

## Agri Turizm Kapsamında Gastronomi Festivallerinin Bağ ve Şarap Turizmine Etkisi

Deniz ERDOĞAN  
Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi  
dnz.erdgn@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-4212-2818>

Dr. Öğr. Üyesi Oya ÖZKANLI  
Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi  
ozbayram27@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-0960-2425>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdad.876073>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 07.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 23.06.2021

### Özet

Sahip olunan bağ alanları ile Türkiye Cumhuriyeti tüm dünya ülkeleri içinde beşinci, üzüm üretiminde ise altıncıda sırada yer almasına rağmen bağcılık ve şarap turizmi ülkemizde son yirmi yıl içinde dikkat çekmeye başlamış bir turizm türüdür. Bunun yanında Türkiye’de ilk kırsal ve tarım turizmi etkinlerinin 1980’li yıllara dayandığı ve görece daha köklü olduğu görülmektedir. Ülkemizde gerçekleşen gastronomi festivalleri içinde ise sahip olunan bağları ve bu bağlardan elde edilen ürünleri içeren yeterli sayıda festival bulunmadığı görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın hedefi agri turizm ile eşgüdümlü olarak bağ bozumu ve şarap festivalleri düzenlenmesi ve böylece birden fazla turizm tipinin aktif olarak değerlendirilmesi için öneriler sunmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Agro (Kırsal) Turizm, Agri (Tarım Turizmi) Turizm, Bağcılık ve Şarap, Festival, Yiyecek İçecek Festivalleri.

### Effect of Gastronomy Festivals on Vineyard and Wine Tourism within the Scope of Agri Tourism

#### Abstract

In the vineyard areas owned, our country ranks fifth in the whole world and sixth in grape production. Despite this, viticulture and wine tourism in Turkey is a type of tourism that has started to attract attention in the last twenty years. In addition, the first rural and agricultural tourism activities in Turkey date back to the 1980s and are relatively more rooted. Among the gastronomy festivals that take place in our country, there are not enough festivals that include vineyards and products derived from vineyards. In this context, it is aimed to present recommendations for the active evaluation of multiple types of tourism by organizing vineyard and wine festivals in coordination with agri tourism.

**Key words:** Agro Tourism, Agri Tourism, Viticulture and Wine, Festivals, Food and Drink Festivals.

#### Giriş

Gastronomi turizmi, dünyada hızla büyümekte olup turizm pazarının önemli bir alanı sayılmaktadır. Ekonomik kalkınmanın da en güçlü araçları içinde yer almaktadır ve yıllar içinde yapılan pek çok araştırmada seyahat edilen destinasyona ait mutfak kültürünün seyahat deneyiminin önemli bir bölümünü oluşturduğu ortaya konmuştur (Şahin ve Ünver 2015). Santich (2004)’e göre gastronomi turizmi, yeme ve içme konusundaki ilgiyle motive edilen

seyahatlerdir. Gastronomi turizmi, turistin tatil deneyiminde kültürel ve yerel tatları, kokuları ve dokuları tanıma ve yaşama olanağı sunarak onlara benzersiz bir yiyecek ve içecek deneyimi sağlayan bir turizm çeşididir (Çalışkan 2013).

Dünya Turizm Örgütü gastronomi turizmini ve şarap turizmini birlikte tanımlamaktadır. Buna göre gastronomi turizmini, seyahat ederken ziyaretçinin gıda ve ilgili ürünler ve faaliyetlerle ilgili deneyimi ile karakter edinen bir turizm etkinliği türü olarak tanımlar. Otantik, geleneksel ve / veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra, gastronomi turizmi, yerel üreticileri ziyaret etmek, yemek festivallerine katılmak ve yemek derslerine katılmak gibi diğer ilgili etkinlikleri de içerebilmektedir. Gastronomi turizminin bir alt türü olan şarap turizmi ise amacı üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etmek, tatmak, tüketmek ve/veya şarap satın almak olan turizmi ifade eder (Gastronomy and Wine Tourism 2020).

Dünya çapında şarap turizmi genellikle çeşitli bölgesel ve yerel paydaşlar için fayda sağlayabilen ekonomik bir motor olarak görülmektedir. Potansiyel katkıları arasında şaraphane işletmecileri için artan pazarlar ve satışlar; tamamlayıcı hizmet faaliyetlerinde bulunan kişilere istihdam ve daha geniş kırsal kalkınma girişimlerini destekleyen devlet kurumları için vergi gelirleri sağlama sayılabilir (Williams, Graham ve Mathias 2007). En geniş anlamıyla şarap turizmi; ana motivasyon faktörü şarap tadımlamak olan ve bu amaçla çıkılan yolculuklarda gerçekleştirilen farklı deneyimleri kapsayan bir turizm faaliyetidir ve şarap turizmine katılan bireylere şarap turistleri adı verilmektedir (Akdağ 2015). Son yıllarda şarap sektöründe artan rekabet, değişen koşullar, tüketicinin bilinçlenmesi gibi unsurlar pazarlama ve tutundurma için çabaların önemini arttırmıştır (İçli 2010). Bu bağlamda şarap festivalleri ve bağ bozumu festivalleri faydalı olabilecektir. Festivaller genellikle mevcut altyapı hizmetlerinden yararlanarak düşük sermaye yatırımı gerektirmekte ve yerel otellerin ve restoranların doluluk oranını arttırmak gibi önemli ekonomik faydalar sağlayabileceği bilinmektedir (Litvin ve Fetter 2006).

Şarap turizminin gastronomi turizmi dışında özel ilgi turizmi (Hall, Cambourne, Macionis, Mitchell ve Sharples 2000; akt. Akdağ 2015), tarım turizmi, kültür turizmi içinde gelişen ekoturizm (Yüncü 2010; akt. Akdağ 2015) ve kırsal turizm (Presenza, Minguzzi ve Petrillo 2010) gibi farklı turizm alanlarında da alt başlık olarak ele alındığı literatürde görülmektedir.

Coğrafi konum itibarıyla şarap üretiminde kullanılan üzümlerin özellikleri ve kaliteleri değişiklik göstermekte ve bu durum da şarap ve bağ rotalarını, şarap festivallerini, bağ bozumu festivallerini, destinasyon için özellikli bir hale getirecek çekicilik unsurları olarak karşımıza çıkarmaktadır. Dünya Gıda Örgütü (FAO) verilerine göre 2014 yılında küresel üzüm üretiminin 75 milyon ton olduğu tahmin edilmiş ve bu üretimin %55'i şarap üretimi için kullanılmıştır (Table and Dried Grapes 2016). Nihai ürünlerinden en fazla üretileni şarap olan üzüm tarım turizmi faaliyetleri içinde destinasyon imajına şarap festivalleri, bağ bozumu festivalleri gibi etkinlikler aracılığıyla katkı sağlama potansiyeli yüksek bir tarım ürünüdür. Bu çalışmada amaçlanan ülkemizdeki tarım turizmi ile bağcılık ve şarap turizmi kaynaklarının birlikte kullanılarak bağ bozumu festivallerinin turizm için önemini ortaya çıkarmaktır.

### **Agro (Kırsal) Turizm ve Agri (Tarım Turizmi) Turizm ile Bağcılık ve Şarap Turizmi İlişkisi**

Turistik ürünün temelini bakıldığında tarımsal üretim ve geleneksel yaşam tarzı (yemek, sağlık, el sanatları, ev idaresi ve kat hizmetleri) bulunduğu görülmektedir (Ahmadova ve Akova 2016). Bu bağlamda, özellikle gastronomi turizmi açısından tarım tamamlayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir. Bu sektörlerin birleştirilip bütünlüğün sağlanması hem şehirdeki stresten doğayla buluşarak kurtulmak isteyen kişiler için dinlendirici bir faaliyet hem de kaynakların hızla tükendiği günümüz toplumunda kaynakların korunması için atılmış büyük bir adım niteliğindedir. Bu noktada kırsal turizm faaliyetlerinin artırılması kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için faydalı olacaktır (Civelek, Çeken ve Dalgın 2014).

Agriturizm terimi literatüre yirminci yüzyılın sonlarında girmiştir. Benzer doğrultuda faaliyetleri içinde barındıran agroturizm terimi de kullanılmakta olup iki terimin aynı anlama geldiği, etimolojik kökenlerine bakıldığında “agri” sözcüğünün Latince, “agro” sözcüğünün Yunanca kökenli olduğu belirtilmiştir. İki terimin aynı anlamda kullanılıyor olmasına karşın “agriturizm” sözcüğü arama motorlarında iki katı sonuç ortaya çıkarmaktadır (Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour 2009’dan aktaran; Ekin 2018). Literatürde agro (kırsal) turizm ve agri (tarım) turizm kavramları genellikle aynı anlamda kullanılmasına rağmen farklılıklarını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Nilsson 2002’den akt: Çıkın, Çeken ve Uçar, 2009; Sznajder, Przezborska ve Scrimgeour 2009’dan aktaran; Ekin 2018; İlban, Liceli ve Gülcemal 2018).

### **Agro (Kırsal) Turizm**

Günümüzde kitle turizmine olan ilgi azalırken, alternatif turizm türlerine yönelik ilgi ve arayışlar sürekli bir artış eğilimi içindedir. Kırsal alanlardaki doğal güzellikleri görmek, değişik kültürlerle sahip insanlarla bir arada olmak, kırsal yöreye özgü etkinlikleri izlemek ya da katılmak gibi faaliyetler, son dönemde insanların en çok ilgi gösterdiği alternatif turizm türlerinden biri olarak kırsal (agro) turizmi karşımıza çıkarmaktadır (Dalgın, Atak ve Çeken 2016). Kırsal turizmin kendi içinde de çiftlik turizmi ve tarım (agri) turizmi başlıklarını bulundurmakta, çiftlik ve tarım sözcükleri kırsallığı çağrıştırdığından bu üç kavram birbiri yerine de kullanılmaktadır (Soykan 1999).

Agro turizm şehir merkezleri dışında kalan ve tarımsal üretimin de mümkün olduğu kırsal alanlarda gerçekleştirilmekte ve agro turizm faaliyetlerine katılan kişiler için en önemli seyahat motivasyonunun doğa ile baş başa kalma, dinlenme, yerel kültürü öğrenme, otantik köy evlerinde kalma gibi geniş skalada beklentileri olmasıdır (Gökalp ve Yazgan 2013). Agro turizm kapsamına bu beklentileri karşılamak için genel olarak doğa tatilleri, alışveriş, kayak, yürüyüş, termal turizm, balıkçılık, kuş gözlemciliği, dağcılık, yaylacılık gibi faaliyetlerden söz edilebilmektedir (Bramwell ve Lane 1994’ten akt; Dalgın ve Atak 2016).

Fransa ve İspanya’da bu turizm tipindeki uygulamalar örnek olarak incelenebilir. Fransa’da köy evleri ilk kez 1951 yılında turistlere açılmış, yaz mevsiminin iki ayı boyunca turistlerin ağırlanması sağlanmış 1955 yılında da kırsal turizm devletten destek almaya başlamıştır. Fransa’nın kırsal turizm için amaçları yeşil turizmi geliştirmek, kırsalda yaşayanlara ek gelir sağlayıp iç göçü önlemek ve buralardaki tarihsel mirası korumak şeklindedir. Bu amaçlar doğrultusunda devlet ve yerel yönetimlerin ortak çalışmalarıyla Yeşil Tatil Köyleri kurulmuş, ulusal ve/veya bölgesel parklar ve aile pansiyonları oluşturulmuştur. Buralarda da çeşitli rekreasyonel faaliyetlerle birlikte ve golf, binicilik gibi sportif faaliyetler için de imkânlar sunulmuştur (Soykan 2000). İspanya’da ise yine göçlerin önüne geçip kırsalda yaşayanların sorunlarına çözmek amacıyla ortaya çıkan projelerle kırsal turizm teşvik edilmiştir. Projeler kapsamında teknik (muhasabe, yabancı dil, yasalar gibi) ve kırsal turizm uygulamalarının örneklerini tanıtmaya gibi deneysel eğitimler düzenlenmiştir. 1989 yılında da 14 ev düzenlenerek turizme açılmış, proje işletme safhasına geçtiğinde söz konusu evler Noel tatili, hafta sonları ve ağustos ayında %100 dolmuştur (Soykan 2000).

Agro turizm faaliyetlerini yaklaşık 30 yıl önce başlatan ve oldukça başarılı sonuçlar elde edilmiş olan Yunanistan da bahsedilmesi gereken bir örnektir. Yunanistan agro turizm faaliyetleri ile birlikte agri turizm faaliyetlerini de yürütmüş ve yoksullukla mücadele eden pek çok köy, kooperatifler oluşturarak devlet desteği almış ve tarım turizmi de başlamıştır. İlk olarak kültürlerini yeniden gözden geçirerek yerel değerlerini korumaya ve yaşatmaya başlamış, ardından yerel mimari yenilenecek evler pansiyona dönüştürülmüş, yerel yemeklerin yapıldığı restoranlar kurulmuştur. Pek çok köy bu sayede yoksulluktan kurtulmuştur. Ülke turizmi de bu sayede büyük gelişme göstermiştir (Çanga, Kutlu ve Çalışkan, 2018).

Avustralya’da agro turizm faaliyetlerinin kökeninin 1970’lerin sonuna dayandığını söylemek mümkündür. Avustralya tarım turizmi tedarikçileri için geniş bir ürün ve faaliyet skalası sunmaktadır. Agro turizm faaliyetleri Avustralya’ya gelen ziyaretçiler arasında en çok tercih edilenlerdendir. 1300’e yakın tatil çiftliği ve uluslararası özelliğe sahip 40’ı aşkın çiftlikte aynı anda 20 kişiden 200 kişiye kadar grupları ağırlama imkanı bulunmaktadır. Avustralya’da agro turizm deneyimlerini çiftlik tatilleri, at biniciliği, günlük çiftlik ziyaretleri, şarap tadımı ve bireysel ya da grup turları gibi faaliyetler oluşturmaktadır (Williams, Paridaen, Dossa ve Dumais 2001’den akt.; Oruç, Dalgın ve Çeken 2015).

Türkiye’de ilk örnekler ise 1980’li yıllarda Tursem Seyahat Acentesi’nin Ordu’da çeşitli köylerdeki kişilerle anlaşılmasıyla görülmüştür. Buna göre turistlerin bu kişilerin köylerdeki evlerinde 1 hafta ile 3 hafta arasında ailedeki bir birey gibi kalmaları sağlanmıştır ve TURSEM 1997’de iflas ettikten sonra bu konuda çalışma gösteren başka seyahat acentesi olmamıştır (Ahipaşaoğlu ve Ark.2006’dan akt; Aydın 2012). Bunun yanı sıra ülkemizde agro turizm kapsamında öncelikli unsurun yaylalar olduğu söylenebilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı 1990 yılında dünyadaki turizm tercihlerinin değişimiyle “Yayla Turizmi Projesi” başlatmış, Karadeniz ve Toroslar’da 26 yayla turizm merkezi olarak belirlenmiştir (Aydın 2012).

### **Agri Turizm (Tarım Turizmi)**

Agri turizmin sadece tarım alanlarında gerçekleştirilebilmesi ve agri turizm faaliyetlerini tercih eden kişiler için en önemli seyahat motivasyonun ekolojik ve sağlıklı tarım ürününü elde etmek olması agri turizmi daha sınırlı bir konumda bırakmaktadır (Gökalp ve Yazgan 2013) Nilsson (2002) agro turizmin genelde kırsal çevreye, agri turizmin ise tarım alanı ve çiftçiye bağlı olduğu belirtmiştir (akt. Çıkın vd, 2009). Bunlarla birlikte tarım turizmi kırsal turizmin bir alt dalı olarak da nitelendirilebilir (İlban vd 2018). Agri turizm, turizmi geleneksel deniz, kum, güneş üçlüsünden öteye taşımanın yanında turistlerin kırsal yörelerin dinlendirici havasından yararlanmalarına ve gelir düzeyi düşük tarım tüketicisine ek gelir sağlama açısından önemli bir turizm çeşidi olarak gelişim göstermektedir (Olal ve Timur 1988'den akt; Dalgın vd 2016). En geniş anlamıyla agri turizm tarımda ve turizmde sürdürülebilirliğin gelişimini sağlayan, çevreye saygılı, destinasyonların kültürel mirasına önem veren ve tarım alanlarına, tarımla ilgili mesleklere, yöresel ürünlere ve geleneksel mutfaklara ve benzer unsurlara ilgi duyan turistlere bunları deneyimleme imkânı sunan çok yönlü bir turizm türüdür (Çıkın vd 2009).

İtalya ve Almanya gibi ülkeler agri turizmde en verimli örnekler ev sahipliği yapan ülkelerdendir (Aydın 2012). İtalya’da 20 yıllık (1960-1980) bir süre içinde tarım kesiminde çalışan 5 milyon kişinin topraklarından göç ettiği fark edilmiş ve Ulusal Tarım ve Turizm Derneği kurularak “agri turismo” fikri ortaya atılmıştır. Bu fikir tarımla uğraşan kişilerin evlerindeki odaları kiralamaları, yerel ürünlerini ticarileştirme gibi amaçları içermektedir. İlerleyen yıllarda bazı bölgelerden göçün yavaşladığı ve çiftçilerin turizm faaliyetlerine yöneldiği gözlemlenmiştir. Bu faaliyetlere örnek olarak İtalya’nın Latium bölgesinde bulunan bir ailenin yaşadıkları çiftliği gelir yetersizliği, çiftlik ürünlerinin yerinde satılabilir özellik taşıması gibi sebeplerle agri turizmi kullanarak çiftlik ürünlerini en verimli şekilde değerlendirmeyi hedefleyen bir ziyaret mekânı haline getirmesinden bahsedilebilir. Söz konusu çiftlikte tarihi 15. yüzyıla dayanan büyük bir merkezi ev, dinsel törenlerin yapıldığı eski bir kilise, çiftlik hayvanlarının etlerinin satıldığı bir kasap, geleneksel yemekler sunan 50 masalı bir restoran gibi unsurlar bulunmaktadır (Soykan 2000). Almanya örneğine bakıldığında tarıma elverdiği daha az olan alanlarda yaşayan çiftçiler yine gelir azlığı sebebiyle agri turizm faaliyetlerine yönelmiştir. 1970’li yıllarda Gıda, Tarım ve Orman bakanlığının özendirmesiyle kırsal ve özellikle de çiftlik turizmine ilgi artmaya başlamıştır (Aydın 2012).

Agro- Turizm Hindistan’da, kırsal yaşamı deneyimlemeye, yerel ve özgün yemekleri tatmamaya ve çeşitli tarım işlerini tanımaya dayanmaktadır. Tarımın, Hint ekonomisinin belkemiği olduğu söylenebilir. Nüfusun yaklaşık %75’i doğrudan ve/veya dolaylı olarak tarıma bağımlıdır ve

ülkenin gelirinin neredeyse yüzde 26'sı tarımdan elde edilmektedir. Ülkeyi beslemek için gıda üreten 6.25 köyde 90 milyon çiftçi yaşamakta bu yüzden de tarım bir meslek veya işten daha fazla olarak Hindistan'ın kültürü olmaktadır. Bu sebeple de mevcut tarıma ek gelir sağlayacak faaliyetler eklemek, tarımın milli gelirdeki katkısını kesinlikle artırmıştır. Devlet ve Turizm Bakanlığı, Hindistan Turizm ve Seyahat İşletmeciliği, Turizm Geliştirme Şirketleri, Yabancı Elçilikler, Hindistan Seyahat Acenteleri Birliği (TAAI), Hindistan Tur Operatörleri Birliği (IATO), Turistler, Ulaşım Operatörler Derneği, Hint Sözleşmesi Tanıtım Bürosu ve Pasifik Asya Seyahat Birliği (PATA) Hindistan tarım turizmine destek olan paydaşlardır (Çanga, Kutlu ve Çalışkan, 2018).

Türkiye'de agri turizm kapsamında gerçekleşen faaliyetler için TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) projesini örnek vermek mümkündür. Bu proje Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneğinin WWOOF (WorldWide Opportunities on Organic Farms: Organik Çiftliklerde Dünya Çapında Fırsatlar) işbirliği ile yürüttüğü bir projedir. Proje kapsamında turistler / gönüllüler günün yarısını çiftlik veya yerleşim yerlerinden birindeki işlere yardım edip tarımsal faaliyetlerde tecrübe edinmekte; konaklama, yemek gibi ihtiyaçları ev sahibince karşılanmaktadır. Bunlar için turist/gönüllü ve ev sahibi arasında bir para alışverişi olmamakta, kayıt ücretleri ve Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Küresel Çevre Fonu (GEF /Global Environment Facility), Küçük Destek Programı (SGP/Small Grants Programme) tarafından finanse edilmektedir (TaTuTa WWOOF Türkiye 2020: Aydın 2012).

### **Bağcılık ve Şarap Turizmi**

Dünya üzerinde çok geniş bir alana yayılmış bulunan asmanın ilk olarak Kafkasya ve Hazar Denizinin güneyi ile Anadolu'da kültüre alındığı ve dünyanın her yerine bu bölgelerden dağıldığı ortaya konmuştur (Türkben vd 2012). Eski Dünya şarap bölgeleri sayılan Anadolu'da dokuz bin, Mezopotamya'da yedi bin, Mısırda beş bin ve Avrupa'da iki bin yıllık bir şarap üretim geçmişi bulunmaktadır. Buna karşılık Yeni Dünya şarap bölgeleri olan Amerika, Avusturalya, Yeni Zelanda ve Güney Afrika yaklaşık olarak üç yüz yıllık şarap üretim geçmişine sahiptir (Yıldız 2009). Şarap ve bağcılık turizmi başlıca şarap üretiminin yapıldığı Eski Dünya şarap ülkelerinde (Fransa, İtalya, Almanya, Portekiz ve İspanya) değil Yeni Dünya ülkelerinde (Kaliforniya, Güney Afrika, Arjantin, Avusturalya ve Yeni Zelanda) daha rahat ve hızlı gelişim göstermiştir. Bu durumun sebepleri arasında kültürel farklılıklar gösterilebilmektedir. Eski Dünya'da şarap küçük ölçekli işletmelerce yapıldığından otantik şaraplara dayanan niş bir turizm tipi sunmaktadır; örneğin Fransa'da pek çok küçük ve orta büyüklükteki şarap evlerinin bir kısmı geleneklerine sadık kalıp buraları turizme tam anlamıyla açmamış, bu şarap evleri şarap müzeleri olarak anılabilecek bir durumda kalmıştır. Yeni Dünya'da daha planlı ve büyük ölçekli bir şarap turizmi mevcuttur, geleneksel şarap üretimi yerine teknolojik yöntemler kullanarak geniş bir aroma skalası ve kitle turizmine daha yakın etkinlikler sunulmaktadır (Yıldız 2009 ve Mänilä 2012). Buna karşılık Anadolu, Mezopotamya ve Mısır şarap ve şarap turizmi konusunda söz sahibi bölgeler değildir. Dokuz bin yıllık şarap üretim tarihine sahip Anadolu topraklarına 11. Yüzyıl'da yerleşen Türkler de bu topraklarda bağcılığın gelişmesini sürdürmüştür. Asma yaprağı ve üzüm salkımı figürleri Selçuklu ve Osmanlı süslemelerinde de yer almıştır. Evliya Çelebi yaptığı seyahatlerinde Anadolu'daki illerin bağlarının güzelliğinden, üzümün ve şarapların lezzetinden söz etmektedir (Türkben vd 2012: Yıldız 2009). Türk kültüründe şarap üretimi ve tüketimi İslamiyet'in kabulünden sonra azalmış ancak tamamen bitmemiştir. Osmanlı zamanında şarap içilmesi İslam dinine mensup kişiler için kanunen da yasaklanmış ancak Hıristiyan dini için önemli bir sembol olarak bilinen şarabın (Mänilä 2012) bu dinin mensuplarınca üretilmesi ve satılması özgürlüğü sürmüştür ve hem dini hem de kanun yasağına rağmen Müslümanlarca da tüketiminin devam ettiği belirtilmiştir (Aktaş 2002). Günümüze bakıldığında Türkiye sahip olduğu bağ alanları ve

topraklarında biriken şarap kültürüne karşılık bağıcılık ve şarap turizminde söz sahibi bir konumda değildir.

Bağıcılık ve şarap turizmi; bağ ve üzüm yetiştiriciliğinden şarap tadımına, tarihi ve kültürel izleri taşıyan çok çeşitli turistik faaliyeti içeren eylemleri bünyesinde barındıran bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe 2009'dan akt; Bülent ve Çelik 2017). Bağıcılık turizminin iklim ve doğal yapının uygun olduğu bölgelerde sürdürülebilirliğin sağlanması için de uygun bir seçim olduğu bilinmektedir (Çavuşoğlu 2008'dan akt; Bülent ve Çelik 2017). Şarap turizmi, yaşam tarzı deneyimi, arz ve talep, eğitim unsurları, sanat, şarap ve gıda ile bağlantı, turizmdeki imaj ve bölgede ekonomik, sosyal, kültürel değerleri geliştiren bir pazarlama fırsatı sağlamak gibi birçok özelliği içinde barındırmaktadır. Bu nedenle, şarap turizmi deneyimi, etkinlikler ve festivaller, kültürel miras, restoranlar, misafirperverlik, eğitim, tadım, mahzen ve şaraphane turları olmak üzere çeşitli şekillerde sağlanabilmektedir (Charters ve Ali-Knight 2002).

Bağıcılık ve şarap turizminin tanımlarında ziyaretçinin motivasyonu ve deneyimleri de etkili olmaktadır, Hall (2000)'e göre bağıcılık ve şarap turizmi, şarap bölgesini, şarap imalathanelerini, bölgede üretilen şarabı, şarap festivallerini deneyimlemek amacıyla motive olmuş seyahatlerdir (akt, Carlsen ve Charters 2006). Şarap turistleri bu motivasyonla Fransa (Alcase Bağ Rotası), Amerika Birleşik Devletleri (Napa Vadisi), Şili (Casablanca Valley Bağ Rotası) gibi ülkelere seyahatler gerçekleştirmekte ve şarap rotalarını takip etmektedir (Gatti ve İncerti 1997: Duran, Eryücel ve Özcan 2019). Şarap rotası temel olarak belirli bir bölgede bulunan çeşitli şarap mülklerini ve şarap imalathanelerini birbirine bağlayan turist rotası olarak tanımlanmaktadır. Bu rota, doğal cazibe merkezleri (dağlar ve diğer manzaralar), fiziksel cazibe merkezleri (şarap imalathaneleri gibi tesisler), üzüm bağları ve turistleri bireysel şarap işletmelerine yönlendiren yollar ve işaretleyiciler ile karakterize edilen bir kavramdır. Şarap rotası bölgedeki bağlardan çıkan üzümlerden üretilen şaraba farklı bir karakter veren toprakları, iklimi ve kültürel mirası vurgulayan bir terimdir (Bruwer 2003).

Türkiye'de bulunan Ege Bağ Rotası, Trakya Bağ Rotası ve Orta ve Doğu Anadolu Bağ Rotası olmak üzere üç bağ rotası Şekil 1'de verilmiştir. Bu rotalardan en uzun olan Ege Bağ Rotası on altı şarap evinden geçmekte ve altı şehri kapsamaktadır. Ege Bağ Rotası'ndaki en yoğun şehir ise yedi şarap evi ile İzmir'dir. Bu rotalardan en kısa olan Orta ve Doğu Anadolu Bağ Rotası altı şarap evinden geçmekte ve beş şehri kapsamakta, rotadaki en yoğun şehir ise iki bağ eviyle Nevşehir (Kapadokya)'dir (Wines of Turkey 2020). Trakya Bağ Rotası ise Türkiye'nin ilk bağ rotasıdır (Trakya Bağ Rotası 2020). Bu rota on iki şarap evinden geçmekte ve dört ili kapsamakta olup, rotadaki en yoğun şehir yedi bağ eviyle Tekirdağ'dır (Wine Routes of Turkey 2020).

**Görsel 1.** Türkiye Bağ Rotaları (Wine Routes of Turkey 2020)



**Kaynak:** <http://www.winesofturkey.org>

Bu rotalarda ve etrafında bulunan şarap üretim alanları (Şekil 2) Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Sakarya (Adapazarı) Balıkesir (Avşa Adası), Çanakkale (Bozcaada), Manisa, İzmir, Denizli, Uşak, Antalya (Elmalı), Nevşehir (Kapadokya), Ankara, Kayseri, Malatya, Elazığ, Diyarbakır ve Tokat olmak üzere 18 ili kapsadığı görülmektedir. Çavuş (Çanakkale), Sultaniye (Manisa), Bornova Misketi (İzmir), Kalecik Karası (Ankara), Boğazkere, Öküzgözü (Elazığ), Narince (Tokat) şaraplık üzümleri Türk Patent kurumunca coğrafi işaret verilmiş üzümlerdir (Türk Patent 2020 ve Wines of Turkey 2020). Chardonnay, Riesling, Cabernet Sauvignon, Cinsault, Cabernet Franc, Merlot, Grenache, Shiraz, Sauvignon Blanc, Semillion, Alicante Bouchet, Malbec gibi yabancı şaraplık üzümler de yine bu rotalarda bulunan üretim alanlarında yetiştirilmektedir (Wines of Turkey 2020).

Birçok önemli faktör şarap kalitesini etkilemektedir. Bunlardan en önemlisi ise üzümün kalitesidir. İyi şarap kaliteli üzümlerden elde edilmektedir ve üzüm kalitesi doğrudan iklim ve toprak ile ilişkilidir. İklim ve toprak özelliği, şaraplık asmaların kalitelerini belirleyen en önemli faktörlerdendir. Çok kaliteli şarap veren bir üzüm çeşidi uygun olmayan iklim ve toprak koşullarında yetiştirilirse hiçbir zaman kaliteli şarap üretilebilecek üzüm vermez. Hava sıcaklığının ve yağışın asmanın istekleri ölçüsünde ve uygun zamanında olması gerekir. Üzümün oluşumu ve büyümesi aşamasında yağışa gereksinim vardır, olgunlaşması sırasında ise yağış gerekmez. Yapılan detaylı araştırmalar iklimin üzüm kalitesini etkileyen en önemli ve birincil etken olduğunu göstermektedir. Üzüm kalitesi ise direkt olarak şarap kalitesini etkilemektedir. Özellikle de serin iklimler üzüm bileşiminin daha asidik olmasını, çeşitli üzüm aromasının ve tat bileşiklerinin daha iyi gelişmesini sağlamakta ve bu bileşikler de şarap kalitesinin oluşmasında önemli olmaktadır (Bozoğlu, 2006; Aktan ve Kalkan, 2000'den akt.; Bekar, 2016). Bu bağlamda Türkiye'de Doğu Anadolu bölgesinde yetişen üzümlerden kaliteli şaraplar çıkacağı söylemek mümkündür. Örneğin Elazığ ilinde yetişen öküzgözü üzümünün iyi şaraplar verebileceği bilinmektedir ancak çeşitli sosyokültürel sebeplerle buradaki bağcılar ürettikleri üzümlerden şarap yapıldığının bilinmesinden dahi çekinmekte, şarap üretim tesisleri bağlardan uzakta kurulmaktadır. Bu durum üzümlerin üretim tesisine ulaştırılması sırasında üzümlerin kabuklarında kırılmalar olmasına ve oksitlenmeye sebep olmaktadır. Buna karşın sosyokültürel açıdan görece daha uygun olan Trakya bölgesinde papazkarasının iyi sonuçlar vermekte olduğu söylenebilir. Yine bu bölgedeki farklı köylerde farklı sonuçlar elde edilebilir ve rüstik havası olan bir şarap üretimi sağlanabilecek nitelik taşımaktadır (Türkiye'deki Şarap Kültürü, 2018). Daha önce de belirtildiği gibi şarap kültürü Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada

uzun süredir var olmuştur ancak İslamiyet'in kabulünden sonra ise gerek dini yasaklar gerekse Osmanlı döneminde kanunla gelen yasaklar sebebiyle azınlıklar arasında gelişimini sürdürmüştür. Söz konusu bu faktörler Türk toplumunda şarap kültürünün gelişimini sekteye uğratmış, sahip olduğu bağcılık geçmişine rağmen diğer toplumların gerisinde kalmasına sebep olmuştur.

## Görsel 2. Türkiye'de Şaraplık Üzüm Tarımı Yapılan Alanlara Göre Şarap Bölgeleri



Kaynak : <http://www.winesofturkey.org>

Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü (OIV) verilerinde Türkiye'deki bağ alanlarının 2003 - 2018 yılları arasında sürekli bir düşüşte olduğu ancak 2018 yılında bu düşüşün sabitlendiği belirtilmiştir. Yine aynı verilere göre Türkiye, sahip olduğu bağ alanlarıyla dünya bağ alanları içinde İspanya, Çin, Fransa, İtalya'dan sonra beşinci, dünya üzüm üretiminde Çin, İtalya, Amerika, İspanya ve Fransa'dan sonra altıncı, sofralık üzüm üretiminde Çin'den sonra ikinci ve kuru üzüm üretiminde birinci sıradadır. Türkiye şaraplık, sofralık ve kurutulmuş üzüm için uygun bağ alanları olduğu halde üretim için bekleyen bağ alanlarına sahip ülkeler arasında da İspanya, Çin, Fransa ve İtalya'nın ardından beşinci sırada yer almaktadır. Türkiye ekili üzüm alanları, üzüm verimi, üzüm üretimi değerlendirildiğinde iyi bir durumda olduğu ve ülkemiz topraklarındaki şarap tarihinin diğer ülkelere binlerce yıl öncesine dayandığı halde şarap üretiminde çok alt sıralarda yer almaktadır (İçli 2010). Türkiye şaraplık üzüm üretimi toplam üzüm üretiminin yaklaşık %11'ini oluşturmaktadır ve bu üzümlerin ise sadece %2 - 3'ü şaraba işlenmekte olup geri kalan kısmı şıralık olarak değerlendirilmektedir (Çelik 2005; Karaoğlu 2007'dan akt; Şenuyar, Demirbaş ve Saygın 2014). OIV (2018) yılı verilerine göre Dünya'da en çok şarap üreten ülkeler sırasıyla İtalya (54.783 hl), Fransa (49.040 hl), İspanya (44.933 hl), ABD (28.883 hl) ve Arjantin (14.522 hl) şeklindedir. Aynı verilerde Türkiye kontrol edildiğinde şarap üretimi 754 hl olarak karşımıza çıkmaktadır (Country Profile 2020).

Agri turizm ile bağcılık ve şarap turizminde yer alan faaliyetlere bakıldığında konuklara bölgede yetişen üzümlerden yapılan şarapları tatma, imalathaneleri gezerek bilgi edinme ve kendi şaraplarını üretme fırsatı sunulmaktadır (Türkben, Gül ve Uzar 2012). Üzüm hasadı ve tadımı, bölgenin yöresel ve esas malzemesi üzüm olan ürünlerin yapımını tecrübe etme ve tatma fırsatı sağlanabilmektedir. Bu bağlamda üzüm ile şarap arasındaki doğal ilişkinin agri turizm ile bağcılık ve şarap turizmine de yansıdığı ve gastronomi turizmi ile de bütünlük kazanmakta olduğu söylenebilir. Üzüm ve etrafında gelişen, kişisel deneyimi içeren faaliyetlerin yanında bağ bozumu mevsiminde düzenlenen festivaller bölgeye olan ilgiyi arttırmaktadır (Çıkmın vd 2009). Tarımsal üretimin yapıldığı alanlarda turizm geliri de sağlanabilmesi için festivaller araç olarak kullanılabilir. Özellikle bağcılık yapılan bölgelerde festivallerin desteklenmesi bölgenin turistik destinasyon olarak tanınmışlığını ve çekiciliğini arttıracaktır potansiyeldedir. Dünya genelinde Paris, Roma, New York, Amsterdam, Barselona gibi turizm anlamında marka haline



gelmiş pek çok destinasyonda farklı temalar etrafında şekillenen festivaller, spor organizasyonları, moda haftaları gibi etkinliklerin etkisi büyüktür (Kargiglioğlu ve Kabacık 2017).

### **Yiyecek İçecek Temalı Festivaller**

Festival, çeşitli sebeplerle belirli zamanlarda gerçekleştirilen toplumsal kutlamalardır. İçerik, amaç, zaman, yer, organizasyon şekli vb. özelliklerinin farklılık göstermesi festival kavramı üzerine tam bir tanım verilmesini zorlaştırmıştır (Şengül ve Genç 2016). Türk Dil Kurumu sözlüğünde “festival” sözcüğü için bahsi geçen özellikler etrafında şekillenmiş farklı tanımlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki; dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel dönemi olan sanat gösterilerini (Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali) ifade etmektedir. Bir diğeri belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizilerini (Cannes Film Festivali) ifade etmektedir. Bir diğeri tanıma göre de festival bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri ve şenlikler (Bordeaux Şarap Festivali, Bozcaada Bağbozumu Festivali, Uluslararası Antepfıstığı Kültür ve Sanat Festivali) şeklindedir ve bu çalışma bağlamında dikkat çekmektedir (TDK 2021). Festivaller bu tanımsal özellikler itibariyle turistlerin bir destinasyonu ziyareti sırasında bölgeye has yiyecek içecek ürünleri, gelenekleri, sanatsal ve tarihi değerleri içeren kültürel birikimi deneyimlemesini sağladığından önemli bir turizm stratejisi oluşturmuştur (Yıldız ve Polat 2016). Özelliklerine göre farklı tanımlar alan festivallerin ortak noktaları festival süresince yöreye gelen ziyaretçilerin artması, bu sayede yörenin tanıtımının yapılması, yöre imajının güçlendirilmesi, toplumsal huzur ve barış açısından katkılar sunması ziyaretçilerin harcamaları sonucunda elde edilen gelirler gibi unsurlar sayılabilir (Özgürel, Alan ve Bingöl 2015).

Yerel turizmin gelişimi açısından farklı festival türleri arasında en popüler festival türlerinden biri gastronomi festivalleridir. Yerel yönetimler ve turizm paydaşları gastronomi turizmine olan talebin artmasıyla bölgelerindeki gastronomik unsurları ortaya çıkarması amaçlanan ve bu unsurların adlarıyla anılan festivaller düzenlemeye başlamışlardır. Bölgedeki gastronomi çekicilikleri kullanılarak düzenlenen bu festivaller turizm hareketliliğini arttırmakta ve rekabet üstünlüğünün sağlanmasında büyük önem taşımaktadır (Kargiglioğlu ve Kabacık 2017). Gastronominin coğrafyaya has ürünlerden, bölgedeki pişirme tekniklerinden farklı sunum özelliklerine kadar geniş bir skala ile yöreyi başka destinasyonlardan ayırmakta olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda bir yöreye ait ürünün gastronomik çekicilik unsuru olarak marka imajının kuvvetlenmesi için söz konusu ürünün sadece orada yetişmesinin yeterli olmadığı, toplumun yaşayış şekli, gelenek görenekleri ve tarihiyle de harmanlanmış bir durumda olması gerektiği söylenebilir. Bu özellikleri sağlayan en temel ürünlerden birinin şarap olduğunu söylemek mümkündür.

Gastronomi festivalleri; destinasyona ait yemek kültürünün örneklerle gözlemlendiği, gastronomik unsurları merkeze yerleştirmiş deneyimlerin yaşandığı festivaller olarak ifade edilebilmektedir (Çetin, Demirel ve Çetin 2019). Bu bağlamda şarap ve bağ bozumu festivallerinin de bölgedeki bağları ve yetiştirilen üzümleri, bölgesel şarapları merkeze yerleştirdiği söylenebilir. Bunun yanında daha çok kişiye hitap eden bir deneyim sunmak adına bağlar, üzümler ve şaraplarla birlikte çeşitli temaları da içeren festivaller bulunmaktadır. Vienna Wine Hike her yıl sonbaharda düzenlenmekte olan ve bağ alanlarında uzun yürüyüşlerle manzaraları izlemeye ve yerli üreticilerin sunduğu ürünleri tadımlamayı içeren bir etkinliktir. Söz konusu manzaralar toplam dört rotada gezilebilmekte ve yol boyunca birçok noktada, Viyana şarap üreticileri mahzenden ve mutfaktan tadımlar sunmaktadır (Vienna, 2021). Hindistan’da 2008 yılında ilk kez düzenlenen, Nashik’teki Sula Üzüm Bağlarında gerçekleşen “Sulafest” bir şarap ve müzik festivalidir. Yerli ve yabancı sanatçıların sahne aldığı konserler, dans etkinlikleri ve çeşitli ürünlerin satıldığı bir pazarı da içeren festivalde şarap üreticileri ile bir araya gelme imkanı sunulmakta şarap etrafında şekillenen oyunlar oynanmakta, şarap ve diğere ürünlerin satıldığı bir pazar da bulunmaktadır. Festival 2008’de tek seferlik bir etkinlik

olarak planlanmış ancak beklenin çok üstünde ilgi görmüş ve düzenlenmeye devam edilmiştir. Çeşitli şarap üreticisi firmaların da desteğini almaya başlamıştır. Tüm bunların yanında festival için satılan her biletle konuklar adına birer ağaç dikilmekte ve sürdürülebilirliği desteklemektedir (Sulafest 2020, 2021). Bağlardaki üzümlerden üretilen şarap ve diğer ürünlerce şekillenen etkinlikler ve programların sunulduğu bu festivallerin çoğu durumda kırsal bölgelerde büyük ve küçük yerleşim alanlarının karakterlerini ve ayırt edici özelliklerini ön plana çıkaran etkinlikler olduğunu söylemek mümkündür (Lee ve Arcodia 2011; Bruwer ve Kelley 2015). Gastronomi ve şarap festivallerinin kendi başlarına çok önemli ekonomik yapılar olduğu bilinmektedir. Buna örnek olarak, ABD’de düzenlenen Charleston Şarap ve Yemek Festivali’nden bahsedilebilir. 2011 yılında yerel ekonomiye 7.3 milyon dolar ile rekor bir ekonomik katkı sağlayan festivalde önceki yıla göre 2 milyon doların üzerinde bir gelir elde edilmiştir. Düzenlenen bu festivalde ortalama turist harcamasının 764 dolar olduğu ve turistlerin %80’inden fazlasının bu şehre özellikle festival için geldiği tespit edilmiştir (Yılmaz 2016’dan akt; Çetin vd 2019).

Anadolu topraklarındaki şarap üretim tarihi de göz önüne alındığında bağcılık ve şarap turizminin Türkiye için de destinasyon çekicilik unsuru olma potansiyeli olduğu görülmektedir. Buna rağmen 2000’li yılların başına kadar Türkiye’de şarap turizmi neredeyse bilinmiyordu (Türker ve Alaeddinoğlu 2016). Bu bağlamda ülkemizde bağcılık ve şarap turizminin çok yeni bir konumda olduğunu ve bu aşamada çeşitli alanlardan yardım alarak geliştirilmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Festivaller bu konuda ekonomik açıdan uygundur ve bağ bozumu festivalleri tarım turizmini ile bağ ve şarap turizminin birbirini destekleyecek etkinlikleri bir arada düzenlemeye olanak sağlayabilecektir.

Ekerim ve Tanrısever’in (2020) Türkiye’de gerçekleşen gastronomi festivallerini incelediği çalışmaya göre ülkemizde toplam 334 gastronomi festivali bulunmaktadır. Bu festivaller içinde esas temasında üzüm geçen toplam 24 gastronomi festivali bulunmaktadır (Tablo 1) olup bunlardan yalnızca 10 tanesi bağ bozumu festivali olarak anılmaktadır. Şarap festivali olarak adlandırılmış bir festival ise bulunmamaktadır. Bu festivaller içinde bilinen en eski üzüm festivali 52 kez düzenlenmiş olan ve Antalya’da gerçekleşen Ormana Üzüm Festivali, en eski bağ bozumu festivali ise 48 kez düzenlenmiş olan ve Nevşehir’de düzenlenen Uluslararası Ürgüp Bağ Bozumu Festivalidir. Bilinen en yeni festivaller ise Edirne, Elazığ ve Kilis illerinde gerçekleşen üzüm festivalleridir.

**Tablo 1.** Türkiye’de Düzenlenen Üzüm Temalı Festivaller

Şehir	Festival Adı	Tema	Düzenlenme Süresi	Düzenlenme Tarihi	Festival Süresi
Antalya	İbradı Üzüm Festivali	Üzüm	30. Kez	Eylül Ayı İlk Haftası	1 Gün
Antalya	Ormana Üzüm Festivali	Üzüm	52. Kez	1-2-3 Eylül	3 Gün
Antalya	Üzümdere Köyü Üzüm Ve Balık Festivali	Üzüm ve Balık	34. Kez	Ağustos Ayının 2. Haftası	3 Gün
Ankara	Uluslararası Kalecik Karası Festivali	Üzüm	10. Kez	18-21 Eylül 2014	4 Gün
Denizli	Tripolis Kültür Ve Turfanda Sultaniye Çekirdeksiz Üzüm Festivali	Üzüm	23. Kez	18 Ağustos 2019	1 Gün

<b>Edirne</b>	Uluslararası Bağcılık Festivali	Üzüm	3. Kez	5-6-7 Eylül 2017	3 Gün
<b>Elazığ</b>	Üzüm Ve Orcik Festivali	Üzüm Ve Orcik	3. Kez	14 Ekim 2018	1 Gün
<b>Gaziantep</b>	İslahiye Üzüm, Biber Ve Kültür Festivali	Üzüm Ve Biber	Bilinmiyor	24 Ağustos 2018	1 Gün
<b>Isparta</b>	Geleneksel Senirkent Kültür, Sanat ve Üzüm Festivali	Üzüm	7. Kez	08-09 Eylül 2018	2 Gün
<b>Kilis</b>	Kilis Katmeri Ve Kilis Karası Üzüm Festivali	Katmer Ve Üzüm	3. Kez	15-17 Eylül 2019	3 Gün
<b>Manisa</b>	Sarıgöl Sultaniye Üzüm Festivali	Üzüm	Bilinmiyor	Ağustos Ayı İçerisinde	1 Gün
<b>Mersin</b>	Uluslararası Gülнар Yörük Türkmen Kültür Elma, Badem, Üzüm Festivali	Elma Üzüm Badem	18. Kez	14 Ağu 2019	1 Gün
<b>Mersin</b>	Tarsus Üzüm Festivali	Üzüm	32. Kez	28-29 Temmuz 2019	2 Gün
<b>Tokat</b>	Geleneksel Üzüm Ve Yaprak Festivali	Üzüm Ve Yaprak	5. Kez	24 Temmuz 2018	1 Gün
<b>Bursa</b>	Şimdi Mudanya Zamamı (Bağ Bozumu Şenliği-Kara İncir Şenliği-Zeytin Şenliği)	İncir Zeytin Üzüm	Bilinmiyor	Bağ Bozumu 6 Eylül 2018 Zeytin Şenliği 27 Eylül 2018 Kara İncir Şenliği 13 Eylül 2018	1 Gün
<b>Çanakkale</b>	Bozcaada Kültür Sanat Ve Bağ Bozumu Festivali	Üzüm	21. Kez	7-9 Eylül 2019	3 Gün
<b>Denizli</b>	Çal Bağ Bozumu Kültür Ve Sanat Festivali	Üzüm	23. Kez	7-9 Eylül 2019	3 Gün
<b>İzmir</b>	Urla Geleneksel Bağ Bozumu Şenliği	Üzüm	26. Kez	14 Ağustos 2019	1 Gün
<b>Karabük</b>	Safranbolu Bağ Bozumu Şenliği	Üzüm	Bilinmiyor(E n Son 2015)	Ekim Ayı İçerisinde	Bilinmiyor
<b>Kırklareli</b>	Yayla Bolluk, Bereket, Hasat Ve Bağ Bozumu Şenlikleri	Üzüm	10. Kez	7-8 Eylül 2018	2 Gün
<b>Malatya</b>	Arapgir Bağ Bozumu Şenlikleri	Üzüm	Bilinmiyor	Eylül Ayı İçerisinde	1-3 Gün

<b>Manisa</b>	Bağ Bozum Şenlikleri	Üzüm	Bilinmiyor	Eylül Ayının İlk Haftası	3 Gün
<b>Nevşehir</b>	Uluslararası Ürgüp Bağ Bozumu Festivali	Üzüm	48. Kez	16-17 Eylül 2019	2 Gün
<b>Tekirdağ</b>	Trakya Bağ Bozumu Ve Ekoloji Festivali	Üzüm	5. Kez	7-9 Eylül 2019	3 Gün

**Kaynak:** Ekerim ve Tanrısever 2020

## Sonuç ve Öneriler

İklimi, tarıma müsait toprakları, yarımada olması gibi coğrafi avantajlarının yanında binlerce yıl boyunca topraklarında çok çeşitli kültürleri yaşatmış ve izlerini taşımakta olan Anadolu toprakları genel itibariyle pek çok turizm alternatifi için uygun bir ülkedir. Bu alternatifler arasında ağı turizm, bağcılık ve şarap turizmi, festival turizmi gibi turizm tipleri de bulunmaktadır. Söz konusu bu turizm tipleri ülkemizde yeterince değerlendirilmemekte, Türkiye'nin özellikle bağcılık ve şarap turizmi konusunda son derece yetersiz olduğu görülmektedir. Sahip olunan bağ alanları ve üzüm üretiminde bütün dünya ülkeleri arasında ilk 10 içinde olmasına rağmen şaraplık üzüm üretimi %2 ila %3 civarında kalmaktadır. Bu durum çeşitli sosyokültürel sebeplerden kaynaklanabileceği gibi gerekli teknolojiye sahip olmamak gibi teknik ve ekonomik durumlardan da kaynaklanabilir. Bağcılık ve şarap turizminin ülkemizde son 20 yıl içinde dikkat çekmeye başlamış olması da bu durumun bir sebebi olabilecek faktörlerdendir. Bunun yanında sahip olduğu bağ alanlarıyla tüm dünyada 5. sırada yer almasına rağmen ülkemizde yalnızca 10 bağ bozumu festivali düzenlenmektedir ve bu festivallerin yalnız 8'i toplamda 18 ilden geçen bağ rotaları içinde düzenlenmektedir.

Türkiye'de genç bir turizm tipi olan bağcılık ve şarap turizminin ağı turizm ve festival turizmi tiplerinden destek almasıyla karma bir turizm tipi oluşturularak tek bir ürün etrafında birden fazla etkinlik düzenlenmesi sağlanabilir. Bağcılık ve şarap turizmi ile ağı turizmin en temel ortak noktası tarımdan besleniyor olmalarıdır. Son yıllarda oldukça önem kazanan turizmde sürdürülebilirlik ilkesinden yola çıkarak bu iki turizm tipinin birleştirilmesi, şaraplık üzüm üreten bağ alanlarında ağı turizmin desteklenmesi iki turizm tipi için de faydalı olabilecektir. Ağı turizm faaliyetleri içinde köylerde ve çiftliklerde konaklayan turistler ev sahibi aile ile birlikte gündelik çiftlik işlerini sürdürmek karşılığında hem konaklama, yeme içme gibi ihtiyaçları karşılanmakta hem de tarımsal üretim tecrübesi kazanmakta, bazı uygulamalarda da kendi ürettikleri ürünleri tüketmekte fırsatı bulmaktadırlar.

Ağı turizm ile bağcılık ve şarap turizmi arasında kurulacak ilişki ve bu ilişki sonunda gerçekleştirilecek bağ bozumu festivalleri üzümün ve şarabın ilişkisinin insanda bıraktığı his kadar doğal olabilecek durumdadır. Bu bağlamda ağı turizm ile bağcılık ve şarap turizmi arasında birbirini besleyen bir yapı oluşturulabilmesi gerekmektedir. Bu yapının sağlanabilmesi için çalışma kapsamında geliştirilen öneriler aşağıda verilmiştir.

- Çavuş, Sultaniye, Bornova Misketi, Kalecik Karası, Boğazkere, Öküzgözü, Narince gibi Türkiye'ye has şaraplık üzümlerin Chardonnay, Riesling, Merlot, Shiraz, Cabernet Sauvignon, Grenache, Semillion, Malbec gibi bilindik şaraplık üzümler ile benzer ve farklı yönleri tespit edilmeli; yerli üzümlerin besinsel açıdan şaraba katacağı değer, kimyasal bileşiklerinin şaraba vereceği karakteristik özellikler araştırılmalı ve bağcılara eğitimlerle özümsetilmelidir.
- Trakya, Ege ve Orta ve Doğu Anadolu Bağ rotalarında bulunan Antalya, Ankara, Edirne, Elazığ, Tokat gibi bağ rotalarında bulunan ve bağ bozumu festivali düzenlenmeyen illerde çıkan üzümlerle elde edilecek şaraplar net şekilde tespit

edilmeli, bağcılara bu üzümlerle yapılabilecek şarap üretimi hakkında eğitim verilmelidir.

- Yine bu illerde mevsimi geldiğinde bağ bozumu festivalleri düzenlenmeli, konukların bağ bozumuna katılmaları, şarap üretimini izleyebilmeleri ya da üretime bizzat katılabilmelerini sağlayan ortamlar oluşturulmalıdır.
- Söz konusu bağ bozumu festivallerinde üzümünden ve üzüm bağından elde edilen ürünlerle üretilen ve bölgeye has olan ürünlerin de tanıtımının yapılabilmesi amacıyla festival alanlarında kermesler, pazarlar kurulmalı ve bu ürünlerin tüketiciyle buluşturulması, bölgenin farklı kültürel özelliklerinin de sergilenmesine imkan sunularak destinasyon imajının gelişmesi desteklenmelidir.
- Yıl içinde bu bölgelerdeki turizm faaliyetlerinin sürekliliğini sağlayabilmek adına mevsimi geldiğinde ağı turizm kapsamında yeni tohum, fide ekimine, bağların bakım sürecine katılmak isteyen konuklar için altyapı hizmetleri sağlanmalı, böylelikle bağ rotalarına ilgi canlı tutulmalı ve bilinirliğinin artırılması sağlanmalıdır.
- Dünya çapında gerçekleştirilen ve yemek, şarap ve bağ bozumu yanında müzik, yürüyüş; sürdürülebilirlik adına ağaç ekmek gibi etkinlikler ve benzeri faaliyetler de değerlendirilmeli coğrafi ve toplumsal faktörlerin elverişli olduğu üzüm üretim alanlarında bu tip festivallerin desteklenmesi sağlanmalıdır.

#### Kaynakça

- Ahmadova, S., & Akova, O. (2016). Türkiye’de organik ekoturizm çiftlikleri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 14-29.
- Akdağ, Gürkan. Trakya bağ rotasını takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(4) (2015): 3-11.
- Aktas, E. The Roll of Viniculture on Turkish Economy.
- Aydın, O. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 39-46.
- Bekar, T. (2016). Şaraplık üzüm kalitesi üzerine yetiştiriciliğin etkileri. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi* 3(4) (2016): 255-264.
- Bozoğlu, M.D. 2006. Beyaz Şarap Üretiminde Sıcaklık Kontrolü. (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Biyoteknoloji Enstitüsü, Ankara.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism management*, 24(4), 423-435.
- Bruwer, J., & Kelley, K. (2015). Service performance quality evaluation and satisfaction in a USA wine festivalscape: Buying behavioural effects. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist?. *Tourism management*, 23(3), 311-319.
- Charters, S., & Carlsen, J. (2006). Conclusion: The future of wine tourism research, management and marketing. *Global Wine Tourism Research Management and Marketing*, 263-275.
- Civelek, M., DALGIN, T., & Çeken, H. (2014). Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki agro-turizm alanlarında bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çanga, A. Ç., Kutlu, T., & Çalışkan, H. (2018). Tarım turizminin dünyada ve Türkiye’deki uygulamaları. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 2(2), 450-457.

- Çikin, A., Çeken, H., & Uçar, M. (2009). Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1 ve 2), 1-8.
- Dalgın, T., Atak, O., & Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çekiciliği olarak önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47).
- Duran, E., Eryücel, Ö., & Özcan, Z. (2019). Şarap üretimi ve tüketiminin Türkiye turizmindeki yeri: kadim anadolu bağ rotası başlangıç noktası olarak Çanakkale örneği the place of wine production and consumption in Turkey's tourism: the case of Çanakkale as a start point of ancient anatolian wine route. *Turar turizm ve araştırma dergisi*, 8(1), 70-83.
- Ekerim, F., & Tanrısever, C. (2020). Türkiye Gastronomi Festivalleri ve Haritalandırılması (Gastronomy Festivals and Their. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Gatti, S., & Incerti, F. (1997). *The wine routes as an instrument for the valorisation of typical products and rural areas* (No. 729-2016-50526, pp. 213-224).
- Gökçalp, D. D., & Yazgan, M. E. (2013). Kırsal peyzaj planlamada agroturizm ve agriturizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 25-29.
- Güdek, M., Demirel, H., & Çetin, K. (2019). *Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği* (pp. 882-893). Mersin: Anamur.
- İlban, M. O., Liceli, M. T., & Gülcemal, T. Kırsal kalkınma açısından agro turizmin önemi ve ekonomik etkileri. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4(10), 448-459.
- Kargılioğlu, Ş., & Kabacık, M. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında urla enginar festivaline gelen turistlerin festival. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 409, 421.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367.
- Litvin, S. W., & Fetter, E. (2006). Can a festival be too successful? A review of Spoleto, USA. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Mănilă, M. (2012). Wine tourism-a great tourism offer face to new challenges. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (13).
- Oruç, M. C., DALGIN, T., & ÇEKEN, H. (2015). Tarım turizmi uygulamaları ve pazarlama modelleri: Türkiye için bir model önerisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 40-45.
- Özgürel, G., Alan, R., & Bingöl, Z. (2015). Yerel kalkınmada bir araç olarak festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 113-121.
- Paivio, A. (1975). Perceptual comparisons through the mind's eye. *Memory & Cognition*, 3, 635-647. doi:10.1037/0278-6133.24.2.225
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International journal of hospitality management*, 23(1), 15-24.
- Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 21-33.
- Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şengül, S., & Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: mudurnu ipekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79-89.

- Şenuyar, C., Demirbaş, N., & SAYGIN, Ö. (2014). Türk şarap sektörünün mevcut durumu ve sektörün gelişimini sınırlayan faktörlerin değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 1-12.
- Türkben, C., Fulya, G., & Uzar, Y., (2012). Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 47-50.
- Türker, N., & Alaeddinoğlu, F. (2016). From wine production to wine tourism experience: the case of Anatolia, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 25-37.
- Williams, P. W., Graham, K., & Mathias, L. (2007). Land Use Policy and Wine Tourism Development in North America's Pacific Northwest. *Global wine tourism: Research, management and marketing*, 27.
- Yakın, E., (2018). Agriturizm (tarım turizmi) kavramı ve uygulamada kullanılan ilgili yasal yapılanmalar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 1673-1682.
- Yıldız, Ö. E. (2009). *Türkiye'de şarap turizmi Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli* Yayınlanmış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Yıldız, S. B., & Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir'de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*. 40 – 58. doi:10.21325/jotags.2016.13

#### İnternet Kaynakları

- Country Profile. 2020. Erişim adresi: <http://www.oiv.int/en/statistiques/>
- Gastronomy and Wine Tourism. 2020. Erişim adresi: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
- Sulafest 2020. 2021. Erişim adresi: <https://www.sulafest.com/>
- Table and Dried Grapes. 2016. Erişim adresi: <http://www.fao.org/3/a-i7042e.pdf>
- TDK. 2020. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr>
- Wines of Turkey. 2020. Erişim Adresi: <http://www.winesofturkey.org>
- Vienna. 2021. Erişim adresi: <https://www.wien.info/en>
- Türkiye'deki Şarap Kültürü. 2018. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=DeX2BokPjJQ>