özalp ve Edremit ilçelerindeki peynir üreticileri, peynir satıcıları, yerli turistler ve resmi kurum çalışanları oluşturmaktadır (Şekil-1). Araştırma, zaman, maliyet ve uygulama kısıtları göz önünde bulundurularak söz konusu yerlerle sınırlı tutulmuştur.



**Şekil-1:** Van Otlu Peynirinin Araştırma Evreni

Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Kişilere görüşmeye katılmak isteyip istemedikleri sorulmuş, katılmak isteyenlerden görüşme sırasında ses kayıt cihazı kullanılması ve görüşmenin fotoğraflarla belgelenmesi konularında izin istenmiştir. Elde edilen veriler çalışmanın kavramsal yapısı ve analizine temel teşkil edecek konular önceden belirlendiği için betimsel analiz yöntemine tabi tutulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Verilerin raporlaştırılmasında, görüşülen kişilerden doğrudan alıntılar yapılmıştır.

## BULGULAR

Araştırmada belirlenen amaçlar doğrultusunda otlu peynir üreticisi, satıcısı, yerli turistler ve resmi kurumlara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan görüşmecilerin fikirlerine doğrudan alıntılar yapılmış ve bu doğrultuda bulgular yorumlanmıştır.

### Otlu Peynir Üreticilerine ve Satıcılarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında Van ve ilçelerinin 13 köyünde (Adıgüzel, Çolpan, Gedikbulak, Görele, Sağlamtaş, Kumluca, Kelle, Mollakasım, Muradaldı, Pirgari, Yukarı Mutlu, Yaylıyaka ve Yuva) yaşayan 42 otlu peynir üreticisi ve 30 peynir satıcısı ile yüz yüze mülakatlar yapılmıştır. Katılımcıların tamamı, otlu peynirin ilkbaharda, sütün ve otun bol olduğu zamanlarda el emeği ve geleneksel yöntemlerle üretildiğini ifade etmiştir. Üreticiler, peynir üretiminde ağırlıklı olarak koyun sütü kullandıklarını (%91,3) bunun yanı sıra bazı üreticiler, koyun sütüne inek ve keçi sütünü de karıştırdıklarını (%8,7) belirtmişlerdir. Peynir üreticilerinin yabancı otları ilkbaharda dağ eteklerindeki yaylalardan taze filizler şeklinde toplayıp bir süre salamurada beklettikten sonra peynire eklediklerini belirlenmiştir. “Otlu peynir üretirken en çok talep gören ot karışımı nedir?” sorusuna peynir üreticilerinin verdiği yanıtlar çoğunlukla kekik, sirmo (yabani sarımsak), mendo ve helis otları olmuştur. Bazı üreticiler siyabo, nane (püng), kekik, hiltik, çadır (çetiri), sirit (sirik), reyhan (reh) gibi yabancı otları da peynire karıştırdıklarını ifade etmişlerdir. Aynı soru peynir satıcılarına yöneltilmiş, satıcılardan da üreticilerinkine benzer, eşdeğer, yanıtlar alınmıştır. Peynir

satıcıları müşteri tercihlerine de değinip Van Otlu Peyniri tüketicilerinin kekik, sirmo (yabani sarımsak), mendo ve helis karışımından yapılan peyniri daha lezzetli bulup tercih ettiklerini ifadelerine eklemiştir.

Otlu peynir üreticileri “hayvanları sağımı sırasında teknolojik aletlerin kullanılmaması, yem fiyatlarının pahalı olması, soğuk hava depoları olmaması yüzünden sütün çabuk bozulma riski, fazla sağılan sütün değerlendirilememesi ve otlu peynir fiyatının üretimindeki emeğe karşın ucuz olmasını” kendilerini en çok zorlayan üretim sorunları olarak dile getirmişlerdir. Katılımcılardan bazıları, bu sorunların daha az otlu peynir üretimine yol açtığını vurgulamıştır. Üretim sorunlarının giderilmesi için devlet desteği ve özel peynir mandıralarının kurulmasını talep etmiştir.

24 numaralı peynir üreticisi bu konu hakkındaki düşüncesini: “...Sağılan sütü muhafaza etmekte oldukça güçlük çekiyoruz. Sütün fazlası sıcakta bozuluyor ve ziyan oluyor. Devlet ve özel sektör otlu peynir üretimi yapan köylere soğuk hava depoları, peynir mandıraları ve kooperatif kurabilir. Üretim hem daha sağlıklı ve hijyenik hem de daha fazla olur...” şeklinde ifade etmiştir.

13 numaralı peynir üreticisi ise konuyla ilgili olarak görüşlerini: “...Van’ın köylerinde, yaylalarında her yıl otlu peynir festivali düzenlenebilir. Böylece, hem Van Otlu Peyniri’nin reklam ve tanıtımı yapılmış olur hem de satışlar artar diye düşünüyorum...” şeklinde aktarmıştır.

Benzer şekilde peynir satıcıları da reklam, tanıtım ve satışları artırıcı etkinliklerin yapılması gerektiğini beyan etmişlerdir. 28 numaralı peynir satıcısı; “...Peynir satışının artırılması için tanıtımın daha etkin yapılması gerekmektedir. Ulusal ve uluslararası gıda ve teknoloji fuarlarına katılmamız gerekiyor. Bunun için Van Ticaret Odası, Gıda Tarım Hayvancılık İl Müdürlüğü gibi kurumlar bize destek verebilir...” şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Görüşme formları incelendiğinde genel olarak otlu peynir üreticilerinin peynir üretimindeki sorunlarının giderilmesi için kendi içlerinde bir çözüm geliştirmedikleri anlaşılmaktadır. Katılımcılar, üretim sorunlarının aşılmasında ağırlıklı olarak devletin ve özel sektörün desteğini beklemektedir. Oysa otlu peynir üreticilerinin kendi aralarında oluşturacakları bir birlik ve/veya kooperatif ile mevcut sorunların büyük bir kısmını giderilebileceği düşünülmektedir. Öte yandan, bazı katılımcıların otlu peynirin tanıtımı için Van ilinde şenlik ve festival düzenlenmesini talep etmeleri, ulusal/uluslararası fuarlara katılmanın önemli olduğunu vurgulamaları olumlu bir izlenim olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yorumlar aynı zamanda, Van’ın yöresel değerlerinden biri olan otlu peynire yöre insanının sahip çıkması konusunda belirli bir isteğin ve bilinç düzeyinin olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

### Yerli Turistik Tüketicilere İlişkin Bulgular

Araştırmanın amaçları doğrultusunda Van Otlu Peyniri’ni tüketen 43 yerli turistle görüşme gerçekleştirilmiştir. Buna göre, görüşmeye katılanların yaklaşık %90’ı daha önce otlu peynirle ilgili bilgi sahibi olduğunu belirtirken %10’u ise bu peynir çeşidini ilk defa Van’ı ziyaret ettiğinde öğrendiğini ifade etmiştir. Van Otlu Peyniri hakkında bilgi sahibi



olanların yaklaşık %65'i bu peynir çeşidini akraba ve arkadaşlarından, %10'u internetten, % 13'ü TV programlarından, %7'si broşür, kitap vb. basılı kaynaklardan % 3'ü restoran ve kahvaltı salonlarından ve %2'si ise peynir üreticilerinden öğrendiğini belirtmiştir. Turistlere yöneltilen "neden otlu peyniri tercih ediyorsunuz?" sorusuna katılımcılar genel itibariyle yöresel, orijinal, farklı, sağlıklı ve lezzetli bir ürün olmasından dolayı bu peyniri tercih ettikleri yönünde yanıtlar vermişlerdir.

15 numaralı katılımcı konuya ilişkin görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: "...Otlu peyniri çok besleyici ve sağlıklı buluyorum. İçinde farklı otlar bulundurması sebebiyle enerji ve vitamin açısından zengin bir peynir çeşidi olduğu için ailece tercih ediyorum..."

20 numaralı katılımcı: "...Yöresel, doğal ve farklı lezzetleri keşfetmeyi severim. Kahvaltı için gittiğimiz salonda ilk kez otlu peyniri denedim. Oldukça aromatik tadı olan lezzetli bir peynir. Bundan sonra yiyeceğim ve tavsiye edebileceğim bir üründür..."

36 numaralı katılımcı: "...Otlu peynirin içinde bulunan otların besleyici olduğunu, sindirimi kolaylaştırdığını ve insan sağlığına zararlı bazı mikroorganizmaları öldürdüğünü okumuştum. Çeşitli hastalıklara iyi geleceğini düşündüğüm için bu peyniri tercih ediyorum..." ifadesiyle desteklemiştir.

"Otlu peynir denildiğinde aklınıza gelen ilk bölge neresidir?" sorusuna turistlerin yaklaşık %97'si Doğu Anadolu Bölgesi yanıtını verirken %3'ü Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi yanıtını vermiştir. Bazı katılımcıların birden fazla il ismi ifade ettiği yanıtlardan hareketle otlu peynir denildiğinde öne çıkan destinasyonların sırasıyla Van ili ve ilçeleri (%87), Bitlis (% 12), Hakkari (%5), Şırnak (%3) ve Diyarbakır (%2) olduğu tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin sorulara verdiği yanıtlar doğrultusunda, turistlerin tatil ve tüketim alışkanlıklarının doğal, yerel ve kültürel olan ürünlere yönelik olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, Van ilindeki doğal, yerel ve kültürel değerlerin yöre halkı, resmi kurumlar ve özel sektör işbirliği ile korunmasının, tescillenmesinin ve bir turizm ürünü olarak pazarlanmasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

### Resmi Kurumlara İlişkin Bulgular

Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Van Ticaret Borsası (VATBO), Van İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Van İl Bilim Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü ile Van *Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği* kurumlarından 5 uzmanla yapılan yüz yüze görüşmelerde katılımcılara sorulan "coğrafi işaretleme için neden Van Otlu Peynirini tercih ettiniz?" sorusuna verilen cevaplar genel itibariyle birbiriyle paralellik göstermektedir. Uzmanlar bu soruya:

1 numaralı görüşmeci (Van Ticaret Borsası), "...Van ili arazi varlığının %70'lik bir kısmını çayır-mera alanları oluşturmaktadır. Bu doğal zenginlik küçükbaş hayvancılığın ilin en önemli ekonomik faaliyeti olmasında rol oynamıştır. Küçükbaş hayvancılığın yaygın olarak yapılmasının doğal bir sonucu olarak büyük oranda peynir üretimi

gerçekleşmekte ve bunun tamamına yakını ise Van Otlu Peyniri oluşturmaktadır. Söz konusu çayır-mera alanlarının bitki varlığı, bu bitkilerden kaynaklanan tat, hoş koku ve peynire adını veren aynı zamanda endemik olan bazı bitkilerin kullanılması gibi ayırt edici özelliklere sahiptir. Van Otlu Peyniri belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökeninin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürün olduğundan ve korunması gerektiğinden coğrafi işaret başvurusu yapılmıştır"...

Bu görüşü 5 numaralı görüşmeci (Van *Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği*), "...Van Otlu Peyniri ilimizin adıyla özdeşleşen bir ürün. Bu yüzden, bunu markalaştırıp koruma altına almak istedik..." ifadesiyle desteklemiştir.

"Otlu peynirinin Van'ın tanıtımına ve turizmine nasıl katkıda bulunacağını düşünüyorsunuz?" sorusuna;

1 numaralı görüşmeci (Van Ticaret Borsası): "...Son yıllarda markalaşan Van kahvaltısının en ayırt edici ürünü olarak, ülkemiz genelinde de birçok ilde açılmaya başlayan Van kahvaltı salonlarının büyük talep görmesi, ilimiz hakkında damak tadından başlayan bir merak oluşumuna işaret etmektedir..."

2 numaralı katılımcı (Van İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü). "...Tadı, hoş kokusu, üretim şekli ve kalitesiyle Van'la özdeşleşen bu ürünün markalaştırılması durumunda Van'ın tanıtımını sağlayacağını ve gastronomi turizmi açısından Van'ı önemli bir merkez haline getirebileceğini düşünüyorum. Zira sadece Van kahvaltısı yapmak için Van'a gelen turist grupları olduğunu biliyoruz..."

3 numaralı görüşmeci (Van İl Bilim Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü), "...Van'a gelen turistlerin sevdiklerine götürebilecekleri ürünlerin başında Van Otlu Peyniri olabilir. Bunun için coğrafi işaretleme ve patent çok önemli..."

4 numaralı görüşmeci (Van İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü). "...Günümüzde turistlerin yerel ve otantik kültürel mirasa önem verdiğini görüyoruz. Farklı lezzette olan ve yerelliğini koruyan bu peynirin ziyaretçilerde iz bırakacağını ve yakınlarına Van ilinden ve Van Otlu Peynirinden bahsedebileceklerini düşünüyorum..." şeklinde görüşlerini belirtmiştir.

Katılımcıların tamamı, otlu peynirin ilkbaharda, sütün ve otun bol olduğu zamanlarda el emeği ve geleneksel yöntemlerle üretildiğini ifade etmiştir. Köylerde peynir üretim işinin koyun ve keçi sürüsü sahibi orta yaş gurubu kadınlarca gerçekleştirildiği, üretim tekniklerinin sözlü olarak, nesilden nesile, dilden dile aktarılarak öğrenildiği tespit edilmiştir. Üreticiler, peynir üretiminde ağırlıklı olarak koyun sütü kullandıklarını belirtmişlerdir. Peynir üreticilerinin yabancı otları ilkbaharda dağ eteklerindeki yaylalardan taze filizler şeklinde toplayıp bir süre salamurada beklettikten sonra peynire eklendiği, besleyici, sindirimi kolaylaştırdığını, insan sağlığına zararlı bazı mikroorganizmaları etkisiz hale getirdiği ifade edilmiştir. Tercih edilen ot karışımlarının; kekik, yabancı sarımsak, reyhan, mendo ve seris isimli otlar olduğu belirtilmiştir.

Otların peynirin bekleme süresinde sertleşmesini önlediği, tadını güzelleştirdiği ve şifa özelliği taşıdığı ifade edilmiştir. Otlu peynir üretici ve satıcılarının ortak sorunların ise; süt sağımında teknolojik aletlerin yetersizliği, yem fiyatlarının yüksekliği, soğuk hava depolarının olmayışı, sütlerin çabuk bozulması, üretim kaybı yaşanması olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık %90'nın Van Otlı Peynirini tanıdığını, yöresel, orijinal, farklı, sağlıklı ve lezzetli bir ürün olması nedeniyle bu peyniri tercih ettikleri yönünde yanıtlar vermişlerdir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun peyniri Van Kahvaltı salonlarında keşfettiği belirlenmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada, özellikle Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretleme kavramı ve bu konuyla ilgili yasal düzenlemeler 1883 yılına kadar dayanmaktadır. Türkiye'de ise coğrafi işaretleme kavramı 1995 yılından itibaren yasal düzenlemeyle gelişmeye başlamıştır (Şahin, 2013b: 24-25). Yerel ürünlerin korunması ve ürünlerin kaynağı olan yörede yaşayan kişilerin ürünlerin avantajlarından yararlanabilmesi için "coğrafi işaretleme" kavramı büyük önem taşımaktadır. Avrupa ülkelerine kıyaslandığında; Türkiye'de coğrafi işaretlemeyle korunma altına alınmış ürünün çok az sayıda olduğu ve yöresel ekonomik kalkınmada yeterince değerlendirilemediği görülmektedir. Yerel ürünlerin bölgesel ekonomik kalkınmada etkin şekilde kullanılmasının gerekliliği düşünülmektedir.

Alan araştırması sonucunda Van Otlı Peyniri ile ilgili olarak ulaşılan sonuçlar ve öneriler: Otlu peynirin otantikliği, birçok kişi tarafından bilinirliği ve sevilirliği, sağlıklı oluşu, üretim aşamasındaki malzemelerin tamamına yakınının doğallığı, geleneksel yöntemlerle üretilmesi ve kahvaltılı sofralarının vazgeçilemez temel gıda maddesi olması güçlü yönlerindedir. Üretim koşullarının zorluğu, üretim-dağıtım aşamalarında genel hijyen kurallarına yeterince dikkat edilmemesi, HACCP sistemine uygun üretimin yapılmaması, saklama ve depolama sorunları, il dışına yeterince pazarlanamaması, üretici ve tüketici arasındaki halkaların uzunluğu, belirli standartlarda otlu peynir üretebilmek için gerekli alet ve ekipmanların yetersiz olması zayıf yönlerindedir. Üreticilerin gelir yetersizliği sonucunda peynir üretiminden vazgeçebilme riski, peynirin aynı kalite ve standartlarda üretilmemesi, peynir üreticilerine devlet desteğinin yetersizliği, süt ve peynirin modern koşullarda saklanamaması, teknolojik ve hijyenik malzeme yetersizliği, geleneksel üretim tekniğinin genç nesillerce yeterince bilinmemesi (ilgisizliği) bu üretim yönteminin geleceğe taşınma riski tehditlerindedir.

Akdamar Adası'ndaki kilisenin ibadete açılmasıyla Van'a gelen turist sayısında artış gözlenmektedir. Van kentine turlarla gelen turistlerin Van'da kahvaltılı yapmadan gitmedikleri bilinen bir gerçektir. Turistik tüketicilerin Van kahvaltılı sofralarının vazgeçilmez otlu peyniri tanımaları ile otlu peynire olan ilgi ve talep artacaktır. Üreticiden tüketiciye direk satış olanakları oluşturulduğunda üreticinin kazancı artacağı için geleneksel üretim devam edecektir. Otlu peynirin coğrafi işaretleme ile tescil edilmesi peynirin tanınırılığı, güvenilirliği artacaktır. Günümüzde turizm pazarında tüketici eğilimleri yerel, otantik, tarihi ve kültürel

ürünlere yöneldiği bilinmektedir. Bu durum yerel bir ürün olan otlu peynir için olumlu bir gelişmedir. Üretici ve tüketicileri bir araya getiren halk pazarlarında otlu peynirin satılması peynire olan ilgiyi artırabilir. Bu sayılan olanaklar, son birkaç yılda üretimi kısmen düşmekte olan peynir üreticilerini geleneksel peynir üretmeye daha istekli kılacaktır.

Geleneksel yöntemlerle üretilen otlu peynirin en önemli özelliği, genellikle yeni sağılan koyun sütünden üretilmesi ve içine katılan otların özgünlüğüdür. Otlu peynir üretimindeki geleneksel yöntemlerle birlikte, koyunların otlak alanı ve peynire katılan otların doğal kaynağı olan mera ve çayırılık alanların korunması gerekmektedir. Böylece kültürel ve doğal değerler gelecek nesillere aktararak bu değerlerin sürdürülebilirliği sağlanabilecektir. Geçim kaynağı hayvancılık ve hayvansal ürünler olan üreticilerin, üretim ve pazarlama sorunlarını gidermek için kendi aralarında işbirliği ve kooperatifleşerek güç birliği yapmaları teşvik edilmelidir. Ayrıca, üreticiler devlet tarafından teşvik edilmeli, peynir üretiminin bütün aşamalarında desteklenmelidir. Üreticilerin süt sağım, depolama, peynir üretimi ve paketlenme aşamalarını tamamen geleneksel yöntemlerle gerçekleştirmektedirler. Bu geleneksel yöntemlere, bilimsel yöntemler ve teknolojik malzeme desteği verilebilir. Böylece üreticilerin hem yaşam şartları kolaylaşacak hem de hijyenik ve güvenilir peynir üretebileceklerdir. Ayrıca yapılacak soğuk hava depolarıyla süt ve peynirleri bozulmadan daha uzun süre muhafaza edilebilecektir.

Yerli turistlerin büyük bir çoğunluğu (%65) otlu peyniri ilk kez eş-dost ve akrabalarından duyduklarını ifade etmişlerdir. Bu anlamda, otlu peynirin tanıtımının genellikle kulaktan kulağa reklam şeklinde yapıldığı; internet, televizyon programları, kitap, broşür vb. görsel ve yazılı medyada etkili tanıtımın yapılmasının gerekliliği düşünülmektedir. Otlu peynirle ilgili her yıl yöresel peynir festivali düzenlenebilir, ulusal ve uluslararası gıda festivallerine iştirak edilerek yöresel ve turistik bir ürün olarak tanıtılabilir. Peynirin geleneksel saklama kaplarının yanında modern saklama kaplarıyla ambalajlanması, ambalajda Van iline özgü (Van Kedisi, İnci Kefal Balığı) sembollerin yer alması ve yurt çapında güçlü dağıtım kanallarının oluşturulmasının, otlu peynirin tanınırılığını ve satışlarını arttırabileceği düşünülmektedir. Böylece peynir üreticilerinin gelirleri artacak, peynir üretimde daha istekli olabileceklerdir.

Türk Patent Enstitüsü'nce değerlendirme aşaması devam eden otlu peynirinin coğrafi işaretleme ile tescil edilmesi durumunda, Van'ın önemli bir geleneksel ve yerel ürünü marka değeri kazanma fırsatı yakalayabilecektir. Böylece Van Otlı Peyniri'nin özgünlüğü kaybedilmeden geleneksel yöntemle üretiminin sürdürülebilirliği sağlanabilecektir. Ayrıca bu gelişmeler, Van Otlı Peyniri'nin Türkiye ve dünyadaki tanınırılığının artmasına yardımcı olabilecektir. Böylece bölgesel sınırlarla değerlendirilen Van Otlı Peyniri'nin, dünya genelinde tanınan peynir çeşitleri arasında yer bulma fırsatı yakalayabileceği ve ticari itibarının artacağı düşünülmektedir.



## KAYNAKÇA

- Akyüz, N. ve Özçelik, H. (1992). "Eski Bir Anadolu Gıdası: Otlu Peynir", *Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi*, 291, 48-49.
- Akyüz, N. ve Tunçtürk, Y. (1992). "Van İli'nin Genel Sütçülük Durumu Üzerinde Bir Araştırma", *YYÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2(2), 1-12.
- Bramley, C. & Kirsten, J. F. (2007). "Exploring The Economic Rationale For Protecting Geographical Indicators In Agriculture". *Agrekon*, 46(1), 47-71.
- Babcock, B.A. & Clemen R. (2004), "Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value-Added Agricultural Products", MATRIC Briefing Paper 04-MBP 7.
- Coşkun, H., Tunçtürk, Y., Altındağ, S. ve Demir, A. (2005). "Van'da Faaliyet Gösteren Süt İşletmelerinin Mevcut Durumları, Sorunları ve Çözüm Önerileri", *YYÜ, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi*, 15(1), 11-15.
- Dikici A., Koluman A. ve Aktaş R.K. (2013). "Gıdaların Coğrafi İşaretlenmesi", *İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 39 (1), 136-138.
- Dimara, E., Petrou, A. & Skuras, D. (2004). "Agricultural policy for quality and producers' evaluations of quality marketing indicators: A Greek case study". *Food policy*, 29(5), 485-506.
- DPT, (1995). "Fikri ve Sinaî Haklar Özel İhtisas Komisyonu Raporu", Yayın No: DPT: 2373, ÖİK: 438, Ankara.
- Ergün, Ö., Bostan, K. ve Sağun. (1992). "Van Otlu Peynirlerinde Mikrobiyolojik Kalite ve Küf Florası", *YYÜ Veteriner Fakültesi Dergisi*, 3(1-2), 53-59.
- Hughes, G. (1995). "Authenticity in Tourism", *Annals of Tourism Research* 22, 781-803.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A. ve Küçükçongar, M. (2010). "Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19), 15- 23.
- Marzella, D.A. (2008). Culinary Toursim: Does Your Destination Have Potantial?, Winter, Travel Marketing Desition.
- Orhan, A. (2010). "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). "Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5 (2), 88-92.
- Şahin, G. (2013a). "Coğrafi Bir Simge Olarak Ankara Keçisinin Türkiye'deki Mevcut Durumu", *Milli Folklor*, 25(97), 195-209.
- Şahin, G. (2013b). "Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 23-37.
- Tregear, A., Kuznesof, S. & Moxey, A. (1998). "Policy initiatives for regional foods: Some insights from consumer research". *Food Policy*, 23(5), 383-394.
- Van İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, (2013).
- Van İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2013).
- Van İl Bilim Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü, (2013).
- Van Ticaret Borsası, (2013).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 8. Tıpkı Basım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

## İnternet Kaynakçası

- [www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html](http://www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html) (Erişim Tarihi, 14.02.2013).
- [www.kulturturizm.gov.tr/turkiye/van/neyenir/van-otlu-peynir](http://www.kulturturizm.gov.tr/turkiye/van/neyenir/van-otlu-peynir) (Erişim Tarihi, 20.11.2013)
- [www.vanilirehberi.com/van/otlupeynir/html](http://www.vanilirehberi.com/van/otlupeynir/html). (Erişim Tarihi, 21.11.2013).
- [www.van.gov.tr/default-BO.aspx?content](http://www.van.gov.tr/default-BO.aspx?content) (Erişim Tarihi, 21.11.2013).
- [www.ekonomi.gov.tr/upload/...D8D3.../cografi\\_isaretler\\_bilgi\\_notu.doc](http://www.ekonomi.gov.tr/upload/...D8D3.../cografi_isaretler_bilgi_notu.doc) (Erişim Tarihi, 11.11.2013).
- [www.tarim.gov.tr/Sayfalar/IceriklerDetay.aspx?rid=169&NodeValue=34&KonuId=32&ListName=Icerikler](http://www.tarim.gov.tr/Sayfalar/IceriklerDetay.aspx?rid=169&NodeValue=34&KonuId=32&ListName=Icerikler) (Erişim Tarihi, 13.11.2013).
- [www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=1000](http://www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=1000) (Erişim Tarihi, 01.12.2013).
- [www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1473&l=1/](http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1473&l=1/) (Erişim Tarihi, 05.12.2013).
- [www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=480](http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=480) (Erişim Tarihi, 10.02.2014).
- [www.tuikapp.tuik.gov.tr/Bolgesel/tabloOlustur.do](http://www.tuikapp.tuik.gov.tr/Bolgesel/tabloOlustur.do) (Erişim tarihi, 10.01.2013)
- [www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/bilgikitapcıkları/Co-grafisaretler.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayinlar/bilgikitapcıkları/Co-grafisaretler.pdf) (Erişim Tarihi, 10.02.2014).
- [www.turizmternd.com/turkiye/van/van-yoresel-yemekler-4247.html](http://www.turizmternd.com/turkiye/van/van-yoresel-yemekler-4247.html) (Erişim Tarihi, 20.11.2013).
- [www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/27-trips.pdf](http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf) (Erişim Tarihi, 28.12.2013).

## **Extensive Summary**

### **The Importance of Local Foods in Tourism and Geographical Indication: Van Herbal Cheese**

#### **Introduction**

Urbanization and globalization leads to change and become identical to the life and consumption habits of people. This similarity causes the traditions to disappear. Many people and local authorities from different institutions, realizing that resemblance reduce the diversity and impoverish the richness of the human culture, work for the conservation of the local and traditional products. New concepts and movements emerged as a result of the conservation effort such as Slow City and Geographical Indication. These kind of movements grasped attention of the many people from all over the world. Local authorities of Van Province of Turkey would like to turn local products into touristic or supporting touristic products to contribute economic development of the province. Van Herbal Cheese is one of the most important local products of Van Province. Registration is the first step of conservation of this cheese under the name of Van Province. One of the conservation efforts of the local foods is the Geographical Indication System. As symbol of the country region or an area. Geographical Indication System distinguishes the local product with imitations and similar ones, protects it legally and shows the connection with a certain country, region or an area. Local Authorities' of Ministry of Agriculture applied for the geographical indication to preserve the Van Otlu Peynir (herbal cheese) as a local food however the application process is not concluded yet. The aim of the study registration and promotion of Van Otlu Peyniri (herbal cheese) which is one of the main sources of local populations' income, production of it in traditional ways and methods, provide sustainability, spread the consumption and contribute to the development of local economy.

#### **Methodology**

A comprehensive literature review on the importance of local foods geographical indication and Van Otlu Peynir (Herbal Cheese) has been carried out. In addition secondary data gathered from regional and national reports, studies and statistics is used. Research questions was stated and survey forms has been designed in accordance to research objectives and qualitative research methods. Research Population include the cheese producers, cheese sellers (retailers and wholesalers) domestic tourists and government employees from city center of the Van Province, Edremit, Erciş, Muradiye, Gevaş, Gürpınar and Özalp Towns of Van. 120 people were selected based convenience sampling technique and these people were interweaved using in- depth interview method between 18.11.2013 and 25.01.2014 dates. Responses were recorded in detailed as shown in figure 1. Descriptive research method is used for the analysis.

#### **Findings**

All participants have stated that Van Otlu Peynir was produced by hand in traditional ways at the times that there is plenty of milk and grass. It was also noted that in villages cheese production is done by the middle aged owners of sheep and goat herds, and the production methods are passed on to next generations. Producers have stated that they heavily use sheep milk in cheese production. Cheese producers have also noted that some herbs are added to the cheese after freshly gathered from hillside plateaus during the spring and holded in brine. Those herbs are known to help digestion, be nutritious and protect the human body against some harmful microorganisms. Thyme, wild garlic, basil, mendon and seris are preferred within the herb mixture added to the cheese. Those herbs protect the cheese to harden, improve the taste and heal. Common problems of Van Otlu Peynir producers are the lack of technology in milking, high fodder prices, lack of freezer rooms, and fast degradation of milk and production losses. About 90% of all participants have replied that they know the Van Otlu Peynir and they prefer it due to its locality, originality, distinction and delicious taste. Majority of the participants have stated that they first discovered this cheese from the breakfast rooms in Van province.

## **Conclusion**

It was concluded that the registration of Van Otlu Peynir which is a regional, natural and cultural product, will help to advertise the Van province and stimulate its economy and tourism. By such registration as a geographical indication, currently at the evaluation stage by the Turkish Patent Institute, an important traditional and local product of Van province will build a brand value and help the countrywide and worldwide recognition of Van Otlu Peynir. Thus, it will contribute to the elimination of regional disparities, the fight against poverty, and increase the employment opportunities. In addition to Van Otlu Peynir's potential benefits, this study also reveals some challenges which threaten the heritage and sustainability of the product. Such challenges can be listed as the lack of technological tools used in the process, lack of interest from the young generation, inabilities during the production, storage, distribution and marketing, improper hygienic conditions, non-compliance to HACCP requirements, high production costs and the possibility of producers to give up cheese production. Registration process of Van Otlu Peynir is currently at the evaluation stage by Turkish Patent Institute. In the case of registration as a geographical indication is granted a local brand would be built and the sustainability of the cheese production by traditional methods would be guaranteed. If the challenges are overcome, tourists will continue to taste and demand Van Otlu Peynir through the breakfasts of Van province. Thus, currently benefited only within the regional boundaries, Van Otlu Peynir will have an opportunity to take part in a variety of cheeses known worldwide and commercial reputation will grow.