



## Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği (The Value of Tourism Potential of Olive Oil Cultural Routes and Applicability in Turkey)

\*Özge BÜYÜK<sup>a</sup>

Emel CAN<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine MYO-Seyahat Turizm Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale-Türkiye (ozgebuyuk@comu.edu.tr)  
<https://orcid.org/0000-0003-2058-8510>

<sup>b</sup> Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine MYO-Seyahat Turizm Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale-Türkiye (emelcan@comu.edu.tr)  
<https://orcid.org/0000-0001-8590-0320>

### MAKALE GEÇMİŞİ

### ÖZ

**Gönderim Tarihi:**  
03.06.2020

**Kabul Tarihi:**  
20.06.2020

### Anahtar Kelimeler:

Kültürel rota  
Zeytinyağı rotaları  
Zeytinyağı turizmi  
Tematik turizm

### Keywords:

Cultural route  
Olive oil routes  
Oleo tourism  
Thematic tourism

### Makalenin Türü: Kavramsal İnceleme

**\*Sorumlu Yazar:** Özge BÜYÜK  
**E posta:** ozgebuyuk@comu.edu.tr

Küreselleşen dünyada tüm sektörler gibi turizm sektöründe yaşanan değişimler dünyadaki kültürel rotaların ve bölgelerin tespit edilip değerlendirilmesini ve yenilerinin oluşturulmasını gerekli kılmaktadır. Turizm literatüründe geçtiğimiz on yılda yer alan akademik çalışmalarda, zeytin ve zeytinyağının yalnızca bir gıda maddesi olmadığından; toplum üzerinde ekonomi, sağlık, ekoloji, turizm ve kültür gibi diğer alanlarda etkili çok yönlü özellikleri dolayısıyla doğal bir miras olduğundan bahsedilmektedir. Zeytinyağı rotaları bunlardan biridir. Zeytinyağı turizmi, zeytin ağaçlarının sıklıkla yetiştiği alanlarda gelişmekte olan tematik bir turizm çeşididir. Çalışmada, dünyadaki zeytinyağı rotaları incelenmiş olup, Türkiye’de sertifikalandırılmış bir zeytinyağı rotası oluşturabilmek için gerekli teorik altyapı ortaya koymaya çalışılmış ve öneriler sunulmuştur. Çalışma, bu alanda yapılacak yeni araştırmalarda kullanılacak yöntem ve modellerin saptanmasında yol gösterici bir niteliğe sahiptir.

### ABSTRACT

The changes in the tourism sector like the other sectors in the globalizing world, necessitate identification and evaluation of cultural routes and regions in the world and the creation of new ones. Over the past decade, olives and olive oil are not only gastronomic products; also defined as natural heritages due to their multifaceted features that affect society in other areas such as health, ecology, economy, tourism, and culture in the academic studies of tourism literature. Olive oil routes are one of them. Oleo tourism is a thematic type of tourism that evolves in areas where olive trees are frequently grown. In this study, olive oil routes of the world were examined; to be able to create certified olive oil routes in Turkey by presenting the theoretical background. The acts to be done on this route were determined, suggestions were held. The study has a directive attribute in determining the methods and models to be used in new researches in this field.

## **1. GİRİŞ**

İnsanlığın ortak değeri olarak kabul edilen kültür miraslarından kültürel rotalar, 2010'da UNESCO tarafından belirlenen tematik çalışmalar içerisine alınmıştır. Kültürel rotaların tematik turizm çeşitlerinden olan zeytinyağı turizmi kapsamında değerlendirilmesi yerel bölgesel kalkınmanın önemli motivasyon araçlarından biridir. Bu çalışmada zeytin ve zeytinyağını bir arada ifade eden “zeytinyağı turizmi” teriminin kullanılmasının amacı literatürde yer alan “oleo turizm” terimine karşılık gelmesidir. Zeytinyağı turizmi, zeytinyağı etrafında yaratılan faaliyetler bütününe dayanmaktadır. Zeytinyağı turizmi, gıda, meyve bahçelerine entegre yerel mimari içerisinde konaklama, sağlık uygulamalarından faydalanma vb. zeytinyağı ile ilintili pek çok ayrıntıyı barındıran (Millan & diğ., 2014) gastronomi turizmi, kırsal turizm, sağlık turizmi, tarım turizmi, kültür turizmi, vb. özel ilgi turizmi türleri ile bağlantılı bir turizm şeklidir. Zeytinyağı rotalarının, kırsal alanların bölgesel kalkınmasında ve alternatif turizm potansiyelinin belirlenip değerlendirilmesi noktasında önemli avantajları vardır.

Tematik turizm, zeytinyağı turizmi ve kültürel rotalar konularında yapılmış olan araştırmaların sentezlendiği bu çalışmanın paradigması teoriktir. Alanda konu ile ilgili olarak yapılmış tüm araştırmaların ve uygulamaların literatürüne ayrıntılı biçimde yer verilmiş, ilgili kavramlar açıklanmıştır. Çalışmada kültürel rotalar ve zeytinyağı turizmi ile ilgili bileşenler tanımlanmış ve Türkiye’yi de içine alan bir zeytinyağı koridoru üzerinde kurulacak yeni bir rotanın, kırsal kalkınma ve alternatif turizm açısından değerlendirilebilirliği üzerinde durulmuştur. Çalışma: bu alanda yapılacak yeni araştırmalarda kullanılacak yöntem ve modellerin saptanmasında yol gösterici bir niteliğe sahiptir. İlgili konuyu ele alan bu çalışmada zeytinyağı turizmi, kültürel rotalar ve ortaya çıkış aşamaları, dünyada ve Türkiye’de zeytinyağı turizmi potansiyeli ve literatürü ele alınmış, son bölümde ise zeytinyağı rotalarının Türkiye merkezli oluşturulabilmesi için değerlendirme ve önerilere yer verilmiştir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu’nun (UNESCO, 2019a) Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri’nde “İnsanlığın Somut Olmayan Mirası” ilan edilen zeytin ve zeytinyağı, gastronomik değeri sayesinde turizm sektörü açısından da önem kazanmaya başlamıştır. Dünyada zeytin üretimi yapılan alanların tamamının yaklaşık olarak 10 milyon hektar düzeyinde olduğu bilinmektedir. İlgili üretim alanlarının çoğu Akdeniz Havzası’nda bulunan ülkelerde yer almaktadır. Dünya’daki tüm zeytinyağı rekoltesinin yaklaşık 3,2

milyon ton seviyesinde olduğu kaydedilmektedir. Uluslararası Zeytin Konseyi verilerine göre Türkiye'nin zeytinyağı üretim öngörüsü Nisan 2019 itibariyle 193,6 bin ton olarak dünya sıralamasında 5. sırada yer almaktadır. (ESGM, 2019; TUIK, 2020) verilerine göre Türkiye'de bulunan zeytin ağacı sayısı 2018 yılında yaklaşık 178 milyon ağaçtır.

Dünyada zeytin üretiminde önde gelen ülkeler sırasıyla İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Tunus ve Fas'dır. Avrupa Birliği (AB) ülkelerindeki üretim payı yıllara göre değişim göstermekle birlikte, ortalama %70 düzeyindedir (TEPGE, 2019). Türkiye'de bulunan toplam zeytin ağaçlarının %95'i Çanakkale, Manisa, Bursa, İzmir, Balıkesir, Muğla, Aydın, Adana, Gaziantep, Mersin Antalya, Hatay, Osmaniye Kilis, Antalya, Kahramanmaraş illerinde bulunmakta ve toplam 1200 adet de zeytin sıkım tesisi yer almaktadır (UZZK, 2019).

Son on yıldır turizm literatüründe yer bulmuş akademik çalışmalarda, zeytin ve zeytinyağının yalnızca bir gıda maddesi olmadığından; topluma, ekonomi, ekoloji, sağlık, turizm ve kültür vb. diğer alanlara da sirayet eden (Guzman & diğ., 2016) çok yönlü özellikleri dolayısıyla doğal bir miras olduğundan söz edilmektedir.

Diğer yandan günümüzde turistik faaliyetler, farklı tipte deneyim ve destinasyon arayışı içerisinde olan turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda her geçen gün yeniden şekillenmektedir. Turizm faaliyetine katılan bireyler yıl boyunca süreleri daha kısa da olsa, sayıca daha fazla yolculuk yapmakta; bu seyahatlerinde destinasyonlar, bu destinasyonlara dair yerel ürünler hakkında daha fazla bilgi edinme eğilimi göstermekte; görmenin yanı sıra diğer duyunların tatminine dair deneyimler edinme arayışına girmektedirler (Oliveira & diğ., 2014).

### **3. KÜLTÜREL ROTALAR ve TURİZM**

Tarihi gelişimine bakılacak olursa önceleri ticari, dini, askeri ve sosyal nedenlerle kullanılmış olan güzergahlar, günümüzde çoğunlukla turistik gayeler ile kullanılan, kültürel ve ekolojik mirasın korunarak tanıtılması konusunda giderek fonksiyonel biçime kavuşmaktadır. Çalışmanın bu aşamasında kültürel rota tanımı, önemi ve turizmdeki yeri, tanımın gelişim aşamaları, Avrupa'da ve Türkiye'de yer alan kültürel rotalar ve kültürel rota oluşturma konuları ele alınmaktadır.

#### **3.1. Rota Tanımı ve Ortaya Çıkış Aşamaları**

Bir güzergâhın kültürel rota olarak tanımlanabilmesi için, günümüzde oluşturulmuş ya da geçmişte belirli bir amaç doğrultusunda kullanılmış olması, önemini üzerinde taşıdığı kültürel ve/veya doğal miras öğelerinden alması, kırsal kalkınmanın, korumanın ve de turizmin

geliştirilmesi vb. gayelerle geliştirilebilecek yapıda olması, ulusal, bölgesel, yerel (Karataş, 2015) ve hatta uluslararası bir ulaşım koridoru üzerinde olması gerekmektedir. Kültürel rotaların üzerinde taşıdığı öğeler arasında tarihi kentler ve yapılar, antik yerleşimler, kendine has özellikler barındıran doğal çevre, arkeolojik kalıntılar, kırsal alanlar, yerel tarihi simgeleyen kültürel öğeler ile bezeli yerleşimler, coğrafyaya ve geleneksel hayata bağlı inanç, yemek, el sanatları, müzik, yerel ürünler vb. ayrıntılardan biri ya da birden fazlası yer almaktadır.

Avrupa Konseyi tarafından belirlenen dünyanın ilk Avrupa kültürel rotası 23 Ekim 1987 tarihinde İspanya’da yer alan hac yolu “The Santiago de Compestella” (Santos Solla & Lopez, 2015) olmasına rağmen bu konudaki çalışmalar 1950’lerde “Europe Continues-“L’Europecontinue” programı ile başlamış ve günümüze kadar gelmiştir. The Santiago de Compestella’nın 1993’de UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer almasından sonra kültürel rota kavramı uluslararası çapta dikkatleri çekmiş ve bu konuda geniş katılımlı araştırma ve çalışmaların yapılmasına önayak olmuştur. Aşağıda yer alan Tablo 1’de söz konusu oluşum süreci kronolojik olarak verilmektedir.

**Tablo 1:** Kültürel rota çalışmaları oluşum kronolojisi

Tarih	Gelişim
1954	Avrupa Konseyi’nin kültürel rota çalışmaları için “Europe Continues-L’Europecontinue” isimli çalışma grubunu kurması.
1984	Avrupa Konseyi’nin, Avrupa Kültürel Rotalar Programı’nın başlatılabilmesi amacıyla üye ülkelere davetiye göndermesi.
1987	Avrupa Konseyi’nin İspanya’da bulunan hac yolu “The Santiago de Compestella”yı kültürel rota ilan etmesi.
1993	Santiago de Compostela’nın UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınması.
1994	“Kültürel rota” kavramının ilk kez tanımlanması (Madrid Dünya Miras Komitesi)
1997	Avrupa Konseyi’nin Lüksemburg Büyük Dukalığı ile protokol imzalaması ve (European Institute of Cultural Routes -EICR) -Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü’nün kurulması.
1998	Dünyanın farklı bölgelerinden biraraya gelmiş bir grubun (International Council on Monuments and Sites-ICOMOS) Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi’ni ve (International Committee on Cultural Routes -CIIC) Kültür Rotaları Uluslararası Komitesi’ni kurması.
2000	Avrupa Peyzaj Sözleşmesi’nin (European Landscape Convention- ELC) yayınlanması.
2002	Avrupa Konseyi Kültürel Rotalar Enstitüsü’nün (Cultural Routes of the Council of Europe) resmi web sitesinin ( <a href="http://culture-routes.net/">http://culture-routes.net/</a> ) yayına girmesi.
2005	Kültürel rotaların, UNESCO Dünya Mirası Konvansiyonu’nca 4 temel Dünya Mirası kategorisinden biri olarak ilan edilmesi.
2008	Kültürel Rotalar Bildirgesi’nin (Charter on Cultural Routes- ICOMOS) yayınlanması ve kültürel rotalara dair çerçeve sunan ve ilk referans kaynak olarak kabul edilmesi.
2010	Avrupa Konseyi Kültür Yolları Genişletilmiş Kısmi Anlaşması’nın (EPA) imzalanması. Anlaşma ile Kültür ve turizmi teşvik etmek için ulusal, bölgesel ve yerel girişimlere siyasi destek sağlamak için “Avrupa Konseyi Kültürel rota” sertifikası verilmesine karar verilmesi.
2012	Avrupa Konseyi Kültürel Rotaları’nın 25. Yılı kapsamında “The Colmar Declaration-Colmar Deklerasyonu” nun yayınlanması.
2012	Türkiye Kültür Rotaları Derneği’nin kurulması.
2012	Avrupa kültür yollarının turizm firmalarına, yerel ve ulusal yönetim dinamiklerine özel sektöre ve konu ile ilgili diğer paydaşlara tanıtılması, aralarında işbirliğinin geliştirilmesi ve farkındalığın

arttırılması gayesi ile “Crossroads of Europe” inisiyatifinin kurması.

2018 Türkiye ile Avrupa Konseyi arasında “Kültürel Rotalar İle İlgili Genişletilmiş Kısmi Anlaşması”nın imzalanması.

**Kaynaklar:** (CRS, 2020a; COE, 1954; 1998; 2000; EC, 2013; Faro, 2005; Görmüş, 2018; Karataş, 2015; Santos Solla & Lopez, 2015; UNESCO, 1994; 2019a; 2019b).

Küreselleşen dünyada tüm sektörler gibi turizm sektörünün eğilimi de globalleşme yönünde olmuştur. Söz konusu değişim dünyadaki kültürel rotaların ve bölgelerin tespit edilip değerlendirilmesine ve yenilerinin oluşturulmasına aracı olmaktadır. Türkiye’de Hazreti İbrahim Rotası, Via Egnatia Rotası, Karia Rotası, Frig Rotası, Sarıkamış Rotası, Yenice Orman Rotası (CRS, 2020) ve benzeri, Avrupa’da Seramik Rotası, Zeytinyağı Rotası, Viking Rotası gibi kültürel rotaları pek çok coğrafi bölgenin tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkararak; turistik çekim noktaları haline getirmekte ve aynı zamanda da kırsal kalkınmaya destek olmaktadır.

Kültürel rota kavramının ilk kabulü ise UNESCO (2019a) Kültürel Miras Komitesi’nce 1994’de gerçekleşmiştir. UNESCO’nun yaptığı tanımla, “Bölgeler ve ülkeler arasında değişimden ve kapsamlı diyaloglardan ileri gelen, kültürel değeri rota güzergâhında, mekânsal ve zamansal olarak izlenebilen ayrıca somut verilerden oluşan mirasın yolu/izi” (COE, 1998) olan kültürel rota: (1) tarihi ulaşım güzergâhları ve (2) tarihi olmayan sonradan geliştirilmiş güzergâhlar olarak iki ana başlık altında toplanmıştır.

### 3.2. Kültürel Rota Planlama ve Amaçlar

Kültürel rotalar, kentsel ve kırsal yerleşim alanlarında mevcut bulunan kültürel mirası korumanın yanı sıra, tüm bu değerleri bütüncül açıdan değerlendirmek için yeni bir bakış açısı ortaya koymaktadır (Kalaycı & Özçatalbaş, 2019). Karataş’a (2015) göre: bu rotalar, söz konusu doğal-kültürel miras bölgelerini içeren sanal bir iz üzerinden ilerleyebileceği gibi; tarihte takip edilmiş güzergâhları da izleyebilir. Güzergâhların turizm amaçlı yeniden düzenlenip planlamasında hedeflenen amaç: aynı zamanda yerel kalkınma ve doğal-kültürel mirasın korunmasıdır. Zeytinyağı rotası, gastronomi rotası, İpek Yolu rotası, Baharat Yolu rotası, şarap rotası, gibi tematik turizm örnekleri söz konusu duruma emsal teşkil etmektedir.

Rota planlamasının başlıca amaçları:

- Doğa ve kültür temelli mirası koruyarak yerel kimliğin ve bölgesel kimliğin algılanması, korunması, yorumlanması ve sunulması farkındalığını yaratarak yeni projeler oluşturmak,

- Kırsal ve bölgesel kalkınma için özgün değerlerin yaşam bulmasını ve kitlelere ulaşmasını sağlamak, kaybolmaya yüz tutmuş değerlerin ekonomik potansiyelini küçük ölçekli yatırım alanları oluşturarak ortaya çıkarmak,
- Kitle turizmine alternatif yaratmak; arkeolojik alanlar, tarihi kentler, sahil şeritleri vb. turizm aktivitelerinin yoğun olarak gerçekleştiği noktalarda baskıyı azaltmak, ilgili destinasyonu deneyimleyecek konuklar için geliştirici ve nitelikli deneyimler sunmak,
- Yerel paydaşlar arasında yatay iş birliği zeminleri oluşturmak (Karataş, 2015) olarak sıralanmaktadır.

### **3.3. Kültürel Rota Oluşturma**

Bir kültürel rota oluşturulmasında dikkat edilmesi gerekli unsurlar bulunmaktadır. Bunun için: Toplum İçin Kültür Varlıklarının Değerine ilişkin Avrupa Konseyi Çerçeve Sözleşmesi (Faro, 2005), Avrupa Kültür Sözleşmesi (COE, 1954) ve Avrupa Peyzaj Sözleşmesi (COE, 2000) maddeleri dikkate alınmaktadır. Türkiye, Avrupa Kültür Sözleşmesi'ni 1957'de; Avrupa Peyzaj Sözleşmesi'ni 2000'de imzalamış; Faro Sözleşmesi olarak da bilinen Toplum İçin Kültür Varlıklarının Değerine İlişkin Avrupa Konseyi Çerçeve Sözleşmesi'ni ise henüz imzalamamıştır (COE, 2020a).

Kültürel Rota Sertifikası, Avrupa Konseyi tarafından sadece tematik özellikleri olan ve kültürler arasında bağ kurma özelliğine sahip, multidisipliner katılımcı-uzmanlar tarafından geliştirilmiş, yerel halka yönelik turistik ürünlerin geliştirilmesine katkıda bulunan, sürdürülebilir kültürel kalkınma ve kültürel turizm girişimlerinin, örnek teşkil edebilecek yenilikçi projelerin geliştirilmesine izin veren ve ülkeler arasında çeşitli ağlara sahip güzergâhlara vermektedir. Kurallar uyarınca üye ülke olma şartı aranmamaktadır ancak seçilen temanın Avrupa'da en az 3 ülkenin ortak mirası arasında yer alması gerekmektedir (CRCE, 2013).

Kültürel ve doğal yapı temel bileşenlerinden oluşan rotaların planlanmasında beklentilerin karşılanması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için belirli yöntemler dahilinde hareket etmek gerekmektedir. Rota belirleme aşamasında birbiriyle ilişkili somut olan veya somut olmayan tüm tarihi ve kültürel değerlerin envanterinin belirli bir tema kapsamında çıkarılması, ilgili coğrafyanın sosyo-ekonomik özellikleri kadar mekânsal boyutlarının da dikkate alınması; coğrafi işaretlemelerin yapılması gerekmektedir. Ayrıntılı arazi çalışma ve analizlerden toplantılar ve değerlendirmelere kadar geniş çaplı bir planlama süreci oluşturulmalıdır. Bu süreçte güzergâh seçimleri, özgün temaların belirlenmesi, ortaklıklar, proje geliştirmeleri, vb

konuların multidisipliner (arkeoloji, turizm, tarih, ekonomi, sosyoloji, mimari, sivil toplum ekoloji vb) çalışma yöntemleri ile ele alınması gerekmektedir (Karataş, 2015; Görmüş & diğ., 2016).

### **3.4. Avrupa’da ve Türkiye’de Kültürel Rotalar**

Avrupa, 1987’den itibaren dini, ekonomik, mimari, ekolojik, gastronomik, askeri, turistik, vb. pek çok temaya sahip kültürel rotalara ev sahipliği yapmıştır. Avrupa Konseyi desteğiyle kurulan Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü verilerine göre 2019 yılı itibariyle 38 adet kültürel rota bulunmaktadır. Bunlardan 5’i Türkiye’den geçmektedir. Dünya mirası statüsünde kabul edilen söz konusu bu kültürel rotaları bağlam bakımından: doğal, kültürel, çevresel alanlarla mekân bütünlüğü (Zeytin Rotası vb.), tarihi özellikler (İsviçre-Savunma Hattı, Hadrian Duvarı vb.) ve içerik bakımından da maddi ve maddi olmayan kültürel varlıkları (Santiago de Compostela Hac Yolu vb.) birleştirmektedir. İlgili güzergâhlar Tablo 2’de belgelendirme tarihine göre kronolojik olarak listelenmiştir.

Türkiye 2018’de Avrupa Konseyi Kültür Yolları Genişletilmiş Kısmi Anlaşması’nı (The Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes-EPA) imzalamıştır (COE, 2020a). Ancak buna rağmen resmi olarak uygulama aşamasına geçen kendine ait herhangi bir kültürel rotaya sahip değildir.

Diğer yandan bu kapsamda, çalışmalarını sürdüren Türkiye Kültür Rotaları Derneği gayri resmi olarak Türkiye’nin Kültürel Rotalar Enstitüsü görevini üstlenmiş durumdadır. Derneğe bağlı olarak 21 adet tematik kültürel rota bulunmaktadır. Bunlar: Likya Yolu, Hoşgörü Yolu, Aziz Paul Yolu, Evliya Çelebi Yolu, İki Deniz Arası Ephesus-Mimas Yolu, Karia Yolu, Yenice Orman Yolları, Kaçkarlar, Fethiye Yürüyüş Parkurları, Frig Yolu, Sarıkamış Parkurları, Sultanlar Yolu, İdyra Yolu, Hz. İbrahim Yolu, İstiklal Yolu, Via Egnatia, Küre Dağları, Hitit Yolu, Gastronomi Yolu ve Ağrı Dağı Yolu’dur (CRS, 2020). Türkiye’de bulunan bu tarihi yollar arasında bulunan Likya Dünya Mirası Kültürel Yolu ile St. Paul Yolu’nun Avrupa Komisyonu kültürel rota statüsüne kavuşturulmalarına dair çalışmalar mevcuttur. Bu sürece liderlik etmekte olan Türkiye Kültür Rotaları Derneği, 2012 yılında kurulmuştur (Gültekin & Çetin, 2019).

**Tablo 2:** Avrupa’da kültürel rotalar

<i>Sertifikalı Kültürel Rotalar</i>	<i>Tarih</i>	<i>Geçtiği Ülkeler</i>
1. Santiago de Compostela Hac Yolları	1987	Polonya, İspanya, Litvanya, İtalya, Fransa, Almanya, Belçika, Portekiz
2. Hansa	1991	Belarus, Belçika, Litvanya, Finlandiya, Letonya, Almanya, Fransa, İzlanda, , Hollanda, Estonya, Norveç, Polonya, Rusya Federasyonu, İsveç, Birleşik Krallık
3. Viking Kültürel rota	1993	Belarus, Kanada, Danimarka, İsveç Birleşik Krallık Letonya, Norveç Finlandiya, Fransa, Almanya, İzlanda, İrlanda, Hollanda, Polonya, İspanya,
4. Via Francigena	1994	İngiltere, Fransa, İtalya, Vatikan ve İsviçre
5. El legado Andalusi-Endülüslü Mirası	1997	Lübnan, Portekiz İspanya, Fas, İtalya, Tunus, Ürdün, Mısır
6. Fenikelilerin Rotası	2003	İspanya, Fransa, Malta İtalya, Lübnan, Hırvatistan, Tunus, Yunanistan
7. Avrupa Mozart Rotası	2004	Avusturya, Fransa, Hollanda, Belçika, Almanya, Slovakya, İtalya ve İsviçre
8. Avrupa Yahudi Mirası Güzergahı	2004	Portekiz Bosna Hersek, Çek Cumhuriyeti, İspanya, Gürcistan, Polonya, Türkiye Romanya Sırbistan Litvanya Hırvatistan, İtalya, Belarus, Fransa Birleşik Krallık
9. Pirene Demir Rotası	2004	İspanya, Fransa ve Andorra
10. Avrupa Cluniac Siteleri	2005	Fransa, İspanya, İngiltere, Polonya, İsviçre, Portekiz, İtalya, Almanya
11. Aziz Martin Rotası	2005	Slovenya, Almanya Belçika, İtalya, Macaristan, Lüksemburg, Fransa, Hollanda, Slovak cumh., Hırvatistan
12. VIA REGIA Kral Yolu	2005	Belçika, Litvanya Ukrayna, Fransa, İspanya, Almanya, Polonya
13. Zeytin Ağacı Rotaları	2005	Arnavutluk Cezayir Hırvatistan Kıbrıs Yunanistan Mısır Fransa İtalya Lübnan Ürdün Libya Fas Portekiz Slovenya İspanya Suriye Tunus Türkiye
14. TRANSROMANICA-Avrupa Mirasının Romanesk Rotası	2007	İspanya, Fransa, Avusturya, Sırbistan, Portekiz, Romanya, İtalya ve Almanya
15. İter Vitis	2009	Azerbeycan, Bulgaristan, Hırvatistan, Fransa, Gürcistan, Yunanistan, Karadağ Macaristan İsrail, İtalya, Malta, , Portekiz, Moldova Cumh, Kuzey Makedonya, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovenya, İspanya
16. Avrupa Manastır Rotası	2010	Belçika Çek Cumh. Danimarka Fransa Almanya İtalya Polonya İspanya Portekiz İsveç İsviçre
17. Avrupa Mezarlıklar Rotası	2010	Hollanda, İrlanda, Bosna Hersek, Norveç, Slovenya, Hırvatistan, Estonya, Fransa, İsveç, Almanya, Danimarka, İtalya, Sırbistan, Avusturya, Portekiz, Romanya, İspanya, Birleşik Krallık, Fransa, Polonya, Yunanistan
18. Avrupa Tarihi Termal Kentleri Rotası	2010	Azerbeycan Belçika Hırvatistan Gürcistan Yunanistan Birleşik Krallık Portekiz Çek Cumhuriyeti Almanya Türkiye İtalya Macaristan Rusya İspanya
19. Aziz Olav Yolları Rotası	2010	Danimarka, Norveç ve İsveç
20. Tarih Öncesi Kaya Sanatı Parkurları	2010	Azerbeycan Fransa Gürcistan İtalya Norveç Portekiz İspanya
21. Avrupa Seramik Rotası	2012	İngiltere, Hollanda, İtalya, Fransa
22. Avrupa Megalitik Kültürü Rotası	2013	Portekiz, Danimarka, İsveç, İngiltere, Hollanda, İspanya, Almanya,
23. Huguenot-Waldensiyen izi	2013	Fransa, İtalya, Almanya ve İsviçre
24. ATRIUM	2014	Arnavutluk, Hırvatistan, Romanya, Bulgaristan ve İtalya
25. Yeni Sanat Akımı - Réseau Art Nouveau Network	2014	Birleşik Krallık, Avusturya, İsviçre, İspanya, Belçika, Slovenya, Küba, Sırbistan, Fransa, Almanya, Romanya, Macaristan, Portekiz, İtalya, Letonya, Norveç
26. Via Habsburg	2014	Avusturya, Almanya, İsviçre ve Fransa
27. Avrupa İmparator Charles V'in Rotaları	2015	Cezayir Belçika Fransa Almanya İtalya Fas Hollanda Panama Portekiz İspanya Tunus
28. Robert Louis Stevenson'un Ayak İzinde	2015	Fransa, Belçika, İngiltere İrlanda
29. Roma İmparatorları ve Tuna Şarap Rotası	2015	Bulgaristan, Romanya, Sırbistan ve Hırvatistan
30. Varış Yeri Napolyon	2015	Birleşik Krallık, Belarus, İspanya, Belçika, Hırvatistan, Rusya Federasyonu, Çek Cumhuriyeti, Portekiz, Fransa, Polonya Almanya, İtalya,
31. Müstahkem kasabalar Grande Bölgesi	2016	Belçika, Fransa, Almanya ve Lüksemburg
32. Empresyonizm Rotası	2018	Fransa, Hırvatistan, Almanya, İtalya, Hollanda, Slovenya, İspanya
33. Via Charlemagne	2018	Belçika, Fransa, İtalya, İrlanda, Lüksemburg, İspanya, İsviçre
34. Avrupa Endüstriyel Miras Rotası	2019	Avusturya, Almanya, Belçika, Bulgaristan, Hırvatistan, Çek Cumh, İsviçre Ukrayna İtalya Finlandiya Danimarka, Fransa, Yunanistan, Letonya Macaristan, İrlanda, İsveç Lüksemburg, Hollanda, Portekiz, Sırbistan, İspanya, Türkiye, Polonya Birl.



		Krallık Norveç
35. Avrupa Kurtuluş Rotası	2019	Lüksemburg, Belçika, Kanada, ABD, Çek Cumhuriyeti, Birleşik Krallık, Fransa, Polonya, Almanya, Hollanda, İtalya,
36. Demir Perde izi	2019	Türkiye, Avusturya, Slovak cumhuriyeti, Belçika, Yunanistan, Bulgaristan, Norveç, Hırvatistan, Romanya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Estonya, Rusya, Finlandiya, Sırbistan, Almanya, Makedonya, Letonya, Litvanya, Macaristan, Slovenya,
37. Le Corbusier Varış Yeri	2019	Arjantin, Belçika, Fransa, Almanya, Japonya, İsviçre
38. Reform Rotaları	2019	Avusturya, Çek Cumh., Almanya, Macaristan, İtalya, Polonya, Slovenya, İsviçre

**Kaynak:** (COE, 2020b)

Diğer yandan Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın oluşturduğu Turizm Stratejisi-2023 kapsamında daha fazla turist çekerek ekonomik katkı sağlamak ve alternatif turizmin geliştirilmesi amacıyla belirlenen “tematik gelişim aksları” dahilinde 7 tematik turizm koridoru mevcuttur. Belirlenen rotalar için tanımlanmış olan gelişim stratejisi: “belirli bir güzergâhın kültürel ve doğal dokusunun aslına uygun biçimde onarılarak spesifik temalara uygun olarak turistik amaçlar ile geliştirilmesidir” (KTB, 2007). Söz konusu koridorlar Tablo.3’de verilmiştir.

**Tablo 3:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tematik turizm koridorları

<i>Turizm Gelişim Koridoru</i>	<i>İller</i>
<i>Kış Kor.</i>	Ağrı, Ardahan, Erzincan, Erzurum, Kars
<i>İpek Yolu Kor.</i>	Ankara, Bolu, Sakarya
<i>Batı Karadeniz Kıyı Kor.</i>	Bartın, Düzce, İstanbul, Kastamonu, Sinop, Zonguldak
<i>Yayla Kor.</i>	Artvin, Ordu, Rize, Samsun, Trabzon,
<i>Trakya Kültür Kor.</i>	Edirne, Tekirdağ, Kırklareli
<i>İnanç Kor.</i>	Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Şanlıurfa
<i>Zeytin Kor.</i>	Balıkesir, Bursa, Çanakkale

**Kaynak:** (KTB, 2007)

#### 4. ZEYTİNYAĞI TURİZMİ

Büyük bir süratle gelişmekte olan turizm sektörü, günümüzde deniz-güneş-kum eksenli turistik faaliyetlerin yanı sıra diğer turizm çeşitlerine de odaklanmaktadır. Çünkü alternatif turizm çeşitlerine olan talep giderek artış göstermekte ve insanları seyahate çeken faktörlerin içerisinde her gün bir faktör daha eklenmektedir (Oğuz & Unur, 2018). Özellikle son yıllarda yöresel değerlere, lezzetlere olan ilginin arttığı dikkate alındığında, geleneksel yaşam kültürünün, üretim süreçlerinin, yerel tatların korunmasının ülke tanıtımına ve turizm sektörüne katkı sunduğu söylenebilir. Bu noktada yerel değerlerin (yiyecek-içecek, yaşam tarzı, gelenekler, el sanatları vb.) tescillenmesi, tanıtılması, turizm ürününe dönüştürülmesi ve farklılaştırılmasında coğrafi işaretleme önemli bir araçtır (Özkaya & diğ., 2013; Yenipınar & diğ., 2014).

Turizm talebinde ortaya çıkan yeni deneyim elde etme arayışı, coğrafi alanların kültürel, doğal ve sosyal mirasının yeniden keşfedilmesi, kırsal alanlar ve yerel toplumun gelenekleri

ile bağlantıya geçilmesi konularına vurgu yapan tematik turizmi ortaya çıkarmıştır. Tematik turizm, birden fazla bölgede yer alan doğal, kültürel ve tarihi varlıkların kitlesel olarak ziyareti ve bu ziyaretlere dair çoklu faaliyetleri içermektedir (Seba, 2012). Literatürde konu ile ilgili olarak yer alan çalışmalar son on senelik döneme denk gelmektedir ve genellikle Amerika, İtalya, İspanya, Avustralya ve Türkiye’de yapılmıştır (Tablo 4).

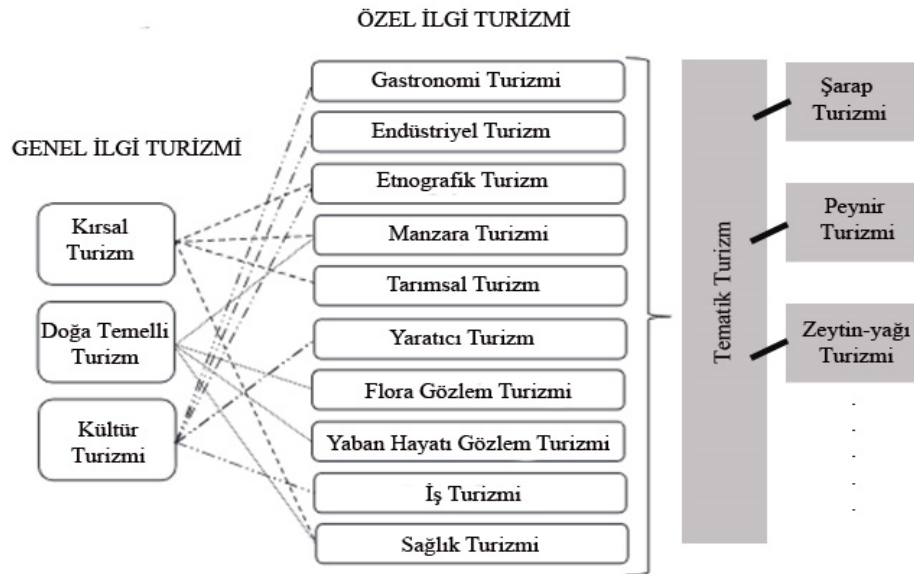
**Tablo 4:** Zeytinyağı turizmi ile ilgili literatür

Yazar	Perspektif		Zeytinyağı Turizmine Temel Bağlantı						
	Talep	Arz	Gastronomi	Endüstriyel	Kırsal	Doğal	Kültürel	Bölgesel Kalkınma	Çeşitli
Alonso (2010)		x			x				x
Alonso & Northcote (2010)		x			x				x
Millan & Agudo (2010)	x	x	x		x			x	
Millan & diğ. (2010)		x	x		x			x	
Millan & diğ. (2010a)		x	x		x			x	
Quesada & diğ. (2010)		x						x	
Ruiz Guerra (2010)		x	x		x			x	x
Milan & diğ. (2011)	x	x	x	x	x		x	x	
Molina-Moreno & diğ. (2011)	x				x			x	x
Northcote & Alonso (2011)		x		x	x				x
Ruiz Guerra & diğ. (2011)		x			x			x	x
Alonso & Krajsic (2013)		x	x				x	x	
Murgado (2013)		x	x		x				x
De Salvo & diğ. (2013)		x	x					x	
Campon -Cerro & diğ.(2014)		x			x				x
Millan & Perez (2014)	x		x	x					
Millan & diğ. (2014)		x	x		x			x	
Moral-Caudra & diğ. (2014)		x						x	
Alonso & Krajsic (2015)		x			x				x
Canero -Morales & diğ.(2015)	x				x				
Millan & diğ. (2015)		x	x		x	x		x	x
Morales-Pulido Fernandez & diğ. (2015)	x		x		x			x	x
Gülhan (2016)					x	x	x	x	x
Hernandez -Mogollon & diğ. (2016)	x	x	x		x	x	x		x
Lopez -Guzman & diğ. (2016)	x		x		x		x	x	
Arıkan & Saltık (2017)		x	x		x	x			x
Elias & Barbero (2017)		x			x	x		x	
Moral & diğ. (2017)	x		x		x			x	
Orgaz-Agüera & diğ. (2017)	x	x		x	x		x		
Lopez-Guzman & diğ. (2017)	x	x			x				
Campon-Cerro & diğ.. (2017)		x			x			x	
Millan & diğ. (2017)		x	x		x			x	
Arıkan-Saltık&Çeken (2018)		x			x			x	
Millan & diğ. (2018)	x	x	x		x	x	x		
Cankül&Ezenel (2018)		x			x			x	x
Çukur&Kızılaslan (2018)					x	x	x	x	
Keser& diğ. (2018)			x						
Orgaz-Agüera & diğ. (2018)		x	x						
Ruiz & diğ. (2018)	x	x			x			x	
Tregua & diğ. (2018)		x			x	x		x	
Carrillo-Hidalgo & diğ. (2019)		x						x	x
Çetin&Küçükömerler (2019)			x				x	x	
Hernandez-Mogollon & diğ. (2019)	x	x						x	x

**Kaynak:** (Pulido-Fernandez & diğ., 2019 ve literatür taraması).

İlgili çalışmalar konuyu genellikle kırsal turizm odaklı ele almakta; yapılan araştırmaların kapsamında zeytinyağı turizmi, farklı paydaşlar (ziyaretçiler, girişimciler, yerel halk, vb.) açısından incelenmektedir (Arıkan Saltık & Yıldız, 2019). Tematik turizmde turistler, özel-spesifik bir ilgi motivasyonu ile hareket etmektedirler. Kitle turizminin aksine, turistlerin kendi kimliklerini doğrulamalarını, yaşam tarzlarını ve kişisel eğilimlerini teşvik etmelerini sağlayan tematik turistik faaliyetlerde artış eğilimi görülmektedir (Djurasevic, 2014). Şarap, peynir, zeytin, zeytinyağı gibi gastronomik unsurlar da tematik turizm olgusunun motivasyonları arasında yer almaktadır. Alternatif destinasyonların belirlenmesinde önemli rolü olan tematik yerel gastronomi unsurları aynı zamanda belirli kırsal alanlarda sürdürülebilir ekonomik gelişimin de önünü açmaktadır. Kırsal alanların ekonomik, sosyal, kültürel, doğal ve beşeri yapılarıyla açıkça bağlantılı olan bu turizm türü, özgün ve çok boyutlu yapısı sayesinde yerel kaynaklara dayalı rekabetçi turizm gelişimini ortaya koymaktadır (Saxena & Ilbery, 2010). Diğer yandan zeytinyağı turizmini oluşturan bileşenler arasında yalnızca gastronomi turizmi değil, aynı zamanda özel ilgi türleri arasında yer alan endüstriyel turizm, etnografik turizm, manzara turizmi, tarımsal turizm, yaratıcı turizm, flora gözlem turizmi, yaban hayatı gözlem turizmi, iş turizmi ve sağlık turizmi de yer almaktadır (Şekil.1).

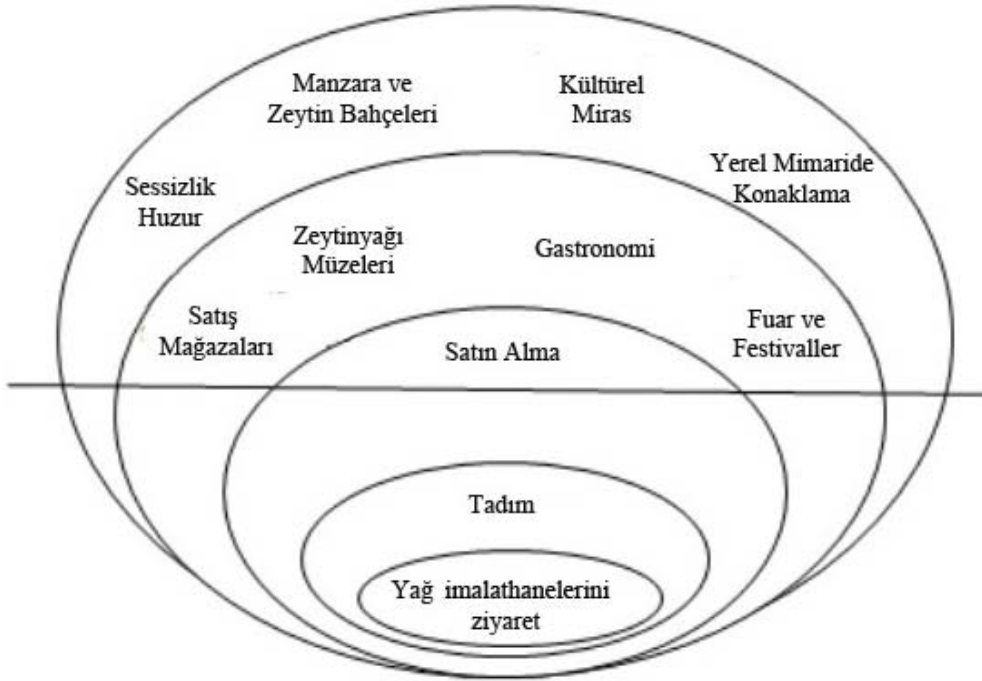
Bu açıdan bakıldığında: çıkış noktası, bu tarımsal ürün hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen turistlerin boş zaman ihtiyaçları ve motivasyonları (Pulido-Fernandez & diğ., 2019) olan zeytinyağı turizmi, bir özel ilgi turizm çeşidi olarak düşünülmelidir.



Şekil 1: Zeytinyağı turizmini şekillendiren turizm türleri, **Kaynak:** (Pulido-Fernandez & diğ., 2019: 5; Seba, 2012).

Zeytinyağı turizmi, özellikle zeytin ağaçlarının sıklıkla yetiştiği kırsal alanlarda (Akdeniz havzası ülkelerinde: İspanya, İtalya, Yunanistan, Fas, Türkiye, Portekiz ve aynı zamanda Arjantin, Avustralya, Şili, Japonya, ABD, Lübnan) gelişmekte olan bir turizm çeşididir (Pulido-Fernandez & diğ., 2019).

Şekil 2. de gösterilmiş olduğu gibi, zeytinyağı turizminde turistlerin katıldıkları başlıca aktiviteler: zeytin sıkım atölyeleri, tarihi zeytinyağı imalathaneleri, mahzenler, zeytinyağı satış noktaları ve zeytinyağı müzelerinin yer aldığı güzergâhları ziyaret ederek üretim sürecine dair bilgiler almak; zeytin bahçelerindeki manzarayı izlemek ve yoga benzeri rahatlatıcı sağlık etkinliklerinde bulunmak; zeytinyağı fuarlarına ve festivallerine katılmak; tadım ve benzeri gastronomik etkinlikler yapmak; zeytin ve zeytinyağı ile ilgili yöresel kültüre dair bilgilenmek; zeytin ve zeytinyağı ile ilgili başka sektörlerle (kozmetik, konserve, ağaç oymacılığı vb.) dair bilgi toplamak (Millan & diğ., 2017; Murgado & diğ., 2011; akt. Murgado, 2013) tematik alışverişler yapmak şeklinde sıralanmaktadır.



Şekil 2: Zeytinyağı Turizminde Turistlerin Katıldıkları Başlıca Aktiviteler, **Kaynak:**

(Murgado, 2011; akt. Murgado & diğ., 2011).

#### 4.1. Uluslararası Zeytinyağı Kültürel Rotaları

Anavatanı Güney Ön Asya olarak kabul edilen zeytin ağacı, kutsal kitaplarda yer alması nedeniyle tarih boyunca birçok toplumda önemli ve özel kabul edilmiştir. Bir güvercinin tufandan sonra Nuh'un gemisine doğada hayat olduğunun ispatı olarak, ağzında bir zeytin dalı

ile dönmesi sebebi ile zeytin, yüzyıllardır barışın simgesi olarak kabul edilmektedir (Atilla, 2003). Kültürel olarak bilgeliğin, doğurganlığın, gücün ve saflığın sembolü (Dood: 2011) olarak kabul edilen zeytin, tarih boyunca, gıda, sağlık, güzellik, temizlik, aydınlatma gibi amaçlarla da kullanılmıştır. Zeytinyağı turizmi talebinin altında yatan motivasyon, zeytin ve zeytinyağı dünyasını öğrenme isteği ve bu dünyadan zevk alma arzusudur. Bu tematik turizm türü, potansiyel turistlerin günlük yaşamda kullandıkları zeytinyağının üretim süreci ve kültürü hakkında ilk elden bilgi edinmeyi içermektedir (Fernandez & diğ., 2019). Zeytinyağı turizmi, turistlerin hayatına değer katan teorik ve pratik bilgi edinme motivasyonlarına katkıda bulunmaktadır. Zeytinyağı rotaları üzerinde oluşturulan turistik ürünler, zeytinyağı turizminin en önemli unsurlarındandır.

**Tablo 5:** Uluslararası zeytinyağı müzeleri ve rotaları

Ülkeler	Zeytinyağı Müzeleri
<b>Portekiz*</b>	Museu da Oliveira e do Azeite
<b>Fransa*</b>	Musée de l'olivier Les Vieux Moulins Musée de l'olivier Ecomusée de l'Olivier Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée – MuCEM
<b>Yunanistan*</b>	Foundation “The Routes of the Olive Tree Musée de l'Olivier et de l'Huile Grecque à Sparte Musée de l'Huile industrielle de Lesbos-Mytilène (MBEL)
<b>İtalya*</b>	Museo dell 'Olivo - Fratelli Carli Musée de l'huile d'olive de la Sabine Musée de l'Huile d'Olive - Huilerie Cisano del Garda Musée de l'Huile d'Olive Sant'Angelo de Graecis Musée de la Civilisation de l'Olivier Musée de l'Olivier et de l'Huile – Fondation Lungarotti
<b>İspanya*</b>	Museo del Olivo y del Aceite (Baena) Museo etnográfico de Benalauria Museo del Aceite de Oliva Castillo de Tabernas Castro del Rio Museo Hecoliva Museo Lagar del Mudo Museo Hojiblanca Museo de la Cultura del Olivo Museo del aceite de la Muela Almazara de las Laerillas Les Garrigues (Parque temático) Museo del Aceite de Mondrón Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad de Geolit Fundación Patrimonio Comunal Olivarero Red Olearum de Museos del Aceite de Oliva Centro de Interpretación Olivar y Aceite Comarca de La Loma Centro del Olivar de Sierra de Adamuz Aceite de olivos milenarios -Territorio del Sénia Hacienda Guzmán
<b>Türkiye*</b>	Adatepe Zeytinyağı Müzesi EGEA Olive Oil Museum Köstem Olive Oil Museum

\*Avrupa Konseyi - Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü Zeytin Ağacı Rotasında yer almaktadır.

**Kaynak:** (COE, 2020a; IOC, 2020)

Zeytinyağı rotaları, doğal ve kültürel miras aracılığıyla kalkınmanın desteklenmesi, turizmin geliştirilmesi ve mirasın muhafaza edilmesi vb. gayeler ile günümüzde yaratılan rotalardandır ancak güzergâh itibari ile pek çok tarihi unsur da barındırmaktadırlar. Rotalar, turistlerin, kültürel mirasın bir parçası olan zeytinin, zeytinyağı haline nasıl dönüştüğünü öğrendikleri faaliyetleri de içermektedirler.

International Olive Council (IOC)-Uluslararası Zeytin Konseyi, sofralık zeytin ve zeytinyağı temalı oluşturulan dünyadaki tek uluslararası organizasyondur. IOC, 1959 yılında Birleşmiş Milletler (BM) himayesinde İspanya'da kurulmuştur. Adının değiştirildiği 2006 yılına kadar Uluslararası Zeytinyağı Konseyi veya IOOC olarak bilinmektedir. Belçika, Fransa, Yunanistan, İtalya, Portekiz, İspanya, İngiltere'nin Kurucu üye olduğu Ulusal Zeytin Konseyi, 28'i Avrupa Birliği Üyesinden oluşan 48 üye ülkeyi bünyesinde barındırmaktadır (IOC, 2020). Uluslararası Zeytinyağı Konseyi sayfasında yer alan Zeytin Müzeleri ve Rotaları Tablo 5'de gösterildiği gibidir. Tabloda, aynı zamanda Avrupa Konseyi-Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü Zeytin Ağacı Rotası üzerindeki zeytinyağı müzeleri de ayrıntılı olarak listelenmektedir. Dünya üzerinde resmi olarak Avrupa Komisyonu tarafından 2005 yılında belgelendirilmiş tek zeytinyağı rotası olan Routes of the Olive Tree güzergâhında Türkiye de işaretlenmiştir ancak ilgili rotayı komisyona öneri olarak gönderip kabulünü sağlayan ülke Yunanistan'dır (COE, 2020b). Rotada halen 18 ülke bulunmaktadır. Rota, bölgeler arasında yeni iş birliğine açılan bir kapı görevi görmek amacı ile çeşitli zeytin yetiştiricilerden oluşan sivil toplum örgütleri, ticaret odaları, işletmeler, üniversiteler, girişimciler, araştırmacılar, zanaatkârlar ve sanatçıları bir araya getirmektedir. Rota dâhilinde geliştirilen turistik ürünler içerisinde sergiler, kültürel etkinlikler, girişimci toplantılar, sosyal etkinlikler, forumlar, sanatsal yarışmalar ve araştırmalar yer almaktadır (ROT, 2020). Türkiye'nin komisyona bu konuda herhangi bir rota önerisi henüz gerçekleşmemiştir. Diğer yandan Avrupa Komisyonu tarafından belgelendirilmemiş dahi olsa turistik tur güzergâhı olarak değerlendirilmek üzere Avustralya (Alonso, 2011), İspanya (Millan & diğ., 2014; Lopez- Guzman & diğ., 2016), İtalya (De Salvo & diğ., 2013) vb. pek çok ülkede kurulmuş çeşitli münferit zeytinyağı rotaları bulunmaktadır.

## **5. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER**

Akdeniz havzasında yer alan Türkiye zengin bir zeytin kültürüne ve gen kaynaklarına sahip önemli zeytin ve zeytinyağı üreticisi ülkelerinden biridir. De Salvo ve diğ. (2013), zeytin yetiştiriciliğinin ve sızma zeytinyağının, sosyal sermayenin, yerli kültürün ve kimliğin vazgeçilmez bir parçası olduğunu belirtmektedir. Günümüzde kırsal alanlarda yeni kalkınma

anlayışı oluşturmak üzere yerel kültür ve mirasa ait maddi olmayan unsurlar, bölgesel kimliğe ilişkin faaliyetler giderek daha da fazla önem kazanmaya başlamıştır. Zeytin-zeytinyağı gibi unsurlar pek çok bölgenin doğal ve kültürel mirasının temel bir bileşenidir ve kırsal alanlarda gelişimi teşvik etmek için kullanıldığında gelir ve istihdam üreteceğinden ekonomik faaliyetler için elverişli kaynaklar arasında yer alır. Ayrıca, son yıllardaki turizm eğilimlerinde kırsal ve geleneksele olan ilginin artması dikkate alındığında, yerel ürünlerinin beraberinde turistik ürün geliştirme fırsatı yarattığı unutulmamalıdır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Stratejisi-2023 kapsamında bulunan yedi tematik turizm koridorundan biri olan Güney Marmara Zeytin Koridorunun merkez kabul edilebileceği yeni bir rota için Avrupa Komisyonu'na başvurularak sertifikalandırma çalışmaları başlatılmalıdır. Bunun yapılması için oluşturulacak rotadaki güzergâhın farklı kültürel kimlik unsurları, coğrafi işaretlemeleri, aidiyet bağları, geleneksel bağları vb. sosyal yönleri, ekonomik potansiyeli, yerel-bölgesel entelektüel değerleri, doğal zenginlikleri, alt yapı koşulları, maddi ve maddi olmayan kültürel öğeleri gibi dinamikler belirlenerek, oluşturulacak turistik ürünlere temel teşkil edebilecek biçimde değerlendirilmelidir. Coğrafi İşaretler belirli bir bölgede bulunan ürünleri tanımlayarak; kalite, şöhret vb. kendine has özellikleri bakımında bulunduğu coğrafi noktaya atfedilen, özel bir bölgeyi temsil edebilen sınaî mülkiyet hakları (Ilıcalı, 2005) olarak tanımlanmaktadır. Coğrafi İşaretler, ürünleri ayırt etmek için kullanılmışlardır (Kan & Gülçubuk, 2008). Coğrafi açıdan kıymeti olan bu ürünlerin değerlendirilmesi aynı zamanda ülkelerin sahip olduğu kültürlerin ve geleneklerin de değerlendirilmesi demektir. Diğer yandan Coğrafi işaret aynı zamanda yerel ürünleri tescil ederek taklitlerine karşı onları yasal olarak da koruma altına almaktadır (Yenipınar & diğ., 2014; Orhan, 2010). Zeytin ve zeytinyağı için coğrafi işaret sertifikası, kaliteli bir zeytin ile ilişkilendirildiği için, tüketici yelpazesi açısından motivasyon unsurudur. Coğrafi işaretler, ürünün geçmişi, kalitesi hakkında bilgi verirken, sahip olan bölgeyle ilgili merak uyandırarak turizm hareketliliğine de katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretlemenin sadece ulusal değil uluslararası platformlarda sertifikalandırılması önem taşımaktadır.

Kamunun ve yerel aktörlerin katılımı ve desteği sağlanarak 2023 Turizm Stratejisi hedefi doğrultusunda Türkiye öncülüğünde yeni bir zeytinyağı rotası oluşturulması gerekmektedir. Kültürel rotalar çok yönlü yapıları ile turistik cazibe noktaları oluşturmakta ve kitlelere ulaşarak tarımsal alanların korunması ve ürün çeşitliliğinin sağlanarak ülke ve bölge ekonomilerinin gelişimine olanak yaratmaktadır.

Öncelikle, belirlenen rota güzergahlarında yer alan değerlerin mevcut durumları, geliştirilebilecek ürün çeşitleri, potansiyeli, tüketici davranışlarının analiz edilmesi, uygulanacak stratejilerin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu noktada, yerel zeytin ve zeytinyağı üreticileri, turizm işletmeleri ve yatırımcıları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, yerel halk, yerel yöneticilerin dâhil edildiği bir çatı kuruluş oluşturulması faydalı olacaktır. İlgili rotanın devlet destekli, yerel paydaşlar arasında iş birliği oluşturularak, kırsal ve bölgesel kalkınmanın sağlanması için doğa ve kültür temelli, sürdürülebilir alternatif turizm türlerini geliştirebilecek öğeler içermesi amaçlanmalıdır.

Belirlenecek güzergâhta yerel girişimciler için oluşturulacak yeni pazarlarda ürün çeşitlendirmeleri teşvik edilmelidir. Tüm bu planlamalar sayesinde sezon dışı zamanların değerlendirilmesi, turizm faaliyetlerinin on iki aya yayılarak çeşitlendirilmesi olanağı doğacaktır. Kırsal kalkınma açısından önemli faydaları olacak bu ve benzeri projeler aynı zamanda tarım sahalarının sürdürülebilirliği konusunda bilinç oluşturacak, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasının önünü açacaktır. Bu noktada, markalamaya önem verilmeli, üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, ürün çeşitlendirme, pazarlama, konuk ağırlama gibi konularda üretici ve turizm işletmecilerine profesyonel eğitim destekleri verilmesi başarıyı sağlayacağı gibi yerel aktörlerin farkındalığını da arttıracaktır.

Hasat sürecine katılma, zeytin bahçeleri ziyaretleri, uzmanlar eşliğinde yapılacak tadım etkinlikleri, hasat şenlikleri, yerel ürünlerin kullanıldığı yemek kursları gibi etkinliklerle turizm sektörü ile birleştirilerek yeni alternatif turizm türleri geliştirilerek turizm sezonunu daha geniş bir zamana yayarken yerel üretici ve işletmecilerin karlılıklarını arttırma olanağı sağlanacaktır. Ayrıca, yapılacak etkinlikler, bölgenin ve bölge ürünlerinin tanıtımına da katkı sağlayacaktır. Özellikle, sağlıklı yaşam için üstün özellikler taşıdığı bilinen Türkiye’de yetişen zeytin çeşitlerinin hem uluslararası hem ulusal platformda tanıtımının yapılması (Durlu Özkaya & diğ., 2018); bu tanıtımın turizm sektörü ile birleştirilmesiyle kalkınmanın önünü açmak mümkün olacaktır.

Bu noktada zeytin-zeytinyağı ile ilgili doğal ve kültürel potansiyeli yüksek bir ürün olarak Türkiye’nin kendi Zeytinyağı kültür rotası potansiyelini belirleyerek; alternatif geliştirmesi, ilgili rotayı kamusal düzlemde ele alarak Avrupa Komisyonu sertifikalandırması ile alternatif turizme açması için gereken eylem planı belirlenmesi gerekmektedir. Bu konuda doğru politikalar üretilmesi yolunda araştırma sonuçları ile ortaya konacak bilimsel verilerden hareketle çözüm önerileri geliştirilmelidir. Türk akademisyenlerin tüm bu teorik veriler



ışığında yeni araştırmalar yapmaları; teorik altyapıyı ampirik veriler ile destekleyerek literatüre yeni çalışmalar katmaları önerilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Alonso, A.D. & J. Northcote, (2010). The Development of Olive Tourism in Western Australia, *International Journal of Tourism Research*, 12, 696–708.
- Arıkan-Saltık, M. & H. Çeken, (2017). Agro-turizmde Yeni Eğilimler: Zeytinyağı Turizmi. *Journal of Life Economics*, 4(4), 89-102.
- Arıkan Saltık, I. & M. Yıldız, (2019). Kültür Turizminin Yeni Meyvesi: Zeytinyağı Müzeleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(2), 147-160.
- Atilla, A.N. (2003). Batı Anadolu Zeytinyağı Kültürü. *Tariş Zeytin Kitaplığı-1: İzmir*.
- Baykal, F. (2015). Uluslararası Turizm Ulaştırmasının Akış Yönü ve Dağılışı Dokusu, *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 57-68.
- Cankül D. & E. Ezenel, (2018). Bodrum Yarımadası ve Zeytinyağı Turizmi: Uygulanabilirliği Açısından Swot Analizi ile Değerlendirilmesi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13 (3), 55-68.
- COE, (1954). Council of Europe, European Cultural Convention: Paris, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168006457e>, [10 Ocak 2020].
- COE, (1998). Council of Europe, Cultural Routes, <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>, [09 Ocak 2020].
- COE, (2000). Council of Europe, European Landscape Convention: Florence, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680080621>, [10 Ocak 2020].
- COE, (2020a). Council of Europe, Chart of Signatures and Ratifications of Treaty 199, Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society Status as of 10/01/2020, <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/199/signatures>, [10 Ocak 2020].
- COE, (2020b). Council of Europe, Explore all Cultural Routes by Theme, <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme> [10 Ocak 2020].
- CRCE, (2013). Cultural Route of the Council of Europe, Rules for the Award of the “Cultural Route of the Council of Europe” Certification, [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016805c69fe](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805c69fe), [10 Ocak 2020].
- CRS, (2020). Kültür Rotaları Derneği, <https://cultureroutesinturkey.com/tr>, [09 Ocak 2020].

- Çetin, M., & S. Küçükkömürler, (2019). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 22(1), 1-17.
- Çukur, T. & N. Kızılaslan, (2018). Milas İlçesinde Zeytin Hasat Şenliğinin Kırsal Turizme Katkısı, Tarım Ekonomisi Dergisi, 24, 233-241.
- De Salvo, P., J.M. Hernández Mogollón, E. Di Clemente, & V. Calzati, (2013). Territory, Tourism and Local Products. The Extra Virgin Oil's Enhancement and Promotion: A Benchmarking Italy-Spain. *Tourism and Hospitality Management*, 19 (1), 23-34.
- Djurasevic, S. (2014). Thematic Tourism as an Important Segment in The Business of Modern Tour Operators, *The Business of Tourism*, 13, 109-117.
- Dodd, D. (2011). The Routes of the Olive Tree” in Khovanova-Rubicondu, K. (ed.), *Impact of European Cultural Routes on SMEs' Innovation and Competitiveness*, Council of Europe Publishing: Strasbourg, 180-202.
- Durlu Özkaya, F., M.T. Özkaya, R. Tunalıoğlu, R. Bayard & E. Tunalıoğlu, (2018). Anadolu'da Zeytin ve Zeytinyağı Yemekler Rotası, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.
- EC, (2013). European Commission, *Crossroads of Europe, 2013: Cultural Routes Between Local Development and European Identity*, [09 Ocak 2020].
- ESGM. (2019). T.C. Ticaret Bakanlığı Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2018 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu -Nisan , <https://ticaret.gov.tr/data/5d41e59913b87639ac9e02e8/3acedb62acea083bd15a9f1dfa551bcc.pdf>, [08 Ocak 2020].
- Faro, (2005), Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society, Council of Europe, <https://rm.coe.int/1680083746>, [10 Ocak 2020].
- Görmüş, S., E. Atmış, N.K. Özkazanç, H.B. Günşen & M. Artar, (2016). Ekorota Bartın- Doğal Ve Kültürel Koridorların Haritalanması, *Stil Matbaacılık: İstanbul*.
- Görmüş, S. (2018). Kültürel Peyzaj Değerlerini Korumak İçin Yeni Bir Yaklaşım: Kültürel Rotalar, *Plant Peysaj ve Süs Bitkiciliği Dergisi*, [https://www.academia.edu/35399923/K%C3%BCl%C3%BCrel\\_Peyzaj\\_de%C4%9Ferlerini\\_korumak\\_i%C3%A7in\\_yeni\\_bir\\_yakla%C5%9F%C4%B1m](https://www.academia.edu/35399923/K%C3%BCl%C3%BCrel_Peyzaj_de%C4%9Ferlerini_korumak_i%C3%A7in_yeni_bir_yakla%C5%9F%C4%B1m) , [09 Ocak 2020].
- Gülhan, D. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Tarım Endüstrisi Ve Zeytinyağı Turizminin Birgi Yerleşiminde Olabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme, *Social Sciences* , 11 (2) , 116-132 .
- Gültekin, N.T. & T.N.N. Çetin. (2019). Dünya Mirası Kültürel Rotalar Kapsamında Türkiye'deki Gelişim Koridorlarının Değerlendirilmesi, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi 2019 Özel Sayısı*, 57-72.

- ICOMOS, (2019). Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi Türkiye Milli Komitesi –International Council on Monuments and Sites, <http://www.icomos.org.tr/>, [09 Ocak 2020].
- Ilıcalı, G., (2005). Coğrafi İşaretler, Coğrafi İşaretlerde Denetim ve Denetimde Akreditasyonun Önemi, Ankara Üniversitesi, Avrupa Toplulukları Araştırma Uygulama Merkezi (ATAUM), 36. Dönem Avrupa Birliği Temel Eğitim Programı Semineri: Ankara.
- IOC. (2020). Intenational Olive Council, <https://www.internationaloliveoil.org/olive-world/olive-museums-routes/>, [12 Ocak 2020].
- Kan, M. B. Gülçubuk. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), 57-66.
- Karataş, E. (2015). Kültür Rotaları Planlama Rehberi, ÇEKÜL Vakfı – Tarihi Kentler Birliği Yayınları Kılavuz Kitapçıklar Dizisi 3, Stil Matbaa: İstanbul.
- Keser, B., R. Tunalıoğlu, & C. Avunduk, (2018). Gastronomide Zeytinyağının Duyusal Yolculuğu, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2, 469-481.
- KTB. (2007). Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023: Ankara, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>, [11 Ocak 2020]. Lopez-Guzman, T., P.M. Morales, S.M. Cuadra, & F. Orgaz-Agüera, (2016). An Exploratory Study of Olive Tourism Consumers, *Tourism and Hospitality Management*, 22(1), 57-68.
- Millan, G., A.J. Manuel & L.A. Hidalgo, (2014). “A New Market Segment for Olive Oil: Olive Oil Tourism in the South of Spain”, *Agricultural Sciences*, 5(3), 179-185.
- Millan, G.,V. Torre, J. Fuentes & L.A. Hidalgo, (2017). Olive Oil Tourism: Promoting Rural Development in Andalusia (Spain), *Tourism Management Perspectives*, 21, 100-108.
- Miray Kalaycı, M. & O. Özçatalbaş, (2019). Manavgat'ta Susam Tarımı ve Kültürünün Kırsal Turizm Odaklı Geliştirilmesi Kültürel Mirasın Kırsal Turizm Bakımından Önemi, 8. Ulusal Kırsal Turizm Kongresi ve 3rd. Rural Tourism and Development Congress Bildiri Kitabı, 2-18.
- Murgado, E.M., F.J., Torres, M. Parras & M. Vega, (2011). El Aceite de Oliva Como Elemento Nuclear Para el Desarrollo del Turismo. In: Flavián C. and Fandos C. (coords.), *Turismo Gastronómico. Estrategias de Marketing y Experiencias de Éxito*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza,191-220 , (akt. Murgado, E.M. (2013). Turning Food into a Gastronomic Experience: Olive Oil Tourism Options Méditerranéennes, 106, 97-109.
- Murgado, E.M. (2013). Turning Food into a Gastronomic Experience: Olive Oil Tourism Options Méditerranéennes, 106, 97-109.
- Oğuz, S. & K. Unur, (2018). Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 409-429.
- Oliveira, S., T. Lopez-Guzman, F. Virgilio Gonzalez, & J. Coelho, (2014). The Olive Oil Tourism as a Development Factor in Rural Areas, VII International Tourism Congress Proceedings Book.

- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pışmaniyesi Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 243-254.
- Özkaya, F., Sünnetçioglu, S., Can, A. (2013), “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Önemi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-30.
- Pulido-Fernandez, J.I., J. Casado-Montilla & I. Carrillo-Hidalgo, (2019). Introducing Olive-oil Tourism as a Special Interest Tourism, *Heliyon* 5, 1-8.
- ROT. (2020). Routes of the Olive Tree, <https://olivetreeroute.gr/culturalroutes-en/routesolivetree-en/>, [09 Ocak 2020].
- Santos Solla X.M. & L. Lopez, (2015). Tourism Policies in A WHC: Santiago de Compostela (Spain), *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 1(2), 1-8.
- Saxena, G. & B. Ilbery, (2010). Developing Integrated Rural Tourism: Actor Practices in the English/Welsh Border, *Journal of Rural Studies*, 26, 260–271.
- Seba, J.A. (2012). *Tourism and Hospitality: Issues and Developments*, Apple Academic Press Inc: Canada.
- TEPGE, (2019). Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü Tarım Ürünleri Piyasaları-Zeytinyağı, <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2019-Ocak%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/2019-Ocak%20Zeytinya%C4%9F%C4%B1.pdf>, [08 Ocak 2020].
- TUİK, (2020). Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr>, 08 Ocak 2020].
- UNESCO, (1994). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1994; <https://rm.coe.int/16804fca2b>, [10 Ocak 2020].
- UNESCO, (1998). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Resolution, (98)4, Adopted by the Committee of Ministers on 17 March 1998, at the 623 rd. Meeting of the Ministers’ Deputies, <https://rm.coe.int/16804fca2b>, [09 Ocak 2020].
- UNESCO, (2019a). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, <http://www.unesco.org.tr/Home/Page/688?slug=Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Ulusal-Envanteri>), [11 Ocak 2020].
- UNESCO, (2019b). The Colmar Declaration 25 Years of Council of Europe Cultural Routes, <https://whc.unesco.org/document/121780>, [09 Ocak 2020].
- UZZK, (2019). Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi, 2019-2020 Üretim Sezonu Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Rekoltesi Ulusal Resmi Tespit Heyeti Raporu: İzmir, [http://uzzk.org/Belgeler/UZZK\\_2019\\_2020\\_TURKIYE\\_REKOLTE\\_RAPORU.pdf](http://uzzk.org/Belgeler/UZZK_2019_2020_TURKIYE_REKOLTE_RAPORU.pdf), [08 Ocak 2020].
- Yenipınar, U., H. Köşker, & S. Karacaoğlu, (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.