

## YAVAŞ TURİZMDE COĞRAFİ İŞARETLEMENİN ÖNEMİ

Arş. Gör.

Serdar SÜNNETÇİOĞLU

Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme  
Fakültesi, Turizm İşletmeciliği  
Bölümü

serdar.sunnetcioglu@deu.edu.tr

serdarsunnetcioglu@hotmail.com

Ayşe CAN

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal

Bilimler Enstitüsü, Turizm

İşletmeciliği ve Otelcilik

Anabilim Dalı

can\_ayse22@hotmail.com

Doç. Dr.

Fügen DURLU-ÖZKAYA

Gazi Üniversitesi, Turizm

Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak

Sanatları Bölümü

fdozkaya@hotmail.com

fugen@gazi.edu.tr

### ÖZET

Küreselleşme olgusunun günümüzde giderek her alanda yaşanmasına karşın turizm hareketliliğinde yerel mirasın korunmasının ve tanıtımının sağlanarak bunun bir turizm potansiyeli haline çevrilmesi konusu gündeme gelmektedir. Turizmde yeni bir eğilim olarak ortaya çıkan yavaş turizm hareketlerinde yerel halkla ilişkiler kurmak, yerel mutfakları ve yerel kültürleri ön plana çıkarmak, bu oluşum ile slow food (yavaş yemek) ve slow city (yavaş şehir) gibi sosyal hareketler ve etkinlikler önem kazanmaktadır. Yavaş yemek ve yavaş şehir oluşumlarının felsefesini, yerel yiyecekler, ürünler ve bunların korunması oluşturmaktadır. Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafi konumunun ve üç ayrı iklim kuşağına sahip olmasının, farklı toprak yapısı ile kültürel mirasının ve beşerî sermayesinin çeşitli olmasının sonucu sadece bu topraklara özgü ürünler ve imalat teknikleri ortaya çıkmış, bu değerlerin korunması durumu söz konusu olmuştur. Coğrafi işaretleme yerel ürün ve tatların korunmasında ve taktillerine karşı yasal zeminde mücadele edilmesinde kullanılmaktadır. Coğrafi işarete sahip olan bu tarz ürün ve tatların, turizm değerine dönüştürülerek bölgesel kalkınmaya vereceği destek önemlidir. Bu çalışmada coğrafi işaretleme ile patenti alınan yerel ürün ve tatların yavaş turizme katkısı literatür taraması ile ortaya konmaya çalışılacak, ülkemiz açısından bir durum değerlendirmesi yapıp bu konuda ileriki zamanlarda yapılacak olan çalışmalara ilişkin çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Yavaş turizm, yavaş yemek, yavaş şehir, coğrafi işaretleme

### GİRİŞ

Günümüz dünyasında ekonomik, politik ve kültürel düzeyde benzeri görülmemiş bir değişim süreci yaşanmaktadır. Bu durum küresel işletmeleri ortaya çıkartarak ürünlerini tüm dünyaya yaymasına fırsat tanımaktadır. Bu ürünler yerel piyasalara sunulurken hem yerel ürünleri hem de yerel kültürleri tehdit eder duruma gelmiştir (Yurtseven ve arkadaşları, 2010).

Son dönemlerde ülkelerin ekonomilerine çok fazla katkı yapan turizm sektörünün, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmeye başladığı belirtilmekte ve tüketicilerin zevk ve tercihlerinin geleneksel değerlerine sahip çıkma ve onları tüketme eğiliminde olduğu belirtilmektedir (Orhan, 2010: 243). Ayrıca yerel ürünlere verilen önemin arttığı da vurgulanmaktadır (Kesici, 2012: 33; Zapeta ve Reid, 2004). McKrecher ve arkadaşları (2008) ile Okumuş ve arkadaşları (2007), yerel yemek kültürünü, destinasyonun kültürel mirası olarak değerlendirmekte, yerel yemekleri bir

destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedirler. Kozak (2012), ise yerel ürünlerle pişirme yöntemlerinin ülkeler ve yiyecek-içecek işletmeleri için önemli hale geldiğini, gastronomi turizmi kapsamında geleneksel yemeklerin rağbet görmeye başladığını, müşteri beklentilerinin bölgelere göre egzotik ve nostaljik yemeklere yönelmekte olduğunu belirtmektedir. Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) önderliğinde yapılan araştırmada 2008 yılında yavaş turizmin yeni turizm trendleri içinde yer aldığı ifade edilmekte ve günümüzde turizm amacıyla bir yerden bir yere koşuşturmak yerine, gezerek, gidilen yerin keyfini çıkararak yapılan tatillerin ön planda olduğu belirtilmektedir (www.euroactive.com, 31.07.2012). Yapılan bir başka araştırmada ise yavaş turizmin, yerel ilişkiler kurmaya, yerel mutfağın tadına ve yerel kültürlere meraklı olan turistlerin bu yerlere seyahat etme isteği ile ilgili olduğu belirtilmektedir. (Heitmann ve diğ., 2011).

Elde edilen bu bilgiler günümüzde rağbet görmeye başlayan yavaş turizm ve yavaş yemek kavramlarının kültürel değerlere ve gelenekselciliğe sahip çıkan bir yaklaşımla gelecekte de devam edeceği görüşünü ortaya koymaktadır.

### **YAVAŞ TURİZMİN TANIMI**

Yavaş turizm kavramı “tarım ve yemeğin üretim, satış ve tüketimini içeren tüm sosyal, psikolojik, kültürel, ve politik öğelerle ilişkili bir süreç olarak” açıklanmaktadır.(Yütseven ve arkadaşları(2010:54).Yurtseven ve arkadaşları (2010), yavaş turizmin belirgin özelliklerini yerel doğanın, tarihin ve kültürel kaynakların korunması, belirli yerel kaynakların düzenli kullanılması ve yerel ekonominin canlandırılması şeklinde açıklamaktadır. Ayrıca yavaş turizmin yerel geleneklerin değerlendirilmesine, doğal çevrenin ve yerel ekonominin gelişmesine olanak verdiğini vurgulayarak, gösterişli turların aksine yerel insanlar ve doğa arasında zevk paylaşımını ve eğlenmeyi özendirildiğini belirtmektedir. Yavaş yemek akımının, hızlı yaşam ve hızlı yemek (*fast food*) hareketinin artmasına, yerel yemek geleneklerinin yok olmasına ve yediği yiyeceklerin nereden geldiğiyle, lezzetinin nasıl olduğuyla, yiyecek seçimlerinin dünyanın geri kalanını nasıl etkilediğiyle ilgilenen insanların azalmasına karşı tepki olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (www.slowfood.com, 28.06.2012).

Petrini (2001), Fransız terimi olan “*terroir*” in yavaş yemek akımına temel olduğunu vurgulayarak doğal faktörlerin (toprak, hava, deniz seviyesinden yükseklik, bitki örtüsü ve mikro iklimler) ve insani faktörlerin (gelenekler ve toprağı işleme şekilleri) bileşiminin her bölgeye yiyecek yetiştirilmesi, ve

pişirilmesi bakımından özgün bir karakter sağladığını ifade etmektedir. Hall (2012), ise yavaş yemeğin ekoloji, gastronomi, zevk ve etiğin birleştiği noktada bulunduğunu vurgularken, lezzet ve kültür standardizasyonuna, gıda endüstrisinde çok uluslu şirketlere ve endüstriyel tarımın sınırsız gücüne karşı çıktığını belirtmekte ve her bireyin yerel yemek, gelenek ve kültürlerini korumada sorumluluk sahibi olduğu noktasına dikkat çekmektedir. Petrini (2007), yavaş yemek düşüncesinin iyi, temiz ve adalet boyutlarından oluştuğunu vurgulamaktadır. Ergüven (2011) ise bu hareketin, taze, yöresel ve mevsim ürünlerinin avantajlarını öne çıkarmak yanında aile ve arkadaşlarla birlikte yenilen öğünlerin sosyal rolüne de vurgu yapmaktadır. Osborne (2001)'a göre yavaş yemek hareketinin felsefesi, fast food hareketinin yayılmasını önlemek ve küresel ekonominin yavan tadı olan, sağlıksız mutfağından büyükannelerimizin özeniyle hazırlanan otantik yerel yemeklere geri dönmektir. Yavaş yemek hareketinin gıda ile ilgili biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliğin önemini daha geniş anlamda anlaşılabilmesinin yanı sıra yavaş tüketim açısından uluslar arası öneme sahip olduğu belirten Hall (2012), yavaş yemek akımının yavaş turizme katkısını incelemiş ve bu akımın sürdürülebilirlik açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Ergüven (2011), artan yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik bilinci yanında organik ve yöresel gıda maddelerine artan talebin yavaş yemek hareketini olumlu etkilediğini belirtmektedir. Yavaş yemek hareketinin, daha yavaş, daha ahenkli bir ritmi hedefleyen, "eko-gastronomi" hakkında geniş kitleleri eğitmek için çalışmakta olduğu belirtilmekte ve kültürel ve biyolojik çeşitliliği, gıda üretiminde sürdürülebilirlik ve küresel çevrenin korunması gibi konulara değindiği ifade edilmektedir (Allen ve Albala,2007.; Walter,2009:). Pınar (2012), sürdürülebilirliğin günümüzün önemli konulardan biri olduğunu vurgulamış, yavaş yemek akımı içerisinde şekillenen sürdürülebilir restoranların önemine değinmekte, sürdürülebilir restoran ve yavaş yemek ile dünya genelinde mutfak sanatları kültürünün korunduğunu, biyolojik çeşitliliğe ve yerel çiftçiliğin yaygınlaşmasına katkıda bulunulduğunu belirtmektedir.

Yavaş yemek akımında olduğu gibi, slow city (*yavaş şehir*) kavramı da yavaş turizm içerisinde ele alınmaktadır. İtalyanca Citta (*şehir*) ve İngilizce slow (*yavaş*) kelimelerinden oluşan "Cittaslow" kelimesi, "*yavaş şehir*" anlamında kullanılmaktadır. Cittaslow akımının, küreselleşmenin yarattığı homojen mekanlardan biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve özelliklerini koruyarak dünya sahnesinde yer almak isteyen kasaba ve kentlerin katıldığı bir birlik

olduğu vurgulanmaktadır (www.cittaslowturkiye.org, 25.06.2012). Yavaş şehir hareketi, yavaş yemek felsefesini küçük kentlerin tasarımında kullanmayı planlayan uluslar arası bir ağdır. Yavaş şehir anlayışını, yerel çevre ve gastronomi kaynaklarının kalitesi ile küçük kentlerde keyifli bir yaşam sürdürülebilmek oluşturmaktadır (Yurtseven ve arkadaşları,2010). Yavaş şehir ağının yavaş yemek hareketinden ortaya çıktığı ve burada amacın; küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek olduğu belirtilmektedir. Yöresel, bölgesel ve kültürel farkındalıklar ve şehirlerin ve çevresinin özgün değerlerin vurgulanması da yine temel amaçlar arasındadır. Çünkü yerel dinamiklerin ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan daha sürdürülebilir ve daha uzun ömürlü olduğu savunulmaktadır .

Yavaş şehirlerin odak noktası yerel kültürleri, şarap ve yiyeceklerin yavaş üretimi ve tüketimini, ekolojik dengeyi, yerel ve organik içerikli ürünleri ele almaktır . Kültürel kimliğimizin ve mirasımızın önemli bir kısmını oluşturan yiyecekler sayesinde yavaş şehir akımı, yerel kültürlerin küresel kültür karşısında ezilmesini önlemeye çalışmaktadır(Yurtseven ve arkadaşları,2010).

Türkiye’de yavaş şehir hareketi Seferihisar’ın 28 Kasım 2009 tarihinde yavaş şehir olmasıyla resmi olarak kurulmuştur. Yavaş şehir hareketinin Türkiye’de yaygınlaşması için yapılan çalışmalar sonucunda Akyaka, Yenipazar, Gökçeada ve Taraklı yerleşkeleri için çeşitli girişimlerde bulunulmuş sonunda, 24 Haziran 2011 tarihinde Polonya’da düzenlenen Uluslararası Yavaş Şehir Kongresinde yavaş şehir olarak ilan edilerek Türkiye’deki yavaş şehir sayısı beşe ulaşmıştır. Böylelikle Türkiye’de Yavaş Şehir Ulusal Ağı kurulmuştur (www.cittaslowturkiye.org, 25.06.2012).

Yavaş yemek ve yavaş şehir oluşumlarının felsefesi; yerel yiyeceklerle ürünlerin elde edilmesi, bunların korunması ve gelecek nesillere aktarılması şeklinde açıklanabilir. “Ark of Taste” adı verilen “Lezzet Sandığı” yerel ürünleri ve unutulmaya yüz tutan ürünleri korumak amacıyla oluşturulan önemli bir girişimdir. Bu sandıkta yer alacak ürünlerde aranan nitelikler şöyle sıralanabilir; ürünün istisnai bir kalitesinin olması, belli bir bölgeye has olması ya da yerel uygulamalarla işlenmiş olması, yerel alanla ilgili isim ve tarihsel bir bağının olması (www.slowfood.com, 28.06.2012; Nosi ve Zanni, 2004).

Yavaş yemek ve yavaş şehir hareketlerinde, ürünün elde edildiği coğrafya, ürünün belirli bir özellik taşıması ve ürünün karakteristik özelliği ile coğrafi kökeni arasında ilişki olması önemlidir. Coğrafi işaretlemeye konu olacak

ürünlerin de karakteristik özellikleriyle coğrafi kökenleri arasındaki ilişki önemlidir. Yavaş şehir ve yavaş yemek hareketlerinin coğrafi işaretlemeyle olan ilişkisini ortaya koyabilmek için buna ilişkin çalışmalara değinmek gerekmektedir.

### **COĞRAFİ İŞARETLEME KAVRAMININ KAVRAMSAL ANALİZİ VE ÖZELLİKLERİ**

Dünyada küreselleşmenin hızla yaygınlaştığı bir dönemde yerel mirasın korunması ve tanıtımının yapılarak, bunun bir turizm potansiyeli haline çevrilmesinin önem kazandığı görülmektedir (Kan vd., 2012). Zagrafos (2008) coğrafi işaretlerin önemine değinerek bunun gelişmekte olan ülkeler için ne kadar hayati bir kavram olduğunu, geleneksel ürünlerin ulusal ve uluslar arası alanda geniş bir potansiyelinin bulunduğunu vurgulamaktadır.

Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafi konumunun ve üç ayrı iklim kuşağına sahip olmasının, farklı toprak yapısı ile kültürel mirasın ve beşeri sermayesinin çeşitli olmasının sadece bu topraklara özgü ürünlerin ve imalat tekniklerinin ortaya çıkmasına neden olduğu belirtilmektedir (Gökovalı,2007). Turizmi bölgesel kalkınma anlayışının en önemli unsurlarından biri ve yerel-yöresel ürünlerin ön plana çıkmasını sağlayan önemli bir etken olarak değerlendiren Orhan (2010), turizme konu olan mal ve hizmetlerin içeriği hakkında tanıtıcı bilgi verilmesinin hedef kitlenin en fazla dikkat ettiği unsurlardan biri olduğunu belirtmektedir. Ayrıca yöresel ve geleneksel değerlere ait bilgilerin belirli bir düzen içerisinde toplanması ve koruma altına alınmasının önem arz ettiğini ifade etmektedir. Coğrafi işaret tescilinin ürünün korunması, üreticinin korunması, tüketicinin korunması ve milli ve kültürel değerlerin korunması açısından önem arz ettiği bilinmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2007). Durlu-Özkaya ve Can (2012), Türk Mutfağı'nın turizme kazandırılması gerekliliğini ortaya koymuş, bunun sağlanabilmesi için Türk Mutfağına ait olan yiyecek ve içeceklerin tescillenmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Orhan (2010), ise coğrafi değeri olan ürünlerin değerlendirilmesinin ülke kültürlerinin ve geleneklerinin de değerlendirilmesi anlamına geldiğini belirtmektedir. Kan ve arkadaşları (2012), coğrafi işaretlerin içerisinde barındırdığı anlamlar ve işlevleri yönünden koruma aracının yanı sıra yerel anlamda kalkınmada da rol sahibi olduğunu bildirmektedir.

Ülkemizde yerel değerlerin korunmasına yönelik ilk çalışmanın "27.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Ka-

nun Hükmünde Kararname" ile gerçekleştirildiği belirtilmekte ve yasa, tescilleri vermek üzere *Türk Patent Enstitüsü* (TPE)'nü görevlendirildiği ifade edilmektedir. Coğrafi İşaretler, (Cİ) "*belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren bir işaret*" olarak tanımlanmaktadır (Gülçubuk ve Kan, 2008:60; Orhan, 2010:246; Kan vd.,2012:97).

Türk Patent Enstitüsü (2007), coğrafi işaret kavramını, "*ürünün üzerinde kullanılan bir işaret olup, ürünün belli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını tanımlayan ve ürünün kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özelliklerinin belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını işaret eden bir hak*" olarak tanımlamıştır. Ragnekar (2004), coğrafi işaretlerin tarihsel olarak uluslararası ticarete kullanılan coğrafi ürünün kökenine dayanan belirli bir kaliteyi ya da itibarını ifade etmek için kullanıldığını belirtmiştir. Gülçubuk ve Kan (2008) ayırt edici işaretler arasında geçmişi en eskiye dayanan işaretin coğrafi işaretler olduğunu, kullanılan ürünlerin kökenini belirtme fonksiyonu nedeniyle markaların ilk hali olarak karşımıza çıktığını belirtmişlerdir. Ayrıca coğrafi kökeninden dolayı önem kazanan ürünleri ayırt etmek için kullanıldığını da ifade etmişlerdir. Kan ve arkadaşları (2012), coğrafi işaretleme sayesinde yerel ürün ve tatların korunma altına alındığını belirtmekte ve bu sayede yerel ürün ve tatların yerel ekonomik kalkınmada bir araç olabileceği vurgulanmaktadır. Zografos (2008) ise coğrafi işaretlerin son yıllarda birçok ürünle ilgili tüketicilerin korunması, yerel ürünlere ve kaliteli ürünlere güven duymasını sağlamasının yanı sıra kırsal bölgelerin gelişimi için ve kültürel mirasın korunması için yasal ve ekonomik bir araç olduğunu ifade etmiştir. Babcock ve Clemens (2004), coğrafi işaretlerin marka, patent, endüstriyel tasarım gibi diğer sınai haklardan üstünlüğünü tek bir üreticiyi değil, belli bölgede üretim yapan kişilerin tümünü birden, koruması olduğunu belirtmektedir.

Kan ve diğerleri (2012), coğrafi işaret sisteminin devreye girdiği noktada yerel ürün ve tatların turizm aracı olarak kullanılmasının yanı sıra korunmasının ve taklitlerine karşı yasal zeminde mücadele edilmesinin de önünün açıldığını vurgulamaktadır. Bir pazarlama aracı olarak coğrafi işaretlerin bölgenin menşei kullanarak ürünler için özgün bir kimlik oluşturduğu ve yöresel ürünlere ekonomik değer kattığı ifade edilmektedir (Babcock ve Clemens,2004).

Coğrafi işaretler "*Menşe*" ve "*Mahreç*" olarak ikiye ayrılır. Bu iki ifade arasındaki fark üretim yeri ile ilgili olup, menşe işaretini taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezken, mahreç işaretini taşıyan

ürünler başka bölgelerde de üretilebilirler (Türk Patent Enstitüsü,2007). Diğer bir ifadeyle Gökovalı (2007) ürünün ayırt edici özelliği tamamen ilgili coğrafi bölgeden kaynaklanıyorsa ve üretim süreçlerinin tamamı o bölgede gerçekleşiyorsa ürün menşe adı ile tescil edilebilir. Eğer üretim süreçlerinden bir kısmı coğrafi bölgeden kaynaklanıyorsa ve ürünün bazı üretim aşamaları o coğrafi bölge dışında da gerçekleşebiliyorsa ürün mahreç işareti ile tescil edilebilir.

Gökovalı (2007), Coğrafi işaretlemeye konu olan ürünlerin genellikle yiyecek, içecek, alkollü içecekler ve şarap gibi tarıma dayalı ürünler olabileceği gibi el sanatları ürünleri de olabileceğini belirtmiştir. Ülkemizde Türk Patent Enstitüsünün kayıtlarına göre toplam 151 adet tescilli coğrafi işaret mevcuttur. 192 adet coğrafi işaret başvuru işlemi ise devam etmektedir (www.turkpatent.gov.tr,12.05.2012). Başvurusu devam eden ürünlerin listesi incelendiğinde yine yöresel yemek ve tarım ürünlerinin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından 2008 yılında yapılan araştırmada "*Türkiye'nin Lezzet Haritası'nın* ortaya konulmasını coğrafi işaretleme kapsamında değerlendirmek mümkündür. Türkiye'nin 81 ilini kapsayan bu haritaya göre, Türkiye 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecek çeşidi-ne sahip olduğu ifade edilmektedir (Anonim, 2008).

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turizm hareketlerinde, kültürel ve geleneksel değerler önem kazanmış ve turist tercihleri yerel değerlerine sahip çıkan destinasyonlara doğru yönelmeye başlamıştır. Yavaş turizm olarak tanımladığımız bu hareketlilik içinde yer alan yavaş yemek ve yavaş şehir hareketleri yerel ve yöresel değerlerin korunmasına önem vermektedir.

Türk Patent Enstitüsü'nde tescillenen ve başvurusu bulunan coğrafi işaretlerin genellikle turizmden çok az pay alan ya da hiç pay almayan yöre ve bölgelerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum avantaja dönüştürülerek coğrafi işaret alan ürünlerin tamamı tanıtılmak koşuluyla turizme kazandırılmalı ve bölge ekonomisine canlılık gelmesi teşvik edilmelidir.

Günümüzde, Türkiye'de sadece beş adet yavaş şehir bulunmaktadır. Bu beş yavaş şehrin coğrafi işaretlemeye dair her hangi bir ürünü yoktur, fakat bu yapılmayacağı anlamına gelmemektedir. Coğrafi işaretleme listesi incelendiğinde bunun sebebi coğrafi işaretlerin genelde "şehir" olarak yapılması ve nüfusu 50.000'den küçük ilçe ve yörelere ait coğrafi işaretleme sayısının çok az görülmesi olabilir. Oysa ki Cittaslow (Sakin Şehir) örgütlenmesinin en önemli

kriterlerinden biri “yavaş yemek” ve yöresel lezzetlerin ön plana çıkarılmasıdır. Bu kapsamda yavaş şehir hareketi, yöresel yemeklere coğrafi işaretleme yapılarak desteklenmelidir. Ayrıca yerel ürünlerine coğrafi işaretlemede bulunan fakat yavaş şehir olmayan yöreler de yavaş şehir kriterlerini sağlama imkanı varsa sağlayarak destinasyonunu dünyada tanınır hale getirip yavaş turizm hareketinden pay alabilirler. Tabii ki hali hazırda yavaş şehir olan yörelerin ürünlerini coğrafi işaretlenmesi daha kolay gözükmektedir. Örnek vermek gerekirse yavaş şehir olan Seferihisar “Seferihisar Mantısı”, “Ekmek Dolması”, “Lok Lok”, “Samsades”, “Oklavadan Sıyırma” gibi yöresel yemeklerine coğrafi işaretleme yaparak yöresel lezzetlerini ön plana çıkarabilir.

Yavaş şehirlerin sayısının artırılması ile daha fazla destinasyon kendini dünyada duyurabilecek ve yavaş turizm hareketinden ülkemiz de pay alabilecektir. Bu amaca ulaşabilmek için bölgelerin sahip olduğu yerel ürünlerle ilgili ayrıntılı çalışmalar yapılarak yavaş turizme uygun olup olmadığı, uygun ise neler yapılması gerektiği ile ilgili çalışmaların yapılması faydalı olacaktır. Yavaş şehir ve yavaş yemek akımları ile birlikte, coğrafi işarete konu olan ürünlerin dış pazarlara tanıtılması ve tescili ile bölgelerin sosyal ve ekonomik olarak kalkınmasına, yavaş turizm potansiyelinin değerlendirilerek bölgeler arası farkların giderilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Zengin bir kültürel mirasa ve coğrafik alana sahip olan ülkemizin hiç sıkıntı çekilmeden yöresel ürün ve üretim, tarımsal ürün ve üretim gibi pek çok alanda coğrafi işareti alabilecek pozisyonda olduğu, bu konuya yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu sayede ülkemizde var olan zenginlikler, kültürel değerler korunarak yavaş şehir, yavaş yemek akımıyla turizme kazandırılabilir.



**KAYNAKÇA**

ALLEN, Gary; ALBALA (2007), **“The Business of Food Encyclopedia of the Food and Drink Industries”**, Greenwood Press.

Anonim,“Türkiye Lezzet Haritası” (5 Ocak 2008), <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1473&l=15>, Erişim Tarihi:26.02.2012.

BABCOCK,A.Bruce ; CLEMEN Roxanne (2004), *“Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value-Added Agricultural Products”*, MATRIC Briefing Paper.

DURLU-ÖZKAYA, Fügen; CAN, Ayşe (2012),‘Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi’, Türktarım Dergisi, Sayı:206, ss.28-33.

ERGÜVEN, Mehmet, Han (2011), *“Cittaslow- Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslar arası birliği: Vize Örneği”*, Organizasyon ve Yönetim Birliği Dergisi, Cilt:3, Sayı:2,ss. 201-210.

GÖKOVALI, Ummuhan (2007) *“Coğrafi işaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”*, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 21 Sayı: 2, ss.141-160.

HALL, C., Michael (2012), **“The contradictions and paradoxes of slow food: Environmental change, sustainability and the conservation of taste”**, Editörler:S. Fullagar, K. Markwell & E. Wilson,Bristol: Channel View.

HEITMANNH, Sene; ROBINSON, Peter; POVEY, Ghislaine (2011),**“Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism”** Editörler:P. Robinson, S. Heitmann, &P. Dieke , UK: CAB International.

KAN, Mustafa ; GÜLÇUBUK, Bülent ; KÜÇÜKÇONGAR, Murat (2012) *“Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:14 Sayı:22, ss. 93-10.

KAN, Mustafa; GÜLÇUBUK, Bülent (2008), *“Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler”*, U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt:22, Sayı:2, ss.57-66

KESİCİ, Mustafa (2012), **“Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü”**, KMÜ Sosyal ve Ekonomi’k Araştırmalar Dergisi, Cilt:14 Sayı:23, ss. 33-37.

KOZAK-AKOĞLAN, Meryem,“Hızlı ve Yavaş Yemek”, (2012), <http://www.turizmuncel.com/makale/hizli-ve-yavas-yemek--m285.html>, Erişim Tarihi: 31.07. 2012.

MCKRECHER, Bob; OKUMUŞ, Fevzi ; OKUMUŞ, Bendegül (2008), *“Food Tourism as a Viable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers”*, Journal of Travel & Tourism Marketing, Cilt: 2, Sayı:2, ss.137–148.

NOSI ,Costanza; ZANNI, Lorenze (2004), *“Moving from “typical products” to food related services: The Slow Food Case as a new bussines paradigm”*, British Food Journal, Cilt:106, Sayı:10/11,ss.779-792.

OKUMUŞ, Bendegül; OKUMUŞ, Fevzi; MCKRECHER, Bob (2007), *“ Incorporating*

*local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey*", *Tourism Management* , Cilt:28, ss. 253–261.

ORHAN, Ayhan (2010), "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:21, Sayı:2,ss.243-254.

OSBORNEO, Lawrence, "The year in ideas: A TO Z.; Slow Food December 9, 2001", (2001),<http://www.nytimes.com/2001/12/09/magazine/the-year-in-ideas-a-to-z-slow-food.html>,Erişim Tarihi: 27.06.2012.

PETRINI, Carlo (2001), " **Slow food: The case for taste**", New York: Columbia University Press.

PETRINI, Carlo (2007), "Taking Back Life: The Earth, The Moon, and Abundance", 5.Slow Food International Congress, Mexica :Peubla.

PIRNAR,İge,"Sürdürülebilir restoranlar ve yavaş yemek",(2012),  
[http://www.yasar.academia.edu/IgePirnar/Papers/824175/Surdurulebilir\\_restoranlar\\_ve\\_yavas\\_yemek](http://www.yasar.academia.edu/IgePirnar/Papers/824175/Surdurulebilir_restoranlar_ve_yavas_yemek), Erişim Tarihi 31.06.2012.

RAGNEKAR, Dwije (2004), "The Socio-Economics of Geographical Indications : A Review of Empirical Evidence from Europe, Intellectual Property Rights and Sustainable Development", May 2004, Issue Paper No :8.

WALTER, Lynn (2009), "Slow Food and Home Cooking : Toward A Relational aesthetic Of Food And Relational ethic Of Home" , The Journal Of The Center Fot Food In Community And Culture,Sayı:1, ss.1-23.

YURTSEVEN, H. Rıdvan ; KAYA,Ozan ; HARMAN, Serhat(2010). **Yavaş Hareketi**, Detay Yayıncılık:Ankara.

ZEPEDA, Lydia ;LEVITEN-REID, Catherine (2004), "Consumers' Views on Local Food" *Journal of Food Distribution Research*" Cilt:35 Sayı: 3, ss.1-6.

ZOGRAFOS, Daphne (2008), "Geographical Indications & Socio-Economic Development", Working Paper 3.

[www.ekonomi.gov.tr/upload/.../cografi\\_isaretler\\_bilgi\\_notu.doc](http://www.ekonomi.gov.tr/upload/.../cografi_isaretler_bilgi_notu.doc), Erişim Tarihi: 14.05. 2012.

[www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayınlar/bilgikitapçıkları/cografiisaretler.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/yayınlar/bilgikitapçıkları/cografiisaretler.pdf), Erişim Tarihi:10.06. 2012 .

[http://www.cittaslowturkiye.org/?page\\_id=512](http://www.cittaslowturkiye.org/?page_id=512), Erişim Tarihi: 27.06.2012.

<http://www.slowfood.com/international/1/about-us>, Erişim Tarihi: 27.06.2012. , <http://www.euractive.com.tr/turizm/link-dossier/turizmde-yeni-trendler-turkiye-ve-abnin-bakisi>, Erişim Tarihi:31.07.2012.