



3. TURİZM ŞÛRASI

Tam Zamanı

1-3 Kasım 2017 - Ankara

Gastronomi Turizmi Komisyonu

Raportörler
Selin UĞUR
Sercan KIRPAR



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI



Anadolu coğrafyasında, göç ve ticaret yolları üzerinden farklı kültürlerin binlerce yıl boyunca bir araya gelmesi ve karşılıklı etkileşimleri sonucu evrilerek meydana gelen zengin gastronomi kültürünün, çağdaş anlamda bir ürün haline getirilerek, geliştirilecek dağıtım kanalları ve araçlarıyla hem iç hem de küresel pazara sunulacak şekilde tasarlanması öncelikli bir amaç olmalıdır. Günümüzde destinasyon odaklı turizm pazarlama anlayışının ön plana çıkarak öncelik kazanması, nitelikli destinasyon projelerinin geliştirilmesi ve uygulanması süreçlerinin gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu anlamda, zengin gastronomi kültürünün projelendirilerek geliştirilmesi, bir turizm destinasyonu olarak Türkiye'nin olumlu marka algısının yaygınlaştırılmasına ve pazarda öne çıkan diğer destinasyonlarla bir arada konumlandırılmasına çok mühim katkılar sağlayacaktır. 10 Ekim 2017 tarihinde gerçekleştirilen Gastronomi Turizmi Komisyonu Ön Hazırlık Toplantısında ve 01-03 Kasım 2017 tarihleri arasında düzenlenen III. Turizm Şurasında komisyon üyelerince dile getirilen görüşler çerçevesinde "Tanım, Kapsam, Vizyon ve Strateji", "Ürün", "Eğitim", "Tanıtma-Pazarlama", "Örgütlenme, Koordinasyon ve Eşgüdüm", "Tesisler, Belgelendirme ve Teşvik" başlıkları altında Komisyonumuzca alınan kararlar aşağıda sunulmuştur.

Tanım, Kapsam, Vizyon ve Strateji

1. Gastronomi turizminin Türkiye'nin güçlü yönlerinden biri olarak gündemde tutulması hedefi kapsamında ilk olarak tanım, yaklaşım ve kavramlar üzerinde uzlaşa sağlanması gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomi sektörü ile turizmin ilişkilendirilmesi noktasında kullanılması gereken kavram, kapsayıcı olan ve turizmle bağlantıyı güçlü bir biçimde ifade eden "Türk gastronomisi" olmalıdır. "Türk gastronomisi" kavramı bir etnisiteye değil, bir coğrafyaya işaret etmektedir. Gastronomi ve turizm arasındaki ortak paydanın "toprak" olması nedeniyle çalışmalar coğrafya temelli yürütülmeli, gastronomi turizmi ürünleri de benzer şekilde havzalar üzerinden değerlendirilmelidir.
2. Yerel ve küresel pazarda sunulacak gastronomi turizmi ürünleri; "köklerimiz", "geleneklerimiz", "bugünümüz" ve "geleceğimiz" başlıkları kapsamında ele alınmalı; bu değerler, yerel, ulusal ve uluslararası gastronomi eğilimlerine uygun olacak şekilde yeniden planlanmalıdır.
3. Türk gastronomisinin yerli ve yabancı ziyaretçilerin seyahat tercihlerinde belirleyici bir rol oynaması sağlanmalıdır. Bu amaç doğrultusunda, gerek iç



gerekse dış pazarda yürütülen tanıtım faaliyetlerinde Türk gastronomisi ve Türk mutfağı gerek geleneksel gerekse dijital tanıtım mecralarında öne çıkarılan unsurlar arasında yer almalıdır.

4. Türk gastronomisinin ziyaretçilerin karar verme süreçlerinde önemli bir itici güç olmasını teminen planlanacak ve yürütülecek projelendirme çalışmalarında ürün(ler), dağıtım, tanıtım, şefler (aşçı) ve kalite başta olmak üzere ana çalışma başlıkları oluşturulmalıdır.

5. Köklerini çok sayıda medeniyetin izlerinde bulan ve zaman içinde bu kültürlerin sentezi ile günümüzdeki formunu almış olan Türk mutfağının sahip olduğu zenginliğin güçlü bir marka haline getirilerek ulusal ve uluslararası pazarda etkin tanıtımının gerçekleştirilebilmesi için, tüm paydaşların katılımı ile belirlenmiş bir yol haritasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çerçevede, Türk mutfağının geliştirilmesine ilişkin vizyon, misyon ve hedeflerin; bu hedeflere ulaşmak için izlenecek yol ve yöntemlerin ortaya konduğu bir stratejinin belirlenmesi, atılması gereken adımların başında gelmektedir. Türkiye turizminin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımında gastronomi turizminin taşıdığı stratejik önem, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesine ayrı bir başlık hâlinde dâhil edilmelidir. Söz konusu belgenin Türk gastronomisine ilişkin vizyon, misyon ve stratejileri de kapsayacak şekilde güncellenmesini takiben, bu strateji çerçevesinde atılacak adımlar ve gerçekleştirilecek faaliyetler de hazırlanacak olan eylem planına entegre edilmelidir. Yol haritasının belirlenmesi sürecinde kamu, yerel yönetimler, sivil toplum ve özel sektör kuruluşları konularının gereği olan rolleri üstlenmeli ve sürece etkin şekilde katılmalıdırlar.

Ürün

6. Gastronomi Turizmi ürünleri; gastronomi destinasyonları, gastronomi rotaları, gastronomi etkinlikleri, gastronomi sektörü, üreticiler ve gastronomi ürünleri olarak 5 kategoride ele alınmalıdır.

7. Gastronomi ürünlerinin belirlenmesi için envanter ve terminoloji çalışmalarına (teknik gastronomi, pratik gastronomi, teorik gastronomi, yiyecek-içecek gastronomisi, gastronomi haritası başlıklarının kendi içinde soyut ve somut olmak üzere iki temel kriter üzerinden işlendiği ve kronolojik içerik



sağlayacak biçimde oluşturulduğu bir içerik anlayışı ile) bir an önce başlanarak, ilgili kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanmalıdır.

8. Yerel ve küresel pazara sunulacak olan gastronomi ürünlerinde:

- a)** Yiyeyeğin tadının, kalitesinin ve kaynağının bir başka deyişle orijininin (coğrafi işaretli ürün olması ve/veya geleneksel şekilde üretilmesi şartları dâhilinde) korunması,
- b)** Geleneksel ve/veya zanaat gerektiren yiyecek-içecek üreticilerinin teşvik edilmesi,
- c)** Gastronomi ürününün sunulduğu kişilerin sağlıklı yiyecek hakkının gözetilmesi gibi kriterler geliştirilmelidir.

9. Kültürel mirasın önemli bir unsuru olan ve kaybolma riski bulunan yerel mutfakların korunmasına yönelik olarak yerel gastronomik ürünlerin geliştirilmesi, tanıtılması ve pazarlanması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

10. Gastronomik değeri olan şehir(lerin), destinasyon(ların) ve rotaların seçilerek kademeli olarak sayılarının artırılması ve pazarlama dağıtım kanallarının geliştirilmesi amacıyla seyahat acenteleri ve rehberler teşvik edilmelidir.

Eğitim

11. Küresel pazar gereksinimleri doğrultusunda gastronomi turizmi ürünü geliştirilmesi ve geleneğin uyarlanması amacıyla, şefler ile eğitim kurumları, işletmeler ve STK'lar arasında işbirliği sağlanmalıdır.

12. Yeni kuşak şeflerin tanınması ve desteklenmesi amacıyla ulusal ve uluslararası yarışmalar düzenlenmelidir.

13. Yeni kuşak şeflerin ürün tasarlama ve geliştirme girişimleri ile proje çalışmaları desteklenmelidir.

14. Türkiye'de gastronomi ve mutfak sanatları, yemek kültürü ve tarihi, gastronomi turizmi ve yiyecek-içecek işletmeciliği alanında çalışan uzman, akademisyen ve eğitmen şeflerin katılımının sağlanacağı yerel, bölgesel, ulusal



ve uluslararası sempozyum ve kongrelerin düzenlenmesi teşvik edilmeli ve bu organizasyonlara destek sağlanmalıdır. Desteğin hangi kurum ve kuruluşlarca sağlanacağı hususu sempozyum ve kongrelerin ölçeklerine göre belirlenmeli; örneğin, yerel ve bölgesel olanlara İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Sanayi ve Ticaret Odaları, Belediye ve Valilik gibi yerel otoritelere; ulusal ve uluslararası olanlara ise Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, ilgili bakanlık ve kamu kurumlarınca destek sağlanmalıdır.

15. Seyahat acenteleri ve rehberlere, Türk gastronomi kültürü hakkında uzmanlık eğitimi verilmelidir.

16. Yiyecek-içecek servis elemanlarına yönelik eğitim programları Bakanlık, eğitim kurumları ve STK'lar işbirliğinde yürütülmelidir.

17. Gastronomi turizmi sektöründe çalışan insan kaynağının ihtiyaç duyduğu eğitimlerin, Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda, başta gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim veren kurumlar olmak üzere tüm paydaşlar tarafından belirlenecek bir müfredat ve program çerçevesinde verilmesi sağlanmalıdır.

Örgütlenme, Koordinasyon ve Eşgüdüm

18. Sektörün temel ihtiyacı olan koordinasyonun sağlanması, kamu ve özel sektör kaynağının etkin ve verimli kullanılması amacıyla özerk bir kurum oluşturulması ihtiyacı kaçınılmazdır. Bu çerçevede;

a) Kamu-özel sektör, sivil toplum örgütleri ve eğitim kurumları arasında işbirliğini sağlayacak olan bu özerk yapının "Türkiye Gastronomi Kurumu" olarak adlandırılması;

b) "Türkiye Gastronomi Kurumu" ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasındaki koordinasyonu sağlayacak temel teşkilat biriminin Bakanlık bünyesinde kurulması için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması önerilmektedir.

19. Kamu ve özel sektör, eğitim kurumları, sivil toplum örgütleri "Türkiye Gastronomi Kurumu" nun paydaşları olmalıdırlar. Paydaşların görev ve sorumlulukları tanımlanmalı, aksi karar alınmadıkça paydaşlar sınırları belirlenen görev ve sorumlulukları dâhilinde hareket etmelidirler.



20. "Türkiye Gastronomi Kurumu"nın paydaşları arasında görev ve sorumlulukların yanı sıra kaynaklar, bütçe yapısı, faaliyetler, iletişim ve risklerin de tanımlanması ve paylaşılması gerekmektedir.

21. Tüm paydaşlara karar verme süreçlerinde kendini ifade etme imkân ve eşitliği sağlanmalıdır.

22. "Türkiye gastronomi kurumu", idari bir yapıya kavuşturulmalıdır. Bu idari yapının; genel kurul, yönetim kurulu, icra kurulu ve bunlara bağlı sayıları zamanla arttırılabilecek 5 ana çalışma grubundan oluşması öngörülmektedir. Buna göre;

a) Birinci çalışma grubu: gastronomi turizmi ürününün seçilmesi, tasarlanması, geliştirilmesinden ve nihai ürünü diğer çalışma grupları ile paylaşılmasından sorumlu olan ve Türk mutfağına ait geleneksel yemek reçetelerini yeniden sofralara kazandırmak, bu konuda yapılacak envanter ve araştırma çalışmalarını belirlemek, mutfak envanterine ilişkin verileri toplamak, kayıt altına almak ve geleneksel mutfak kültürü konusunda toplumun farkındalığını arttırmak amacıyla hareket eden grup,

b) İkinci çalışma grubu: birinci grup tarafından geliştirilen gastronomi turizmi ürünlerini yurtiçi ve yurtdışında dağıtımını sağlayan ticari işletmelerden (restoranlar, restoran zincirleri, kafeler, uluslararası perakende sektörü, eğlence sektörü ve seyahat acenteleri) oluşan grup,

c) Üçüncü çalışma grubu: şeflerden oluşan, ulusal ve uluslararası düzeyde diğer federasyon ve birliklerle temasa geçen, ulusal ve uluslararası yemek yarışmalarını düzenleyen veya katkı sağlayan, bu amaçla her türlü tanıtıcı yayını çıkartan grup,

d) Dördüncü çalışma grubu: ürün kalitesini destekleyen, bu anlamda coğrafi işaretli ürün olması ve/veya geleneksel şekilde üretilmesi şartları dâhilinde yiyecek ve içecek kalitesinin ve orijininin korunması için ölçme, değerlendirme ve sınıflandırma çalışmalarında takip edilecek prensip ve adımların belirlenmesinden ve uygulama mekanizmalarını geliştirilmesinden sorumlu grup,

e) Beşinci çalışma grubu: küresel trendleri takip ederek, hedef pazarların gereksinimleri doğrultusunda pazarlama, gastronomi etkinlik, eğitim ve AR-GE



çalışma başlıklarının oluşturulmasından ve elde ettiği sonuçları diğer çalışma gruplarıyla paylaşmaktan sorumlu gruptur.

23. “Türkiye Gastronomi Kurumu” çatısı altında gerçekleştirilecek etkinlikler için yıllık faaliyet takvimlerinin oluşturulması, sürekliliğin sağlanması açısından başarılı olan örneklerin mümkün olduğunca her sene aynı tarih aralığında gerçekleştirilmesi; etkinliklerin belirli tarih aralığında gerçekleştirilmesi sayesinde etkinlik biletlerinin seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından yurtiçi ve yurtdışı satışlarının gerçekleştirilmesi ve etkinlik duyurularının dış temsilciliklerce yapılması önerilmektedir.

24. Çatı yapı olarak önerilen Türkiye Gastronomi Kurumu’nun “2023 Türkiye Turizm Stratejisi” belgesine dahil edilerek; vizyon, misyon ve stratejilerinin söz konusu belgede yer alacak gastronomi turizmine ilişkin içerikle uyumlu olması sağlanmalıdır.

Tanıtma-Pazarlama

25. “2023 Türkiye Turizm Stratejisi”ne dahil edilmesi teklif edilen gastronomi turizmine ilişkin maddelerde tanıtım ve pazarlama anlayış ve faaliyetlerine ilişkin genel çerçeve ve prensiplerin oluşturulması gerekmektedir. Tanıtma ve pazarlama faaliyetleri çerçevesinde;

a) Gastronomiye ilişkin UNESCO ‘Somut Olmayan Kültürel Miras’ unsurlarının ön plana çıkarılması;

b) Turistlerin ağırlandığı konaklama tesislerinin aynı zamanda bir tanıtma ve pazarlama mecrası olarak değerlendirilmesi suretiyle, özellikle her şey dâhil sistemde faaliyet gösteren işletmelerdeki geleneksel Türk mutfağı sunumlarının aslına uygun şekilde gerçekleştirilmesinin sağlanması; bu işletmelerin menülerinde geleneksel ve yöresel Türk mutfağı seçeneklerine mümkün olduğunca geniş ölçüde yer verilmesine, mevcut menülerdeki seçeneklerin bu doğrultuda genişletilmesine özen gösterilmesi yönünde çalışmalar yürütülmesi;

c) Kurulması teklif edilen “Türkiye Gastronomi Kurumu”nun sınıflandırma, derecelendirme ve ölçmeden sorumlu çalışma grubunun önereceği kaliteli, temiz, sağlıklı ürün sahibi esnaf ve zanaatkârların tüm gastronomi etkinliklerine katılımının teşvik edilmesi;



d) Gastronomi turizminin öncelikle iç pazarda ele alınarak Türk mutfağının tercih edilen, sevilen, gurur duyulan bir olgu haline getirilmesi için çalışmalar yürütülmesi;

e) İç pazarda, gastronomi turizminin pazarlanması amacıyla, dışarıda yeme-içme alışkanlığının özendirilmesi ve desteklenmesi için çalışmalar yürütülmesi;

f) Yabancı şef, gazeteci, blogger, kanaat önderleri ve marka elçilerinin Türk gastronomisini yakinen tanımaları amacıyla ağırlama faaliyetleri gerçekleştirilmesi;

g) Gastronomi turizmini geliştirmek ve ön plana çıkarmak amacıyla düzenlenen ulusal ve uluslararası resmi kutlamalar, özel günler, yarışmalar, konferanslar, organizasyonlar, workshoplar, gösteriler, fuarlar, forumlar, sergiler ve bunlardan birkaçının bir araya getirilmesiyle tasarlanan etkinlikler düzenlenmesi; kamu kaynağı israfını önlemek amacıyla aynı nitelikteki etkinlik ve organizasyonların mümkün olduğu ölçüde koordineli şekilde ve birleştirilerek gerçekleştirilmesi;

h) Sergiler, müzeler ve benzeri etkinlik organizasyonlarının özgün senaryolar ve çağdaş müzecilik anlayışıyla uzmanlar tarafından oluşturulması;

i) Büyük kentler özelinde gastronomi ve eğlence turizminin kültür ve ekonomik seviyesi yüksek turist kitlesi ile buluşması amacını güden, moda, sanat ve tasarım etkinlikleri ile entegre edilmesi;

j) Turistlerin ağırlıklı olarak seyahat ettikleri destinasyonlarda tarihi han, çarşı ve pazarlarda yerel, kaliteli ve iyi gastronomi ürünlerinin yer alması için girişimlerde bulunulması;

k) Yurtiçi ve yurtdışında gerçekleştirilen çeşitli etkinliklerde ve uluslararası dijital platformlarda gösterime girebilecek Türk gastronomisi film ve belgesel nitelikli projelerin, Bakanlığımızca verilen sinema desteklerinden yararlandırılması.

26. Gerçekleştirilen tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinde, tanımlanan hedef gruba göre frekansı ve yoğunluğu belirlenmek suretiyle; yazılı basın, billbo-



ard, televizyon ve radyo gibi geleneksel tanıtım mecralarında, yapılan etkinlikleri destekleyen reklamlar ve tanıtım çalışmaları yapılmalı; dijital alanda ise sosyal medya (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube ve benzeri) ve internet kanallarına özel içerikler hazırlanmalı ve mobil uygulamalar geliştirilmelidir.

Tesisler, Belgelendirme ve Teşvik

27. Mevcut mevzuat (Turizm Tesislerinin Belgelendirmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik gibi) kapsamında gastronomi turizmine ilişkin kriterlerin günümüz gerekliliklerine göre yeniden düzenlenmesi;

28. Hedef ülke pazarlarında Türk gastronomisini layıkıyla temsil edecek işletmelerin açılmasının özendirilmesi ve desteklenmesi;

29. Türkiye’den daha fazla destinasyonun UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi yönünde çabaların desteklenmesi;

30. Ulusal ve uluslararası alanda Türk gastronomisini temsil edebilecek nitelikli işletmelere gerekli kaynak ve desteğin sağlanması ve bu desteklerden yararlanılabilmesi için uyulması gereken kriterlerin belirlenmesi;

31. Türk gastronomisi alanında, somut olmayan kültürel miras taşıyıcısı olarak, şef/aşçı-usta, zanaatkârlar ve gastronomiye katkıda bulunanların kayıt altına alınması ve ödüllendirilmesi;

32. Nitelikli sabit yiyecek-içecek pazarlarının (semt ve köy pazarları da dâhil olmak üzere) oluşturulması ve işletilmesinin desteklenmesi;

33. Geleneksel Türk mutfağını temsil eden yöresel yemeklerin günümüzde yoğun olarak evlerde yapıldığı gerçeğinden hareketle, bu kapsamdaki ürünlerin pazara sunulabilmesi amacıyla kadın ve aile girişimlerinin ve işletmelerinin, yöresel mutfak kültürünü korumak ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla desteklenmesi;

34. Kültür ve Turizm Bakanlığı yurtdışı fuarları takvimine uygun görülen uluslararası gastronomi fuarlarının da dâhil edilmesi;



35. Türkiye'den dünyaya servis edilen gastronomi temalı yayınlara ve Türk gastronomisine katkıda bulunan uluslararası ölçekli proje, zirve ve benzeri etkinliklere destek olunması önerilmektedir.