

EGE GASTRONOMİ
YATIRIM PROJESİ

**FİZİBİLİTE
RAPORU**

YÖNETİCİ ÖZETİ

Ege bölgesi 2021 yılında Türkiye tarım ürünlerinin ihracatında yüzde 22'lik payı ile bölgesel lider konumundadır.¹ Kuru meyve ihracatının yüzde 55'ini, su ürünleri ihracatının yüzde 68'ini, yaş sebze ve meyve ihracatının yüzde 23'ünü, zeytin ürünleri ihracatının yüzde 61'ini Ege bölgesi sağlamıştır. Bu verilerden hareketle İzmir Ticaret Borsası, 2020 senesinden itibaren Ege bölgesinin tarım ürünlerindeki bu ihracat gücünü pekiştirmek, ürünlerinden elde ettiği gelirleri artırmak, Ege gastronomisini dünyayla buluşturarak başta tarım olmak üzere bölge ekonomisi üzerinde kaldıraç etkisi yaratmak amacıyla "Ege Gastronomi Projesi"ni başlatmıştır. Ege Gastronomi projesi ile Ege bölgesinin zengin mutfak kültürü ve ürünleri araştırılacak ve tanıtım faaliyetleri yürütülecek, böylece Ege mutfağının Türkiye'de ve dünyada ürün yelpazesi ve mutfak kültürü ile tanınan bir marka haline gelmesine, gastronomik destinasyon olarak turist sayısının ve elde edilen gelirin artırılmasına ve bu alanda kalite çıtasının yükselmesine katkı sağlanacaktır.

Bu projenin, bölgesel paydaşları birleştiren bir yapı tarafından yürütülüyor olması düşüncesiyle İzmir Ticaret Borsası, bölgenin ileri gelen iş insanları ve kurumlarından oluşan bir kooperatifin kurulmasına da öncülük etmiş, hem Türkiye'de bölgesel bir borsa tarafından sosyal kalkınma misyonuyla faaliyet gösterecek ilk kooperatifi kurmuş hem de ticari faaliyeti sosyal sorumlulukla birleştiren bir yönetim modeli ile yeni bir kalkınma paradigmasının hayata geçirilmesinin temellerini atmıştır.

Ege gastronomisi açısından, doğaya ve insana saygılı bir anlayışla elde edilen yerel ve kaliteli ürün ve bu kaliteli yerel ürünlerin tedariğinde süreklilik; serviste özeni ve bilgisi, sunduklarında lezzeti ve kalitesiyle fark edilen lokanta, kafe ve benzeri diğer hizmet sağlayıcılar bu sürecin vazgeçilmez unsurlarıdır. Bu alanda öne çıkmış bölgelerde olduğu gibi Ege bölgesinde de gastronomi ekleninde bölgesel bir kalkınma projesinin bütün bu unsurları kapsayacak şekilde stratejisi belirlenmiş, kaynağı sağlanmış bir eylemler bütünü hâline getirilmesi gerekmektedir. Zira başta iklim değişikliği gibi çevresel sorunların ve bu sorunlara rağmen devam eden bilinçsiz üretim ve tüketim alışkanlıklarının tarıma ve denizlere yansıyan tahribatı, gıda temelinde daha planlı, sürdürülebilir, aynı zamanda da daha katma değerli ürün ve hizmet arzını zorunlu hâle getirmektedir.

Öte yandan mevcut koşullarda turizm sezonu 3-4 ay ile sınırlı olan ve Türkiye genelinde turizm gelirlerindeki payı yüzde 20'lerin altında kalan Ege bölgesinde², çevresel etki de düşünülüğünde hedef, turist sayısını artırmaktan ziyade, turist başına elde edilecek gelirin yükseltilmesi olmalıdır. Nitekim gastronomi turistinin bıraktığı gelir, kişi başına diğer turiste oranla yaklaşık iki ilâ altı misli daha fazladır.³

1 <https://www.gidahatti.com/haber/11541895/tarim-ve-gida-ihracatinin-zirvesinde-ege-bolgesi-var>

2 <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/selim-tursen/egeye-10-milyon-turist-42031669>

3 <https://www.ekonomist.com.tr/fatos-bozkus/gastronomi-turisti-daha-cok-harciyor-4111>

Bu doğrultuda, uygulanacak bu projeye, çevresel koşulların ve artan nüfusun gıda üretimi üzerindeki baskısını artırmadan, tarladan tabağa kadar olan emek zincirindeki tüm tarafların niteliğiyle birlikte kazancını da yükseltmek amaçlanmaktadır. Bu proje, bölgesel kaliteli ürünün, kaliteli hizmetin talibi olan gastro-turistin bölgeye çekilmesi, ihracatta katma değerli ürün oranının artırılması ve sürdürülebilir tarımsal ürünlerin tedarikini garantiye alacak uygulamaların hayata geçirilmesine ve kültür mirasının sürdürülmesine katkı verecektir.

Ege Gastronomi Projesi;

Ege bölgesini, tarihsel ve kültürel arka planı, tarımsal ve turistik imkânları ile dünya çapında gastronomik bir cazibe merkezine dönüştürme vizyonu

interdisipliner ve inovatif eğitim, araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile doğal olanı koruyarak değer üretme misyonu

çerçevesinde tasarlanacaktır.

Bu çerçevede,

- Saha araştırmaları ile bölgedeki gastronomiye konu olan ürün ve üretici envanteri çıkarılacak,
- Tasarlanacak bir veri tabanı ve akıllı uygulamayla bu ürünlerin lokasyon, miktar, hasat dönemi gibi detaylarının güncel takibi sağlanacak,
- Oluşturulacak iletişim stratejisi doğrultusunda ulusal ve uluslararası etkinliklerle bölgenin gastronomi kültürü ve ürünleri gerek medya toplantıları gerek şef etkinlikleri gibi bir dizi araç üzerinden ulusal ve uluslararası kamuoyuna tanıtılacak,
- Dergi ve kitap çalışması başta olmak üzere yazılı ve görsel tanıtım ve bilgilendirme materyallerin yanı sıra web sitesi ve sosyal medya üzerinden de stratejiye dayalı ve planlı bir iletişim faaliyeti yürütülecek,
- Yerel paydaşlar, araştırmacılar, nihai tüketiciler ve bu alanda çalışacak insan kaynağının niteliğini, bilgi ve farkındalığını artıracak rehberlik hizmetleri ve yayınlara erişebilecekleri kütüphane imkânları geliştirilerek, mesleki eğitimler, tadım ve atölye programları ve diğer destekleyici eğitimler uygulanacaktır.

Tüm bu faaliyetler, bir gastronomi merkezi olarak içinde örnek niteliğinde bir restorani, kafesi, etkinlik/eğitim salonları, satış birimi ve ilgili sosyal alanları ile İzmir'in merkezinde tarihi bir miras niteliğindeki İzmir Ticaret Borsası Sarayının tadilat ve tefrişatıyla hayat bulacak, böylesine değerli bir yapıya gastronominin kaldıraç etkisiyle bütün bir bölgeye fayda sağlayacak yeni bir toplumsal işlev kazandırılmış olacaktır.

Bu süreçte merkez olarak tarihi İzmir Ticaret Borsası Sarayının fiziksel alt yapıya ilişkin hazırlıkları devam ederken, çalışmaların gecikmeksizin başlatılması için kurulacak konteyner kampüs ile de daha sonra bölgedeki diğer yerleşim birimleri için model niteliğinde pratik, modern ve fonksiyonel uydu bir yapılanmaya gidilecektir.

S.S. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifinin (EKK) yönetiminde gerçekleştirilecek bu yapılanma ve faaliyetlere kaynak sağlayacak tarafların, elde edilecek toplumsal faydanın büyüklüğünü göz önüne alarak doğrudan gelir beklentisine girmeden sosyal ve çevresel sorumluluk boyutuyla konuya yaklaşacakları, ekte yer alan kooperatif ana sözleşmesi ve kurucu ortakların profili ile ortaya konmaktadır.

Nitekim, etkinliklerin ortaya çıkâracağı dolaylı bölgesel katkı oldukça değerli toplumsal bir faydaya dönüşecek ve çarpan etkisiyle başta tarım ürünleri ve gıda üreticileri, otel, yiyecek-içecek işletmeleri, tarım, gastronomi ve turizm sektörlerinin tüm paydaşlarına – projeye katkı verenler de dahil – değerli bir geri dönüş sağlayacaktır.

Bu rapor, Ege Gastronomi Projesi'nin içeriği, ilgili tarafları, proje faaliyetleri ve faaliyetlerin gerektirdiği sabit yatırım ve giderleri ile gerekli finansman ihtiyacının belirlenmesi, finansmana katkı koyabilecek tarafları ve olası riskleri bertaraf etmenin yöntemlerini içeren başlıklarından oluşturulmuştur.

İşlevi, gerçekleştirilmesi gereken faaliyetleri ve kimi aktörleri açısından kamu yatırımı niteliğinde, kâr amacı gütmeyen Ege Gastronomi Projesi'nin tüm Ege Bölgesi için bölgesel bir kalkınma programı olarak ele alınması ve içeriğinin bu doğrultuda değerlendirilmesi gerekir. Projenin 5 yıl için toplam finansman ihtiyacı 23,9 milyon USD olarak hesaplanmış olup bu ihtiyacın yaklaşık 8 milyon USD'si sabit yatırım, 1.42 milyon USD'si işletme sermayesi ihtiyacı, 1.5 milyon USD'si yatırım dönemi KDV, 1.7 milyon USD'si yıllık yüzde 8 USD enflasyonu, 11.2 milyon USD'si ise 5 yıllık faaliyetlere ilişkin proje gelir gider farkı eksi bakiyesinden gelmektedir. Sabit yatırım tutarı içindeki Borsa Sarayının restorasyonu, depreme kârşı güçlendirme, projelendirme, tefriş, elektronik, mekanik aksam ve ekipmanları dahil Ege Gastronomi Projesi'ne uygun hale getirilmesinin bedeli yaklaşık 5,6 milyon USD'dir.



KISALTMALAR

AFPAD	Afyonkârahisar Profesyonel Aşçılar Derneği
BORSAV	İzmir Ticaret Borsası Eğitim, Kültür ve Sosyal Entegrasyon Vakfı
Cİ	Coğrafi İşaret
COVID	Coronavirus disease
DİKA	Dicle Kalkınma Ajansı
DOĞAKA	Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı
EC	Avrupa Komisyonu
EKK	S.S. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi
ELİDAŞ	Ege Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk A.Ş.
GAGEV	Gaziantep Geliştirme Vakfı
HoReCa	Yemek Servis Endüstrisi kısaltması (Hotel, Restoran, Cafe kelimelerinin ilk heceleri)
İKA	İpekyolu Kalkınma Ajansı
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü
İTB	İzmir Ticaret Borsası
İTTM	İzmir Tarım ve Teknoloji Merkezi
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
İzladaş	İzmir Ticaret Borsası Laboratuvar, Ar-Ge ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.
KA	Kalkınma Ajansı
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
MBDS	Merkez Bankası Döviz Satış
MSM	Mutfak Sanatları Merkezi
OKA	Orta Anadolu Kalkınma Ajansı
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TAVAK	Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı
TGA	Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı
TOKİ	Toplu Konut İdaresi
TÜBİTAK-MAM	Türkiye Bilimsel Araştırma Kurumu Marmara Araştırma Merkezi
TÜGİP	Türkiye Gıda İnovasyon Platformu
TÜSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
UCCN	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı
UNESCO	Birleşmiş Milletler
USD	Amerikan doları
VOB	Vadeli İşlemler Borsası
YÜciTA	Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ.....	2
KISALTMALAR.....	5
1. PROJENİN ÖZETİ.....	8
1.1. Projenin Konusu ve Amacı.....	9
1.2. Ege Bölgesinin Projedeki Sınırları.....	10
1.3. Yatırım Fikrinin Doğuşu ve Planı.....	11
1.4. Arama Konferansının Sonuçları.....	14
1.5. Yatırım ve İşletme Sürecindeki Faaliyetlerin Kapsamı ve Planı.....	14
1.6. Mali Destek Sağlayabilecek Paydaşlar.....	19
1.7. Proje Hedeflerine İlişkin Kritik Unsurlar.....	21
2. PROJENİN ARKA PLANI.....	23
2.1. DÜNYADA GASTRONOMİ SEKTÖRÜ.....	23
2.1.1. Gastronomi Turizminin Geliştirilmesinin Adımları.....	24
2.1.2. Yaratıcı Bir Sektör Olarak Gastronomi.....	26
2.1.3. Gastronomi Alanında Başarılı Dünya Örnekleri.....	27
2.1.4. Dünyada Gastronomi İnisyatifleri ve Okul Restoranları.....	32
2.2. TÜRKİYE GASTRONOMİSİ.....	34
2.2.1. Türkiye’de Gastronomi Sektörü.....	34
2.2.2. Türkiye’de Gastronomi ve Gastronomi Tanıtımının Durumu.....	37
2.2.3. Türkiye’de Gastronomi Turizmi.....	43
2.3. Ege Gastronomisi.....	46
2.3.1. Ege’nin Gastroturizm Potansiyeli.....	48
2.3.2. Ege Bölgesinde Gastronomi Faaliyetleri.....	55
2.3.3. Ege Bölgesinin Coğrafi İşaretli Ürünleri.....	58
2.3.4. Temel Sektörel Sorunlar.....	65
3. EGE GASTRONOMİ PROJESİNİN TEMEL ETKİNLİKLERİ.....	67
3.1. Etkinlikler ile Vurgulanan Değerler.....	67
3.2. Hedeflenen Yıllık Etkinlik Takvimi.....	68
3.3. Etkinliklerin Gerektirdiği Yatırım Unsurları.....	74
3.4. Maliyetlerin Kârşılmasına Katkı Verecek Olası Taraflar.....	74
3.5. BORSAV EĞİTİMLERİ.....	76
3.5.1. Ege Gastronomi Projesi için Tasarlanmış Eğitimler ve Fiyatları.....	77
3.5.2. Kurulu Kapasitede Yıllık Eğitimlerin Maliyeti ve Vergi Öncesi Kâr.....	80
3.6. Yatırımın Yeri.....	80
3.6.1. Konteyner Restoranın Yeri.....	80
3.6.2. Borsa Sarayı Restorasyonu Yatırımın Yeri.....	80

3.6.3. Fiziksel ve Coğrafi Özellikler	81
3.6.4. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı.....	83
3.6.5. Sosyal Altyapı ve Sosyal Etkiler.....	96
3.6.6. Konteyner Restoranının Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler.....	98
4. YATIRIM TASARIMI	100
4.1. Kuruluş Yeri Seçimi	100
4.2. Yatırım Sürecine İlişkin Faaliyetler	100
4.3. Sabit Yatırım Unsurları.....	101
4.4. Sabit Yatırım Tutarı.....	110
4.5. Sabit Yatırım Seçeneklerinin Özeti.....	111
5. İŞLETME GİDERLERİ	112
5.1. İşletme Sürecine İlişkin Etkinlikler	112
5.2. Kitap ve Dergi Baskı Maliyetleri (B1 ve B2)	113
5.3. Organizasyon Giderleri (A2-A9).....	115
5.4. Personel Giderleri (3.Grup Giderler)	118
5.5. Restoran ve Kafe-Bar İşletme Giderleri (4. Grup).....	120
5.6. İşletme Sermayesi İhtiyacı.....	124
5.7. Toplam Yatırım Tutarı.....	125
5.8. Toplam İşletme Gelirleri	126
6. FİNANSMAN İHTİYACI ve KAYNAKLARI.....	127
6.1. Finansman İhtiyacı ve Kaynakları	127
6.2. Finansman Koşulları ve Sermaye Maliyeti.....	128
7. BİR İŞLETME MODELİ OLARAK SOSYAL KOOPERATİF.....	129
7.1. Sosyal Kooperatif Kavramı	129
7.2. SK'lerin Temel Özellikleri ve GK'ler ile Farklı Yönleri.....	130
7.3. AB Ülkelerinde ve İtalya'da SK.....	130
7.4. Türkiye'de Sosyal Kooperatif Konusundaki Gerçekleşmeler.....	139
7.5. Ege Gastronomi Projesi'nin Yönetim Modeli ve SK Yapılanması.....	142
7.6. Yönetim ve Denetim Biçimine İlişkin Öneriler	143
8. RİSK ANALİZİ.....	147
8.1. İklim Değişikliği ve Olası Çevresel Riskler.....	147
8.1.1. Projeden Kaynaklanan Çevresel Etkilerin Ön Değerlendirmesi	147
8.1.2. Projeden Kaynaklanan Çevresel Riskler ve Azaltma Tedbirleri	148
8.2. Ege Gastronomi Projesi Özelinde, Ege Bölgesi Genelinde Ciddi Risk Yaratın Çevre Sorunları.....	149
9. SONUÇ	159

PROJENİN ÖZETİ



Özellikle gelişmekte olan ve geleneksel bir mutfağa sahip bölgelerde, gastronomi- nin sürdürülebilir bir ekonomik ve sosyal kalkınma için başarılı bir kaldıraç olduğu kanıtlanmıştır. Dinamik bir yapı gösteren yerel ekonomilerin canlandırılması, bu sayede bölge insanı için iyileştirilmiş yaşam koşulları, özellikle kadınların ve gençle- rin istihdam imkânı bulması ve aynı zamanda bölgedeki kültürel mirasın korunması ve tanıtılması bu başarı tanımındaki kilit unsurlardır. Temel konu, var olan yerel ürün ve mutfak geleneklerinin gastronomik bir değer oluşturmak için nasıl kullanılacağı- nı belirlemek ve yerel ürünlerin katma değerini artırmaktır. Bunun için genel kabul gören temel adımlar şunlar olabilir:⁴

• **TERCİH ve SEÇİM YAPMA**

Oyuncular hangi kesimden ve hangi gruplar olmalı? Bu politikalar bireyler için değil, gruplar için tasarlanmalıdır. Küçük ölçekli “kahraman” üreticiler/çiftçiler, küçük gıda işletmeleri, restoran sahipleri, kadın aşçılar, peynirciler vb.

• **AİTLİK HİSSİ YARATMA**

Bölgedeki seçilmiş üretici ve işletmeci, ürünü ve hizmeti ile övünebilmelidir. Kendini yetiştirdiği ürünü ile verdiği hizmeti ile ifade etmekten gurur duymalıdır. Hareketin değerli bir parçası olduğunu bilmeli, hissetmelidir.

• **KALİTE, KALİTE ve YİNE KALİTE**

Yeni ve güncellenmiş ekipmanlar, üst kalite ve en iyi uygulamalar, eğitim, teknik yardım ile standartların yükseltilmesi elzemdir. Turizm ve yönetim becerileri eğitimi, tarımsal üretim süreçlerinde, kaliteli, yüksek verimli ve çevreye dost üretim için eğitimler, kaliteli ürün, kaliteli hizmet, konaklama kültürü konusun- da tasarım ve özgünlüğü artıracak eğitimler devreye alınmalı ve tüm aktörler bu eğitimlerden kârşılıksız yararlandırılmalıdır.

• **TEKNOLOJİ ve SOSYAL MEDYA**

Dijital dönüşüme adapte olmuş ve sosyal medyayı beceriyle kullanacak ekip- ler oluşturulmalıdır. En ucuz, en hızlı, en yaygın, en verimli ve sürekli tanıtım burada gerçekleşir.

• **GİRİŞİMCİLİĞİN DESTEKLENMESİ**

Farklı ekonomik faaliyetler, işletmeler (restoranlar, sokak yemekleri vb.), yemek hizmetleri, lokantalar, üreticiler vb. farklı ihtiyaçlar, farklı yaklaşımlar ve hedef gruplar için girişimcilik destekleri oluşturulmalıdır.

• **DAHA REKABETÇİ ÜRÜN ve HİZMET**

Kendi hâline bırakılırsa, bireysel işletmelerin rekabetçi bir gastronomi destinas- yonu oluşturması yıllar alacaktır. Oluşturulacak bir program süreci hızlandırır.

• **İŞBİRLİĞİNİ YÜCELTECEK ve YÜKSELTECEK YÖNETİM**

Program, özel kaynaklar ve profesyonel yerel ekiplerle profesyonelce yönetil- melidir. Finansman özel veya üçüncü taraf kaynaklardan olabilir – hazırlanacak programın diğer girişimlerle uyumlu hale getirilmesi gerekir. Yereldeki mevcut girişimci ağı kilit önemi haizdir. Hazırlanan program verimli bir şekilde çalıştı- rıldığında, diğer etkinliklere veya bölgelere de benzer şekilde yaygınlaştırılabilir.

• **DESTİNASYON ve ROTALAR**

Pazarlama stratejileri tanımlanmalıdır. Yiyecek temelli deneyimler oluşturulmalı, rota ve destinasyonlar belirlenmeli ve pazarlanmalıdır. Yeni gezgin modeline uygun 2-5 günlük kısa rota turları yılın her dönemine yayılmalıdır

4 Laura Fandos Director of Strategy, Globaldit, 2019 Küresel Gastronomi zirvesi sunumundan

1.1. PROJENİN KONUSU VE AMACI

İzmir Ticaret Borsasının öncülüğünde başlatılan Ege Gastronomi Projesi, Ege gastronomisini ve Ege gastronomisini oluşturan ürün, çiftçi, üretici, esnaf, yemek ve mutfak kültürünü araştıran, geliştiren, yurtiçi ve yurtdışına tanıtmayı amaçlayan bir yatırım projesi niteliğindedir. Ege Gastronomi Projesi'nin amaçları, bölge tarımı başta olmak üzere fayda sağlayan her kesimi kapsamak, katma değerli tarım ürünü üretmeyi teşvik etmek ve kırsal kalkınmayı sağlamak, Ege Bölgesi'nin rekabet avantajını güçlendirmek ve bölgeyi küresel ölçekte bir gastronomi turizmi destinasyonu haline getirmek şeklinde belirlenmiştir.

Gastronomi sektörü, topraktan tabağa kadar olan tüm süreçleri içeren, birçok farklı sektörü de içinde barındıran son derece kapsayıcı bir sektördür. Soframıza gelen her gıdanın, özellikle sürdürülebilirliğin sorun hâline geldiği bu çağda, yaşamımızdaki yeri ve anlamı tartışılmazdır. Çiftçisinden balıkçısına, tohumundan tabağına kadarki her adımda dokunulan ve etkilenen milyonlarca hayat vardır.

Gastronomi turizmi bir bölgenin kalkınması ve tanıtımındaki en güçlü araçların başında gelmekte olup, turistlerin belirli bir yerin mutfak kültürünü deneyimleyebilecekleri, yerel bölgenin iklimi, malzemeleri, kültürü, gelenekleri ve tarihi tarafından yaratılan yemeklerin tadını çıkârabilecekleri turizm şeklidir. Bugün gastronomi sektörünün çok ciddi bir tanıtım ve kalkınma fırsatı yarattığı bilinmektedir. Zira dünya ölçeğinde turistlerin yüzde 88'i destinasyon seçerken mutfak ve gastronomik özellikleri dikkate almakta olup⁵ gastronominin ziyaretçilere yeni değerler ve deneyimler sağlaması, turistlerde tekrar tekrar gelme isteği yaratması nedeniyle dolaylı etkileri de mevcuttur. Ayrıca diğer turizm türlerinden farklı olarak, az gelişmiş ve başka turizm kaynağı olmayan küçük yerleşim yerlerinde bile gastronomi turizmi var olabilmektedir.

Dünyanın başarılı mutfakları incelendiğinde, bölgesel mutfak kültürlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Ege Bölgesi, mutfak kültürünün yaslandığı zeytin, incir, üzüm, yabani otlar, hayvancılık, ormancılık, balıkçılık gibi ürünleri, zengin biyolojik ve kültürel çeşitliliği, dünya yeme-içme trendlerine paralel sağlıklı ve doğal yeme alışkanlıkları ile dünya mutfak kültürleri içinde ayrı bir başlık olarak yer almasını sağlayacak potansiyele sahiptir. Denizi, güneşi, zengin doğası ve özgün yemek kültürüyle önemli bir gastronomi destinasyonu olmaya adaydır. Ege Bölgesi 2021 yılında Türkiye tarım ürünlerinin ihracatında yüzde 22'lik payı ile de lider konumundadır.⁶ Kuru meyve ihracatının yüzde 55'ini, su ürünleri ihracatının yüzde 68'i, yaş sebze ve meyve ihracatının yüzde 23'ünü, zeytin ürünleri ihracatının yüzde 61'ini Ege Bölgesi sağlamıştır.

İzmir Ticaret Borsası tarım ürünlerindeki bu ihracat gücünü pekiştirmek, ürünlerden elde edilen gelirleri artırmak, Ege gastronomisini dünyayla buluşturmak için, başta bölge tarımı olmak üzere bölge ekonomisi üzerinde olumlu bir etki yaratmak amacıyla Ege Gastronomi Projesi'ni başlatmıştır. Tarımsal ürünlerin, yerel çeşitlerin, geleneksel pişirme yöntemleri ve reçetelerin, aynı zamanda da

5 TÜRSAB Gastronomi İhtisas Başkanı Ömer Kârtı

6 <https://www.gidahatti.com/haber/11541895/tarim-ve-gida-ihracatinin-zirvesinde-ege-bolgesi-var>

PROJENİN ÖZETİ

tanıtım amacına hizmet edecek kültürel değerlerin kaybolmadan katma değerli ürünler olarak gelecek nesillere aktarılması konusunda öncü bir rol oynayacak bu proje, bu rapor ile somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

1.2. EGE BÖLGESİNİN PROJEDEKİ SINIRLARI

Gastronomik destinasyon olarak Ege; 7 coğrafi bölgeden biri olan Ege bölgesi içinde kalan 8 il ve Ege Denizine kıyısı olan diğer illerin mutfak kültürü bakımından benzeşen bölgeleri de dahil edilerek Şekil 1’de siyah çizgi ile gösterilmiştir. İstatistikî Bölge Sınıflandırması (İBS) olarak Ege Bölgesi TR3 ile belirlenmiştir. TR31 İzmir, TR32 Aydın, Denizli ve Muğla, TR33 Uşak, Kütahya, Manisa ve Afyonkârahisar illeridir. Ege gastronomik destinasyonuna Şekil 1’de görüleceği üzere Balıkesir, Çanakkale, Tekirdağ ve Edirne illerinin belli kısımları da dahil edilmiştir.

Şekil 1:
Gastronomik
Destinasyon Olarak
Ege Bölgesi

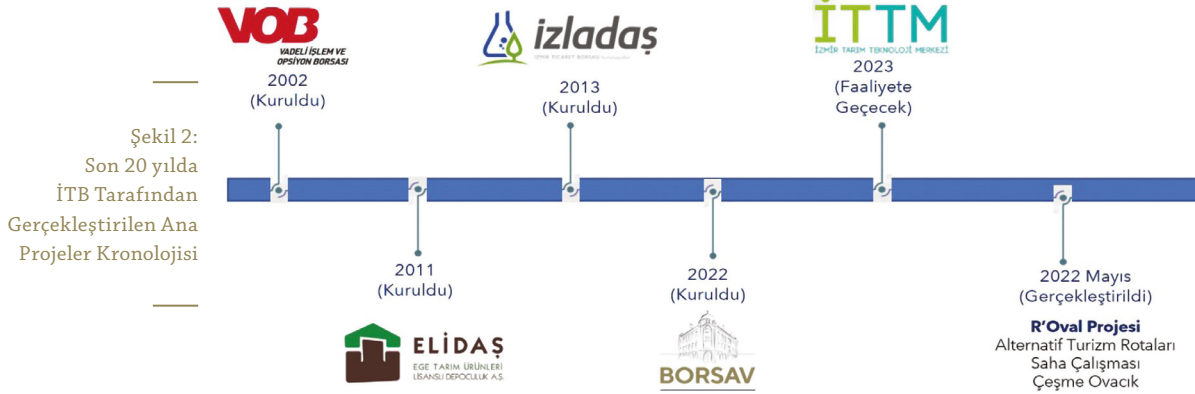


1.3 YATIRIM FİKRİNİN DOĞUŞU VE PLANI

1891 yılında kurulan ve Türkiye’nin ilk borsası olan İzmir Ticaret Borsası (İTB), kurulduğu yıldan bu yana tarımsal üretim, ticaret ve borsacılık kültürünün gelişmesinde ve tarımın geleceğinde önemli bir rol oynar. Günümüzde İzmir Ticaret Borsası gerçek borsa kurallarının uygulandığı, önemli tarımsal ürünlerin işlem gördüğü, deneyimi ve projeleriyle Türkiye’nin öncü ticaret borsalarının başında gelmektedir. İzmir Ticaret Borsasının; temel borsacılık hizmetlerinin yanı sıra gerçekleştirmiş olduğu yerel ve ulusal projeler ile de diğer borsalar içerisinde önemli ve saygın bir yeri vardır.

Ege Gastronomi Projesi’nin gündeme gelmesini sağlayan projelerin başlangıcı 2002 yılına kadar uzanmaktadır. O yıldan bu yana toplumsal ihtiyaçlar ve İTB sorumlulukları ile buluşan konularda bir dizi proje İTB tarafından hayata geçirilmiş ve son 5 yıllık süreçte Ege Gastronomi Projesi bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. Şekil 2’de son 20 yılda gerçekleştirilen projelerin kronolojisi gösterilmiştir.

Ege Gastronomi Projesi 2020 yılından bu yana hayata geçirilmesi amaçlanan tarımsal üretimin bütünsel bir bakış açısıyla katma değerli ürünlere dönüştürülmesi



ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasında, bölgesel sorunlara bütüncül bir bakış açısı ile çözüm getirmeyi hedefleyen üç temel projenin sonuncusu olarak tasarlanmıştır. Diğer iki projeden ilki olan İzmir Ticaret Borsası Eğitim, Kültür ve Sosyal Entegrasyon Vakfı (BORSAV), işgücünün eğitimi ile tarladan tabağa olan süreçteki nitelikli personel gereksinimine anlamlı bir katkı sunma hedefiyle 2022 yılında hayata geçirilmiştir. Katma değerli ürün geliştirmeyi ve tarımdaki bölgesel sorunların çözümünü amaçlayan ikinci proje İzmir Tarım Teknoloji Merkezinin (İTTM) ise 2023 yılında faaliyete geçmesi planlanmıştır.

Gıda ve yeme-içme sektörüne tarımsal üretim boyutunda AR-GE ve inovasyon ile destek vermeyi amaçlayan ve bölgedeki tek özel sektöre ait olmayan proje İTTM'dir. İTTM, İzmir Ticaret Borsası öncülüğünde, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Yaşar Üniversitesi, İzmir Ticaret Odası, Ege Bölgesi Sanayi Odası, Ege İhracatçı Birlikleri, Deniz Ticaret Odası İzmir Şubesi ve İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ortaklığında, İzmir Kalkınma Ajansı güdümüyle hayata geçirilen ve tarımı teknoloji ile buluşturmayı hedefleyen bir projedir. Projenin işletme modeli olarak kurulan İTTM A.Ş., kamu-özel sektör ortaklığının önemli bir örneğidir. Bitkisel ve hayvansal üretim olarak bütüncül şekilde ele alındığında tarım; arz sürekliliği ve güvenliğinin sağlanması, kaynakların ve çevrenin korunması, tüketici sağlığının gözetilmesi ilkelerine bağlı olarak gerçekleştirilmelidir. Her geçen gün artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayabilmek, bu sırada üretimin kârlılığını koruyabilmek, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi tarım sektöründe de teknolojinin yoğun şekilde kullanımını gerekli kılmıştır. İhtiyaçların doğru şekilde tespit edilebilmesi ve uygulanabilirliğinin analizi için teknoloji üreticileri ile tarımsal üreticilerin bir araya gelebileceği bağımsız bir ortam gereksinimi doğmuştur. İTTM, tarım teknolojilerinin geliştirilmesi için bir köprü görevi görecek, ara yüz olarak kuralları belirleyecek, paydaşlar arasında ortak bir dil oluşturacak, paydaşlar tarafından sahiplenilebilecek, tarım teknolojileri ve girişimlerinin çekim merkezi ve tarım teknolojileri AR-GE üssü niteliğinde bağımsız bir yapı olarak tasarlanmıştır.

Bu projeler devam ederken, sahanın ihtiyaçlarını ortaya koymak için yarımada da mikro ölçekte bir pilot bölge olarak Ovacık Alaçatı arası olan bölge belirlenmiş, R'Oval projesi olarak isimlendirilmiş çalışma kapsamında, İzmir ilinde alternatif turizm ve gastronomi rotası geliştirmek üzere Çeşme Ovacık sahası İTB tarafından taranmıştır.

Bu tarama sonucunda, “Görülmesi Gereken En İyi Uygulamalar” listesi içeriğinde olmak üzere, Çeşme-Alaçatı- Ovacık üçgeninde, yol boyu yerel tarım üreticilerinin, kaliteli işletmelerin, temiz ve iyi hizmet anlayışına sahip konaklama alanlarının ve sağlıklı yaşam, güvenilir ve katma değerli gıda üretimi alanlarında faaliyet gösteren işletmelerin yer aldığı, doğaya, hayvanlara ve çevreye duyarlı, Ege kültürünün esintilerini taşıyan, yaklaşık 20-25 km uzunluğunda bir rota belirlenmiştir. Bu rapor ile Çeşme ilçesinde sakız ağacı, kavun, enginar, acur, domates, kârakılıç buğdayı, limon, mandalina, anason, salep orkidesi, ölmez çiçeği, hurma zeytin, bağcılık ürünleri, sakız koyunu ve beyaz soğan yöresel katma değer artırılmasında ön plana çıkan ürünler olarak tespit edilmiştir. Bu projeden çıkan sonuca göre, tarım ve turizmin birbirine destekler nitelikte entegre bir stratejiyle ele alınması, hem tarımsal üretimin devamlılığını sağlayıp, turizm yapılaşmasına tarımsal bölgelerin tercih edilmesinin önünün kesilmesi hem de turizmde “yerelleşme ve özgünleşme” trendleri doğrultusunda yerel tarım ürünlerinin turizmi desteklemesi öngörülmüştür.

Bu pilot çalışma dışında, gastronomi merkezi olarak adlandırılabilen türde ve konusu Ege Gastronomi Projesi ile aynı özellikte olan bir yatırım projesi Ege Bölgesi illerinde mevcut değildir. Ege Gastronomi Projesi sadece İzmir ilini değil, Ege olarak tanımlanan TR3 illerinin yanı sıra Ege denizine kıyısı olan Marmara bölgesi illerinden Balıkesir, Çanakkale, Edirne ve Tekirdağ illerini de içine alacak şekilde tasarlanmıştır. Ege Gastronomi Projesi, BORSAV ve İTTM projelerini bütünleyen, markalaştırma sürecini yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde tüm ilgili aktörleriyle kucaklayan nitelikte, tamamlayıcı bir projedir.

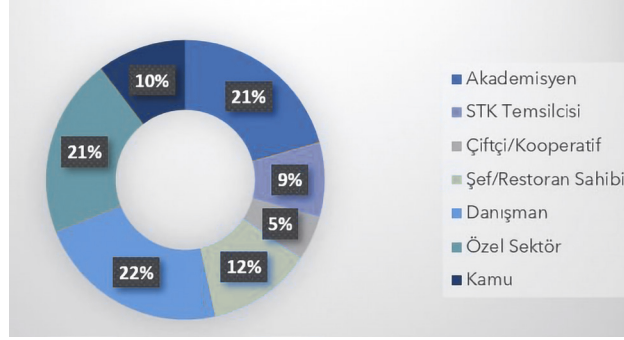
Ege bölgesini, tarihsel ve kültürel arka planı, tarımsal ve turistik imkânları ile dünya çapında gastronomik bir cazibe merkezine dönüştürme vizyonu ve interdisipliner ve inovatif eğitim, araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile doğal olanı koruyarak değer üretme misyonu çerçevesinde tasarlanan Ege Gastronomi Projesi'nin kapsamında; yerel tarım üreticisi, tarımsal ürün tedarikçisi, tarımsal ürün satıcısı, ihracatçısı, akademik yapılar, turizmciler ve kültürel aktörler, restoranlar, toplu yemek sektörü, iletişimci ve pazarlamacılar, markalaşma aktörleri, kamunun ilgili kurumları ve özel sektörün tamamı bu projenin hem faydalanıcısı hem de katkı sağlayan organları olmak durumundadır.

1.4. ARAMA KONFERANSININ SONUÇLARI

Yukarıda aktarılan bu geniş katılımlı ortak aklın sağlanması için ilk adım olarak bu raporun hazırlanması sürecinde, Ege bölgesinde gastronomi sektöründe yer alan STK, üniversite, kamu, özel sektör kuruluşlarından toplam 58 uzman ile 25-26 Kasım 2022 tarihinde “Gastroekonomide Tarımın Rolü” konulu bir arama konferansı gerçekleştirilmiştir. Bu arama konferansına iştirak eden katılımcıların meslek ve işgal konularına göre dağılımı aşağıda verilmiştir. Konferansın yanı sıra 5-25 Aralık 2022 tarihleri arasında ayrıca 30'un üzerinde uzman ile yüz yüze ve online görüşmeler yapılmıştır.

Şekil 3: Arama Konferansı Katılımcı Profili

Şekil 4: Birebir Görüşme Yapılan Kişilerin Profili



KATILIMCI DAĞILIMI	SAYI
Akademisyen	12
STK Temsilcisi	5
Çiftçi/Kooperatif	3
Şef/Restoran Sahibi	7
Danışman	13
Özel Sektör	12
Kamu	6
TOPLAM	58

1.5. YATIRIM VE İŞLETME SÜRECİNDEKİ FAALİYETLERİN KAPSAMI VE PLANI

Ege Gastronomi Projesi'nin faaliyetleri ve yıllar itibariyle gerçekleştirilecek etkinlikleri tasarlanırken;

- Yukarıda sözü edilen 25-26 Kasım 2022 Arama Konferansının sonuçları,
- 5-9 Aralık 2022 tarihlerinde kurumlar, özel sektör firmaları, yerel aktörler ve üniversiteler nezdinde gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerden elde edilen veriler,
- 12-29 Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen online görüşmelerden elde edilen veriler,
- Akademisyenlerden sağlanan dokümanlar,
- Kalkınma ajansları, uluslararası kaynaklar ve diğer kamu kuruluşları tarafından desteklenen gastronomi odaklı projeler,
- Sektörün önde gelenlerinin önerileri,
- İTB'nin ilgili uzmanlarınca izlenen saha verilerinin sonuçları

göz önüne alınmıştır. Bu etkinliklerin gerektirdiği sabit yatırım unsurları da ayrıca tasarlanmıştır.

Etkinliklerin gerektirdiği sabit yatırımın gerçekleştirilmesi süreci ile etkinliklerin olası en yüksek verimi sağlayacak süreleri belirlenmiştir. Bu sürelerden yola çıkılarak etkinliklerin ve sabit yatırımın faaliyet planı yapılmıştır.

Bu etkinliklerin hedefi;

- Planlı ve stratejiye dayanan eylemler ile bölge gastronomisinin tanıtılması,
- Ulusal ve uluslararası düzeyde ilgili platformlarda iş birlikleri yapılması ve duyurulmasının sağlanması,
- Tarım, gastronomi ve turizm sektörlerinin tüm temsilcilerini buluşturacak ortamların oluşturulması,
- Ürün, gastronomik unsurlar ile kültürel değerlerin üst düzeyde seçkin niteliklerini ortaya koyacak faaliyetlerde buluşturulmasıdır.

Özetle planlanan etkinlikler yukârdaki hedefler doğrultusunda aşağıdaki genel adımlarda tasarlanmıştır.

1. Ege Bölgesi Gastronomik Değerlerinin Kayıt Altına Alınması - Envanter Oluşturma

Bu faaliyetin amacı; Ege bölgesindeki ürünlerin ve üreticilerin kayıt altına alınması, sürekli güncellenen, akademik nitelikte bir veri tabanında, bölgedeki ürünlerin alt türlerine, kalitesine göre sınıflandırılarak üretim ve tedarik yönüyle tespit edilebilmesini sağlamaktır. Böylece hangi kalitede, hangi ürünlerin, nerede ve yılın hangi döneminde, ne miktarda tedarik edilebileceği bilgisine erişilebilecektir.

Bu kayıtlar sayesinde uzun vadede hem tüketiciler hem araştırmacılar hem de özel sektör için başvuru kaynağı niteliğinde bir dijital platform kurulması da mümkün olacaktır.

2. Ulusal ve Uluslararası İletişim ve Tanıtım

Ege Gastronomi Projesi'nin iletişim ve tanıtım kapsamının merkezinde Ege gastronomisinin yurt içinde ve yurt dışında konumlandırılması yer almaktadır. Bu kapsamda Ege Gastronomi Projesi'nin amaçlarına hizmet edecek türde yurtiçi ve yurtdışındaki ilgilileri kapsayan bir iletişim ağı oluşturulacak, bölgesel tanıtımı sağlayacak etkinlikler organize edilecektir. İş birliği yapılan kurumlar ile ulusal düzeyde bölgeler arası ve/veya uluslararası nitelikte düzenlenecek etkinliklere konseptte bağlı olarak belli konularda uzmanlaşmış şefler, gastronominin önemli isimleri konuk olarak katılacaktır. Bölgesel aktörler ile ulusal ve uluslararası şefler, yemek yazarları, iletişimciler, üretici ve tedarikçiler etkinliklerde buluşturulacaktır.

Etkinliklerle eş zamanlı olarak medya planlama hizmeti, medya ilişkileri ve sosyal medyanın Ege Gastronomi projesini tanıtımında kullanılması sağlanacaktır. Ulusal ve uluslararası tanıtımda yemek yazarları, gastronomi siteleri, akademi, fuar, yazılı ve sözlü medya araçlarının kullanılması planlanmaktadır. Ege Bölgesi'nin gastronomik değerlerine ve ürünlerine yer veren, aynı zamanda Ege Bölgesi'ni gastronomik bir destinasyon olarak ele alan, dünya pazarına yönelik, kapsamlı bir referans kitabının yayımlanması planlanmaktadır. Ayrıca, her sene 2 sayı halinde güncel Ege Gastronomisini merkezine alan bir dergi/kitap yayımlanacaktır. Kalıcı yayınların yanı sıra Ege Bölgesi'nin flora ve faunasını, gastronomi odaklı rotalarını, yeme-içme ve konaklama noktalarını sürekli güncelleyerek nihai tüketiciye, yerli ve yabancı ziyaretçilere sunan bir Ege Gastronomi mobil uygulaması da tasarlanacaktır.

3. Eğitim ve Bilgilendirme Çalışmaları

Yurt içi ve yurt dışı eğitim kurumları, danışmanlar aracılığı ile muhtelif eğitimler, iş birliği yapılan kurumlarla seminer, konferans, bilgilendirme sunumları Ege Gastronomi Projesi için BORSAV tarafından geliştirilip uygulanacaktır. Kamusal fayda için tasarlanan ücretsiz eğitimlerin yanında, belli eğitimler de ücret karşılığında verilecektir. Borsa Sarayı'nda açılacak olan Ege Gastronomi Merkezi ve Ege Gastronomi "Geçici Kampüsü" kapsamında tadım odaları,

atölye ve sınıflar tasarlanacak ve bu mekanlarda uygulamalı eğitimler, mesleki yeterlilik kursları gibi eğitimler verilecektir. Eğitimlerin yanı sıra Ege Bölgesi gastronomik değerleri envanterinin güncellenmesi, sürekli kayıt altına alma, ürün ve üretici veri tabanının güncellenmesi için araştırmalar yaptırılacaktır. Ayrıca oluşturulacak kütüphane ve çalışma alanlarında akademik yayınlar, el kitapları, kılavuzlar ve süreli yayınlarla araştırmacı ve öğrencilere hizmet verilecektir. Aşağıda bu üç başlık altında belirlenen etkinlikler ve bu etkinliklerin sabit yatırıma ilişkin faaliyetleri (mavi ile renklendirilmiştir) ve işletme dönemi ile tanıtım faaliyetleri olma durumu listelenmiştir.

Yatırım ve İşletme Dönemi Faaliyet Listesi*

- 1 - Saha Araştırması ve Envanter Oluşturma (İşletme Faaliyeti) A1
- 2 - Dergi Çıkartılması (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) B1
- 3 - Kitap Çıkartılması (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) B2
- 4 - Mobil Uygulama Kurulması (Sabit Yatırım Unsuru) C1
- 5 - Etkinlik Performans Değerlendirme Sisteminin Kurulması (Sabit Yatırım Unsuru) C2
- 6 - Konteyner Restoranının Kurulması (Sabit Yatırım Unsuru) C4
- 7 - Türkiye Basın ve Paydaş Tanıtım Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A2
- 8 - Uluslararası Şefler Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A3
- 9 - Uluslararası Basın Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A4
- 10 - Uluslararası Şef ile Yerel Malzeme Tanıtım Etkinliği (İşletme Dönemi Faaliyeti) A5
- 11 - Yerel Geniş Kitle Etkinliği (İşletme Dönemi Faaliyeti) A6
- 12 - Yerel Üretici, Şef, Lokantacı ve Basın Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A7
- 13 - Uluslararası Şef ve Basın Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A8
- 14 - Saray Restorasyonu Tanıtım Etkinliği (İşletme ve Tanıtım Faaliyeti) A9
- 15 - Saray Restorasyonunun Gerçekleştirilmesi (Sabit Yatırım Unsuru) C3
- 16 - Saray Restoran Faaliyetleri (İşletme Dönemi Faaliyeti) D1
- 17 - Saray Kafe ve Dükkân Faaliyete Geçiş (İşletme Dönemi Faaliyeti) D2
- 18 - Eğitim Faaliyetleri (İşletme Dönemi Faaliyeti) D3

*A grubu tanıtım etkinlikleri (gelir getiren boyutu yok)

B grubu yayın etkinlikleri (reklâm amaçlı dağıtımının yanı sıra kısmi gelir getirci özelliği var)

C grubu sabit yatırım unsurlarının işletmeye alınması (mobil uygulama, konteyner restoran ve Borsa Binasının restorasyonu)

D grubu tarihi borsa binası, restoranı, kafe ve eğitim faaliyetleri (kâr amacı gütmeyen sembolik geliri var) eşzamanlı olarak gerçekleştirilecektir.

İlk 5 Yıl için Planlanan Etkinlik Grupları

(Koyu renk olarak verilen etkinlikler her sene tekrarlanan etkinlikleri göstermektedir.)

2022 Hazırlık Yılı

“Gastro-ekonomide Tarımın Rolü” temalı Arama Konferansı
Etkinlik konularının ve içeriklerin kabaca belirlenmesi
Kurumsal kimlik ve yönetim yapısına ilişkin kurumsal adımların atılması
İletişim ve etkinlik planının oluşturulması
İş birlikleri ve paydaşların tespiti
Alaçatı Ege Gastronomi ofisinin kuruluşu
Fizibilite çalışmasının yapılması

2023 Lansman Yılı

Mesleki yeterlilik ve çiftçilik eğitimlerinin başlaması
Türkiye basın ve paydaş tanıtım etkinliği

Kurumsal destekçilerin belirlenmesi

Kitap çalışmasının hazırlık faaliyetleri

Derginin hazırlığı ve 1. Sayının yayını
Ege Gastronomi Projesi mobil uygulama hazırlık çalışmaları
BORSAV eğitimlerinin başlatılması
Uluslararası şef ve basın etkinliği

Ürün ve üretici veri tabanının oluşturulması

Görsel arşivin oluşturulması

Ege Gastronomi Geçici Kampüs inşası
Borsa Sarayı restorasyon çalışmalarının başlaması

2024 Etkinlik Yılı

Uluslararası basın etkinliği

Kurumsal destekçilerin belirlenmesi

Kitap çalışmasının hazırlık çalışmaları

Dergilerin yayımlanması

Ege Gastronomi Projesi mobil uygulama lansmanı
Mesleki yeterlilik belgeleri için içeriğin ve dokümantasyonun oluşturulması

Ürün ve üretici veri tabanının oluşturulması

Görsel arşivin oluşturulması

Ege Gastronomi Geçici Kampüsü açılışı
Borsa Sarayı restorasyon çalışmaları

2025 Etkinlik Yılı

Borsa Sarayı restorasyon çalışmaları

Yerel şef etkinliği

Uluslararası şef etkinliği

Mesleki yeterlilik belgeleri için içeriğin ve dokümantasyonun oluşturulması
Uygulamalı yemek eğitimlerinin başlaması
Görsel arşivin oluşturulması

Dergilerin yayını

Ürün ve üretici veri tabanının oluşturulması

- **2026 Etkinlik Yılı**

Aşçı, üretici, araştırmacılarla uluslararası staj/değişim programları
Okullarda Ege Gastronomi Projesi'nin "case study" olarak anlatılması

- **Uluslararası şef etkinliği**

- **Dergilerin yayını**

- **Ürün ve üretici veri tabanının oluşturulması**

- **Görsel arşivin oluşturulması**

Borsa Sarayı resmi açılışı

"Ege Gastronomisi Eğitim restoranı" olarak halka açılması

Aşağıda tüm bu faaliyetlerin finansal boyutunda katkı verebilecek türdeki aktörler incelenmiştir.

1.6. MALİ DESTEK SAĞLAYABİLECEK PAYDAŞLAR

Ege Gastronomi Projesi, bölgesel gastronomik değerlerin tanıtımını, nitelikli hizmet ve katma değerli ürün geliştirmeyi, kaliteli üretim ve nitelikli çiftçiyi ön plana çıkarmayı amaçladığı doğrultuda doğrudan gelir getirmeyen, kamu yararı üretmeye odaklı bir proje olma özelliğindedir. Tasarlanan etkinliklerin neredeyse tamamı (eğitimler ve restoran gelirleri hariç) doğrudan gelir getiren etkinlikler değildir. Ancak bu proje sayesinde kısa sürede tüm bölgedeki paydaşların dolaylı olarak fayda sağlayacağı ön görülmektedir.

Bu etkinliklerin gerektirdiği sabit yatırımlar da etkinlik giderleri de bütçesi sponsor, devlet teşviki, meslek odaları, özel sektör firmaları ve STK'larca karşılanması gereken türde harcamalardır. Etkinlikleri düzenleyen, organize eden EKK'nın ve EKK üyesi olan İTB ve diğer ortakların bu etkinlikler neticesinde gelir elde etme durumu da, beklentisi de yoktur. Elde edilecek fayda bölgeseldir ve bölgedeki gastronomi sektöründe faaliyet gösteren ve etkinliklerde ürünü, mekânı, yemekleri veya sponsorluğu ile yer alacak aktörlerin doğrudan fayda sağlaması olasıdır.

Bu aşamada finansmanı sağlayacak aktörler de doğal olarak bu etkinlikler ile tanıtımı yapılan, faaliyetlerde yer alan doğrudan ya da dolaylı fayda sağlayacak kesimler olmak durumundadır.

Etkinliklerin gerektirdiği giderlerin bir kısmı aynı katkı olarak sağlanabilir türde giderler olacaktır (Restoran sahası için bedelsiz arazi tahsis gibi). Sabit yatırım giderleri içinde yer alan restoranın inşasında ve restoran içi hazır mutfak cihazlarının temininde ilgili sektör firmalarının sponsorlukları söz konusu olabilir.

Tescilli bir yapı olan tarihi borsa binasının restorasyon giderlerinin karşılanmasında TOKİ ve Turizm Bakanlığının tescilli yapılar için sağladıkları sırasıyla restorasyon kredisi ve restorasyon hibesinden yararlanılabilir. Hibeler; Anıtlar Yüksek Kurulunca tescillenmiş yapılara her yıl belirlenen kriterler üzerinden kullandırılmaktadır.⁷ 2020 yılında Türkiye genelinde tahsis edilen hibe ödeneğinin miktarı 22 milyon TL olup bu ödeneğin yüzde 93'ü kullandırılmıştır.

⁷ <https://kvmmgm.ktb.gov.tr/TR-106721/tasinmaz-kultur-varliklerinin-onarimina-yardim-faaliyetleri.html>

PROJENİN ÖZETİ

Tescilli yapılar için kullanılan onarım ve restorasyon kredisi ise TOKİ tarafından sağlanmaktadır.⁸ Kullanılan kredinin faizi yıllık yüzde 4, vadesi ise 10 yıl olup geri ödemeler aylık sabit taksitler halinde tahsil edilmektedir. Bunun için TOKİ il müdürlükleri ile il turizm müdürlüklerine başvuru yapılması gerekmektedir. Örnek kredilendirilmiş yapılar <https://a.toki.gov.tr/restorasyon-gorselleri/illere-gore-restorasyon-uygulamaları> adresinden incelenebilir.

İşletme ve etkinlik giderlerinin bir kısmı kurumlararası iş birliği ile daha düşük bedelle karşılanabilir giderler olacaktır (envanter ve veri tabanının oluşturulmasında çalıştırılacak işgücünün stajyer ve lisans öğrencilerinin katkısıyla sağlanması, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin üretici, eğitmen veya danışman gibi sektör aktörlerince sağlanması gibi). Etkinlik harcamalarının bazıları firma sponsorlukları ve kamu katkısı ile karşılanabilir özelliindedir (katılımcıların uçak biletleri ve otel masraflarının Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) destekleri, THY, Belediye ve yereldeki turizm firmalarınca karşılanması, mekân ve malzeme temininde yerel üretici ve restoranların destek vermesi gibi). TGA tarafından güvenli turizm ve sürdürülebilir turizm başlığı altında muhtelif destekler sağlanmaktadır. Bu projede tasarlanan etkinliklerde TGA desteklerinden yararlanılabilir. Yararlanılabilecek destek türleri ilgili internet sitesinden izlenebilir.⁹ Yereldeki olası iş birliği ve destek verecek diğer ulusal ve uluslararası aktörler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1:
Fon Temininde
Görüşülebilecek Olası
Uluslararası Aktörler

Uluslararası Aktörler	Borsa Sarayının Restorasyonuna Katkı
Europa Nostra, Europeana	https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/funding-opportunities-for-cultural-heritage
NEMO ve diğer AB İştirakçi Kurumları	https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage-cultural-heritage-stakeholders
United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation	https://www.dcceew.gov.au/parks-heritage/heritage/organisations/international
Global Heritage Fund	https://globalheritagefund.org/
ICOMOS Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi Türkiye Milli Komitesi	ICOMOS Türkiye+90 212 383 26 30 İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi

⁸ <https://a.toki.gov.tr/restorasyon-kredileri>

⁹ <https://tga.gov.tr/guvenli-turizm-programi/>

Tablo 2: Ulusal Aktörler ile Bu Aktörlerin Olası Katkıları

Temel Aktörler	Destek Verebileceği Konular
Havayolu Şirketleri Turizm Acenteleri Birliği, Gastronomi Turizm Derneği TURSAB İl Temsilciliği, Toptancı Marketler Zinciri Üretici Kooperatifleri Şekerciler, Pastacılar ve Yufkacılar Dönerci, Pideci, Restoranlar Birliği Tarım Borsaları Seyahat Acenteleri, Tedarikçi ve Nakliyeciler Firmaları Halciler, toptancılar Birliği Tarımsal üretim, tarım ürünleri ihracatı İletişim ve marka yönetimi yapan Yerel, ulusal ve uluslararası iletişim kanallarının temsilcileri, yayıncılar	Etkinliklere doğrudan veya üyeleri üzerinden sponsor olabilir. Bu yolla etkinlikler iş birliği ile finansa edilirken, taraflar oluşacak bölgesel, kurumsal faydadan yarar sağlar.
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı desteklerinden ve tescilli yapıların restorasyonu konusundaki hibelerden yararlanmak, Dışişleri Bakanlığı koordinatörlüğünde yürütülen Gastrodiplomasi Programında bir STK olarak yer almak üzere bu bakanlık ile proje yürütücüsü SS. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi (EKK) iş birliği yapmak durumundadır.
Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	Coğrafi İşaretli ürünlerin markalaştırılmasındaki yasal boşlukların giderilmesi ve kalkınma ajansları ile güdümlü proje desteğinden yararlanmak üzere bu bakanlık ile proje yürütücüsü EKK iş birliği yapmak durumundadır.
Ekonomi Bakanlığı	Sosyal Kooperatif olma yolundaki etkinliğini artırmak üzere bu bakanlık ile proje yürütücüsü EKK iş birliği yapmak durumundadır.
Tarım Bakanlığı	Gastrodiplomasi Eylem Planının hazırlanması sürecindeki STK katkılarında yer almak, tarımsal tedarikte sürdürülebilirliğin temininde proje geliştirmek üzere Tarım Bakanlığı ile çalışmak durumundadır. (sözleşmeli üretim modeli?)
Dışişleri Bakanlığı AB Başkanlığı	EKK, AB fonlarından yararlanmak üzere AB Başkanlığı ile çalışmak durumundadır.
Büyükşehir Belediyesi/leri ve ilçe belediyeleri	Tüm lojistiğini bu etkinliklere ücretsiz açabilir. Belediye temel misyonuna hizmet edecek bir etkinlikte yer alırken, etkinlik ve bölgesel faydadan zaman içinde fayda sağlar.
Üniversitelerin gastronomi, turizm, güzel sanatlar, arkeoloji, tarih, coğrafya, işletme bölümleri	Özellikle bölgesel envanter çalışmasında, staj ve uygulama karşılığında etkinliklerde bölüm öğrencilerinin aktif rol alması, yer almasına katkı verebilir. Bu yolla hem etkinliklerde öğrenci yetişir ve maliyetler azalır hem de üniversite tez çalışmaları bölgesel araştırma ihtiyacı olan konulara daha kolay yönlendirilebilir.

1.7. PROJE HEDEFLERİNE İLİŞKİN KRİTİK UNSURLAR

Sabit yatırım unsuru olan tarihi borsa binasının restorasyonu gerçekleştirilecek etkinliklerin bir bölümü için hem mekân hem de sponsorluk temininde önemli bir yapıdır. Ancak restorasyon projelerinin tutarları, finansal kaynak temini ve uygulama projesinin hayata geçirilmesi zaman alacağı için etkinliklerin gerçekleşmesini aksatmamak üzere borsa binasının restorasyonu tamamlanana kadar etkinlikler, eğitim ve tadım faaliyetleri için bir restoran yatırımının gerçekleştirilmesi gerekli ve uygun bulunmuştur.

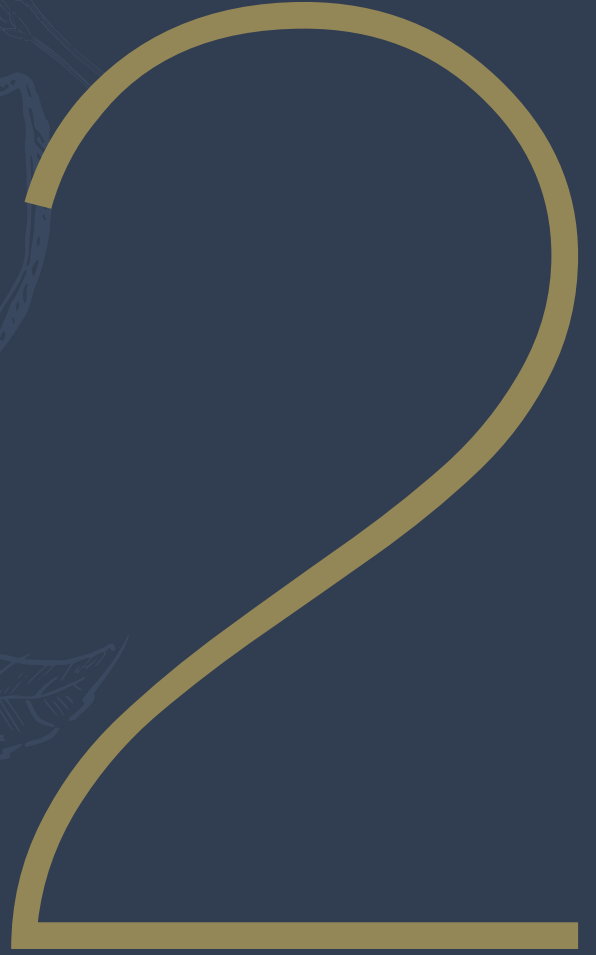
Yatırımın sabit kısmına ilişkin kritik unsur bu geçici restoran ve akademi yapısının öngörülen zamanda ve öngörülen özelliklerde hayata geçirilmesi olacaktır. Zira bu yapı etkinlik takvimini ve etkinliklerin gerçekleştirilmesi maliyetini etkileyecek bir yatırım aşamasıdır.

Hedeflenen sonuçlara erişimi etkileyecek kritik temel unsur ise etkinliklerin ve projenin yürütülmesindeki insan kaynağının varlığı veya erişilebilirliği olacaktır. Zira sağlam ve strateji gerektiren iletişim, tanıtım ve organizasyon faaliyetleri nitelikli insan gücü, tanınırlık için etkinliği sağlayacak bir iletişim ağı ve odaklanılmış saha çalışmalarının hedeflenen zamanda gerçekleştirilmesini gerektirmektedir.

Birden fazla yerel ve uluslararası aktörün bir amaç etrafında aynı adanmışlıkla zaman zaman bir araya gelerek etkinlik amacının gerektirdiği kaynağı, emeği, çaba ve iş gücünü harekete geçirmesi gereklidir. Bu nedenle hazırlık, odaklı iş planlarının geliştirilmesi, faaliyetlerin koordinasyonunun aynı etkinlikle sağlanması kritik önemi haizdir.

- SS. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi (EKK),
- Sosyal Kooperatif olma yolundaki yetkinliğini artırmak üzere Ticaret Bakanlığı ile,
- TGA desteklerinden ve tescilli yapıların restorasyonu konusundaki hibelerden yararlanmak için Kültür ve Turizm Bakanlığı ile,
- Dışişleri Bakanlığının koordinasyonunda, Turizm ile Tarım Bakanlığının iş birliğinde yürütülen Gastrodiplomasi Eylem Planının hazırlanması sürecindeki STK katkılarında yer almak üzere Tarım Bakanlığı ile,
- AB fonlarına başvurmak için Dışişleri AB Başkanlığı ile çalışmak durumundadır.

PROJENİN ARKA PLANI



2.1. DÜNYADA GASTRONOMİ SEKTÖRÜ

Gastronomi tarım, turizm, teknoloji, ekonomi, tedarik, iletişim, tanıtım, pazarlama, sağlık, restoran, içecek ve gıda olmak üzere sanayi sektörü de dahil birçok sektörün bileşkesinde yer alan bir sektör olarak tanımlanabilir. Gastroekonomi olarak ifade edilebilecek faaliyetler bütünü ile yeme-içme sektöründe geliştirilecek katma değer, sözü edilen tüm sektörleri etkileme gücüne sahiptir. Bu nedenle gastronomi sektörü ekonomiye ciddi katkı sağlamaktadır. Bunun en belirgin örneği Fransa, İtalya, İspanya, ABD, kuzey Avrupa ülkeleri, Japonya, Tayland, Peru, Meksika gibi ülkelerdeki yeme-içme sektörünün bu ülke ekonomileri üzerinde sağladığı katkıdır. Ayrıca kültürel diplomasinin önemli bir ayağı olan gastro-diplomasi, ülkeler arası ikili ilişkilerde ve kültürler arası etkileşimde bir araç olarak kullanılabilir. Gastronomi sektörünün turist ve gezgin sayısını artırması, doğal olarak gıda talebini artırdığından bu sektörün tarımsal ekonomiyi, tedarik zincirindeki her bir iş kolundaki istihdamı ve girdileri de etkileme gücü ciddi boyuttadır.

Yiyecek-içecek sektörü küresel olarak sürekli büyümekte olan dev bir sektördür. Küresel gıda pazarının 2023'te 9,4 trilyon USD'ye ulaşması beklenmektedir. Önümüzdeki yıllarda bileşik yıllık büyüme oranının yüzde 6,2 olması ön görülmektedir.¹⁰ Küresel yiyecek- içecek servis işletmeleri (restoran, bar, kafe, catering vb.) sektörü 2021 yılında 2,3 trilyon USD olarak değerlendirildi. Pazarın 2022 yılında 2,5 trilyon USD'den 2029'da 5,2 trilyon USD'ye büyümesi beklenmektedir. Bileşik yıllık büyüme oranının da yüzde 10,8 olması ön görülmektedir.¹¹

Yiyecek-içecek servis sektörünün katlanarak büyüyor olmasının arkasındaki sebepler arasında, gelir düzeyinin artması, şehirleşme, iş yoğunluğu, zaman kıtlılığı, ulusal ve uluslararası turizm hareketliliği, teknolojik gelişmeler, sosyal medya, tüketime yönelik tutum ve alışkanlıklarının dikkat çekici değişimlere uğraması, gastronomi sektörünün katlanarak büyümesi gibi faktörler sayılabilir.¹²

Aşağıda 2022 yılında yapılmış bir araştırmanın sonuçları verilmiştir.¹³

- Dünyadaki gezginlerin yüzde 95'i gastro turist olarak sınıflandırılabilir.
- Gezginlerin yüzde 80'i gidecekleri yeri ziyaret etmeden önce yiyecek ve içecek araştırması yapmaktadır.
- Araştırmalar, insanların yüzde 70'inin oradaki yiyecek ve içeceklere göre bir destinasyon seçtiğini göstermiştir.
- ABD vatandaşlarının yüzde 95'i 'bir tür benzersiz yemek deneyimine' sahip olmakla ilgilenmektedir.
- Gıda turizmi paylarının yüzde 35'i Avrupa'dan gelmektedir ve bunu Kuzey Amerika, Asya Pasifik ülkeleri, Güney Amerika ve Ortadoğu izlemektedir.
- Ankete katılanların yüzde 70'i eve hediye olarak yerel yiyecek veya içecek getirdiklerini belirtmektedir.

¹⁰ Statista

¹¹ Fortune Business Insights, Ağustos 2022

¹² Fortune Business Insights, Ağustos 2022

¹³ Food Tourism Statistics & Facts (2022)

- Mutfak turizmi istatistikleri, insanların yüzde 62'sinin yurt dışında denedikleri yiyecek ve içecekleri evde satın almaya başladığını göstermektedir.
 - Y kuşağının yüzde 63'ü sosyal sorumluluk gösteren yerlerde yemek yemeyi sevmektedir. Y kuşağının yüzde 77'si unutulmaz yeme ve içme deneyimleri yaşamak için seyahat etmektedir.
 - Y kuşağı, gastro turistlerin çoğunluğunu teşkil etmektedir. Araştırmalar ayrıca X kuşağının yüzde 78'inin ve baby boomer kuşağının yüzde 70'inin yerel yemeklerden zevk alma olasılığının yüksek olduğunu göstermektedir.
- Seyahat edenlerin yüzde 61'i, yeni bir destinasyon seçerken en fazla aile ve arkadaşlardan gelen tavsiyeleri dikkate aldıklarını belirtmektedir. Gastro turistlerin yüzde 53'ü çevrimiçi inceleme sitelerine güvenmektedir.
- Ankete katılanların yüzde 59'u, yiyecek ve içeceklerin bugün 5 yıl öncesine göre daha önemli olduğuna inandıklarını belirtmektedir.

2.1.1. Gastronomi Turizminin Geliştirilmesinin Adımları

Destinasyonlarda gastronomi turizminin geliştirilmesi için bir dizi olası faaliyet aşağıda sunulmuştur:¹⁴

Strateji ve Planlama

- Şeffaf ve katılımcı bir yönetim modelini teşvik etmek,
- Hedeflenen ve mutabık kalınan eylem programlarının uygulanması için kurumsal liderlik dahil olmak üzere gerekli kaynakları sağlamak,
- Turistleri bölgeye çekmeye, iç kaynakları geliştirmeye, görünürlük sağlamaya ve mevsimselliği azaltmaya yardımcı olacak tekil etkinlikler düzenlemek ve bunları takvimlendirmek,
- Aktörleri ödül ve takdir araçları ile teşvik etmek; sektörü harekete geçirecek açılış yarışmaları, gastronomi toplantıları, ödüller vb. gibi etkinlikler düzenlemek,
- Evrensel iş birliğinin teşvik edildiği, katılımcılar arası mutabakata dayalı bir vizyona sahip, orta ve uzun vadeli bir "Gastronomi Turizmi Stratejik Planı" geliştirmek,
- İşletmeleri desteklemek için finansman araçlarını geliştirmek, finansmana erişimi kolaylaştırmak,

Ağlar ve Ortaklıklar

- Destinasyonda sektör içi ve sektörler arası iş birliği ve iletişim mekanizmaları kurmak,
- Sektördeki çeşitli aktörler arasında ortaklıkları teşvik etmek,
- Bölgenin gastronomi değer zincirine katkıda bulunan aktörleri strateji planlamasına ve gastronomi turizminin pazarlanmasına dahil etmek,
- Gastronomi değer zincirindeki tüm aktörlerin rekabet edebilirliğini teşvik etmek.

Veri ve Araştırma

14 Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism, UN World Tourism Organization

- Yerel gastronominin kültürel bir miras olarak tanınmasını teşvik etmek, özgünlük ve değerlerin kaybını önlemek için bu mirasın nesiller arası aktarımını sağlamak,
- Gıdayla ilgili somut ve somut olmayan mirasın (gereçler, gelenekler, tarifler, ürünler vb.) bir envanterini çıkarmak,
- Gastronomi turizmi değer zincirinin dinamiklerini ve bu faaliyetin bölge üzerindeki etkilerini incelemek ve izlemek,
- Gastronomi turistlerinin profili ve davranışları hakkında daha fazla bilgi edinmek için farklı alanlarda (bankacılık, iletişim, sosyal medya vb.) aktörlerle iş birliği yapmak,

Pazarlama

- Standartlaşmayı ve miras değerinin kaybını önlemek için bölgeye ait gıda ürünlerine ve restoranlara yönelik kalite etiketleri ve markalama politikaları geliştirmek,
- Bir kültürler arası paylaşım aracı olarak gastro-diplomasi kavramını teşvik etmek, gastronomi turizmi 'elçileri' ağı oluşturmak,
- Gastronomi mirasını zenginleştirecek mekânlar (müze, tarif geliştirme merkezleri vb.) kurmak,
- Gastronomik unsurlara ilişkin estetik ve tematik ürünler, hizmetler, ambalajlar vb. geliştirmek,
- Turizm pazarına girme potansiyeli en yüksek olan yerel gastronomi ürünlerini belirlemek,
- Turistlerin yerel gastronomi kültürünü deneyimlemesini sağlayacak rotalar oluşturmak, yerel etkinliklere (pazar, festival vb.) katılımlarını teşvik etmek
- Yerel ekonominin güçlendirilmesine yardımcı olabilecek coğrafi veya temalı gıda rotaları oluşturmak,
- Gastronomi turizmi pazarlarının araştırılması ve izlenmesi için programlar geliştirmek, destinasyonun özelliklerine ve gelişim hedeflerine en uygun segmentleri belirlemek, bunlara yönelik spesifik pazarlama araçları kullanmak
- B2B ve B2C kanalları için sunulan gastronomi turizmi hizmetleri hakkında çekici, etkileşimli içerik oluşturmak,
- Pazarlama eylemleri üzerindeki etkiyi ve yatırım getirisini ölçmek için araç ve temel performans göstergelerini tanımlamak,

Eğitim

- İş gücü eğitimleri ile kaliteli üretimi artırmak,
- İlkokul, ortaokul ve lisans düzeyinde çeşitli eğitim programlarıyla gastronomi ve yerel ürünler hakkında farkındalık yaratmak,
- Kadınlar, gençler ve nüfusun dezavantajlı kesimlerinin eğitimini ve değer zincirine entegrasyonunu teşvik etmek,
- Sektörün kârşılaştığı zorluklara çözüm olabilecek öğrencilerin ve genç girişimcilerin sektöre katılımını teşvik etmek için açık inovasyonu benimsemiş girişimciler ile burs programları oluşturmak,

Teknoloji

- Çevrimiçi konumlandırmayı iyileştirmek için web sitesi, blog, sosyal medya profilleri, arama motoru reklâmları gibi araçlardan yararlanmak,
- Turizm pazarlamasına uygulanan teknolojik gelişmelerin kullanımını, kaliteli görsel-işitsel içeriğin geliştirilmesini ve etkileşimli araçların kullanımını sağlamak,
- Ziyaretçiler için gastronomi turizmi deneyimlerini teşvik etmek amacıyla mekânsal zekâ geliştirme programları oluşturmak,
- Tüketici davranışlarını ve ihtiyaçlarını tahmin etmek için dijitalleşme, büyük veri yönetimi ve yapay zekadan yararlanarak işletmeler için müşteri odaklılığı kolaylaştırmak,
- Turistlerin memnuniyet derecesini bilmeyi ve sistemlerde sürekli iyileştirme gerçekleştirmeyi mümkün kılan, müşteri sadakat sistemleri geliştiren etkileşimli iletişim uygulamalarının (özellikle sosyal ağların) kullanımını teşvik etmek,
- Enerji verimliliği, sürdürülebilir kaynak ve atık yönetimi gibi turizmle ilgili çevresel etkiyi ve maliyetleri azaltan teknolojik gelişmeleri teşvik etmek,
- Sektörde cazibe yaratabilecek işletmelerin stratejik teknolojik yatırımlarını teşvik etmek,

Farkındalık ve Kimlik

- Ziyaretçilerin yerel sosyokültürel özgünlüğe saygı duymaları ve kültürel mirası korumaları için bilinçlendirme programları oluşturmak,
- Gastronomi turizminde iş gücünü oluşturan insana, emeğe değer veren bir kültür oluşturmak,
- Mevsiminde ürün kullanan, sağlıklı ve sürdürülebilir bir mutfağın avantajları hakkında farkındalık yaratmak,
- Yöre halkını gastronomilerinden gurur duymaya ve bunun bir parçası hissetmeye teşvik etmek, bunun için kimliklerini kutlamaya ve korumaya teşvik edecek faaliyetler düzenlemek

Sürdürülebilirlik

- Gastronomi turizmini turizmin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine erişmek için bir araç olarak pazarlamak,
- Firmaları sürdürülebilirlik sertifikasyonu (ISO 14001, ISO 50001, ISO 22000, ISO 20120 vb.) almaya teşvik etmek,
- İstihdam ve yerel faydalar yaratmak için sürdürülebilir yerel ürün ve tekniklerin kullanımını teşvik edecek programlar geliştirmek, bu ürünleri özellikle konaklamaya entegre etmek,
- Plastik ve enerjinin akılcı kullanımı, gıda atıklarının azaltılması gibi dōngüsel, yeşil ve mavi ekonomi uygulamalarını teşvik etmek.

2.1.2. Yaratıcı Bir Sektör Olarak Gastronomi

İngilizlerin yaratıcı ekonomi, Fransızların kültür ekonomisi, Danimarkalıların deneyim ekonomisi olarak adlandırdıkları alanda teknoloji, bilim, kültür ve ekonomi aynı çatı altında buluşmuştur. Kavram Türkiye’de yaratıcı ekonomi ve kültür ekonomisi olarak her iki isim altında da kullanılmaktadır. Yaratıcı ekonomi; mimari, radyo, TV, reklâm, sanat, turizm, eğlence sektörü, arkeoloji ve dijital platformları da kapsayan oldukça geniş bir uygulama alanına sahiptir ve giderek genişlemektedir.

Gastronomi de dahil olmak üzere yaratıcı endüstriler, diğerlerinden daha fazla ekonomik değere sahip sektörler hâline gelmekte ve geleneksel endüstrileri, hatta AB’deki güçlü otomobil endüstrisini bile hızla geride bırakacak bir boyuta erişmektedir. Gastronomi, ekonomiyi hızlandırmak için lokomotif olma potansiyeli ile turizm ve istihdam için çok etkili bir araç olduğu görüldüğü için, yaratıcı sektörler uluslararası düzeyde de giderek daha fazla desteklemektedir.

Tarımdan kooperatifçiliğe, gıda endüstrisinden zincir marketlere, mütevazı lokantalardan fine dining mekânlarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan gastronomi sektörü, nüfusun önemli bir bölümünü besleyecek ve döngüsel ekonomiye katkı sunacak potansiyelindedir.

Gastronomi de yaratıcı ekonominin sektörler arası iş-birliğini gerektiren yumuşak gücü ve başlı başına yaratıcı bir sektörü olmuştur. Gastronominin, ülke refahına katkı sağlayan ve sürdürülebilir kalkınmayı kolaylaştıran boyutu da önemlidir. Ayrıca gastronominin sergilediği yükseliş ivmesi, kültürel, sosyal bileşenler ve edebiyat, felsefe, sosyoloji, sanat ile merkezinde gıdanın yer aldığı kendi alt başlıklarını oluşturması ve farklı disiplinlerle ilişki kurması dikkat çekicidir.

Gastronomi, doğa/çevre dostu tarım uygulamalarından endüstriyel gıda ürünlerinin gelişmesine, eğlence sektöründen tanıtım ve reklâmcılığa, lojistikten haberleşme sektörüne kadar pek çok alanda teknolojik gelişmeyi de beraberinde getirir. Kendi dışındaki pek çok sektörü etkileyebilme kapasitesi diğer bir deyişle pozitif dışsallığı güçlü olan gastronomi, girişimciliği de teşvik ederek istihdama katkı sağlar. Türkiye’nin kültür ekonomisi verilerinden de görüldüğü üzere konusunda yetişmiş eleman talebine kârşılık vermek için yaratıcılık konusunda eğitim sektörünü de işin içine katmak mümkündür. Türkiye’de gastronomi ile ilgili bölümlere bakıldığında son zamanlarda artış olduğu görülmektedir. Bölümlerin Gastronomi ve Mutfak Sanatları adı altında açılması da konunun yaratıcılık kısmına vurgu yapmaktadır. Müfredat programlarının da dünyanın gidişatına uygun yenilenmesi ve öğrencilerin farkındalıklarının artırılması şüphesiz ki oldukça değerlidir.

2.1.3. Gastronomi Alanında Başarılı Dünya Örnekleri

Gastronomi sektöründe dünyada başarılı olan ülkeleri; kendiliğinden gelişenler ve bir strateji dahilinde marka olanlar şeklinde iki temel gruba ayırmak mümkündür. Kendiliğinden gelişen ülkeler arasında Fransa, İtalya, İspanya gibi ülkeler sayılabilir. Belli bir strateji ile geliştirilen ülkeler ise Kuzey Avrupa ülkeleri, bir strateji izleyerek başarılı olmuş ülkeler irdelenmiştir.

• Kuzey Avrupa Ülkeleri

2004 yılında bir grup şef ve girişimci tarafından oluşturulan “New Nordic Kitchen Manifesto” (Yeni Kuzey Mutfağı Manifestosu) ile Danimarka, İsveç, Norveç, Finlandiya, İzlanda, Grönland ve Faroe Adalarını kapsayan ve doğallık, kalite, sağlık, sürdürülebilirlik gibi konuları merkezine alan bir hareket başlatılmıştır. Geleneksel gıdaya yenilikçi bir bakış açısı getiren, Kuzey Avrupa kültürüne paralel olarak yüksek kalitede üretim, tazelik, saflık ve etik değerlerin ön planda olduğu, özellikle yerel üretimin desteklendiği bu hareketin amaçları arasında; Kuzey Avrupa ülkelerinde yetişen yerel ve yöresel ürünleri ve bu ürünlerin arkasındaki mutfak kültürlerini tanıtmak; topraktan denize sürdürülebilir ve doğaya, canlıya saygılı üretimi yaymak; geleneksel Kuzey ürünlerini yenilikçi bir şekilde geliştirmek; dünyadaki iyi uygulamaları Kuzey mutfağına kazandırmak; tüketicileri, üreticileri, tarım, balıkçılık, gıda servisi ve perakende sektörlerini, araştırmacılar, eğitmenler, kamu kuruluşlarıyla buluşturmak ve güç birlikleri yaparak Kuzey ülkelerindeki tüm paydaşlara kazanç sağlamak sayılabilir.¹⁵

Bu manifestoyu takip eden yıllarda gerçekleşen onlarca program ve etkinliğin, yemek kitaplarından televizyon programlarına tüm tanıtım araçlarının, restoran ve servis sektöründeki gelişmelerin, özel sektör ve kamu iş birlikteliklerinin ortak özelliği, gıda ve yemek kültürünün tüm yönlerini bütüncül bir bakış açısıyla içermesidir. Yeni Kuzey Mutfağının duruşu ve bakış açısı birçok yeme-içme noktasında ekolojik duyarlılık ve yerel ürün kullanımı gibi gelişmelere yol açmıştır, aynı zamanda Kuzey Mutfağının ayırt edici özellikleri sektörün farklı alanlarına da yansımıştır. Ayrıca doğru elçilikler ve uygulamalar sadece bölge sınırlarında kalmayarak tüm dünyaya yayıldı. Bugün bölge, dünyadaki gastronomi trendlerini belirlemenin yanında, gastronomik bir destinasyon olarak da öne çıkmaktadır. İskandinav ülkelerinin gastronomi sektöründe son 15 yılda geldiği nokta en kısa şekilde “sıfırdan zirveye çıkmak” olarak ifade edilebilir. Bu mutfak kültürlerine yükselen ilgi, benzersiz deneyimlerin daha da geliştirilmesine yol açarak dünyanın dört bir yanından turistleri bu ülkelere çekmiştir.

Bu program sayesinde İskandinav yemek ve yemek kültürüne bakış köklü bir değişime uğramıştır. İskandinav yemekleri artık kaliteli hammaddeler, mükemmel beceriler, zengin girişimcilik ve toplumun farklı sektörleri arasındaki sınır ötesi iş birliğine dayalı olarak büyük uluslararası tanınırlık kazanmıştır. 2017 yılında İsveç'teki yabancı turistler yiyecek ve içeceklere 2014 yılına oranla yüzde 50 artışla 47 milyar SEK (4,5 milyar EUR) harcamıştır. Neredeyse her beş uluslararası turistten biri, İsveç'in en iyi mutfak deneyimlerini sunduğuna inanmaktadır. 2014 senesinde Kuzey Avrupa ülkelerini kapsamaya başlayan Michelin Rehberi'nde üç yıldızlı hiç restoran bulunmazken, bugün Kopenhag'da Noma ve Geranium, Oslo'da Maemo ve Stockholm'de Frantzén adlı restoranlar üç yıldız, 12 adet restoran 2 yıldız, 49 restoran ise 1 yıldıza sahiptir. Aynı zamanda The World's 50 Best Restaurants (Dünyanın En iyi 50 Restoranı) listesinde de bölgenin ciddi bir yeri vardır; Kopenhag'dan iki restoran, 2021'de Noma, 2022'de de Geranium listede birinci sıraya yerleşmiştir.¹⁶

¹⁵ <https://www.norden.org/en/information/new-nordic-food-manifesto>

¹⁶ <https://thenordics.com/trace/how-nordic-food-scene-became-global-movement>

• Peru

Peru, dünya çapında son 15 yıldır gastroturistin tercih ettiği popüler bir ülke hâline gelmiştir. Gelişen bir gastronomi sektörünün yaratılması, turizmde canlanma ve ekonomide hızlı büyümeyi beraberinde getirmiştir. Peru mutfağı binlerce yıllık tarihi, son derece zengin biyolojik çeşitliliği ve birçok kültürün renklerini barındırmaktadır. 2000'li yıllarla birlikte şefler, üreticiler ve devlet desteği ile bu zenginliğe sahip çıkan ve dünyadaki gelişmelerle uyumlu bir şekilde planlanan bir markalaşma ve tanıtım süreci başlamıştır. Yeme-içme turizminde inanılmaz bir potansiyele sahip olan ülke, son yıllarda Peru'ya özgü yerel geleneklere, yemeklere ve kültürlere odaklanmak kadar, bu mutfakların üst düzey restoranlarda yorumlanmasına da odaklanmaktadır. 2011'te Peru mutfağını ve yerel ürünlerini merkezine alan Astrid y Gastón adlı restoran Dünyanın En İyi 50 Restoranı listesinde yer almış, 2013'te ise yine aynı misyonu taşıyan Central adlı restoran da listeye girmiştir. 2011 yılında dönemin en etkili gastronomi buluşmalarından sayılan Madrid Fusion Konferansı'nda "Mucho Gusto" adlı kampanya uygulanmış, 2012 yılında Peru'yu dünya çapında tanıtmayı amaçlayan "Recordarás Perú" ("Peru'yu Hatırlayacaksın") adlı kampanya başlatılmıştır. Peru mutfağının tanıtım faaliyetleri yurtdışında ve yurtiçindeki benzer kampanyalar ve ev sahiplikleri ile devam etmiştir.

Peru gastronomi sektörü 2011'den 2013'e kadar yüzde 45 büyümüştür ve şu anda Lima; New York, Londra ve Mexico City ile Dünyanın En İyi 50 Restoranı listesinde 3 restorana sahip dünyadaki dört şehirden biridir. Peru'da, halihazırda "gurme" turizmi (kaliteli, genellikle pahalı yemeklerin keyfi) teşvik edilmektedir. Ayrıca Peru mutfağının dünya çapında tanınması ve değer bulması sayesinde Peru mutfağının Perulular için bir gurur kaynağı olması da söz konusudur. Peruluların yüzde 36'sı antik İnka şehri Machu Picchu ile gurur duyarken, yüzde 39'u Peru Mutfağından gurur duyduklarını belirtmiştir.¹⁷

• Avustralya

Büyük ölçekli bir göç ülkesi olan Avustralya, İngiliz, Avrupa, Asya ve Orta Doğu da dahil olmak üzere dünyanın dört bir yanındaki çeşitli kültürlerin mutfak özelliklerini özümsemiştir. 2000'li yıllarla birlikte yenilikçi restoranları, yayınları ve uluslararası etkinlikleriyle dünya çapında dikkat çekmeye başlamıştır. Avustralya'yı dünyaya tanıtmaya amacıyla kurulan Tourism Australia'nın 2013 yılında lansmanını yaptığı "Restaurant Australia" programı kapsamında yemek ve şarap pazarlamasında önemli hedef pazarlar merkeze alınmaya başlanıp 2014 yılında dünyanın en etkili yeme-içme girişimcileri, şefleri, yazarları davet edilmiş ve özel programlarla ağırlanmıştır. 2016 senesinde dünyanın en iyi restoranlarından sayılan Noma, tüm ekibiyle birlikte Kopenhag'dan gelip Ocak-Mart ayları arasında Sidney'de bir pop-up restoran açmış, Avustralya'nın yerel ürünlerini öne çıkâran menüsüyle tüm gastronomi dünyasının ilgisini ülkeye çekmiştir. 2017 senesinde ise The World's 50 Best Restaurants, Avustralya Turizm Bakanlığı'nın desteğiyle her sene gerçekleştirdiği, restoran dünyasının Oscarları

¹⁷ <https://umdpolicyperu2016.wordpress.com/2019/03/26/the-growth-of-gastronomy-in-peruvian-business-and-its-international-reach/>

sayılan ödül törenini Melbourne’de düzenlemiş, dünyanın dört bir yanından yüzlerce gastronomi sektörü temsilcisini ve kanaat önderini ülkeye davet etmiştir.

Bütün bu çalışmalar sonucunda; uluslararası ziyaretçilerin Avustralya’daki yeme-içme harcamaları yüzde 38 artmıştır. Avustralya’yı hiç ziyaret etmemiş kişilerin sadece yüzde 26’sı ülkeyi iyi yemekle bağdaştırırken Avustralya’yı ziyaret etmiş kişiler dünyadaki 15 büyük pazar arasında Avustralya’yı ikinci sırada görmektedir. Nitelikli turistin ilgisini çeken özellikler, bölgelerin kültürel mirası ve yerel ürünler; sağlıklı, doğal ve taze mutfak; sokak yemeğinden üst düzey restorana kaliteli yemeğin ön planda olduğu tecrübeler; ürün ve üretimdeki izlenebilirlik, ustalık ve kişiselleşmiş gastronomik tecrübeler olarak belirlenmiştir.¹⁸

• Japonya

Japonya’nın gastronomi turizmi, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında yüksek oranda kamu- özel sektör iş birliğinin çalıştırıldığı görülmektedir. Turizm teşviklerinin odak noktası sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya doğru kaymaktadır. Ülkede sürdürülebilir kalkınma amaçlarını sağlamada gastronomi turizmi bir araç hâline gelmiştir. Turizm Bakanlığının yanına Japonya Turizm Ajansı kurulmuş ve sınırlı sayıda turizmle ilgili işletme bazında fayda üretmenin ötesine geçmek hedeflenmiştir.

Japonya’daki bölgesel yerel mutfaklar belirlenerek her bir bölgede katma değeri artıracak hangi etkinliğin ne kadar realize edilebileceği, etkinliğe katkı verecek aktörlerin varlığı, gastronomik ve kültürel değerlerin bölgesel potansiyeli, etkinlik türleri ve yaratılan etkinin ölçüsü değerlendirilip uygun faaliyetler oluşturulmuş ve izlenmiştir. Örneğin; gastronomi turizminde Hiroşima bölgesine özel “Saijo Sake Festivali” düzenlenmektedir. Bu festival 190.000 nüfusa sahip bir şehre yaklaşık 250.000 ziyaretçi çekmekte ve 3,3 milyar JPY (yaklaşık 29,5 milyon ABD Doları) gelir sağlayarak yerel ekonomiyi önemli ölçüde artırmaktadır. Sonuç olarak 2017 yılı itibariyle Japonya’da ortaya konan gastronomi değer zincirindeki girişimlerin yüzde 20’si turizme dönüşümde nihai hedefe ulaşırken, yüzde 25’i yerel mutfak kültürünün korunması ve başarısı konusundaki nihai hedefe ulaşmıştır.

• Meksika

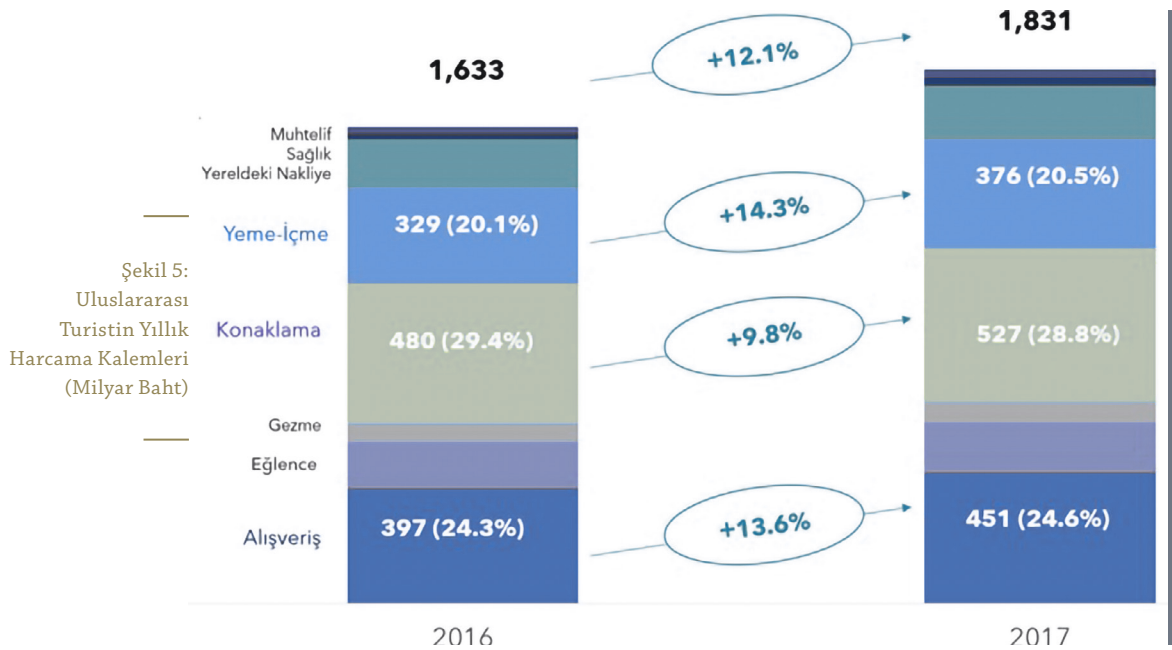
Günümüzde Meksika mutfağı gastronomi turizmi yoluyla turistlerin ülkeye seyahat etmelerinin önemli nedenlerinden biridir. Meksika’daki Michoacan bölgesi gastronomi turizmi konusunda başarı öyküsü yazmış bir bölgedir. Bölgedeki nüfusunun yüzde 52’si yoksul, yüzde 24,6’sı şiddetli yoksulluk içinde, yüzde 50’si ABD’de göçmen, yüzde 27,7’si yerli ve yüzde 31’i köyde yaşamakta iken gelinen noktada, yılda 9 milyon turist ağırlayan, 5 adet dünya mirası listesinde girmiş lokasyona sahip bir bölge haline gelmiştir. Michoacan eyaleti on yıl süreyle uyuşturucuya bağlı ciddi şiddete maruz kaldıktan sonra, devlet, kırsal alanlara odaklanarak sanayi olmadan, kalkınma için bir itici güç olarak sürdürülebilir turizmi teşvik etmeye başlamıştır. Ancak gelen yeni yönetimler

¹⁸ <https://www.tourism.australia.com/en/resources/campaign-resources/past-campaigns/food-and-wine.html>

bu programı durdurunca Michoacan Eyaleti, yerel kalkınmanın bir aracı olarak gastronomik mirasını korumak, tanıtmak ve bunlardan yararlanmak için kendi gastronomi programını başlatmıştır. Program kapsamında 106 adet yerel yemek, geleneksel yöntemler kullanılarak başta kadınlar olmak üzere yerel halka sağlanan eğitim, etkinlikler, finansal destek ve mutfak altyapısıyla desteklenmiştir. Bu yörede, küçük köylerde yaşayan, kendini girişimci olarak görmeyen, ailelerinin geçimini sağlayan kadınlar sayesinde Meksika mutfağının dünya mirası olarak tanımlanması mümkün olmuştur.

• Tayland

Tayland turist sayısı bakımından dünya ölçeğinde 10. sırada (Türkiye'nin arkasında), ancak gelen turistin bıraktığı gelir açısından 4. sırada yer almaktadır. Bunun anlamı, Tayland'a giden insanların sadece turistik bir seyahatle kalmayıp aynı zamanda Tayland'ı deneyimlemek için harcamaya da istekli olduklarıdır. Ayrıca geçmiş verilere bakıldığında rakamlar her geçen yıl daha da artmaktadır. Ancak daha da önemlisi, son 4 yılda turizm gelirindeki artış turist sayısındaki artıştan daha yüksek olmuştur. Bu durum aşağıdaki şekilde gösterilmiştir. Rakamlara yakından bakıldığında Tayland'ın turizm gelirlerinin alışveriş, konaklama ve yeme-içme olmak üzere üç ana gruptan geldiği görülmektedir. Yeme-içmenin yıldan yıla yüzde 14.3 ile en yüksek büyüme oranına sahip olduğunu (genel büyüme oranından bile daha yüksek) kolayca görülmektedir. Bu, yeme-içmenin Tayland turizmi için ne kadar önemli olduğunu ortaya koyan temel veridir.



Tayland Turizm Bakanlığınca yapılan anketler, turistlerin Tayland yemekleri için sadece Tayland'a gelmediğini, aynı zamanda dünyanın diğer ülkelerinde de Tayland yemeklerini tercih ettiğini göstermektedir.

Tayland ekonomik kalkınma planında gıda ve gıda turizmine önemli bir yer ayıran bir ülkedir. Hükümet, fonksiyonel, tıbbi, organik ve yeni gıdaları teşvik etmek için Ulusal Gıda Enstitüsü de dahil olmak üzere, uzayda gastronomi dahil inovasyonu içeren bir dizi projeyi desteklemektedir. Ülkedeki Food Innopolis, mutfak yaratıcılığına odaklanan bir araştırma ve geliştirme laboratuvarıdır. Turizm yetkilileri, yemek festivalleri düzenleyerek Bangkok'taki yerel lezzetler için haritalar ve rehberler üretmekte ve çeşitli yörelerin daha iyi ve daha çeşitli yemek turizmi teklifleri düzenlemesine yardımcı olmaktadır.¹⁹

2.1.4. Dünyada Gastronomi İnisyatifleri ve Okul Restoranları

Dünyada bölgesel gastronomiyi destekleyen büyüklü küçüklü birçok kurum, inisiyatif ve okul mevcuttur. Bazıları geleneksel mutfakları araştırırken bazıları ise yenilikçi yöntemlere odaklanmaktadır. Dikkat çeken örnekler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

• Restaurant Gustu ve Melting Pot, Bolivia

Gustu'nun kurucusu olan Melting Pot Bolivia, Bolivya'nın kültürel, doğal ve üretime dair zenginliğini keşfetmeyi, yeniden canlandırmayı ve bu zenginlik hakkında farkındalık yaratmayı hedefleyen bir kurumdur. Gıda mirası ve gastronomi kültürünün Bolivyalılar için bir gurur ve sürdürülebilir gelişim kaynağı olabileceğini savunan vakıf, kalıcı sosyoekonomik kalkınmanın gerçekleşmesi için yerel halka gerekli araçları sunmayı amaçlamaktadır. Melting Pot'un ilk projesi olan GUSTU ise 2013'te açıldığı ilk günden beri yalnızca Bolivya'ya ait ürünler kullanarak Bolivya'nın üretim potansiyeli, kültürel zenginliği ve biyoçeşitliliği hakkında farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. Adı Quechua dilinde "lezzet" anlamına gelen restoranın 8 yemekten oluşan tadım menüsünde tamamen yerel ürünler yer almakta ve yemeklerin tümü restoranın felsefesinin bir parçası olan inovasyon ve sadelik ilkeleri öncelenerek hazırlanmaktadır.

• Orana Foundation, Avustralya

Şef Jock Zonfrillo tarafından kurulan Orana Foundation bir yandan yerel kültürü el üstünde tutup yerel halkı desteklerken Avustralya'ya özgü gıdaları dünyaya tanıtmayı amaçlamaktadır. Şef Zonfrillo'nun restoranının da adı olan Orana, "Hoş geldiniz" anlamına gelir. Kâr amacı gütmeyen bu vakıf, binlerce yıllık teknik bilgi birikimini ve kültürel mirası korumanın peşindedir. Bu amaç için kullandıkları temel araçlar ise araştırma, inovasyon ve girişimciliktir. Dünyaca ünlü şef Alex Atala da vakfın elçilerindedir. Vakfın yürüttüğü işler arasında yerel halkın gıda ve tarım girişimlerini desteklemek, yerel halkın o topraklara özgü yiyecekler hakkındaki birikimini bir veri tabanına taşımak gibi projeler bulunmaktadır. Aynı zamanda kendi restoranlarında etrafında farkındalık oluşan bu malzemeleri ve teknikleri hayata geçiren Zonfrillo, vakıf aracılığıyla başka

¹⁹ <https://skift.com/2019/11/15/the-future-of-food-tourism-in-thailand/>

gıda işletmelerinin de bu malzemeleri kullanmasını yarattığı farkındalıkla teşvik etmektedir.

• MIL Centro Restaurant, Peru

Bünyesinde MIL Centro dışında Kjolle ve Central adında iki restoran daha barındıran Mater Iniciativa araştırma, yorumlama ve kültürel anlatım ile bilgi aktarımını amaçlayan disiplinler arası bir inisiyatiftir. Restoran bir zamanlar İnka İmparatorluğu'nun başkenti olan And Dağları'ndaki şehir Cusco'da yer almaktadır. İnkalardan kalma Moray harabelerinin yakınında yer alan MIL, müşterilerine isteğe bağlı yalnızca fine dining deneyimi sunsa da verdiği asıl hizmet, çevre bölge ve bu bölgede yaşayan toplulukların da dahil edildiği tek günlük bir gezi programıdır. And Dağları'na özgü tarım ürünlerinin, yabani bitkilerin ve kendi hikayelerini anlatan yerel malzemelerle hazırlanmış içeceklerin görüldüğü ve deneyimlendiği bir geziyi MIL'in etrafındaki malzemelerle hazırlanmış 8 tabak/ekosistemden oluşan bir yemek takip etmektedir. MIL, 2019 ve 2020 yıllarında Latin America's 50 Best ödülünün yanında başka gıda sektörü ve mimari ödüllerine de sahiptir.

• Food Organization of Denmark, Danimarka

Kısaltması yemek anlamına gelen FOOD olan kurum, İskandinavya ve Danimarka bölgesinin gastronomisi, doğası, tarımı ve mutfak kültürüne duyulan ilgiyi besleyip büyütmeyi hedefleyen, kurulduğu 2010 yılından beri Danimarkalı gıda üreticileri ve kamu fonları tarafından desteklenen kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Yıllık bazda Danimarka'da gerçekleşen en büyük iki yemek organizasyonunu yürüten FOOD, yıl içinde daha küçük skalada etkinlikler de düzenlemektedir. Danimarka'da gelişmekte olan yeni bir yemek kültürü olduğunu ve bu kültürün yemekle ilgili herkes için bir ilham kaynağı olabileceğini savunan kurum, Food Festival ve Copenhagen Cooking & Food Festival gibi yemek festivalleri dışında "The Future Food Scene" gibi Kopenhag bölgesinde yemek sektörünün gelişimini güçlendirmeyi amaçlayan projeler de yürütmektedir.

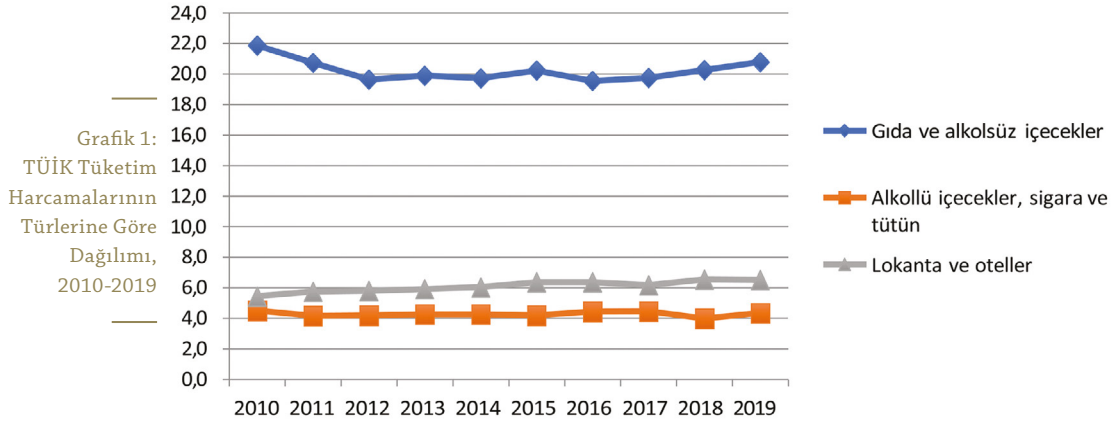
2.2. TÜRKİYE GASTRONOMİSİ

2.2.1. Türkiye'de Gastronomi Sektörü

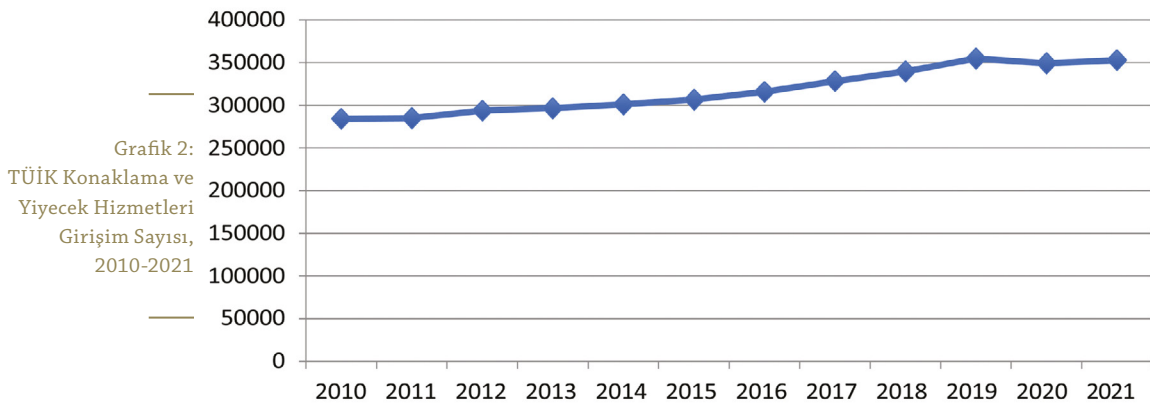
Otel, restoran ve kafeler, 2020 yılı itibarıyla Türkiye'nin tüm gıda sektörünün 30 milyar dolarlık kısmına tekabül etmektedir. Sektördeki para akışının büyük bir kısmını tatil yerleri ve turistik şehirler domine etmektedir. Gelirin 2020 yılı itibarıyla yüzde 40'ı doğrudan İstanbul'dan gelirken İzmir, Antalya, Ankara ve Adana ise pazarın yüzde 48'ine hâkimdir.²⁰ Türkiye'de 3.800'den fazla otel, 150.000'den fazla restoran, kafe ve sayıları giderek artan fast food dükkanı mevcuttur. Sektör her yıl genişlemekte ve değişmektedir.

Hanehalkı tüketim harcamalarının son on yılı incelendiğinde yeme, içme ve konaklama üzerine yapılan harcamaların, toplam harcamanın 1/3'ünü kadar oluşturduğu görülmektedir.

²⁰ TAVAK vakfi



TÜİK İş kayıtlarından 2010-2021 dönemi girişim sayıları incelendiğinde, Türkiye konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyetlerinde her sene ortalama yüzde 8 oranında artış görülmektedir. (TÜİK istatistiklerinden ana gruplar üzerinden analiz yapıldığı için HoReCa sektörünün doğrudan faaliyet alanı olan konaklama ve yiyecek hizmetlerine ilişkin üzerine bir sonuca yer verilmiştir. HoReCa sektörünün kapsadığı üretim, imalat ve ticaret alanları dahil edildiğinde girişim sayısının, Türkiye ticaret ve ekonomi hayatındaki önemli bir yer tuttuğu öngörülebilir).



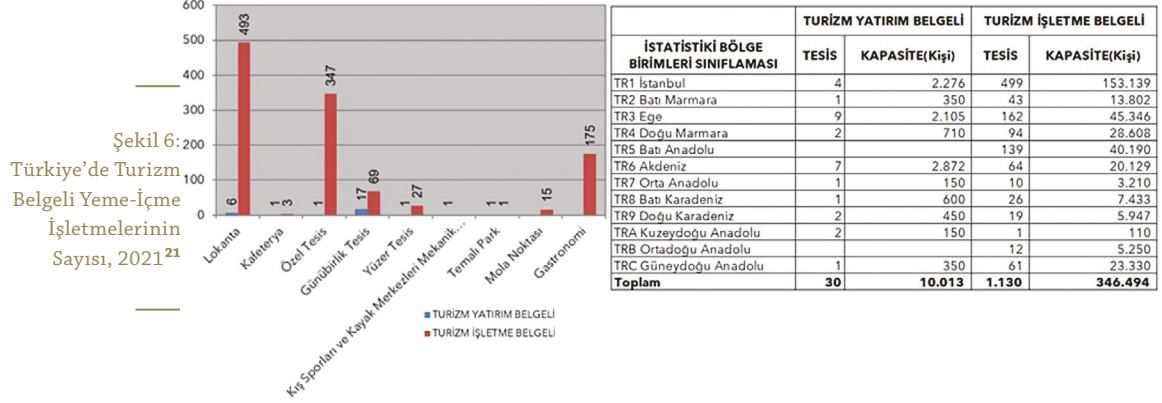
Sosyal Güvenlik Kurumu 2021 yılı istatistiklerine göre, Türkiye’de konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyet alanının, 1,01 milyon çalışan istihdamı ile 100 farklı faaliyet alanı içerisindeki payı yüzde 6,3’tür

Türkiye ve dünyadaki ağırlama sektörü, yıllar içinde muazzam bir gelişme göstermiştir. Sadece işletme sayısı artmakla kalmamış, aynı zamanda konsept ve mutfak çeşitlerinde de artış olmuştur. Ayrıca bu ilgi, restoranlardan otellere, üreticilerden aşçılık okullarına, tasarımdan tedarik zincirine kadar pek çok alana ivme kazandırmıştır. Sektörün potansiyeli ve büyüme ivmesi aşağıdaki verilerde ortaya konmaktadır.

Türkiye’deki otel, restoran ve catering işletmelerinin yüzde 85’inin ihtiyaçlarını karşılayan Metro Türkiye’nin 2021 Etki Raporuna göre, Türkiye’de toplam 140 bin otel, restoran ve catering (HoReCa) işletmesi mevcuttur, toplam müşteri-

lerin yüzde 30'unu temsil eden son tüketiciler dahil edildiğinde sektörün 20 milyar dolarlık bir ekosistemi bulunmaktadır.

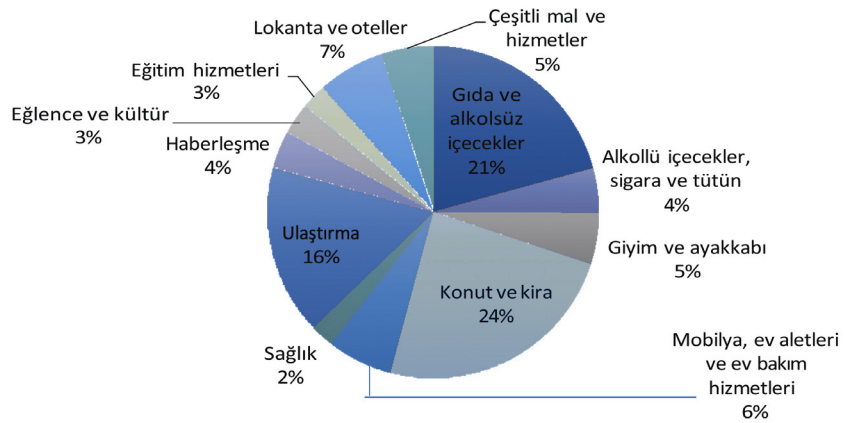
Gastronomi yaratıcı ekonominin içinde değerlendirildiğinde özellikle 2005-2015 arası katlanarak büyüyen ev dışı tüketim sektöründen de bahsetmek gerekir. Ev dışı tüketim sektöründe kafeler, lokantalar, pastaneler, oteller, fast food satış yerleri gibi mekânlar yer almaktadır.



Turizm belgeli yeme-içme işletme sayısı Türkiye genelinde 1160 dolayında iken, belgesiz işletmelerin (lokanta, kafe, pastane, çay bahçesi, kahvaltı salonu, kantin vb) toplamının 2018 rakamları ile 150 bin civarındadır. TAVAK tarafından 2019 yılında İstanbul ve Antalya ilinde yapılan saha araştırmasına göre her bir yeme-içme işletmesinde ortalama 9 kişinin çalıştığı tespit edilmiştir. Bu sayı 2019 yılı için ölçümlenen gastronomi kuruluşlarına yansıtıldığı zaman toplam resmi çalışan sayısının 1,26 milyon kişi olduğu anlaşılmaktadır. Bu da 2019 yılında TÜİK verilerine göre resmi istihdamın yüzde 5'ini oluşturmuştur.

TÜİK hanehalkı tüketim harcamaları istatistiklerine göre, 2019 yılında tüketim harcamaları 120 milyon TL/ay olarak gerçekleşmiştir. Bu tüketim harcamalarının içinde gıda ve alkolsüz içecekler için yapılan harcamanın oranı yüzde 21, alkollü içecekler için yapılan harcamanın oranı yüzde 4,3'tür. Lokanta ve oteller için yapılan harcamanın oranı ise yüzde 7'dir. Bu sonuçlar, Türkiye'de yapılan tüketim harcamalarının 1/3'ünün yeme, içme ve konaklama üzerine olduğunu göstermektedir.²²

Grafik 3: TÜİK Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı, 2019

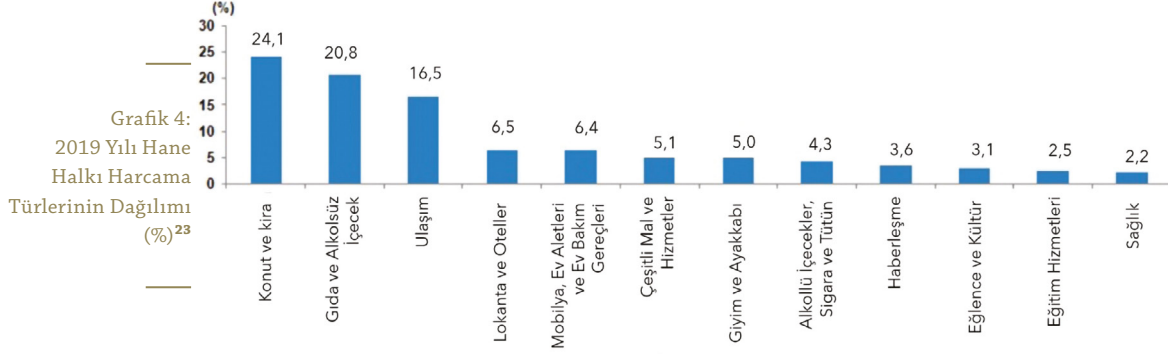


21 Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri

22 TÜİK Hanehalkı Toplam Tüketim Harcamaları İstatistikleri

Hanehalkı Ev Dışı Tüketim Harcamaları

Gastronomi sektörüne katkı sağlayan harcamalar yurt içinde hanehalkının yeme içme harcamalarından gelmektedir. Neticede hane halkının alım gücü ne kadar yüksek olursa o kadar çok ev dışı tüketim yapmakta ve gastronomi sektörüne katkı sağlamaktadır. TÜİK 2019 verilerine göre konut ve kira harcamalarından sonra hanehalkının en büyük ikinci harcaması yüzde 20,8 ile gıda ve alkolsüz içecekler, yüzde 6,5 ile lokanta ve oteller, yüzde 4,3 ile alkollü içecekler ve tütün ürünlerine olmuştur.



2.2.2. Türkiye’de Gastronomi ve Gastronomi Tanıtımının Durumu

Türkiye’nin mutfak kültürü, kültürel, coğrafi, ekolojik etkenlere ve tarihsel sürece göre şekillenmektedir. Anadolu’nun ürün çeşitliliği, tarih boyu farklı kültürlerin etkileşimi, Selçuklu ve Osmanlı gibi imparatorlukların saray mutfakları, mutfak kültürünün yapılanmasında rol oynamıştır. Yöreden yöreye farklılaşan lezzetleri barındıran yeme-içme biçimleri, özel gün, kutlama ve törenlerde ayrı bir anlam hatta kutsallık taşır. Türk Mutfağı, çeşit zenginliği ve damak tadına uygunluk yönünden olduğu kadar birçok yemek ve yiyecek türü ile sağlıklı ve dengeli beslenmeye ve vejetaryen mutfağına kaynaklık edebilecek örnekleri barındırmaktadır.²⁴

Gastronomi, politik, ekonomik ve sosyal yönü ortaya kondukça, dünyada hızla gelişen ve popüler hale gelen bir sektör olmuştur. Bu durum ulusal düzeydeki çalışmalara da etki etmektedir. Türkiye’de üniversitelerdeki mutfak sanatları bölümleri ve mutfak sanatları akademilerinin sayıları her geçen sene artmakta, yemek odaklı televizyon ve youtube kanalları ve programları çoğalmakta ve tanıtım amaçlı girişimler, konferans, kongre ve buluşmalar giderek gelişmektedir. Aynı zamanda ürünleri ve teknikleriyle geleneksel mutfak kültürünü yenilikçi bir bakış açısıyla geliştiren şef ve restoranların sayıları da artmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak dünya çapında etkili olan liste ve rehberlerden The World’s 50 Best Restaurants (Dünyanın En İyi 50 Restoranı) listesi 2015 senesinde, Michelin Rehberi 2022’de, Gault Millau da 2023’de Türkiye’nin gastronomisine dikkat çekmeye başlamıştır.

²³ TÜİK

²⁴ <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-12762/genel-ozellikleriyle-turk-mutfak-kulturu.html>

“Gastronomi aracılığıyla dünyayı nasıl daha iyi bir yer haline getirebiliriz?” sorusunu yerel ve küresel konular kapsamında ele alan YEDİ konferansı, hem üretim hem de tüketim zincirinin parçası olan üreticileri, şefleri, sosyal girişimcileri, bilim insanlarını, farklı disiplinlerden fikir liderlerini bir araya getirerek bir güç birliği, buluşma, konuşma platformu oluşturmaktadır. Bugüne kadar dört kere düzenlenen YEDİ, dünyanın en etkili şeflerinden Massimo Bottura, Rene Redzepi, Mauro Colagreco gibi şefleri ve sektör liderlerini Türkiye’de yerel sektör temsilcileriyle buluşturmuştur. YEDİ’nin bu başarısı ve gösterilen ilgi, ele aldığı meseleleri tartışmak, konuşmak için etkili bir platform yaratılmış olduğuna işaret ederken, katılımcıların çoğunluğunu oluşturan yeme-içme sektörünün fikir liderleri ve sonraki nesil için de önemli bir hareket, motivasyon, insiyatif oluşturmuştur. YEDİ, Türkiye’nin öncü şef ve işletmecisi Mehmet Gürs, yemek yazarı ve editörü Cemre Torun, Mutfak Sanatları Akademisi’nin Direktörü Sitare Baras tarafından düzenlenmekte ve birçok gönüllü tarafından desteklenmektedir.²⁵

Türkiye’nin sektör profesyonellerini buluşturan, dünyanın farklı ülkelerinden şefleri sahnesine taşıyan Gastromasa Konferansı, yedi senedir; turizm, ağırlama ve otelcilik sektörüne odaklanan Gastromasa Hospitality ise iki senedir düzenlenmektedir. Gastronomiyi bir ekonomik büyüme modeli olarak Türkiye’nin gündemine taşımayı hedefleyen Turizm Restoran Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TÜRYİD) tarafından düzenlenen Global Gastroekonomi Zirvesi’nin ise temel amacı gastronominin kısa vadede ülkenin büyüme ve kalkınmasında sürükleyici sektör olarak lanse edilmesi, uzun vadede ise diğer sektörlerle iş birliği içine girilerek gastronomiye kaldıraç görevini yüklemektir.

Türkiye’de, il bazında gastronomi tanıtımı için kamu desteğiyle yapılan faaliyetlerin bazıları aşağıda aktarılmıştır:

• Gaziantep

Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonunun da desteğiyle Gaziantep, 2015 yılında Gastronomi dalında UNESCO yaratıcı şehirler ağı üyeliğine hak kazanan ilk şehrimiz olmuştur. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi iştiraki olarak kurulan Gazibel Hizmet Müşavirlik ve İnşaat Sanayi A.Ş. tarafından yönetilen ve yürütülen Mutfak Sanatları Merkezi (MSM), Mart 2017’de, hizmet vermeye başlamıştır. T.C. MEB’na bağlı özel bir eğitim kurumu olan MUSEM Akademi, 2021 yılı Eylül ayında, yiyecek-içecek sektörüne eğitimli ve profesyonel işgücü kazandırmak misyonu ile faaliyetlerine başlamıştır. Profesyonel insan kaynağı yetiştirmenin yanında, bu alandaki girişimci adaylara, uzman eğitmen adaylara, turizmde daha donanımlı bir kâriyer yapmak isteyen hâlihazırdaki şeflere ve bu birikimi hobi olarak edinmek isteyen herkese, Gaziantep mutfağının asırlık kriterlerine uygun eğitimler vermekte, etkinlikler düzenlemektedir. Eğitimleri ve etkinlikleri, iş ortaklarıyla yürüten MUSEM Akademi, aylık planı web sitesi yayınlanmaktadır ve sosyal medya hesaplarından duyurmaktadır.²⁶

²⁵ <https://www.istanbul.net.tr/istanbul-haberler/yedi-konferansi-istanbula-damgasini-vurdu/17334/1>

²⁶ <https://mutfaksanatlarimerkezi.com.tr/hakkimizda/>

Gaziantep Büyükşehir Belediyesinin ve Gaziantep Valiliği koordinasyonunda ve Gaziantep’i Geliştirme Vakfı (GAGEV) iş birliğinde gerçekleştirilen, Uluslararası Gastronomi Festivali (GastroAntep) 15-18 Eylül 2022’de 4.kez yapılmıştır. Gaziantep Gastronomi Belgeseli olan “Köprü” filminin gösterimi ve Rayiha Baharat Müzesinin açılışı yapılmıştır. Yerli ve yabancı 300 şefin ağırlandığı festival, 2,5 milyona yakın konuğa ev sahipliği yapmıştır, ulusal ve uluslararası basında haber olmuştur. Gaziantep’te, festivalde açılan “Rayiha Baharat Müzesi” dışında önceki yıllarda açılan “Emine Göğüş Mutfak Müzesi”, “Baklava Müzesi” ve “Fıstık Müzesi” bulunmaktadır. Türkiye’nin ilk gastronomi müzesi olan Emine Göğüş Mutfak Müzesi, 1904 yılında yapılmış olan Göğüş Konağının Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilmesinden sonra 2008 yılı itibariyle faaliyete başlamıştır. Müzede, Antep mutfağında bulunan yemek malzemelerinden mutfak araç gereçlerine, yöresel yemeklerden içeceklere, pişirme yöntemlerinden hazırlanışına ve erzaklarına varıncaya değin Gaziantep mutfağının kültürel birikimi ve tarihçesi anlatılmaktadır. Baklava Müzesi, Gaziantep Kalesi yakınında bulunan Millet Han içerisinde yer almaktadır. Müzede baklava yapımında kullanılan malzemeler ve yapım aletleri de görülebilmektedir. Gaziantep coğrafyası için temel tarımsal ürün ve yaşam kaynağı olan Antep fıstığı, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından hizmete açılan Fıstık Müzesinde tüm yönleriyle anlatılmaktadır. Rayiha Baharat Müzesi’nde ziyaretçiler, raviyanlardan (hikâye anlatanlar) baharatın tarihini dinleyebilmektedir. Müzenin, Ar-Ge bölümünde baharatın DNA’sı özü, özgün etkileri ortaya konulmakta ve araştırılmaktadır; restoran bölümünde de baharatı geçmişteki tahtına oturtturacak yeni lezzetler tartışılıp tasarlanacaktır. İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA) bölgenin kalkınmasını sağlamak üzere, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Kalkınma Öncelikli Hedefleri olan üretim, sanayi, teknoloji ve istihdam öncelikli 4 temayı Gastronomi Turizmi için öncelikli gündem konusu yapmış ve 2019 yılında “TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planını” hazırlamıştır. Planın temel hedefi, ortak coğrafyada kaynakları birleştirip bölgesel iş birliği yaratmak ve ortak projeler gerçekleştirerek ortak değerleri, ortak geleceğe taşımaktır. Ayrıca TRC1 Bölgesi kentleri Gaziantep, Adıyaman ve Kilis için hazırlanan çalışmanın, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Mardin, Şırnak, Siirt illerini kapsayacak biçimde, bu illerin kalkınma ajansları olan İKA, DOĞAKA, KârACADAĞ ve DİKA arasında geliştirilebilecek ortak projeler için de örnek olması amaçlanmıştır. Gastronomi turizmi kapsamına dahil işletmeler, kurumlar, yeni nesil girişimciler ve diğer kişi ve kurumların kullanımı için hazırlanan rapor stratejik ve eylemsel bir çerçeve yanında ortak proje ve ürün tasarımlarını da içermektedir. 2023 Eylem Planı kapsamında önerilen projeler “her yıl bir tema” olarak belirlenmiştir.

• Hatay

Hatay, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına, Gaziantep’ten sonra 2017 yılında katılmıştır. Hatay’ı dünyanın gastronomi merkezi yapmak, Hatay’ın gastronomi alanında sahip olduğu zenginliği birer deneyim durağı hâline getirmek, Hatay gastronomi öğelerini sistematik olarak ele alıp iş ve güç birliği oluşturarak Hatay ekonomisine katkıda bulunmak amacıyla Hatay Valiliği himayesi ve DOĞAKA

desteği ile Mustafa Kemal Üniversitesi, İskenderun Teknik Üniversitesi bilimsel katkıları ve STK katılımıyla, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne Gastronomi Çalıştayları düzenlenmiştir. Hatay İl Turizm Stratejisi Eylem planı çerçevesinde, yapılan Gastronomi Çalıştayı sonucunda ortaya çıkan veriler ele alınarak 2021-2023 yılı Hatay Gastronomi Stratejisi ve Eylem Planına dönüştürülmüştür. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi iş birliği ile Hatay Mutfağı Ar-Ge Merkezi hayata geçirilmiştir. Hatay ve çevresinde ilk ve tek olan merkez; toprak, mutfak, bilim ve çatal olmak üzere dört bileşen üzerine kurulmuştur. Burada tarım uygulama alanı, tam teşekküllü uygulama ve eğitim mutfağı, duyuşsal analiz laboratuvarı ve servis atölyesi bulunmaktadır. Bu merkezin öncelikli amaçları, kadim Hatay mutfağının sürdürülebilirliğine katkı sağlanması ve sektörde Hatay gastronomisini en iyi şekilde temsil edecek insan kaynağının yetiştirilmesidir. Ayrıca nezih, temiz, hizmet kalitesi yüksek, tarihi bir mekânda gastronomi hizmeti sunulması için 2019 yılında Adalı Konağı restorasyonu çalışmalarına başlanmıştır. DOĞAKA'nın desteği ile başlayan restorasyon tamamlandıktan sonra Adalı Konağı'nın yıllık ortalama 18.250 kişiye hizmet vermesi öngörülmektedir. Türkiye'nin ilk gastronomi köyünün temelleri Nisan 2021'de Hatay'da atılmıştır. Yapımını Hatay Büyükşehir Belediyesi ile Samandağ Belediyesi'nin üstlendiği, Samandağ Kadın Girişimi ve Üretim Kooperatifi tarafından hazırlanan Gastronomi Köyü Projesi, 2022 yılında TKDK tarafından desteklenen 25 bin proje arasından örnek proje seçilmiştir.

• Adana

Adana'nın mutfak mirasının ve sahip olduğu değerlerin uluslararası ağlarla bir araya getirilmesi, kamu, sivil toplum, üniversiteler ve özel sektörü ortak paydalarla buluşturan iş birliği modelleri geliştirilmesi ve şehrin sahip olduğu gastronomi potansiyelini sürdürülebilir kalkınmada kilit bir faktör olarak uygulamaya koyulması amacıyla Adana Büyükşehir Belediyesi 2019'da UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılmak için programa başvuru yapmıştır. Adana ili 2021 yılında Yaratıcı Şehirler Ağı Ulusal Listesine dahil olmuştur. Adana UNESCO adaylığında belirttiği taahhütler üzerine çalışmalarına devam etmektedir. Adana'nın Seyhan ilçesinde bulunan ve Büyükşehir Belediyesi Dış İlişkiler Şube Müdürlüğü bünyesinde hizmet veren Tarihi Adana Konağı'nda; yerel aşçı eğitimlerinin verildiği, mutfak atölyelerinin düzenlendiği, Adana yöresel mutfak kültürünün tanıtılacağı ve sunulacağı, gastronomide kadın istihdamının artırılmasına yönelik çalışmalar ve sertifika programlarının geliştirileceği bir yapının oluşturulması için çalışmalar yapılmaktadır. Gıda Tasarım İnovasyon Merkezi yapısının odak alanı ise, daha iyi gıda sunumu, gıda markalaşması, ISO eğitimleri, gıda ürünleri tasarımı, modern gıda teknolojileridir; yeni çağın şeflerinin ve aşçılarının, gıda teknolojilerini, bu merkezde kullanarak öğrenmesi amaçlanmaktadır. Adana Gastronomi Merkezi; Gıda Tasarım ve İnovasyon Merkezi ile koordineli olarak çalışacaktır. Adana Sarıçam ilçesi Maltepe Mahallesi (Köyü), Slow-Food Hareketi ile ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliği bir araya getirirken yerel aktörlerin, gıdaların maddi olmayan mirasına, değer katma kapasitelerinin artırılmasını amaçlamaktadır. Maltepe Köyü'ndeki 5 hektarlık alan bu projenin hayata geçirilmesi için kullanılmaktadır. Adana Büyükşehir Belediyesi'nin des-

teği ile; permakültür ve organik çiftlikler kurularak sağlıklı gıda üretmeyi ve etkili üretim için dijital teknolojiyi kullanmayı bilen uzman çiftçiler yetiştirilecektir. Kadın çiftçi kooperatifleri kurularak; küçük gıda üreticilerinin çıkarlarının korunması ve bu kapsamda bir rol model oluşturulması için çalışılacaktır. Temel amaç, küçük gıda üreticilerinin çıkarlarını korumak ve iyi ve temiz gıdaların, zevkini ve tadını arttırmaktır. Bu köy Smart Farmer e-Learning Platformuna başvuru alanı olarak da kullanılacaktır. Alanında uzman çiftçiler permakültür, organik çiftçilik uygulamaları, akıllı tarım bilgileri konularında yetiştirilecek ve kadın çiftçi kooperatifleri tarafından desteklenecektir. Kadın kooperatiflerinde pazarlama ve ticarileştirme kursları verilecektir. Adana İhtisas Organize Gıda Sanayi Bölgeleri kapsamında kamu kurumları ve özel sektör işbirliği ile planlanan sanayi bölgesi projeleri ile ihracat pazarları için eşsiz ve değerli gıda maddeleri üretilmesi ve istihdam sağlaması hedeflenmektedir. Bu kapsamda; yüksek teknoloji üretim, kalite kontrol, kalifiye insan eğitimi, kontrol, organizasyon ve pazarlama konularına yoğunlaşan projeler yapılmaktadır.

Uluslararası Adana Gastronomi Festivali ve Akdeniz Mutfağı Meclisi, kültürlerarası etkileşim ve tanıtım amacıyla her yıl Adana Lezzet Festivali düzenlenmektedir. Bu etkinliklerde; UCCN²⁷ şefleri ve ünlü isimler tarafından gastronomi şovları düzenlenmektedir. Akdeniz Mutfağı Meclisinde ise; 2030 BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile bağlantılı kentsel gelişimdeki itici güç olarak gastronomi ile ilgili farklı temalar çalışılmakta ve iyi uygulamalar paylaşılmaktadır. Festivalde atölye çalışmaları, yarışmalar ve sunumlar ile diğer yaratıcı endüstri etkinlikleri ile karşılıklı tecrübe alışverişi sağlanmaktadır.²⁸ Ayrıca, Adana Valiliği, Adana Büyükşehir Belediyesi, Çukurova Üniversitesi ve ilgili STK'ların katkılarıyla Akıllı Çiftçi e-Öğrenme Projesi uygulanacaktır. Bu proje ile Adana'daki çiftçiler hem akıllı öğrenme modülleri ile eğitimler alacak hem de yaptıkları çiftçilik çalışmalarını daha düzenli bir şekilde kayıt altına almaları sağlanacaktır. Eğitim konuları arasında; akıllı organik tarımsal gıdaların stratejik planlama ve pazarlaması, organik tarım uygulamaları, kalite şemaları, şehir bahçıvanları, çevre eğitimleri, sürdürülebilir tarım ve gıda sistemleri, akıllı çiftçi ve çiftlik dijital platformu uygulaması, kompost yapımına giriş, sera teknikleri, alkollü içecek ve sirke gibi ürün yetiştiriciliği ve yapımı ve eko-tarım gibi farklı konular bulunmaktadır. Suriyeli mültecilerin de entegrasyon için eğitimlere dahil edileceği belirtilmektedir. Ayrıca platform pilot proje olarak da kullanarak Adana'da diğer UCCN gastronomi şehri üyeleriyle değişim programlarının uygulanması için fırsatlar yaratacağı öngörülmektedir. Ayrıca yapılacak eğitimler ve uygulamalar neticesinde elde edilecek iyi uygulamalar; endüstriyel sunum ve ticarileşme için desteklenecektir.

27 UCCN: Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı

28 <https://www.turizmajansi.com/haber/adana-lezzet-festivali-ne-buyuk-katilim-h51454>

• Mardin

Mardin geçmişten günümüze Türk, Kürt, Arap, Süryani, Ermeni ve Çeçen gibi farklı medeniyet ve kültürlerle ev sahipliği yapmış dağ ve Mezopotamya Ovasından kaynaklı coğrafyanın getirdiği çeşitlilik, Mezopotamya ile Anadolu mutfağının kârişimiyle zengin mutfak kültürüne sahiptir. Mardin mutfağı bu özelliklere sahip olmasına rağmen yemek kültürü ev içinde kalarak ülke ve dünyaya tanıtımı yapılamamıştır. Bu kadim kültürün ülke ve dünyaya tanıtımı için Mardin Büyükşehir Belediyesinin yürüttüğü, Mardin Valiliği, Artuklu Üniversitesi ile Dicle Kalkınma Ajansı'nın destek verdiği 'Mardin Gastronomi Müzesi ve Uygulama Merkezi' projesi gerçekleştirilmiştir. 2017 Nisan'da Abdullah Sırrı Efendi Konağının müze ve uygulama merkezine dönüşmesiyle başlayan projenin amacı, 2021 UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi temasıyla dahil olan Mardin'in, gastronomi alanında kurumsallaşmasını sağlayarak kentin turizm, sosyal, ekonomik ve istihdamının gelişmesine katkı sağlamasıdır. Proje kapsamında, kentte unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürü üzerine araştırmalar yapılacaktır; yöresel yemeklerin tespiti, özgün standartlarının oluşturulması ve kayıt altına alınması sağlanarak bu alandaki altyapı oluşturulacaktır. Bu çalışmalar, geçmişten günümüze Mardin mutfağının bir arşivini oluşturacağı için mutfak mirasının gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacaktır.

2.2.3. Türkiye'de Gastronomi Turizmi

Aralık 2020 TÜİK verisine göre Türkiye'de devlet ve özel sektörün kültür ekonomisi/yaratıcı ekonomi harcamaları 2020 yılında 2019'a göre yüzde 5,9 artarak 60,3 milyar liraya yükselmiştir. Harcamalarda devletin payı yüzde 55,2, özel harcamaların payı yüzde 44,8'dir. Toplam harcamanın GSMH oranı ise yüzde 1,2 ile diğer ülkelere oranla oldukça düşüktür.

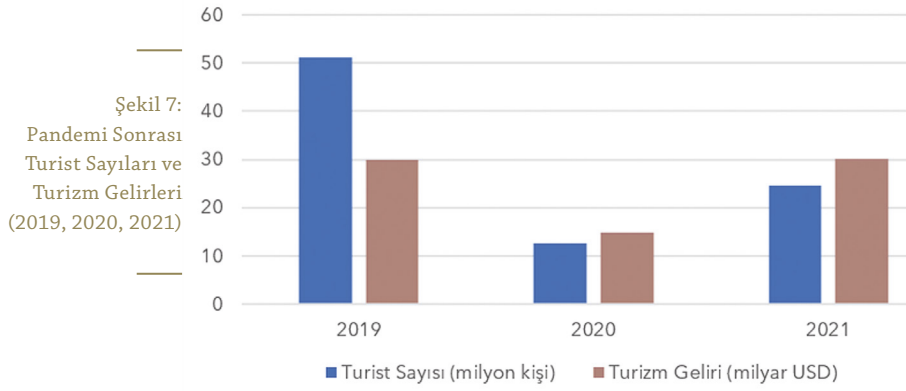
Tablo 3:
Türkiye Turizm
Gelirleri ve Turist
Sayısı, 2019-2021

	2019	2020	2021
Turist Sayısı (milyon kişi)	51,2	12,7	24,7
Turizm Geliri (milyar USD)	29,8	14,8	30,2

Harcamaların dağıldığı kültürel alanlar; kültürel miras, doğal miras, arşiv kütüphane, kitap ve yazılı basın, görsel sanatlar, gösteri sanatları, görsel-işitsel ve multimedya, mimarlık, reklâm ve ilan, el sanatları, kültürel eğitim (üniversite seviyesi) ve temel alanlara ayrılmayan diğerleri olmak üzere 13 başlıktır.

Pandeminin hemen öncesinde turist sayısı açısından Türkiye dünyanın ilk 6 ülkesi içinde iken elde ettiği turizm gelirleri açısından 14. sıraya düşmektedir.²⁹ Bunun anlamı turist başına elde edilen gelirlerin ilk 13 ülkeye oranla çok daha düşük olmasıdır. Ülkemize gelen turistlerin yaklaşık yarısı komşu ülke vatandaşlarıdır. Pandemi ve sonrasındaki turist sayısı ve turizm gelirlerimiz aşağıda gösterilmiştir. Buna göre iki yıla yayılan pandeminin turizm sektörü üzerindeki etkisi oldukça çarpıcıdır.

29 Dünya Turizm Örgütü ve TÜİK



Türkiye'nin dünya ölçeğinde son yirmi yıldaki turist sayısı ve turizm gelirlerinde elde ettiği sıralama aşağıda solda, 2019 yılı itibariyle bir turistin ortalama kişisel harcama türlerinin dağılımı ise sağda verilmiştir.

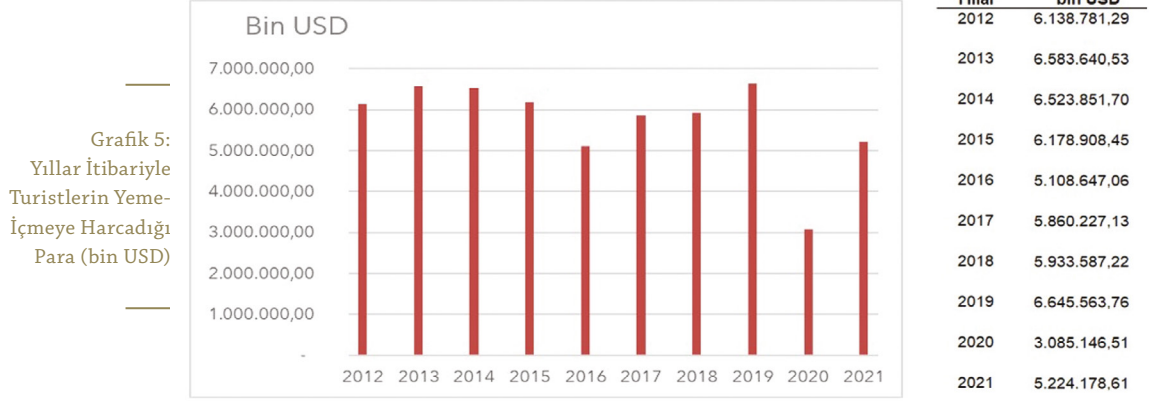
Yıllar	Turist Sayısındaki Sıralama	Turizm Gelirindeki Sıralama	Harcama Türü	Miktar (Milyar USD)	Pay %
2002	17	12	Toplam Turizm Geliri (A+B)	12,1	100
2003	15	9	Kişisel Harcama (A)	9,9	82,9
2004	12	8	Yeme-içme	2,8	23,3
2005	9	8	Konaklama	1,3	10,4
2006	12	9	Sağlık	0,5	4,6
2007	9	10	Ulaştırma (Türkiye içi)	0,8	6,9
2008	8	9	Spor, eğitim, kültür	0,1	0,9
2009	7	9	Tur Hizmetleri	0,03	0,3
2010	7	9	Yerli uçuş ulaştırma	1,9	15,6
2011	6	10	Cep telefonu dolaşım harcamalar	0,05	0,4
2012	6	12	Marina Hizmet Harcamaları	0,027	0,2
2013	6	12	Diğer mal ve hizmetler	2,5	20,4
2014	6	12	Paket tur harcamaları (B)	2	17,1
2015	6	12			
2016	10	17			
2017	8	15			
2018	6	15			
2019	6	14			

Tablo 4: Turizm Sektöründe Dünya Sıralamasındaki Yerimiz³⁰ ve Turistin Harcama Deseni, 2020

Son 20 yılda turist sayısına göre dünya ülkeleri içinde sıralamamız 6.'lığa kadar yükselirken, turizm gelirlerindeki sıralamamız geriye gitmektedir. Bir turistin kişisel harcamaları içinde yeme- içmeye ayrılan pay 2019 yılında yüzde 23,3 dolayındadır.

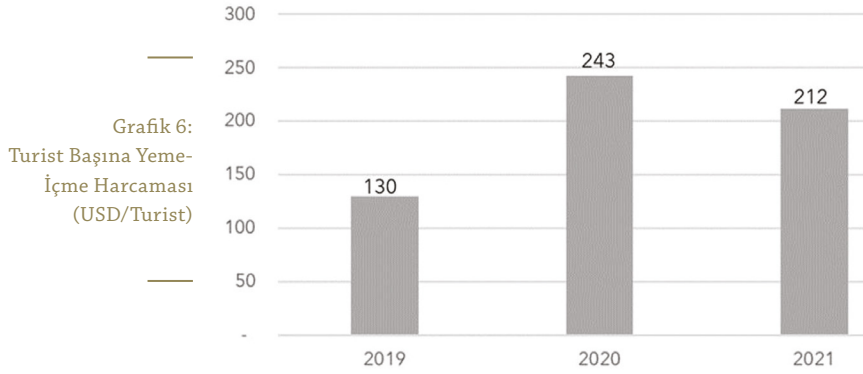
Yıllar itibariyle turist sayısı açısından dünya sıralamasındaki yerimiz yukârı çıkârken, elde edilen gelir sıralamasındaki yerimizin giderek neden geriye gittiğinin bir göstergesi olarak turistlerin yeme-içmeye harcadığı paranın yıllar itibariyle değişimi aşağıda gösterilmiştir.

30 TÜİK, Merkez Bankası ve Turizm Bakanlığı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

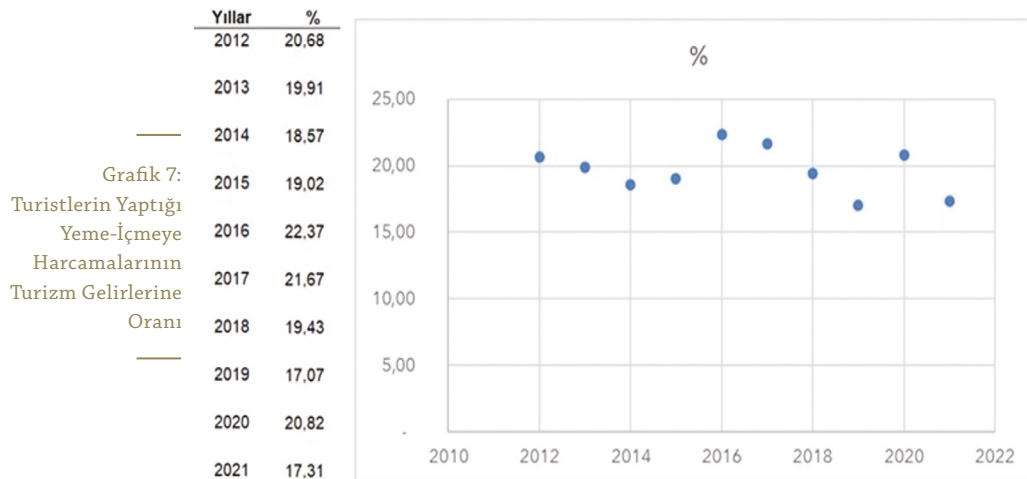


Turistlerin yeme-içmeye harcadığı para miktarı yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemektedir.

Benzer durum turist başına yeme-içmeye harcanan döviz miktarı için de geçerlidir. Aşağıda son 3 yılda turist başına yeme-içme harcamasının bedeli gösterilmiştir.

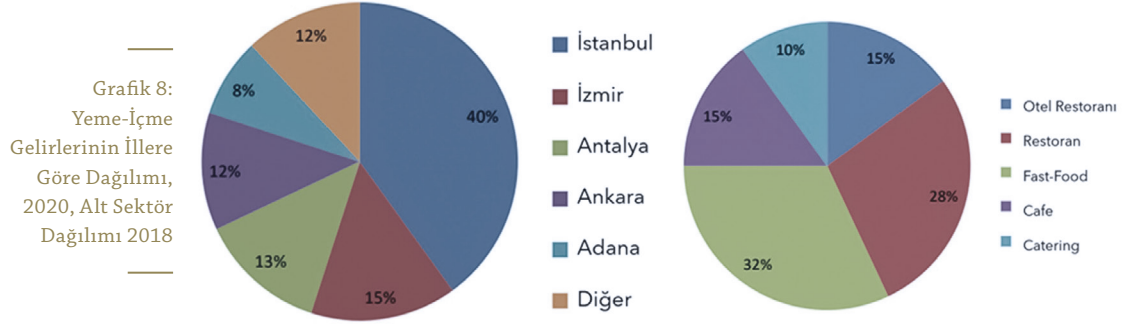


Aşağıda yeme içmeye turist tarafından yapılan harcamaların yıllar itibariyle toplam turizm gelirleri içindeki oranı verilmiştir. Aşağıdaki grafikten de görüleceği gibi 2016 ve pandeminin zirve yaptığı yıl bu oran en yüksek değere yaklaşırken (yüzde 20 dolay), diğer yıllarda azalmıştır.



Tıpkı turist sayısındaki dünya sıralamasında olduğu gibi, turizm gelirlerinde de dünya sıralamasında ilk 6'ya girebilmemiz için yeme-içme sektöründen elde edilecek gelirlerin artırılması gerekir.

Gastronomi ekonomisinin iller bazındaki durumu irdelendiğinde 2020 yılı itibariyle elde edilen yaklaşık 30 milyar USD dolayındaki gastronomi gelirin iller bazındaki dağılımı aşağıda solda, 2018 yılı gastronomi gelirin elde edildiği alt sektörlere göre dağılımı ise aşağıda sağda verilmiştir.



Türkiye’de gastronomi ekonomisinin sırasıyla geliştiği iller İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Adana gibi turizm, gastronomi şehirlerimizdir. Bunun yanında nüfus da belirleyicidir. Bu bağlamda Bursa ve Gaziantep gibi iller de önemli bir katkı sunmaktadırlar.³¹ Gastronom turizminin dünyada popülerliği artmış, Türk turizmciler ise bu durumdan yararlanmaya başlamıştır. Dolayısıyla Türkiye’nin gastronomi turizminde ekonomik kazanç hedefi 2021 yılında kişi başına yaklaşık 212 USD dolayında gerçekleşmiştir.³²

2.3. EGE GASTRONOMİSİ

Tarihi sekiz bin yıl öncesine dayanan Ege Mutfağı ve özellikle İzmir’de tarih boyunca kuşaktan kuşağa çeşitlenerek aktarılan bir mutfak kültürü süregelmiş ve tamamen özgün yapısı ile Türk Mutfak kültürü içerisindeki yerini almıştır. Ege Bölgesi coğrafi özelliklerinden dolayı biyolojik çeşitliliğe ve göçlerle zenginleşmiş bir kültüre sahiptir. Sefarad, Girit, Levanten, Balkan, Anadolu vb. mutfaklardan etkilenmiştir. Zeytinyağlılar, sebze ve deniz mahsulleri ağırlıklıdır. Kişilerin gittikleri yerde kaldıkları otelden memnun ayrılıp ayrılmamaları konusunda restoran, lokanta ve sokakta sunulan yemekler, menüler ve yenilip içilenler kilit rol oynamaktadır. Turist memnuniyetinin ölçülmesinde en önemli belirleyicinin gastronomi olduğunu, fiyat, kalite ve atmosferin ise bundan sonra geldiğini akademik çalışmalar da vurgulamaktadır.

Ege gastronomisi coğrafi olarak hem batı hem güney hem orta Anadolu mutfak kültürünün bileşkesi niteliğinde olan yemek ve mutfak kültüründe sofrasına alkollü ve alkolsüz koyduğu yöresel içeceklerle gastronomik değerlerinin uluslararasılaştırılmasında ciddi avantaja sahiptir. Bu yönüyle Ege Mutfağının diğer bölgelerden daha farklı bir üstünlüğü bulunmaktadır. Ege Mutfağı birden

31 TAVAK Vakfı 2020

32 Kişi başı turist harcamasının yaklaşık yüzde 23,3’ü yeme içme harcamasıdır.

fazla coğrafya ve toplumsal unsurun bileşkesinden oluşmaktadır. Temelde göç mutfağı olarak özetlenebilecek batı Ege ile İç Anadolu'nun kimi özelliklerine de sahip (eski Türklerin getirdiği kırmızı et ve börek) bir doğu Ege Mutfağından, Akdeniz Mutfağına yavaşan bir güney Ege ve daha adalar kültürüne yavaşan uzun dönemli saklama teknikleri ve süt ürünleri yaygın olan kuzey Ege Mutfağından bahsetmek mümkündür.

Ege Bölgesi'nde tüm Anadolu'da olduğu gibi yöresel farklılıklardan söz etmek mümkündür. İzmir özelinde bile Çeşme ilçesinde başka, Tire, Ödemiş'te başka, merkezde başka bir mutfak olduğu ifade edilmektedir. Örneğin halen Urla ve Çeşme mutfağı, Girit Adası'nın mutfağından izler taşır. Anason yetiştiriciliği de yapılan Ege Bölgesi'nde (Çeşme) dünyanın en eski şarap işliği tarihi MÖ 6500'lere dayanan Yeşilova Höyüğündedir³³. Batı Ege'de yer alan İzmir ili tarihsel arka planı yanında, anason ve üzüm yetiştiriciliği nedeni ile alkollü içki türleri açısından dünyaya pazarlanabilecek ürünlerin yetiştirildiği tek bölgedir. Bu yönü ile uluslararası pazarlamada ciddi avantaja sahip olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, Urla Sakız Enginarı, Bergama Kozak Çam fıstığı, Çeşme bölgesinin kavunu, Çeşme sakızı ve Çeşme koyunu başlı başına gastronomik ürünler olarak pazarlanabilir niteliktedir. Bornova misketi, Erkence zeytini, Hurma zeytini gibi mutfak kültüründe kilometre taşı olacak ürünler Ege Bölgesinde yetişmektedir. Kuzey Ege'de yer alan Balıkesir ili süt ürünleri ve kahvaltısı ile oldukça gelişmiş olup çeşitli ürünleri gastronomik bir değer olarak ön plandadır. "Balıkesir Kahvaltısı" adıyla oluşturulan kahvaltı, geleneksel kahvaltı anlayışına farklı bir yaklaşım getirmektedir. Edremit zeytinyağından Edremit çizik zeytinine, Gömeç Kirli Hanım peynirinden Fakir sucuğuna, Havran mandalina reçelinden Sındırgı'nın susamlı patatesine, manda kaymağından Gönen patlıcan reçeline kadar tamamı Balıkesir'de üretilen 30 üründen oluşan kahvaltı menüsü, "Balıkesir Kahvaltısı" konseptiyle sunulabilmektedir.³⁴

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün resmi sayfasında bulunan Ege Mutfağı ile ilgili bilgilere göre Ege Bölgesi yemek kültürünün temelini zeytinyağı oluşturmaktadır. Etli yemekler, sebzeler, pilav, dolmalar; tamamen zeytinyağlı olarak pişirilmektedir. Ege bölgesinde zeytinyağı yaklaşık 2500 yıldır kullanılmaktadır. Zeytinyağından sonra İzmir mutfağının ikinci özelliği, ot yemekleridir. Otların bolluk ve lezzetinin yanı sıra İzmir mutfağında enginar, bamya, börülce, pırasa, patlıcan gibi sebzeler de diğer yörelerden daha çok kullanılmaktadır. İzmir mutfağında, özellikle ot, sebze ve deniz ürünleri bolca tüketilmektedir.

Bunun yanı sıra Kuzey ve Batı Ege şaraplık üzüm ve şarap üretiminde de Türkiye genelinde ilk sırada yer almaktadır. Uluslararası düzeyde gastronomi alanında markalaşmada yöresel markalardan oluşan içki üretiminin bölgenin şansını artıran ve değer katan bir unsur olduğu kabul edilmektedir.

Dünya incir üretim alanı bakımından Fas, Türkiye ve Cezayir yarış halindedir. İhracatta ise ilk sırayı ABD almaktadır; onu Fransa ve Almanya izlemektedir. Dünya incir rekoltesini elinde bulunduran Türkiye'nin gelecekteki en büyük rakipleri üretim, marka ve pazarlama açısından İsrail ve ABD'dir. İsrail ve ABD'nin

³³ <https://www.arkeoloji.biz/2012/01/ege-tarihi-kokonini-degistiren-uc.html>

³⁴ <https://www.gmka.gov.tr/haber/balikesir-kahvaltisi-en-guclu-gastronomik-degerimiz>

Aydın Sarılop incirinin kalitesini tutmasa da onun yerine geçecek cinsler üzerine çalıştığı bilinmektedir. Ülkemizde 9.730.212 adet incir ağacından TÜİK 2018 verilerine göre 306.000 ton incir üretilmektedir. Bunda sarılop çeşidi incirin payı ise 185.412 tondur. Aydın ve İzmir illerinde yetişen sarılop inciri bu rekolteyi 366.928 dekâr alanda 6.205.946 adet incir ağacı ile sağlamaktadır. Bu rakamlar ile Türkiye incir üretiminin yüzde 60.65'ni karşılamaktadır. Tarımsal ihracatımızın itici gücü olan incirin potansiyeli hem Osmanlı döneminde hem de Cumhuriyet tarihinin her döneminde bilinmektedir.

Sekiz bin yıllık tarihi, üzerinde yaşamış otuz altı uygarlık ve olağanüstü doğasal iklimi ve verimli toprakları ve aldığı göçlerle birçok halkların getirdiği mutfak kültürüyle harika bir mutfak zenginliğine ve alt yapısına sahip olan İzmir'in, gastronomi açısından büyük potansiyeli olduğu ve uluslararası gastronomi destinasyon markası olabileceği birçok yayında yer almaktadır. İzmir ve yöresinin yemekleri çeşit açısından son derece zengindir. İçinde barındırdığı kültürlerin, Rum, Boşnak, Arnavut, Girit, Sefarad, Levanten, Anadolu ve Yunan mutfaklarının etkisiyle harmanlanmış bir mutfak kültürüne sahiptir. İzmir mutfağının temelini lezzetli ve sağlıklı yemekler oluşturur. İzmir mutfağında ilk bakışta zeytinyağı ile lezzetlenen sebze, ot ve balık yemekleri ile Akdeniz mutfak özellikleri dikkati çeker. İzmir mutfağının Akdenizli kısmına, daha çok kıyı kesimlerinde rastlanırken, kırsal kesiminde ise göçebe yaşam ve hayvancılık faaliyetlerinin etkisi ile et, süt ve buğdaya dayalı olarak şekillenen bir mutfak kültürü söz konusudur. Bergama, Kınık, Kiraz, Menemen, Ödemiş, Tire gibi ilçelerde bu mutfağın örnekleri görülür. Kuyu tandır, ilçeye özgü köfte, her çeşit kavurmalık, haşlamalık, kuzu veya oğlak dolması, böreklik ot çeşitliliğine rastlanır. Çeşitli el açması börekler, tatlılar, (sütlaç, oklavadan sıyırma, lor baklavası vb.), yaprak sarma ve kabak çiçeği dolması da örnek olarak verilebilir. İzmir, sokak lezzetleri açısından da çeşitliliğe sahiptir. Sabah kahvaltılarının vazgeçilmez İzmir gevreği ve boyozu, kumru ve kelle söğüş sokak atıştırmalıklarının başında gelmektedir.

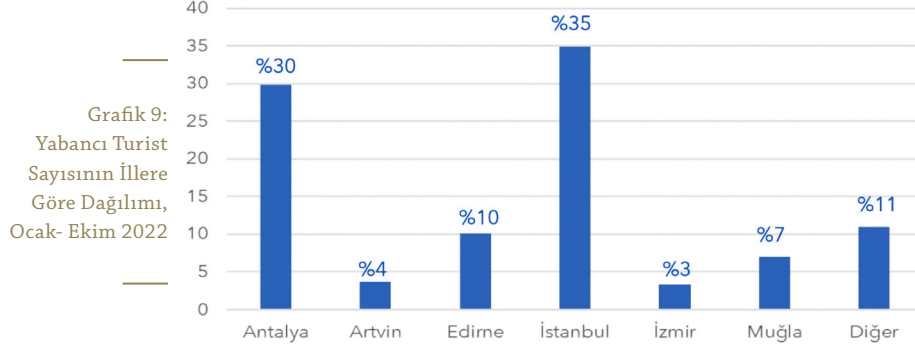
2.3.1. Ege'nin Gastroturizm Potansiyeli

2022 yılı Ekim ayı itibarıyla Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin sınır kapılarının bağlı olduğu illere göre dağılımı aşağıda verilmiştir.³⁵ Buna göre Ege Bölgesi'nde 2022 yılının ilk on ayında Muğla ili yaklaşık 3 milyon, İzmir ili yaklaşık 1,4 milyon yabancı turist ile en fazla ziyaretçi çeken il konumundadır.



35 <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/1317>

Ocak-Ekim 2022 tarihleri arasında Türkiye'ye giriş yapan yabancı turistlerin sınır kapılarının bağlı olduğu illere göre dağılımı aşağıda verilmiştir.³⁶



Ocak-Ekim 2022 arasında sınır kapılarının bağlı olduğu illere göre bakıldığında, proje konusu Ege Gastronomi Projesi bölgesindeki illere gelen yabancı turist oranı Türkiye genelinin yüzde 11.8'ini teşkil etmektedir.

Ege mutfak kültürü niteliği açısından aynı bölge içinde değerlendirilebilecek olan TR3 bölgesi, Balıkesir, Çanakkale ve Tekirdağ illerini içine alan bölgede yer alan illerin turizm tesisleri açısından 2020 yılı verileri aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 5:
Ege Gastronomi Bölgesi Turizm Tesis Potansiyeli, 2020³⁷

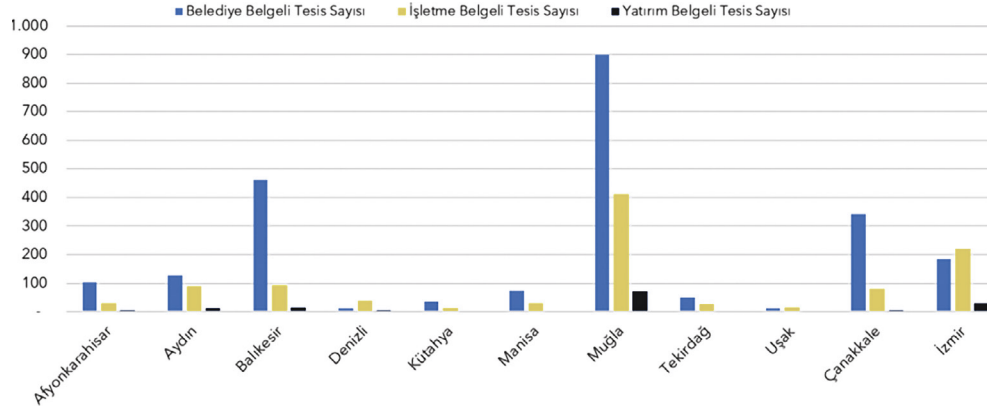
Şehir	Belediye Belgeli Oda Sayısı	Belediye Belgeli Oda Sayısı	Belediye Belgeli Yatak Sayısı	İşletme Belgeli Oda Sayısı	İşletme Belgeli Oda Sayısı	İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Yatırım Belgeli Oda Sayısı	Yatırım Belgeli Oda Sayısı	Yatırım Belgeli Yatak Sayısı
Afyon	104	5.108	13.748	29	3.655	7.628	7	1.017	2.118
Aydın	127	5.081	12.053	91	13.754	28.995	13	3.173	7.509
Balıkesir	462	11.552	29.089	94	5.464	11.091	16	750	1.566
Denizli	13	391	806	40	3.579	7.171	7	536	1.072
Kütahya	35	1.386	4.079	11	581	1.169	3	242	609
Manisa	74	2.021	4.698	30	1.622	3.263	3	460	920
Muğla	901	28.642	64.861	412	51.335	109.428	72	8.239	18.873
Tekirdağ	52	1.284	2.576	26	1.712	3.397	3	160	446
Uşak	11	245	435	15	572	1.135	1	50	100
Çanakkale	342	6.678	15.723	82	3.569	7.237	7	222	516
İzmir	184	4.909	10.330	220	19.521	40.187	31	3.164	6.843

Yatak sayısı açısından bakıldığında Muğla ili (193.162 yatak) neredeyse diğer tüm illerin toplamına (226.509 yatak) yakın yatak sayısına sahiptir. Yatak sayısı açısından Muğla ilini 57.360 yatak ile İzmir, 48.557 yatak ile Aydın, 41.746 yatak ile Balıkesir ili izlemektedir. Aşağıda tesis sayıları açısından bu illerin durumu gösterilmiştir.

³⁶ <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

³⁷ TURSAB verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 10:
Ege Gastronomi
Bölgesi Turizm
Tesisleri Sayıları, 2020



Tesis sayısı olarak incelendiğinde Muğla ili 1385 toplam tesis sayısı ile ilk sırada yer almaktadır. Muğla ilini 572 tesis ile Balıkesir, 435 tesis ile İzmir, 431 tesis ile Çanakkale ili izlemektedir.³⁸

Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansının (TGA) verilerine göre Kasım 2022 itibariyle Türkiye genelinde 12.223 adet güvenli turizm ve sürdürülebilir turizm sertifikası alan toplam tesis ve araç, 4.683 aktif sertifikalı tesis, 4.415 aktif sertifikalı konaklama tesisi mevcuttur. Ege gastronomi bölgesi olarak adlandırılabilir bu illerde bulunan toplam 3518 tesisin 483 tanesi TGS tarafından verilen güvenli turizm sertifikasına sahiptir. Bu tesislerin de sadece 19 tanesi ise sürdürülebilir turizm sertifikalıdır. Güvenli turizm ve sürdürülebilir turizm sertifikalı tesisler aşağıda iller bazında verilmiştir.

Şehir	Güvenli Turizm Sertifikalı Tesis Sayısı	Sürdürülebilir Turizm Sertifikalı Tesis Sayısı
Afyonkarahisar	16	
Aydın	52	
Balıkesir	33	
Denizli	27	
Kütahya	6	
Manisa	21	
Muğla	176	16
Tekirdağ	16	
Uşak	2	
Çanakkale	32	
İzmir	102	3
	483	19

Tablo 6:
Güvenilir ve
Sürdürülebilir
Turizm Sertifikalı
Tesisler³⁹



İzmir iline gelen turist sayısı 2020 yılında pandemi öncesi yıllık 1,2 milyon dolayında gerçekleşirken, 2020 pandemi yılında tüm dünyada olduğu gibi İzmir ilinde de kayıp yıl olarak yaşanmıştır. 2021 yılında İzmir iline gelen turist sayısı 2020 yılına oranla yüzde 135 artmıştır. Türkiye genelinde ise bu rakam yüzde 94 olarak gerçekleşmiştir. Turist sayıları, son iki yılda ve aylar bazında aşağıdaki tabloda verilmiştir.

³⁸ <https://www.tursab.org.tr/turkiye-turizm-istatistikleri/turistik-tesis-ve-isletmeler>

³⁹ <https://tga.gov.tr/search-hotel/?certificateType=4&certificateTY=3>

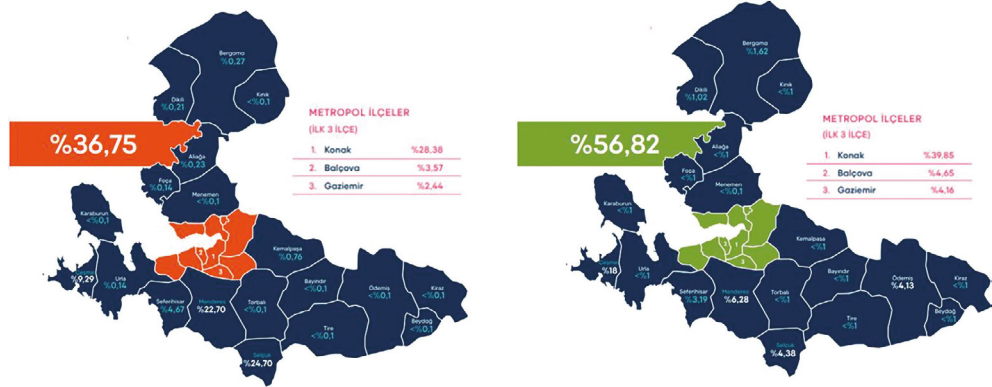
PROJENİN ARKA PLANI

Tablo 7:
İzmir İline
(solda) ve Türkiye'ye
(sağda) Gelen Turist
Sayısı (2020-2021)

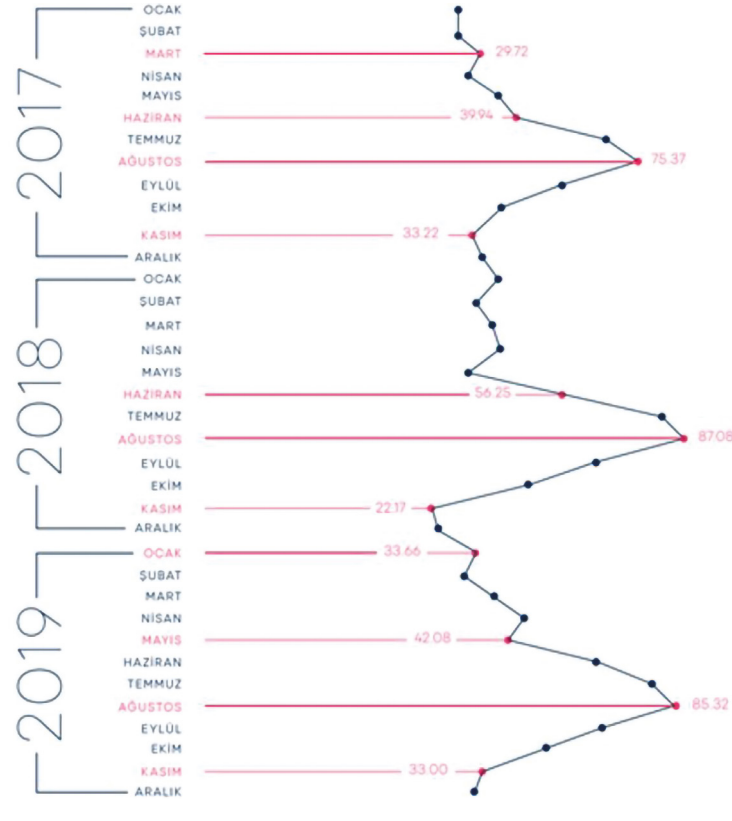
AYLAR	YILLAR			% DEĞİŞİM ORANI		AYLAR	YILLAR		% DEĞİŞİM ORANI
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020		2020	2021	
OCAK	20.022	27.901	4.752	39,35	-82,97	OCAK	1.787.435	509.787	-71,48
ŞUBAT	23.919	32.771	5.155	37,01	-84,27	ŞUBAT	1.733.112	537.976	-68,96
MART	37.515	11.920	13.909	-68,23	16,69	MART	718.097	905.323	26,07
NİSAN	72.395	53	13.764	-99,93	25.869,81	NİSAN	24.238	790.687	3162,18
MAYIS	96.342	30	20.731	-99,97	69.003,33	MAYIS	29.829	936.282	3038,83
HAZİRAN	168.636	15.270	59.327	-90,94	288,52	HAZİRAN	214.768	2.047.596	853,40
TEMMUZ	238.924	57.864	216.984	-75,78	274,99	TEMMUZ	932.927	4.360.952	367,45
AĞUSTOS	209.909	66.368	126.748	-68,38	90,98	AĞUSTOS	1.814.701	3.982.168	119,44
EYLÜL	166.766	42.852	85.446	-74,30	99,40	EYLÜL	2.203.482	3.513.453	59,45
EKİM	115.969	25.043	83.588	-78,41	233,78	EKİM	1.742.303	3.471.540	99,25
KASIM	32.585	7.226	26.663	-77,82	268,99	KASIM	833.991	1.763.982	111,51
ARALIK	41.652	10.144	41.284	-75,65	306,98	ARALIK	699.330	1.892.520	170,62
TOPLAM	1.224.634	297.442	698.351	-75,71	134,79	TOPLAM	12.734.213	24.712.266	94,06

Aşağıda ise İzmir ilinde konaklayan yabancı ve yerli turistlerin ilçeler bazında dağılımı verilmiştir. Hem yerli hem de yabancı turistlerin yoğunluklu tercihleri Konak, Balçova ve Gaziemir ilçeleri olmuştur.⁴⁰

Şekil 8:
İzmir'de
Konaklayan
Yabancı (solda)-
Yerli Turistlerin
(sağda) İlçelere Göre
Dağılımı, 2019



Şekil 9:
Konaklama
Tesislerinin Aylara
Göre Doluluk
Durumu



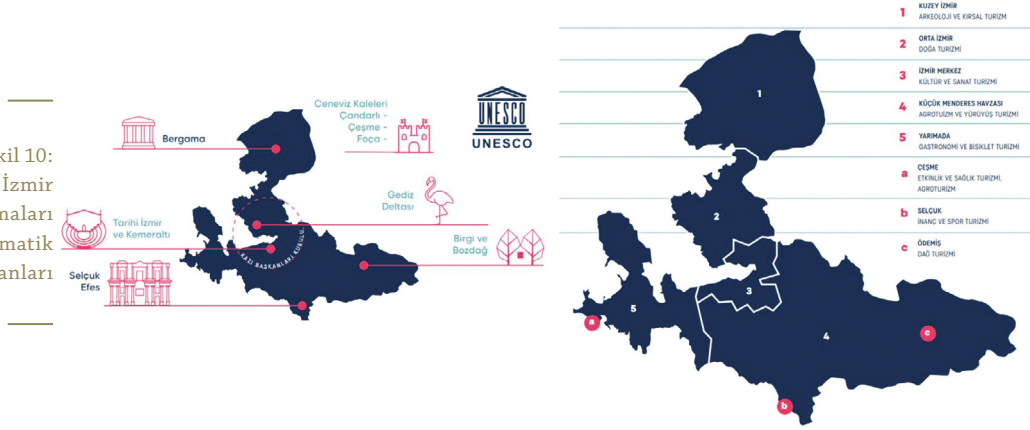
40 İzmir Vakfı Turizm Strateji Planı 2020-2024

İzmir ilinde konaklama tesislerinin doluluk oranlarının -2020 yılı pandemisi dikkate alınmazsa- yüzde 80'lerin üstüne çıktığı ve bu oranların Ağustos ayında zirve yaptığı, Kasım aylarında ise en düşük seviyede seyir ettiği görülmektedir.

İzmir sahip olduğu tarihi-kültürel değerler ve gastronomik özellikleri ile önemli turizm projelerinin yürütüldüğü, turizm potansiyeli oldukça yüksek illerimizden biridir.

Aşağıda yürütülen UNESCO "dünyanın İzmir mirası çalışmaları" ile İzmir ili "tematik turizm alanları" gösterilmiştir.

Şekil 10:
Dünyanın İzmir
Mirası Çalışmaları
(solda) ve Tematik
Turizm Alanları



İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi ve Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi akademisyenlerince 2015 yılında İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler üzerine bir alan araştırması yapılarak turistlerin düşünceleri ve algılamaları çerçevesinde ortaya çıkan veriler irdelenmiştir. Araştırma kapsamında 430 turist üzerinde anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre;⁴¹ tatil için İzmir merkezli Ege bölgesini seçme nedenleri arasında "yöresel yemekler", sunulan tercih nedenleri içerisinde ancak dördüncü sırada yer almıştır.

Diğer taraftan katılımcıların bu destinasyonu beğenme durumları incelendiğinde, turistlerin büyük çoğunluğunun yöresel yemekleri ve ulusal mutfağı beğendiği ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar destinasyonda deneyim yaşadıkları restoranlar içerisinde "yerel restoranları" en üst düzeyde ilgi çekici bulmuş ve bunu ikinci sırada "ulusal restoranlar" izlemiştir. Bu sonuç turistlerin sadece bölge mutfağını değil, aynı zamanda ülke mutfağını da ilgi çekici buldukları şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların yerel yemekler konusunda daha önce yeterli bilgi sahibi olmadıkları, bu destinasyonda görüp yedikleri yöresel yemekleri beğendikleri ve yöresel yemeklerin bir çekicilik etkeni olarak değer taşıdığı ifade edilmektedir. Yukarıdaki anket çalışmasından da görüldüğü üzere yerli ve yabancı ziyaretçiler nezdinde bölge mutfağı ve gastronomisi yeterince bilinmemektedir. Ege daha çok temiz denizi, eşsiz koyları, kültürel ve tabiat öğeleri ile ziyaretçilerin tercih nedeni olurken genel anlamda gastronomik değerleri ulusal yemek kültürü ile bağdaştırılmakta, bölgesel gastronomik özellikleri yeterli düzeyde tanınmamaktadır.

41 Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, Egem ZAĞRALI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Atilla AKBABA, Katip Çelebi Üniversitesi

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, Türk mutfağının yabancı turistler tarafından görünüş, lezzet, porsiyon miktarı ve yemeklerin çeşitliliği gibi ölçütler açısından beğenildiği saptanmıştır. Ayrıca, bu çalışmada turistlerin yüzde 62'sinin Türk yemeklerini beğendikleri için tekrar ülkemizi seçtikleri de belirlenmiştir. Yiyeceğin; ziyaretçilerin memnuniyetine dördüncü en önemli katkı olduğu ve turistlerin Türkiye'ye tekrar dönmelerinin önemli bir nedeni olduğu da bulgular arasındadır. Didim, Kayseri ve Kapadokya bölgesindeki otellerde konaklayan yabancı turistlerin Türk yemeklerine bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılan 2002 yılı çalışmasında ankete katılanların yüzde 46,1'i Türkiye'de yedikleri yemeklerin lezzetli ve çeşitli olmasının Türkiye'ye tekrar gelmelerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Turistlere, Türk yemekleri ile ilgili görüşleri sorulduğunda yüzde 74 ile yüzde 85 arasında lezzet, görünüş, miktar ve çeşit yönünden yemekler olumlu değerlendirmiştir. İnternet üzerinden yabancı turistlere anket uygulanarak yapılan bir araştırmaya göre de, katılımcıların yüzde 59'u Türkiye'ye gelmelerinde Türk mutfağının etkili olduğunu belirtmiştir. Konakladıkları tesislerde Türk mutfağını tercih etme durumları sorulduğunda ise, katılımcıların yüzde 97,1'inin Türk mutfağını tercih ettiği belirlenmiştir. Cevaplayıcıların yüzde 80'i Türk yemeklerinden memnun kaldıklarını ifade etmiştir.

Yukarıdaki araştırmanın uluslararası düzeyde ve daha geniş katılımlı bir uygulaması ise 24 ülkede 25 binden fazla insanın katılımı ile gerçekleştirilmiştir.⁴² Katılımcılara 34 ulusal mutfaktan hangisini denediklerini ve beğenip beğenmedikleri sorulmuştur. Ankete verilen cevaplarda İtalyan yemeklerinin en büyük hayranlarının gene İtalyanlar olduğu, İspanyollar ve Fransızların da İtalyan yemeklerini beğendiği anlaşılmaktadır. Ankete katılan ülkeler arasında ikinci beğeniyi toplayan ülke Çin mutfağıdır. Çin mutfağını Çinli'lerden sonra en fazla beğenen ülkeler Singapur ve Hong Kong'tur. Bu durum tamamen Uzakdoğu'da kültürlerinin ortaklığı ve tarımsal ürünlerin aynı bölgede yetişmesi şeklinde yorumlanabilir. Dünyanın en popüler üçüncü mutfağı ise Japon mutfağıdır. Japon mutfağını da en fazla beğenen ülkeler Singapur ve Hong Kong'dur. Anket katılımcılarının kendi mutfaklarına çok daha fazla düşkün oldukları gözlenmektedir.

Türk mutfağı dünya ölçeğinde çokça tanınan ve bilinen bir mutfak değildir. Ülkemize yaptıkları ziyaretlerde Türk Mutfağını tadan kişilerin verdiği görüşlere göre çıkan bu sonuçları dikkate alarak "Gastronomik Turizm" tanıtım faaliyetlerinde bu ülkelere öncelik verilmesi kısa vadede turizme katkı koyabilecektir. Benzeri bir anket çalışmasının da Ege Bölgesine ziyaret edecek turistlere uygulanması ve Türk Mutfağında beğenilen mutfak ürünlerinin tespiti de gelecekte yapılandırılacak tarımsal ürünler ile mutfak faaliyetlerine ve marka süreçlerine destek verecektir.

Dokuz Eylül Üniversitesi Gastronomi Bölümünün yaptığı bir saha çalışmasına göre de şarap kültürünün gastroturistleri harekete geçiren temel seyahat motivasyon kaynağı olduğu ve şarap bölgelerinin gastronomi turistleri tarafından sıklıkla ziyaret edildiği ortaya çıkan önemli bir sonuçtur.⁴³

⁴² Italian cuisine is world's most popular | YouGov ve YouGov - Global Cuisine survey.pdf d25d2506s-fb94s.cloudfront.net)

⁴³ Gastronomi Turizminde Şarabın Yeri: Çeşme Bağcılık Örneği, Turgay Bucak, Meral Üzülmez, Esin Özkaya.

2.3.2. Ege Bölgesinde Gastronomi Faaliyetleri

Ege Gastronomi Projesi TR31 İzmir, TR32 Aydın, Denizli ve Muğla, TR33 Uşak, Kütahya, Manisa ve Afyonkârahisar illeri ile Balıkesir, Çanakkale, Tekirdağ ve Edirne illerinin Ege bölgesi ile ortak yeme-içme özellikleri gösteren belli kısımlarını kapsamaktadır. Aşağıda bu bölgedeki kimi illerde gerçekleştirilmiş örnek faaliyetlerden bir seçki aktarılmaktadır.

İzmir:

İzmir ilinde, kamu kurumlarının desteği ve özel sektör iş birliği ile yapılan birçok gastronomi faaliyeti bulunmaktadır. Bunlar aşağıda belirtilmiştir.

İzmir İlindeki Gastronomik Etkinlikler (2022)

- İzmir GastroFest
- İzmir Gurme Fest
- Ege Gastronomi Zirvesi
- Kâraburun Nergis Festivali
- Uluslararası Gastronomi Kongresi
- F-SUMMIT (UA Turizm Gastronomisi, Yatırımları ve Ağırılama Zirvesi)
- Uluslararası Gastronomi Araştırmaları Kongresi
- Girit'ten Tire'ye Lezzet ve Kültür Festivali
- Alaçatı Ot Festivali
- Urla Uluslararası Enginar Festivali
- İzmir Boyoz Festivali
- Geleneksel Urla Bağbozumu Şenlikleri
- Seferihisar Yöresel Ürünler Pazarı
- Gurme İzmir-Ekoloji ve İzmir Organik Ürünler Fuarı
- Tire Salı Pazarı
- Zeytin, Zeytinyağı, Süt Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı
- Kiraz Festivali
- Emiralem Çilek Festivali
- Kavacık Üzüm Festivali
- Zeytin Festivali
- Mandalina Festivali

2007 yılında Fransa'nın Lyon kentinde, gastronomi ve iyi yemek konularında üye şehirlerin en iyi uygulamalarını birbirleriyle paylaşabilecekleri bir platform olarak kurulan Delice (Dünya Gurme Kentler Ağı) belediyeler, şefler, yerel yetenekler, aşçılık okulları ve diğer gastronomi uzmanları arasında iletişim sağlamayı hedeflemektedir. Delice ağına Türkiye'den ilk üye olan İzmir'dir. 31 kentten oluşan Delice Ağı, pandemi sonrası ilk Genel Kurulunu, 23-25 Kasım 2021 tarihlerinde, Büyükşehir Belediyesinin ev sahipliğinde İzmir'de yapmıştır.⁴⁴ Program kapsamında 11 üye şehir ile Türkiye'den uzmanlar bir araya gelerek

⁴⁴ <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/deniz-sipahi/bu-platform-lezzet-sorfu-sevenler-icin-41964018>

yerel ürünler, üreticiler ve sürdürülebilirlik çalışmalarının yanı sıra gastronomi turizmini destekleyen tematik konular üzerine çalışmalarda bulunmuştur. Katılımcı kentler arasında Fransa'dan Lyon ve Bordo, Kolombiya'dan Cali, Finlandiya'dan Helsinki, Belçika'dan Brüksel ve Litvanya'dan Riga ve İsviçre'den Lozan bulunmaktadır. Kentlerin turizm ofisleri, belediye temsilcileri ve Delice merkez temsilcilerinin katıldığı toplantılar, Tarihi Havagazı Fabrikası, Tarihi Portekiz Sinagogu, Köstem Zeytinyağı Müzesi gibi farklı yerlerde yapılmıştır. Üç gün süren program kapsamında katılımcılara, Kemeraltı tarihi çarşının sokak lezzetleri tanıtılmış, ayrıca gastronomi uzmanlarınca yerel lezzetlerle ilgili ta-dımlar eşliğinde anlatımlar yapılmıştır.

İzmir Kârşiyaka Belediyesi ve Yaşar Üniversitesi, 27 Aralık 2019'da Kârşiyaka'da "Cordelion Gastronomi ve Mutfak Sanatları Merkezi"ni kurmak üzere bir iş birliği protokolü imzalamıştır. Türkiye'de gastronominin gelişimine katkı sunmak, başta Ege olmak üzere Türk Mutfağını tanıtmak ve sektöre nitelikli personel yetiştirmek için yola çıkan iki kurum, merkezin açılışı için çalışmalarına devam etmektedir.⁴⁵ Ayrıca Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesinde Gastronomi Akademisi kurmak için 01 Nisan 2022'de temel atma töreni yapmıştır. Yedi yüz elli metrekârelik alana kurulması planlanan akademide; ana derslik, kooperatif mutfağı, stüdyo mutfağı, zeytin işleme ve sıkım atölyesi, ekmek yapım atölyesi, peynir ve maya atölyesi, fuaye ve sunum alanı, iki adet sunum terası, gastronomi kütüphanesi ve toplantı odası yer alacağı açıklanmıştır.⁴⁶ Çeşme Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ile iş birliği modeli geliştirilmesi ile de bir ilki gerçekleştirecek olan Gastronomi Akademisinin içinde kooperatif üretim mutfağı da yer alacaktır.

Afyonkârahisar:

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Gaziantep ve Hatay'dan sonra dahil olan Afyonkârahisar'da şehrin mutfağını, turizmini ve kültürünü tanıtmak için her sene "Uluslararası GastroAfyon Lezzet ve Turizm Festivali" düzenlenmektedir. 7-8-9 Ekim 2022 tarihlerinde dördüncüsünün gerçekleştiği festivalde dünyanın yaklaşık 20 farklı ülkesinden 50'nin üzerinde gastronomi alanında profesyonelleşmiş uzman ve akademisyenler, 20 ayrı ülke büyükelçileri, Brezilya tur operatörleri ve şefleri, yemek yazarları, gurmeler, bloggerlar, influencerlar, sanatçılar katılmıştır. 100'den fazla etkinlik gerçekleştirilmiştir. Ayrıca bu festival Türkiye'de bir ilk olan Gastronomi Treni faaliyetine ev sahipliği yapmıştır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğinin (TÜRSAB), Afyonkârahisar Belediyesi iş birliğiyle turizme yeni bir ivme kazandırmak amacıyla hayata geçirdiği Gastronomi Treni, 4. Uluslararası GastroAfyon Turizm ve Lezzet Festivali kapsamında ilk seferini gerçekleştirmiştir.

⁴⁵ <https://haber.yasar.edu.tr/genel/cordelion-gastronomi-ve-mutfak-sanatlari-merkezi-icin-imzalar-atildi.html>

⁴⁶ <https://www.euegeajans.com/index.php/2022/04/01/hem-egitim-mutfagin-in-acilis-yapildi-hem-de-gastronomi-akademisinin-temeli-atildi/>

Balıkesir:

Balıkesir Valiliği, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Balıkesir Sanayi Odası, Balıkesir Ticaret Odası, Balıkesir Ticaret Borsası, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Aşçılar ve Pastacılar Derneği ile Türkiye Aşçılar ve Pastacılar Birliği iş birliğiyle, Türkiye'yi Doyuran 50 Peynirli Şehir Balıkesir'in gastronomi dünyasında hak ettiği yere gelmesini desteklemek amacıyla 2-5 Haziran 2022 tarihlerinde 'Uluslararası Kahvaltı Festivali' yapılmıştır. Festivalde şehrin Cİ'li ürünleri de dâhil olmak üzere yaklaşık 30 çeşit yöresel ürünün katılımcıların beğenisine sunulmuştur. Festivalde, üreticiler, restoranlar, konaklama tesisleri ve turizm acenteleri stant açmışlardır. Festival kapsamında ayrıca sempozyumlar, yarışmalar, workshoplar, tadım etkinlikleri ve konserler gerçekleştirilmiştir. İlçe ve türlerine göre Balıkesir'e özgü peynirleri anlatan "50 Peynirli Şehir Balıkesir" kitabı⁴⁷ ve ilin gastronomisinin tanıtılmasına katkı sağlaması amacıyla, Balıkesir Ticaret Odasının sponsorluğunda, Balıkesir Gastronomi Atlası" hazırlanmıştır. Şehrin lezzetlerini yaşatmak ve dünyaya tanıtmak isteyen Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, gastronomi alanında yapılan çalışmaların, akademik zemine yayılarak daha profesyonel bir şekilde yürütülmesi için 19 Eylül 2022'de Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi ile işbirliği protokolü imzalamıştır.⁴⁸ Şehrin lezzet değerlerinin geliştirilerek korunmasını, bölgenin tarımsal ürünlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasını ve pazarlanmasını amaçlayan protokol kapsamında, 'Balıkesir Eğitim Mutfağı' kurulması ve Büyükşehir Belediyesinin gastronomi ve mutfak sanatları konusunda gerçekleştireceği eğitim faaliyetlerine akademik destek verilmesi hedeflenmektedir.

2.3.3. Ege Bölgesinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

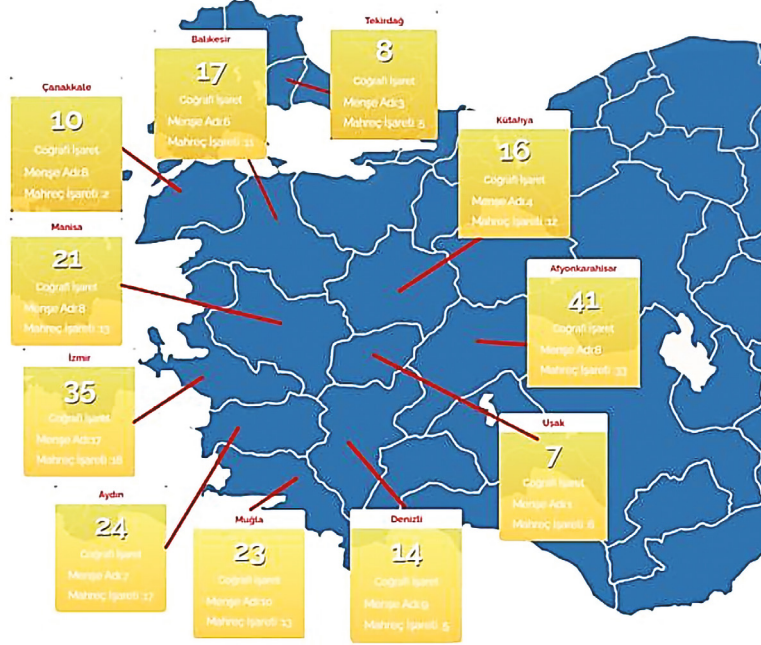
Coğrafi İşaretler, ürün farklılaştırma ile standartlaşmayı önlediği, geleneksel ve kültürel birikime sahip çıktığı, Ürünün kaynaklandığı coğrafi yerin biyoçeşitliliğinin, doğal kaynaklarının, üreticilerinin, üretimin sürdürülebilirliğini sağladığı için, yöresel gastronomik mirasın korunması, tanıtılması ve ekonomik değer katma aracı olması bakımından son derece önemlidir. Türk Patent ve Marka Kurumu il bazında tescilli Cİ ürünleri yayınlamaktadır. Ege Gastronomi Projesi kapsamında yer alan; Balıkesir, Çanakkale, Tekirdağ illerinde ve Ege Bölgesi illerinde 216 adedi tescilli, 132 adedi başvuru durumunda olan toplam 348 adet Cİ ürün bulunmaktadır.

Cİ olgusunun ürünlere kazandırdığı değerlerle öne çıkan Fransa, İtalya, İspanya ve Portekiz ülkelerinde en dikkat çeken ortak özellikler, tescil sonrası ürünlerinin denetimini sıkı bir şekilde takip etmeleri ve kooperatifleşmedeki başarılarıdır. Yapılan görüşmelerde, Türkiye'nin bu alanda büyük eksiklikleri bulunduğu paylaşılmıştır.

⁴⁷ <https://www.bato.org.tr/omur-akkor-ile-balikesir-gastronomi-atlasi>

⁴⁸ <https://www.cnnturk.com/yemel-haberler/balikesir/gastronomi-sehri-balikesire-egitim-mutfagi-kuruyor-1836905>

Şekil 11:
Ege Gastronomi
Projesi
Kapsamındaki
İllerin Cİ Durumu



Görüşmelerde, Cİ sisteminin yapısında, yönetim problemleri olduğu ve üretici tabanlı bir örgütlenme sağlanamadığı, kontrol ve denetim uygulamalarını, taklitle mücadele çalışmalarını aralıksız ve sürekli olarak devam ettirecek güçlü bir mekanizmaya ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Ülkemizde Cİ alanındaki denetimlerin, pazarlama çalışmalarının ve üretici örgütlenmelerinin başarılı ülkelerde olduğu gibi gelişmiş olmaması dezavantaj yaratan unsurlardır.

Araştırmalar, umut vaat eden Cİ ürünlerin başarılı olabilmesi için aşağıdaki temel koşulların var olması gerektiğini göstermektedir.⁴⁹

1. Cİ kullanımı ve denetim mekanizmalarının işletilmesinde ciddi öneme sahip olduğu için Cİ tescilinin bir üretici birliği ya da kooperatif tarafından alınması,⁵⁰
2. Üretim aşamasında; yeterli hammaddenin, araçların ve altyapıların, pazarlamada ise güçlü bir "örgütlenme" yapısının varlığı,
3. Özdenetim (üreticinin üretim aşamasındaki dikkat ve özeni), iç denetim (Cİ sahibi kuruluşun tanımladığı uzmanlarca yapılan denetim) ve dış denetim (akredite bağımsız kuruluş denetimi) şeklinde özetlenebilecek Cİ ürünü denetlemek ve gözlemlmek için yasa ve yönetmelik düzeyinde yeterli mevzuat ve güçlü yönetişimin varlığı,
4. Cİ tabii üretici ve kurumların, projeye ortak katılımı, sahiplenmesi ve maddi/manevi desteği,
5. Cİ ürünün tanıtımı için uzun süreli kampanyalar düzenlenmesi ve bu kampanyalara destek verecek temel üreticilerin varlığı,
6. Güçlü bir yerel Cİ sistemi ile yasal korumanın gelişmiş olması

Ege Gastronomi Projesi kapsamındaki illerin tescilli Cİ ürün durumu tabloda verilmiştir. Türkiye genelindeki Cİ ürün listesi ise EK2'de verilmiştir.

⁴⁹ Ankara Ticaret Odası Coğrafi İşaretler Yayını

⁵⁰ Prof. Yavuz Tekelioğlu ile yapılan görüşme

Tablo 8:
Ege Gastronomi
Projesi Kapsamındaki
İllerin Tescillerine
Göre Coğrafi İşaretli
Ürünleri

İl	Coğrafi İşaretleri	
	Menşee	Mahreç
Afyon	Afyon Kaymağı	Afyon Ağzıaçığı
	Afyon Manda Yoğurdu	Afyon Bükmesi
	Afyonkârahisar Patatesli Ekmeğı	Kaymaklı Ekmek Kadayıfı
	Sultandağı Gilli Kirazı	Afyon Kebabı
	Sultandağı Kirazı	Afyon Lokumu
	Çay İlçesi Vişnesi	Afyon Pastırması
	Şuhut Patatesi	Afyon Patlıcan Böreğı
	Afyon Mermeri	Afyon Sucuğı
		Velense Hamur Aşısı
		İlibada Dolması
		Göce Köftesi
		Hurma Baklavası
		Mercimekli Pilav
		Çullama Köfte
		Afyon Övmesi
		Dinar Taptama Köftesi
		Emirdağ Dolgulu Köftesi
		Emirdağ Güveci
		Emirdağ Koyun Yoğurdu
		Emirdağ Yumurtalı Pidesi
		Sandıklı Haşhaş Ezmesi
		Sandıklı Kapama Yemeğı
		Sandıklı Kürek Helvası
		Sandıklı Leblebisi
		Sandıklı Saç Eti
		Şuhut Keşkeğı
		Süper İnce Kilim
		Türkmen El Halısı
	Dazkırı Halısı	
	Pazırık El Halısı	
	Afyon Keçesi	
	Emirdağ Kilimi	

*

İl	Coğrafi İşaretleri	
	Menş e	Mahreç
Aydın	Aydın Kestanesi	Aydın Kabak Tatlısı
	Aydın Memecik Zeytini	Aydın Yuvarlaması
	Aydın Memecik Zeytinyağı	Bozdoğan Cevizi
	Yamalak Sarısı Zeytin	Dalama Tandırı
	Aydın Ç am Fıstığı	Dedebağ Keş keği
	Dikmen Ç içek Balı	Germencik Ekş ili Tavuk
	Aydın İnciri	Kâracasu Pidesi
	*	Nazilli Kâr Helvası
		Nazilli Pidesi
		Ortaklar Çöp Ş iş i
		Sultanhisar Ç ileği
		Söke Pidesi
		Söke Tatlı Maya Ekmeği
		Ç ine Köftesi
İncirliova Deve Sucuğu		
Söke Körüklü Ç izmesi		
Kâracasu Ç ömleği		
Balıkesir	Ayvalık Zeytinyağı	Balıkesir Höşmerim Tatlısı
	Balıkesir Kuzu Eti	Balıkesir Kaymaklısı
	Burhaniye Zeytinyağı	Manyas Kelle Peyniri
	Edremit Körfezi Yeş il Ç izik Zeytin	Marmara Adası Mermeri
	Edremit Zeytinyağı	Savaştepe Sarıbeyler Seferlik Ç öreği
	Kapıdağ Mor Soğanı	Susurluk Ayranı
	*	Susurluk Tostu
		İvrindi Kelle Peyniri
		Yağcıbedir El Halısı
		Balıkesir Pullusu
Gönen İğ ne Oyası		
Ç anakkale	Bayramıç Beyazı	Bayramıç Tahin Helvası
	Bayramıç Elması	Ç anakkale El Halısı
	Bayramıç Zeytinyağı	*
	Bozcada Ç avuş Üzümü	
	Ezine Peyniri	
	Geyikli Zeytinyağı	
	Lapseki Ş eftalisi	
	Yenice Kırmızı Biberi	

Tablo 8:
Ege Gastronomi
Projesi Kapsamındaki
İllerin Tescillerine
Göre Coğrafi İşaretli
Ürünleri

İl	Coğrafi İşaretleri		
	Menşee	Mahreç	
İzmir	Arslanlar Biberi	Kınık Kuru Domatesi	
	Bergama Kozak Çam Fıstığı	Tire Şiş Köftesi	
	Bornova Kınalı Bamyası	Torbalı Kuru Domatesi	
	Bornova Misket Üzümü	Çavuşdağı Kuru Fasulyesi	
	Ege Pamuğu	Ödemiş Köftesi	
	Ege Sultani Üzümü	İzmir Boyozu	
	Ege İnciri	İzmir Gevreği	
	Gümüldür Mandalinası	İzmir Kumrusu	
	Güney Ege Zeytinyağları	İzmir Lokması	
	*		İzmir Tulum Peyniri
			İzmir Şambalisi
		Tire Beledi Dokuması	
		Bergama Parşömeni	
		Bergama Graniti	
		Bergama El Halısı	
Kütahya	Kütahya Pazarlar Kirazı	Emet Pidesi	
	Simav Eynal Domatesi	Gediz Güveci	
	Simav kestanesi	Gediz Tarhanası	
	Şaphane Kirazı	Kütahya Bitli Helva	
	*		Kütahya Cimcik Aşı
			Kütahya Köpük Helvası
			Kütahya Kızılıcak Tarhanası
			Paşa Helvası
			Tavşanlı Güveci
		Tavşanlı Leblebisi	
	Kütahya Çinisi		
Manisa	Akhisar Domat Zeytini	Akhisar Domat Zeytinyağı	
	Akhisar Uslu Zeytini	Akhisar Köfte	
	Demirci Hünnapı	Akhisar Uslu Zeytinyağı	
	Köprübaşı Çileği	Alaşehir Asma Yaprağı	
	Kırkağaç Kavunu	Alaşehir Ekmeği	
	Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzümü	Alaşehir Kapaması	
	Salihli Kirazı	Kula Leblebisi	
	Saruhanlı Çekirdeksiz Beyaz Üzümü	Manisa Mesir Macunu	
	*		Manisa Taban Simidir
			Salihli Odun Köfte
		Yurtdağı El Halısı	
		Kula El Halısı	
	Gördes El Halısı		

İl	Coğrafi İşaretleri	
	Menşee	Mahreç
Muğla	Bodrum Mandarini	Fethiye Kaya Halısı
	Fethiye Kaya İnciri	Fethiye Tahini
	Kavaklıdere Cevizi	Milas Ekşili Köfte
	Köyceğiz Portakalı	Milas Kanlı Kavurması
	Marmaris Yer Fıstığı	Milas Tepsi Böreği
	Milas Zeytinyağı	Milas Çaykaması
	Muğla Beyaz Mermeri	Milas Çekişke Zeytini
		Muğla Göce Tarhanası
		Muğla Köftesi
		Muğla Saraylısı
		Üzümlü Dastarı
		Milas El Halısı
	Seydiler Kilimi	
Tekirdağ	Malkâra Eski Kaşarı	Hayranbolu Ustası
	Tekirdağ Soğanı	Tekirdağ Köftesi
	Yapıncak Salamura Asma Yaprağı	Tekirdağ Peynir Helvası
	*	Velimeşe Bozası
		Kâracakılavuz Dimi Dokuması
Uşak	Uşak Tarhanası	Uşak Baklavası
		Uşak Gelin Helvası
		Uşak Haşhaş Ezmesi
	*	Uşak Helvası
		Uşak Halısı
		Eşme Yörük Kilimi
Denizli	Babadağ Kekik Balı	Denizli Leblebisi
	Buldan Kestanesi	Tavas Baklavası
	Denizli Kekiği	Çameli Elmalı Bezi
	Denizli Çalkârası Üzümlü	Çameli Kilimi
	Honaz Kirazı	Buldan Bezi
	Kale Biberi	
	Çamevi Fasulyesi	
	İsabey Çekirdeksiz Üzümlü	*
	Denizli Traverten	

2.3.4. Temel Sektörel Sorunlar

Rapor konusu Ege Gastronomi Projesi'nin hayata geçirilmesi ve amaçlanan gastronomik hareketin başlatılmasında ilk aşama olan tarımsal katma değer artırılmasının önündeki temel sorunlar 25-26 Aralık 2022 tarihli "Gastroekonomide Tarımın Rolü Arama Konferansı"ndan elde edilen sonuçlara göre belirlenmiştir. 05-29 Aralık 2022 tarihleri arasında yapılan yüz yüze görüşmelerde bu tespit edilen sorunlara ilâve olarak, aşağıdaki sorunlar da ayrıca vurgulanmıştır:

İzmir bölgesinde çiftçinin ürün kalitesini düşürmeden tazeliğini koruyacak, yeterli sayıda soğuk hava deposu yoktur. Bu durum küçük çiftçiyi hasattan hemen sonra ürününü satmaya mecbur bırakmakta, ürün kalitesini düşürmekte ve üründeki bozulmayı ve gıda israfını artırmaktadır. Çiftçinin ürünü üzerinde fiyat belirleme ve yıl boyunca istediği zaman satma özgürlüğü elinden alınmakta ve çiftçi komisyoncuların eline düşmektedir. Hem üretici hem tüketici hem de genel ekonomi açısından zarar edilmektedir. Yıl boyu taze ürünü tüketiciye sağlamak, üreticiyi düşük fiyatla ürününü elden çıkarmaya mecbur bırakmamak ve gıda tedarikini garantiye alıp sıcaklık yükselmesinin gıda üzerindeki etkisini azaltmada soğuk hava depoları önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Soğuk hava deposu yatırımlarının, yerel yönetimlerin, üretici birlikleri, özel sektör ve kamunun iş birliğinde gerçekleştirilmesi elzemdir.

Ege denizinde gırgır tabir edilen büyük balıkçı şirketlerinin sebep olduğu aşırı avlanma denizlerde dip hayatını ve doğal balık stoklarını neredeyse bitirme noktasına getirmiştir. Balıkçılıktan ekmek yiyen ve istihdamın yüzde doksanını sağlayan başta küçük balıkçı ve tüketici açısından sorun çok büyümüş durumdadır. Tarım ve Çevre Bakanlıkları eliyle konunun ivedilikle çözüme kavuşturulması yönünde adımlar atılmalıdır. Deniz dibindeki oksijeni ve besin deposunu oluşturan flora, yazlıkçılarının bilinçsizliği, kafes balıkçılığındaki aşırı yemleme ve kirlilik gibi nedenlerle hızla yok olmaktadır.

Başta turistik ilçeler olmak üzere hızlı biçimde tarım toprakları kaybedilmektedir. Aşırı betonlaşma hızlı biçimde artmaktadır.

Bölgede gerçekleştirilen "yeryüzü pazarları" gibi üretici ile tüketiciyi bir araya getiren pazarlar neredeyse yok olmaya yüz tutmuş olup son birkaç tane kalmıştır. Pazarlarda hal çıkışlı ürünler yerine yerel üreticiye yer tahsisi artırılmalıdır.

Meslek lisesi öğrencilerinin eğitiminde, meslek liselilerin sektöre kazandırılmasında ve uygulamalı eğitimde ciddi sorun ve boşluk vardır. Meslek liselilerin sektöre kazandırılmasında uygulamalı eğitim açığı ciddi boyuttadır. İlk öğretimden itibaren çocuklara tarım eğitimi verilmelidir.

Üreticinin büyük bir kısmı, -uluslararası fuarlar dahil- malının değerini piyasada artıracak ve katma değerli satış sağlayacak Cİ'yi kullanma bilincinde değildir. Dünya örneklerinin aksine, bölgedeki kooperatiflerde Cİ alma bilinci yok denecek düzeydedir. Cİ denildiği zaman akla gelen ilk ürünler arasında İtalyanların Parmesani, Fransızların Rokfor Peyniri ve Şampanyası, Türkiye'nin ise Antep Baklavası, Aydın İnciri ve Giresun Fındığı örnek verilebilir. Coğrafya adıyla tanınan ürünler dünyanın tüm kıtalarına ve ülkelerine yayılmış olmasına rağmen

daha çok Avrupa'da gelişmiştir. Kayıtlara bakıldığında Cİ'lerin yüzde 90'nın OECD ülkelerinden geldiği görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda bu ve benzeri koruma şekillerinin faydaları tam olarak anlaşılammıştır. Uygulamalar yeni yeni gelişmektedir. Cİ yasasının altındaki uygulama yönetmelikleri ve yönetim yapısına ilişkin düzenlemelerin derinleştirilmesine ihtiyaç vardır.

Küresel ısınmanın diğer kıyılarda olduğu gibi Ege'nin kıyı kentlerde yaratmakta olduğu kuraklık, tatlı su kaynaklarındaki kayıplar, şiddetli erozyon, orman yangınları, deniz seviyesindeki yükselme gibi ciddi sorunlara ilişkin stratejik planların hazırlanması ve önlemler alınması hususunda büyük eksiklikler mevcuttur.

EGE GASTRONOMİ PROJESİNİN TEMEL ETKİNLİKLERİ



Kuzeyden güneye, dağdan denize, Ege gastronomisini oluşturan ürün, üretici, tarımsal kooperatifler, birlikler, esnaf, yiyecek-içecek, mutfak ve kültürünü araştırıp geliştirenler, tedarikçi, yurtiçi ve yurtdışına tanıtan oluşum, kolektif, platform ve kamu kurumları ile tüm ilgili tarafları kapsayacak olan Ege Gastronomi Projesi'nin temel etkinlikleri, aşağıdaki amaçları gerçekleştirmek üzere tasarlanmıştır.

Bu etkinliklerin amacı;

- Ege Gastronomisini tanımlamak ve markalaştırmak,
- "Marka" için kısa ve uzun vadeli stratejileri belirlemek,
- Ege Gastronomisi paydaşları arasında bağlantı kurmak ve köprü işlevini yerine getirmek,
- Ege'nin gastronomik ürünlerine değer kazandırmak,
- Doğru ürün, üretici ve oluşumları öne çıkarmak,
- Ege Gastronomisinin yurtiçi ve yurtdışı tanıtımını yapmaktır.

Bu etkinliklerin sonucunda;

- Ege Gastronomisinin tanınırlığı sağlanacak,
- Ürün ve hizmet kalite çıtası yükselecek,
- Kaliteli yerel tarım ürünü ve üreticisi değer kazanacak,
- Ege Gastronomisi yurtiçi ve yurtdışında değer kazanacak,
- Ege Bölgesi bir gastronomi destinasyonu olacak,
- Gastronomi aracılığı ile bütün bölge ve kültür tanıtılacak,
- Bu etkinlikler ile geliştirilen modelin uygulanabilir iyi bir örnek olması sağlanacaktır.

3.1. ETKİNLİKLER İLE VURGULANAN DEĞERLER

Bölgesel tanınırlığın sağlanmasına yönelik etkinliklere katılımcı olacak yerel aktörler, yerel ürünler belirlenir ve etkinlik içerikleri oluşturulurken ön plana çıkarılmaya ve vurgulanmaya çalışılacak değerler aşağıdaki gibi belirlenmiştir. Zira amaç sadece bölgesel düzeyde elde edilen gelirin artırılması değil, aynı zamanda kaliteli ürün çeşidi ve miktarının da artırılması ile ulusal/uluslararası düzeyde seçkin, talebi yüksek bir arzın sürdürülebilirliğine katkı sağlanmasıdır.

Modern, aydınlık, yapaylıktan uzak, doğal, samimi, sade, seçkin ve rafine olanı öncelikleyen bakış açısıyla belirlenmiş bu değerler aşağıda sıralanmıştır.

- Vizyoner ve çağdaş
- Kalite çıtası yüksek
- Bütünü gören ama detaycı
- Tarafsız ve kapsayıcı
- Yereli bilen ve aynı zamanda dünya ile bağlantılı
- Mirası koruyup ileriye bakabilen
- Sürdürülebilir tarım ve hizmetin ilkelerine bağlı

3.2. HEDEFLENEN YILLIK ETKİNLİK TAKVİMİ

Birinci bölüm 1.5 başlığında ilk 5 yıl için verilen etkinlik gruplarının alt faaliyetler bazında takvimi aşağıdaki şekilde detaylandırılmıştır. Sabit yatırım ve etkinliklerin maliyetleri ve gerçekleşme tutarları bu etkinlik takvimindeki alt faaliyetler ve içerikler bazında oluşturulmuştur.

İşletme dönemi faaliyetlerinden biri olan bölgesel envanter oluşturma faaliyetinin alt başlıkları ve öngörülen faaliyet planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 9:
Envanter Oluşturma
Faaliyeti (A1) ve
Mobil Uygulama (C1)

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ		2023	2024	2025	2026	2027
EGE BÖLGESİNDE BULUNAN GASTRONOMİYE KONU TARIMSAL ÜRÜN VE ÜRETİCİ						
A1.	ENVANTERİNİN OLUŞTURULMASI VE DİJİTAL VERİ TABANINA AKTARILMASI (İŞLETME FAALİYETİ) Ø					
	Saha Çalışmasının İçeriğinin Planlanması					
	Ekiplerin Oluşturulması ve İşbirliği Protokollerinin Yapılması					
	Gerekli Ekipmanların Temini					
	Dijital Veri Tabanının Oluşturulması					
	Saha Araştırmasının Fıili Olarak Gerçekleştirilmesi					
	Verilerin Tasnifi ve Analizi					
	Envanter Altyapısının Kurulması					
C1.	MOBİL UYGULAMA (SABİT YATIRIM UNSURU)					
	Uygulamada Kullanılacak Materyalin Toplanması Hazırlık					
	İşbirliği Anlaşmaları, Ekipman Temini ve Ekip Kurma					
	İçerik Toplama (Yukarıdaki saha araştırmasının bir parçası olarak dikkate alınmalıdır)					
	Uygulamanın Hazırlanması ve Lansmanı					

İşletme dönemi ve tanıtım faaliyetlerinden olan dergi ve kitap çıkartılması faaliyetinin alt başlıkları ve öngörülen faaliyet planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 10:
Dergi ve Kitap
Çıkartılması Faaliyeti
(B1, B2)

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ		2023	2024	2025	2026	2027
B1.	DERGİ ÇIKARTILMASI (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) U					
	Ekip Kurma, Kurgu, İçerik Planlama, Baskı ve Dağıtım	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
B2.	KİTAP ÇIKARTILMASI (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) U					
	Ekip Kurma, Kurgu, Yazı İstekleri ve Çekim Planlarını Hazırlama					
	Tasarım, Yazı, Öykü, İçerik ve Fotoğraf Toplama					
	Baskı ve Dağıtım					

İşletme dönemi ve tanıtım faaliyetlerinden olan diğer etkinliklerin alt başlıkları ve öngörülen faaliyet planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 11:
Tanıtım Faaliyeti
(A2, A3, A4, A5, A6,
A7, A8, A9)

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ	023	024	025	026	027
A2. TÜRKİYE BASIN ve PAYDAŞ TANITIM ETKİNLİĞİ					
İlk Çeyrek* Ekip Kurma					
İkinci çeyrek* Hazırlık Çalışmaları ve Davetli Belirleme					
İkinci çeyrek* Mekân Belirleme, Catering, Branding, Personel Üniforma vb					
İkinci ve üçüncü çeyrek* Paydaş Katkıları (THY vb gibi), Mekân Sözleşmesi, Davetlilerle İletişim					
Rezervasyonlar, Ödemeler ve Organizasyon					
Event (1 günlük)					
A3. ULUSLARARASI ŞEFLER ETKİNLİĞİ					
4'er Yerli/Yabancı Şef, 6'şar Yerli /Yabancı Yemek Yazarı Davet Organizasyonu					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (TGA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Event (? günlük)					
A4. ULUSLARARASI BASIN ETKİNLİĞİ					
Ekip Kurma, Hazırlık Çalışmaları, Davetli Belirleme					
Mekân Belirleme, Catering, Branding, Personel Üniforma vb					
Paydaş Katkıları (TGA), Mekân Sözleşmesi, Davetlilerle İletişim					
Rezervasyonlar, Ödemeler ve Organizasyon					
Belirlenen Rotalarda Deve Güreşi, Yerel Pazar, Beraber Yemek Pijirme, vb					
Event (4-6 günlük)					
A5. ULUSLARARASI ŞEF İLE YEREL MALZEME TANITIM ETKİNLİĞİ					
Dünyaca ünlü şef seçimi ve iletişime geçme					
Sözleşme yapılması					
Sosyal medya ve şefin networkü üzerinden duyurulması					
A6. YEREL GENİŞ KİTLE ETKİNLİĞİ					
Faaliyetlerin Planlanması					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FIRMA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Sahne ve Ulaşım Araçlarının Hazırlanması					
Yerel Paydaşların Organizasyonu					
Event (2 günlük), Ege Turu (4 günlük)					
A7. YEREL ÜRETİCİ, ŞEF, LOKANTACI ve BASIN ETKİNLİĞİ					
Faaliyetlerin Planlanması					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FIRMA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Yerel Paydaşların Organizasyonu					
A8. UA ŞEF ve BASIN ETKİNLİĞİ					
Faaliyetlerin Planlanması					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FIRMA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Yerel Paydaşların Organizasyonu					
Event (1 günlük)					
A9. SARAYI RESTORASYONU TANITIM ETKİNLİĞİ					
20'şer Kişilik 2 Etkinlik için Hazırlık					
Yer, Ulaşım Organizasyonu					
Yerel Sponsor Araştırma					
Tanıtım ve Yemek					

Sabit yatırım dönemi faaliyetlerinden olan Tarihi Borsa Binasının restorasyonu ile Konteyner Restoranı kurulması faaliyetinin alt başlıkları ve öngörülen faaliyet planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 12:
Tarihi Borsa
Sarayı'nın
Restorasyonu ve
Konteyner Restoranı
Kurulması (C3, C4)

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ	2023	2024	2025	2026	2027
C3. BORSA SARAYININ RESTORASYONU					
Projelendirme Çalışması (Mimari, Elektrik, Mekanik, Restorasyon)					
Anıtlar Üst Kurulundan Gerekli İzinlerin ve Proje Onayının Alınması					
Temel Güçlendirme					
Restorasyon Çalışması					
Ekipman ve Tefriş Süreci					
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık					
Açılış Töreni					
C4. KONTEYNER RESTORANI YATIRIMI					
Konsept Tasarım, Kapasite Belirlenmesi ve Uygun Yatırım Yerinin Seçimi					
Arazi Temini					
Projelendirme Çalışması					
Arazi Düzenleme ve İnşaat Faaliyeti					
Gerekli İzin ve Ruhsatların Temini					
Mekanik Tesisat Yapımı ve Ekipmanların Alımı, Montajı					
Tefriş Süreci					
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık					
Açılış Töreni					
Çalışacak Personelin İşe Alınması/İş Birliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması					
Kafe ve Dükkânın Faaliyete Geçşi					

İşletme dönemi ve gelir getirici faaliyetlerin alt başlıkları ve öngörülen faaliyet planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 13:
İşletme Dönemi Gelir
Getirici Faaliyeti
(D1,D2, D3, D4)

İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ	2023	2024	2025	2026	2027
D1. BORSA SARAYININ RESTORAN FAALİYETLERİ					
Çalışacak Personelin İşe Alınması/İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması					
Restoranın Faaliyete Geçiş					
D2. BORSA SARAYI KAFE ve DÜKKAN FAALİYETE GEÇİŞ					
Çalışacak Personelin İşe Alınması/İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması					
Kafe ve Dükkanın Faaliyete Geçiş					
D3. EĞİTİM FAALİYETLERİ					
Personel Alımı					
Ön Araştırma ve Eğitim Faaliyetlerinin Planlanması					
Eğitim Faaliyetleri					
D4. KONTEYNER RESTORANI FAALİYETLERİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) ☹					

Buna göre düzenlenen etkinlikler ve gerçekleştirilecek yatırımlardan, tanıtım amaçlı olan B grubu faaliyetler ile D grubu faaliyetlerden gelir eldesi mümkün olacaktır. A ve C grubu faaliyetlerde ise gelir ile düzenli ve doğrudan gelir elde edilmesi mümkün değildir.

Yukarıda her adımı detaylandırılmış etkinliklerin gelir getirici olma durumu, sabit yatırım ve işletme dönemi gideri olma durumuna göre sınıflandırılmış 5 yıllık konsolide planı aşağıda verilmiştir.

Tablo 14:
Konsolide Faaliyet
Planı (5 yıllık)

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ	2023	2024	2025	2026	2027
A1. ENVANTERİNİN OLUŞTURULMASI VE DİJİTAL VERİ TABANINA AKTARILMASI (İŞLETME FAALİYETİ) ☹					
Saha Çalışmasının İçeriğinin Planlanması					
Ekiplerin Oluşturulması ve İşbirliği Protokollerinin Yapılması					
Gerekli Ekipmanların Temini					
Dijital Veri Tabanının Oluşturulması					
Saha Araştırmasının Fikri Olarak Gerçekleştirilmesi					
Verilerin Tasnifi ve Analiz					
Envanter Altyapısının Kurulması					
B1. DEĞİŞİ ÇIKARTILMASI (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☺					
Ekip Kurma, Kurgu İçerik Planlama, Baskı ve Dağıtım	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
B2. KİTAP ÇIKARTILMASI (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☺					
Ekip Kurma, Kurgu, Yazı İstekleri ve Çekim Planlarını Hazırlama					
Tasarım, Yazı, Oykü, İçerik ve Fotoğraf Toplama					
Baskı ve Dağıtım					
C1. MOBİL UYGULAMA (SABİT YATIRIM UNSURU)					
Uygulamada Kullanılacak Materyalin Toplanması Hazırlık					
İşbirliği Anlaşmaları, Ekipman Temini ve Ekip Kurma					
İçerik Toplama (İükarıdaki saha araştırmasının bir parçası olarak dikkate alınmalıdır)					
Uygulamanın Hazırlanması ve Lansmanı					
C2. ETKİNLİK PERFORMANSI DEĞERLENDİRME (EPD) SİSTEMİNİN KURULMASI (SABİT YATIRIM UNSURU)					
EPD Sisteminin İzleme ve Kayda Esas Unsurlarının ve Kriterlerinin Belirlenmesi					
Belirlenen Unsurlar ve Kriterlere Göre Yazılımı Hazırlayacak Firmalardan Teklif Alınması					
Satın Alma ve Kurulum Sürecinin Tamamlanması					
A2. TÜRKİYE BASIN ve PAYDAŞ TANITIM ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☹					
Ekip Kurma, Hazırlık Çalışmaları, Davetli Belirleme					
Mekân Belirleme, Catering, Branding, Personel Üniforma vb					
Paydaş Katkıları (THY vb gibi), Mekân Sözleşmesi, Davetlilerle İletişim					
Rezervasyonlar, Ödemeler ve Organizasyon					
Event (1 günlük)					
A3. ULUSLARARASI ŞEFLER ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☹					
4'er Yerli Yabancı Şef, 6'şar Yerli /Yabancı Yemek Yazarı Davet Organizasyonu					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (TGA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Event (7 günlük)					
A4. ULUSLARARASI BASIN ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☹					
Ekip Kurma, Hazırlık Çalışmaları, Davetli Belirleme					
Mekân Belirleme, Catering, Branding, Personel Üniforma vb					
Paydaş Katkıları (TGA), Mekân Sözleşmesi, Davetlilerle İletişim					
Rezervasyonlar, Ödemeler ve Organizasyon					
Belirlenen Rotalarda Devre Güreşi, Yerel Pazar, Beraber Yemek Pişirme, vb					
Event (4-6 günlük)					
A5. UA ŞEF İLE YEREL MAZEME TANITIM ETKİNLİĞİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) ☹					
Dünyaca ünlü şef seçimi ve iletişime geçme					
Sözleşme yapılması					
Tarif geliştirilmesi sosyal medya ve şefin networkü üzerinden duyurulması					
A6. YEREL CENİŞ KİTLE ETKİNLİĞİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) ☹					
Faaliyetlerin Planlanması					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FIRMA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Sahne ve Ulaşım Araçlarının Hazırlanması					
Yerel Paydaşların Organizasyonu					
Event (2 günlük), Ege Turu (4 günlük)					
A7. YEREL ÜRETİCİ, ŞEF, LOKANTACI ve BASIN ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) ☹					
Faaliyetlerin Planlanması					
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katkısının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FIRMA)					
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini					
Yerel Paydaşların Organizasyonu					

EGE GASTRONOMİ PROJESİNİN TEMEL ETKİNLİKLERİ

Tablo 14:
Konsolide Faaliyet
Planı (5 yıllık)

	2023	2024	2025	2026
A8. UA ŞEF ve BASIN ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) 0				
Faaliyetlerin Planlanması				
Ulaşımın Organizasyonu ve Paydaş Katılımının Sağlanması (BELEDİYE ve YEREL FİRMA)				
Mekân ve Tekne Düzenleme, Mutfak Kurma ve Materyal Temini				
Yerel Paydaşların Organizasyonu				
Event (1 günlük)				
A9. SARAY RESTORASYONU TANITIM ETKİNLİĞİ (İŞLETME ve TANITIM FAALİYETİ) 0				
20'şer Kişilik 2 Etkinlik İçin Hazırlık				
Yer, Ulaşım Organizasyonu				
Yerel Sponsor Araştırma				
Tanıtım ve Yemek				
C3. BORSA SARAYININ RESTORASYONU (SABİT YATIRIM URSURU)				
Projelendirme Çalışması (Mimari, Elektrik, Mekanik, Restorasyon)				
Antlar Üst Kurulundan Gerekli İzinlerin ve Proje Onayının Alınması				
Temel Güçlendirme				
Restorasyon Çalışması				
Ekipman ve Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
D1. BORSA SARAYININ RESTORAN FAALİYETLERİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) 0				
Çalışacak Personelin İşe Alınması İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması				
Restoranın Faaliyete Geçiş				
D2. BORSA SARAYI CAFE ve DÜKKAN FAALİYETE GEÇİŞ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) 0				
Çalışacak Personelin İşe Alınması İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması				
Cafe ve Dükkanın Faaliyete Geçiş				
D3. EĞİTİM FAALİYETLERİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) 0				
Personel Alımı				
Ön Araştırma ve Eğitim Faaliyetlerinin Planlanması				
Eğitim Faaliyetleri				
C4. EĞİTİM ve UYGULAMA RESTORANI YATIRIMI (SABİT YATIRIM URSURU)				
Konsept Tasarım, Kapasite Belirlenmesi ve Uygun Yatırım Yerinin Seçimi				
Arazi Temini				
Projelendirme Çalışması				
Arazi Düzenleme ve İnşaat Faaliyeti				
Gerekli İzin ve Ruhsatların Temini				
Mekanik Tesisat Yapımı ve Ekipmanların Alımı, Montajı				
Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
Çalışacak Personelin İşe Alınması İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması				
Cafe ve Dükkanın Faaliyete Geçiş				
D4. EĞİTİM ve UYGULAMA RESTORANI FAALİYETLERİ (İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETİ) 0				
0: Gelir yok 0: Kısmi satış var 0: Kar amacı gütmeyen satış var				
A,B ve D grubu faaliyetlerin, tam kapasitedeki yıllık faaliyet ve işletme giderleri hesaplanacak				
B ve D grubu faaliyetlerin tam kapasitede yıllık gelirleri hesaplanacak				
C grubu faaliyetlerin sabit yatırım tutarları hesaplanacak				

Tablo 15:
Sabit Yatırıma Konu
Olan Faaliyetler

	2023	2024	2025	2026
YATIRIM DÖNEMİ FAALİYETLERİ				
C1. MOBİL UYGULAMA				
Uygulamada Kullanılacak Materyalin Toplanması Hazırlık				
İşbirliği Anlaşmaları, Ekipman Temini ve Ekip Kurma				
İçerik Toplama(Yukarıdaki saha araştırmasının bir parçası olarak dikkate alınmalıdır)				
Uygulamanın Hazırlanması ve Lansmanı				
C2. ETKİNLİK PERFORMANSI DEĞERLENDİRME (EPD) SİSTEMİNİN KURULMASI				
EPD Sisteminin İzlemeye ve Kayda Esas Unsurlarının ve Kriterlerinin Belirlenmesi				
Belirlenen Unsur ve Kriterlere Göre Yazılımı Hazırlayacak Firmalardan Teklif Alınması				
Satın Alma ve Kurulum Sürecinin Tamamlanması				
C3. SARAY RESTORASYONU				
Projelendirme Çalışması (Mimari, Elektrik, Mekanik, Restorasyon)				
Antlar Üst Kurulundan Gerekli İzinlerin ve Proje Onayının Alınması				
Temel Güçlendirme				
Restorasyon Çalışması				
Ekipman ve Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
C4. EĞİTİM ve UYGULAMA RESTORANI YATIRIMI				
Konsept Tasarım, Kapasite Belirlenmesi ve Uygun Yatırım Yerinin Seçimi				
Arazi Temini				
Projelendirme Çalışması				
Arazi Düzenleme ve İnşaat Faaliyeti				
Gerekli İzin ve Ruhsatların Temini				
Mekanik Tesisat Yapımı ve Ekipmanların Alımı, Montajı				
Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
Çalışacak Personelin İşe Alınması İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması				
Cafe ve Dükkanın Faaliyete Geçiş				

3.3. ETKİNLİKLERİN GEREKTİRDİĞİ YATIRIM UNSURLARI

Yukarıda verilen konsolide tablodan da kolayca izlenebileceği gibi sabit yatırım gerektiren faaliyetler C grubu olarak sınıflandırılmıştır.

Yukarıdaki faaliyetlerin alt adımları incelendiğinde

- İki adet yazılım programının satın alınması (C1 ve C2),
- Envanter çalışması için sahada veri toplayacak kişiler için mobil telefon, dizüstü bilgisayar, kamera ve tablet gerekli olacaktır.

Tarihi Borsa Binasının restorasyonu (C3) ile Ege Gastronomi projesinin geçici restoran ve etkinlik merkezi olacak Konteyner Restoranı (C4) için ise projelendirme çalışmasından, arazi düzenlemeye, mekanik tesisatlardan, araç gereç alımına, tefrişten lansmana, restorasyondan, mekanik imalata kadar bir dizi yatırım harcaması yapılacaktır.

3.4. MALİYETLERİN KÂRŞILANMASINA KATKI VERECEK OLASI TARAFLAR

Sabit yatırım harcamalarının karşılanmasında ulusal kaynakları kullanmak öncelikli yaklaşım olmalıdır. Projenin doğası, bölgesel faydayı önceliklendirmektedir. Bu nedenle bilgiye ve sermayeye erişim açısından dezavantajlı grup olan çiftçinin bu etkinliklerden sağlayacağı faydayı artırmak amaçlandığından, sabit yatırım unsurlarını çiftçiyi, üreticiyi, ürünün pazarlanmasını üstlenen büyük STK'ların ve devletin ilgili organlarınca üstlenilmesi gerekir.

Bu açıdan bakıldığında Ticaret Borsası, EİB, Ticaret Odaları ve Sanayi Odaları, C grubu faaliyetlerin finansmanında ilk akla gelecek STK'lardır.

Etkinlik Türü	Temel Aktörler	Destek Verebileceği Konular
C3 ve diğer	İzmir Ticaret Borsası Ege Bölgesi Sanayi Odası Başta İzmir olmak üzere Ege Bölgesindeki ticaret odalarının tamamı Ege İhracatçı Birlikleri	Tarihi Borsa Sarayının restorasyonuna maddi katkı ve etkinliklerde üyesi üzerinden sponsorluk katkısı verebilir
A2-A9	Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA)	Projedeki etkinliklerin içeriği TGA hedef ve misyonu ile uyduğundan, uluslararası etkinliklerin gerçekleştirilmesine finansman desteği verebilir.
C3	Turizm Bakanlığı	Tarihi Borsa Binasının Restorasyonuna hibe desteği verebilir.
C4	TOKİ Bölge Müdürlüğü,	Tarihi Borsa Binasının Restorasyonuna kredi desteği verebilir. Temel misyonunun bir gereği olarak tescilli yapıların restorasyonuna 10 yıl vadeli %4 faizli kredi desteği vermektedir.

Tablo 15:
Sabit Yatırıma Konu
Olan Faaliyetler

Başta İzmir olmak üzere tüm Ege illerindeki güçlü özel sektör STK'larının projenin Borsa Sarayının restorasyonu da dahil Ege Gastronomi projesinin tüm etkinliklerine katkı vermesi beklenmektedir.

Kamunun, Anıtlar Kurulundan tescilli yapılara kullandığı iki temel kaynağı mevcuttur. Bunlardan biri Turizm Bakanlığı hibeleridir. İkincisi ise TOKİ tarafından tescilli yapıların hayata kazandırılması için oluşturulmuş oldukça uygun faizli ve 2 yıllık ödemesiz TOKİ Kredileridir. Ayrıca illerde valilikler bünyesindeki Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlıklarının (YİKOB) desteği büyük önem taşımaktadır.

Sabit yatırıma destek verecek türde uluslararası fon kaynakları da mevcuttur. Bu kaynaklardan geri ödemesiz veya kısmi geri ödemeli fon temini konusunda görüşme yapılabilir. Bu tür uluslararası olası kaynaklar aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 17:
Sabit Yatırım için
Olası Uluslararası
Fon Kaynakları

Uluslararası Aktörler	Borsa Sarayının Restorasyonuna Katkı
Europa Nostra, Europeana	https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/funding-opportunities-for-cultural-heritage
NEMO ve diğer AB İştirakçi Kurumları	https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage/main-actors-on-cultural-heritage-cultural-heritage-stakeholders
United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation	https://www.dccew.gov.au/parks-heritage/heritage/organisations/international
Global Heritage Fund	https://globalheritagefund.org/
ICOMOS Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi Türkiye Milli Komitesi	ICOMOS Türkiye+90 212 383 26 30 İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi

Bu kaynaklara başvuru yapmadan önce ön görüşme yaparak, istenen dokümanlar bu fizibilite raporundan yararlanılarak hazırlanabilir.

A, B ve D grubu faaliyetler için destek verebilecek olası aktörler aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 18:
Etkinlikler İçin Katkı
Verebilecek Diğer
Özel Sektör, Yerel
Yönetim ve Diğer
Kuruluşlar

Etkinlik Türü	Temel Aktörler	Destek Verebileceği Konular
A2-A9 ve B1-B2	Havayolu Şirketleri Turizm Acenteleri Birliği, Gastronomi Turizm Derneği TURSAB İl Temsilciliği, Toptancı Marketler Zinciri Üretici Kooperatifleri Şekerciler, Pastacılar ve Yufkacılar Odası, Dönerci, Pideci, Restoranlar Birliği Tarım Borsaları Seyahat Acenteleri, Tedarikçi ve Nakliyeciler Firmaları Halciler, toptancılar Birliği Tarımsal üretim, tarım ürünleri ihracatı yapan firmalar, İletişim ve marka yönetimi yapan danışman firmalar, Yerel, ulusal ve uluslararası iletişim kanallarının temsilciler yayıncılar	Etkinliklere doğrudan veya üyeleri üzerinden sponsor olabilir. Bu yolla etkinlikler işbirliği ile finansa edilirken, taraflar oluşacak bölgesel, kurumsal faydadan yarar sağlar.
A2-A9	Büyükşehir Belediyesi	Tüm lojistiğini bu etkinliklere ücretsiz açabilir. Belediye temel misyonun hizmet edecek bir etkinlikte yer alırken, etkinlik ve bölgesel faydadan zaman içinde fayda sağlar.
A1	Üniversitelerin gastronomi, turizm, güzel sanatlar, arkeoloji tarih, coğrafya, işletme bölümleri	Özellikle bölgesel envanter çalışmasında, staj ve uygulama karşılığında etkinliklerde bölüm öğrencilerinin aktif rol alması, yer almasına katkı verebilir. Bu yolla hem etkinliklerde öğrenci yetişir ve maliyetler azalır hem de üniversite tez çalışmaları bölgesel araştırma ihtiyacı olan konular daha kolay yönlendirilebilir.

3.5. BORSAV EĞİTİMLERİ

İzmir Ticaret Borsası tarafından bölgesel bir borsa tarafından kurulan ilk vakıf olma özelliğindeki BORSAV; 31 Mart 2022’de tarım, hayvancılık ve gıda sektörleri ve bu sektörlerle dayalı sanayinin dengeli şekilde büyüme ve gelişmesi amacıyla kurulmuştur. Kuruluş senesinde temalar;

- sağlıklı rekabet ortamı,
- mesleki ihtiyaçların karşılanması,
- mesleki disiplin/ahlak/dayanışma,
- eğitim,
- çevre ve sağlığı koruma
- ürün arzı/kalite/verimliliği artırma,
- biyolojik çeşitlilik/yerli gen kaynaklarını koruma-artırma,
- üretim bilinci oluşturma ve genç nesillere aktarma,
- sosyal sorumluluk

olarak belirlenmiştir.

Bu kapsamda BORSAV’ın önemli bir faaliyet kalemi; kuruluş amacı ile ilgili alanlarda eğitimler düzenlemektir. Eğitimlerle hedef kitlelerde gelişimi ve doğru büyümeyi destekleyerek böylece bölgesel ve ulusal kalkınmaya destek sağlamak hedeflenmiştir.

BORSAV ayrıca SS. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi (EKK)’ın kurucu ortağı olarak Ege Gastronomi Akademisinin yürütücüsüdür. “Ege Gastronomi projesi” kapsamında eğitimler düzenlenerek gastronominin bel kemiği olan tarımsal ürünlerin katma değerini artırmak ve sürdürülebilirliği garanti altına almak amaçlanmıştır. Üreticilere, HoReCa (Konaklama ve Yeme-içme) sektörü çalışanlarına, gastronomi bölümü öğrencilerine eğitimler verilecektir. Ayrıca gastronomiye ilgi duyan, yeme-içme kültürünü artırmak isteyen kişiler genel katılıma açık eğitimlerden, tadım etkinliklerinden ve atölyelerden faydalanabileceklerdir.

3.5.1. Ege Gastronomi Projesi için Tasarlanmış Eğitimler ve Fiyatları

Aşağıdaki eğitimlerin niteliği ihtiyaca uygun şekilde nitelikli ve yeterli sürelerde tanımlanmış, fiyatlar ise rekabet gücü elde edebilmek üzere nitelik/fiyat açısından piyasa rayiçlerinden daha aşağıda belirlenmiştir.

Zeytinyağı Üretim Operatörlüğü Sınava Hazırlık

Yüz yüze, +18, okur-yazar
24 saat (3 gün)
Min: 16 kişi
Max: 30 kişi
Ücret: 2.860TL + KDV (%8)/ kişi

Süt ve Süt Ürünleri İşleme Operatörlüğü Sınava Hazırlık

Yüz yüze, +18, okur-yazar,
18 saat (3 gün)
Min:12 kişi
Max: 30 kişi
Ücret:1.550 +KDV (%8)/ kişi

Et İşleme Operatörlüğü Sınava Hazırlık

Yüz yüze +18, tehlikeli/çok tehlikeli işe uygunluk
40 saat
Min: 15 kişi
Max: 30 kişi
Ücret: 1.600 TL+KDV(%8)

Sos Üretimi Operatörlüğü Sınava Hazırlık

Yüz yüze +18, okur-yazar
25 saat
Min: 11 kişi
Max: 30 kişi
Ücret: 2.260 TL+KDV(%8)

Fiziki mekân sınırı dikkate alınarak grup büyüklüğü ve temkinli bir yaklaşımla yıllık eğitim sıklığı dikkate alınarak, 2023 yılı toplam 25 eğitim ve 258 katılımcı hedeflenmiştir. İlerleyen dönemde ihtiyaca göre eğitim ve katılımcı sayısı artacaktır. Aşağıda hesaplanan yıllık eğitim maliyetleri gösterilmiştir. Aşağıda 2023 yılı için tahmini eğitim gelirleri (ciro) hesaplanmıştır.

EGE GASTRONOMİ YATIRIM PROJESİ FİZİBİLİTE RAPORU

Tablo 19: Eğitim Gelirleri (2023) TL

No	Eğitim	Aralık 22	Ocak 23	Şubat 23	Mart 23	Nisan 23	Mayıs 23	Haziran 23	Temmuz 23	Ağustos 23	Genel Toplam
1	Tarım 2030-Yenilikçi Tarım İşletmeciliği (çevrim içi)	15.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.600,00
2	Tarım Girişimciliği Eğitimi (çevrim içi)	0,00	0,00	12.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	12.000,00
3	Tarım Girişimcileri için Fon Kaynakları Eğitimi (çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	5.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.400,00
4	Sürdürülebilir Tarım Programları (çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	8.100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8.100,00
5	Zeytinyağı Üretim Operatörlüğü Sınava Hazırlık Eğitimi (yüz yüze)	0,00	0,00	45.760,00	0,00	0,00	0,00	45.760,00	0,00	0,00	91.520,00
6	Süt ve Süt Ürünleri İşleme Operatörlüğü Sınava Hazırlık Eğitimi (yüz yü)	0,00	0,00	18.600,00	0,00	0,00	18.600,00	0,00	0,00	0,00	37.200,00
7	Et İşleme Operatörlüğü Sınava Hazırlık Eğitimi (yüz yüze)	0,00	0,00	0,00	24.000,00	0,00	0,00	24.000,00	0,00	0,00	48.000,00
8	Zeytinyağı Tadım Eğitimi (yüz yüze)	0,00	0,00	0,00	0,00	18.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.000,00
9	Sos Üretim Operatörlüğü Sınava Hazırlık Eğitimi (Yüz Yüze)	0,00	0,00	24.860,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	24.860,00
10	Temel Şarap Eğitimi (çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.285,00	0,00	0,00	0,00	4.285,00
11	Temel Şarap Eğitimi (yüz yüze)	0,00	0,00	20.700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20.700,00
12	Çiftlik Yönetimi ve Çiftçilik Eğitimi (çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	7.325,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.325,00
13	Koyun Yetiştiriciliği (Ege Irkları)(çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	23.800,00	0,00	0,00	23.800,00
14	Keçi Yetiştiriciliği (Ege Irkları)(çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.300,00	0,00	15.300,00
15	Organik Manda Yetiştiriciliği (Ege Irkları)(çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27.000,00	0,00	0,00	0,00	27.000,00
16	Ege ve Çevresinin Yerel Peynir İmalatı/Süt ve Süt Ürünleri Duyusal De	0,00	0,00	0,00	4.710,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.710,00
17	İyi Tarım İşletmeciliği (çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	0,00	8.790,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8.790,00
18	Gıda Mevzuatı ve Kalite Yönetimi	8.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8.500,00
19	Probiyotik Süt Ürünü Üretimi Atölyesi	0,00	0,00	14.820,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14.820,00
20	Temel Zeytinyağı Eğitimi(Yüz yüze)	0,00	22.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22.500,00
21	Zeytinyağı Tadım(çevrim içi)	0,00	0,00	0,00	4.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.500,00
22	Şarap Tadım (yüz yüze)	7.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.200,00
23	Glutensiz Tatlı Atölyesi (yüz yüze)	0,00	0,00	5.100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.100,00
24	Saklama Atölyeleri (yüz yüze)	0,00	0,00	0,00	8.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8.000,00
25	Mayalama Atölyeleri (yüz yüze)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.480,00
	Toplam	31.300,00	22.500,00	141.840,00	56.635,00	33.670,00	49.885,00	93.560,00	15.300,00	0,00	444.690,00

3.5.2. Kurulu Kapasitede Yıllık Eğitimlerin Maliyeti ve Vergi Öncesi Kâr

2023 yılı Ege Gastronomi Projesinin hedeflenen eğitim cirosu: 444.690 TL

2023 yılı Ege Gastronomi Projesinin hedeflenen eğitim maliyeti (sabit ve değişken toplamı): 377.987 TL

(Eğitmen ücretleri, işletme giderleri ve muhtelif malzeme dahil amortisman hariç)

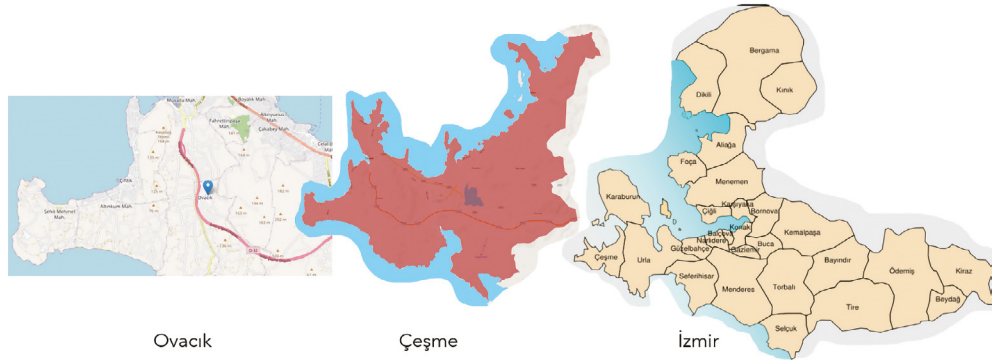
2023 yılı Ege Gastronomi Projesinin hedeflenen vergi öncesi kâr: 66.704 TL olarak hesaplanmıştır.

3.6. YATIRIMIN YERİ

3.6.1. Konteyner Restoranın Yeri

Aynı zamanda uygulamalı aşçılık ve servis hizmeti eğitimlerinin de verileceği Konteyner Restoranı için Çeşme ilçesi Ovacık mevkii yatırım yeri olarak uygun niteliktedir.

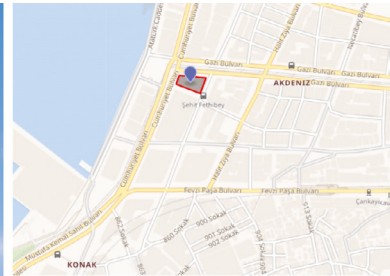
Harita 2:
İzmir Çeşme
Ovacık Mevkii



3.6.2. Borsa Sarayı Restorasyonu Yatırımın Yeri

Ege Gastronomi Projesi'nin merkezi, tarihi Borsa Sarayı olacaktır. Depremde hasar gören Borsa Sarayının restorasyonunun takribi 4 sene süreceği tahmin edildiğinden, projenin etkinlik takviminin aksamaması için yukârda sözü edilen konteyner restoran yatırımı gerçekleştirilecektir.

Fotoğraf 1:
Tarihi Borsa Sarayı



İzmir Merkez İlçe Konak meydanında bulunan Borsa Sarayı 1928 yılında neoklasik tarzda inşa edilmiş ve Anıtlar Yüksek Kurulunca tescillenmiş bir yapıdır.

3.6.3. Fiziksel ve Coğrafi Özellikler

İzmir ili, Ege Bölgesinde yer almakta olup, 12.012 km² yüzölçümü ile Türkiye'nin büyüklük bakımından 23. büyük şehridir. İzmir konum olarak 37-39 derece kuzey ve 26-28 derece doğu boylamında yer almaktadır.

İklim Özellikleri: Akdeniz iklim kuşağında kalan İzmir'de yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı geçmektedir. Dağların denize dik uzanması ve ovaların İç Batı Anadolu eşiğine kadar sokulması, denizel etkilerin iç kesimlere kadar yayılmasına olanak vermektedir.

İl genelinde yıllık ortalama sıcaklık, 16°C (Bergama) ile 17°C (Bayındır) arasında değişmektedir. İzmir'de ölçülen uç değerler göz önüne alındığında, sıcaklığın maksimum 45.1°C (Torbalı) ile minimum -13°C (Ödemiş) arasında değiştiği görülmektedir. İzmir'de bağıl nem oranı sıcaklığın yüksek, bulutluluğun az olduğu yaz aylarında düşüktür. Buna karşılık nemli hava akımlarının etkisine girildiği yılın soğuk döneminde artış görülmektedir.

Yıl içinde mart ayından itibaren azalmaya başlayan değerler en düşük oranına temmuz ayında ulaşmaktadır. Bu ayda aylık ortalama bağıl nem Bergama'da yüzde 52, İzmir kent merkezinde yüzde 50'dir. Kış mevsiminde ise aylık ortalama yüzde 70 civarındadır.

Tablo 20:
İzmir İli Ortalama
Meteorolojik Veriler

İZMİR	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Yıllık
Ölçüm Periyodu (1938 - 2021)													
Ortalama Sıcaklık (°C)	8.8	9.6	11.7	15.8	20.8	25.4	27.9	27.7	23.7	18.9	14.3	10.5	17.9
Ortalama En Yüksek Sıcaklık (°C)	12.4	13.6	16.3	20.9	26.1	30.7	33.2	33.0	29.2	24.0	18.6	14.1	22.7
Ortalama En Düşük Sıcaklık (°C)	5.8	6.2	7.7	11.1	15.5	19.8	22.5	22.4	18.7	14.6	10.8	7.6	13.6
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	4.3	5.2	6.4	7.9	9.8	11.6	12.3	11.9	10.1	7.6	5.6	4.2	8.1
Ortalama Yağışlı Gün Sayısı	12.82	11.47	10.47	7.47	6.82	4.06	0.29	0.71	2.76	5.59	8.82	12.88	84.2
Aylık Toplam Yağış Miktarı Ortalaması (mm)	136.9	102.9	75.8	46.0	31.5	12.3	4.1	5.6	15.3	44.6	92.0	146.8	713.8
Ölçüm Periyodu (1938 - 2021)													
En Yüksek Sıcaklık (°C)	22.5	27.0	30.5	32.5	37.6	41.3	42.6	43.0	40.1	36.0	30.3	25.2	43.0
En Düşük Sıcaklık (°C)	-8.2	-5.2	-3.8	0.6	4.3	9.5	15.4	11.5	10.0	3.6	-2.9	-4.7	-8.2

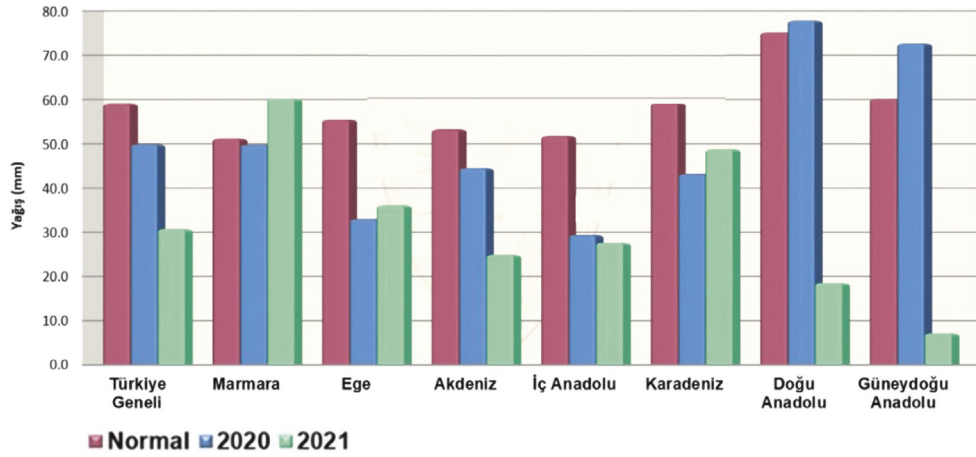
Deniz suyu sıcaklıkları 2010-2021 dönemindeki ortalama deniz suyu sıcaklığı 19,20C olarak tespit edilmiştir.⁵¹ Bölgesel yağış miktarları ise Türkiye genelinde olduğu gibi Ege Bölgesi ve İzmir ilinde de azalmıştır.

Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün Ekim 2020-Nisan 2021 Su Yılı 7 Aylık Alansal Kümülatif Yağış Raporu'na göre, 1 Ekim 2020-30 Nisan 2021 dönemini kapsayan 2021 su-tarım yılı yağışları normal ve geçen yıl aynı dönem yağışlarının altında gerçekleşmiştir.

Türkiye geneli 7 aylık kümülatif yağışlar 337.5 mm olarak gerçekleşirken, 441.9 mm mevsim normaline göre yüzde 24, 414.3 mm, 2020 su-tarım yılı aynı dönem yağışına göre ise de yüzde 19 azalma meydana gelmiştir. Aşağıdaki grafikte son iki yıldaki yağış miktarları ile mevsim normalleri bölgeler düzeyinde verilmiştir.

51 mgm.gov.tr

Grafik 11:
2021 Yılı Nisan
Ayı Bölgesel Yağış
Miktarları



3.6.4. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı

Nüfus

İzmir ili nüfus büyüklüğü bakımından 2021 sayımlarına göre 4.483.041 kişi ile iller arası sıralamada Türkiye'nin 3. büyük şehri olmaktadır. ADNKS 2021 verilerine göre İzmir ilinde km²'ye düşen kişi sayısı 368'dür. 2010-2021 yılları arasında km²'ye düşen kişi sayısı yılda yaklaşık %11 artmıştır.

Tablo 21:
Nüfus Yoğunluğu
(Km² Düşen Kişi
Sayısı)⁵²

Yıl	Türkiye	İzmir	Artış %
2010	95,79	328,74	
2011	97,09	330,11	4,20
2012	98,27	333,45	10,00
2013	99,62	338,08	13,70
2014	100,96	342,41	12,60
2015	102,31	347,02	13,30
2016	103,71	351,61	13,10
2017	105,00	356,28	13,10
2018	106,55	359,68	9,50
2019	108,05	363,57	10,70
2020	109,00	366,00	6,70
2021	110,00	368,00	5,40

15-64 yaş arasını kapsayan çalışma çağındaki nüfus, 2021 yılı itibarıyla 3.084.591 kişi olup toplam il nüfusunun yüzde 68.8'ini oluşturmaktadır. 2015-2021 döneminde İzmir'de çalışma çağındaki nüfus yüzde 3,2 oranında artış gösterirken, Türkiye genelinde ise yüzde 5,6'lık bir artış yaşanmıştır. İzmir ilinde çalışma çağındaki nüfus içinde 15-25 yaş arasını kapsayan genç nüfus düzeyi 2021 yılı itibarıyla 572.286 kişi olup çalışma çağındaki nüfusun yüzde 18,5'ini, toplam il nüfusunun ise yüzde 13'ünü oluşturmaktadır. İlde 15-25 yaş arası genç nüfus, 2015-2021 döneminde yüzde 3,4 oranında düşüş göstermiştir. Göç istatistiklerine bakıldığında İzmir ilinin 2019 yılında en çok göç alan 3. şehir olduğu görülmektedir. İl olarak göç hızı ise aynı yıl yüzde 0,5 çıkmaktadır. Göç hızı bakımından İzmir iller arasında 12. sırada yer almaktadır.

52 TÜİK, Bölgesel İstatistikler, ADNKS Nüfus yoğunluğu

Tablo 22:
Göç İstatistikleri⁵³

Yıl	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Net Göç	Net Göç Hızı %
2015	126.238	105.389	20.849	0,50
2016	122.668	98.902	23.766	0,56
2017	127.394	102.776	24.618	0,58
2018	130.092	117.113	12.979	0,30
2019	128.370	106.895	21.475	0,49
2020	107.128	92.400	14.772	0,34
2021	131.394	109.470	21.924	0,49

Eğitim

İzmir ilinde ADNKS verilerine göre 5 yaş ve üzeri nüfusun okuryazar oranı 2021 yılında yüzde 98,8 ile Türkiye ortalaması olan yüzde 97,4'ün üzerindedir. İzmir okuryazar oranı açısından iller sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. 15 yaş ve üzeri eğitim sınıflamasına bakıldığında İzmir ilinin 2021 yılında lise-yüksek okul-yüksek lisans ve doktora sınıflamasında yüzde 76 ile Türkiye ortalamalarının üzerinde olduğu görülmektedir.⁵⁴

Tablo 23:
15 Yaş ve Üzeri
Nüfusun Eğitim
Durumuna Göre
Dağılımı (%) (2021)

Eğitim Durumu	Türkiye	İzmir	%
İlkokul	12.106.638	705.089	5,8
İlköğretim	5.132.420	256.196	5,0
Orta Okul ve Dengi	12.182.748	607.601	5,0
Lise ve Dengi	16.697.592	967.679	5,8
Yüksek Okul ve Fakülte	11.637.287	769.101	6,6
Yüksek Lisans	1.395.232	89.885	6,4
Doktora	233.342	17.095	7,3
Bilinmeyen	686.031	25.973	3,8

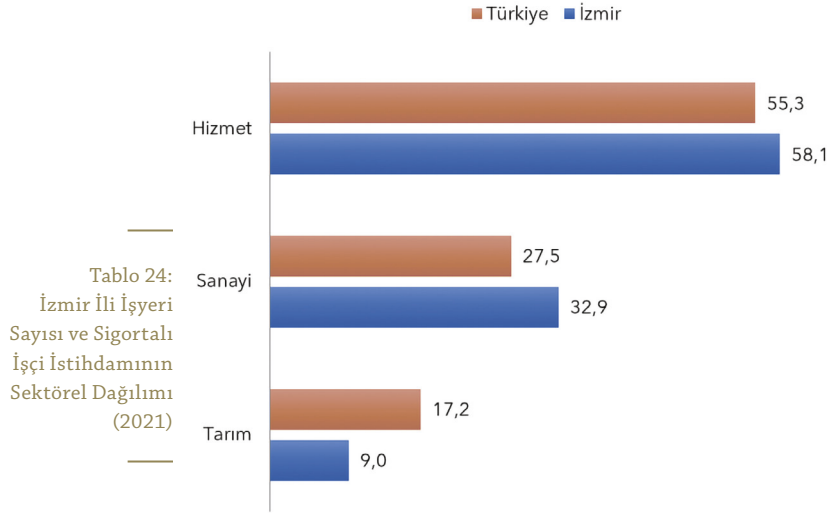
İstihdam

2021 yılı SGK verilerine göre İzmir ilinde sigortalı çalışan kişi sayısı 1.010.798 olup Türkiye genelindeki sigortalı işçi sayısının yüzde 6,2'sini oluşturmaktadır. Bu istihdamın yüzde 55,3'ü hizmet sektöründe, yüzde 27,5'i sanayide, yüzde 9'u tarım sektöründedir.⁵⁵

⁵³ TÜİK, Bölgesel İstatistikler, ADNKS Göç

⁵⁴ TÜİK, Bölgesel İstatistikler, Eğitim

⁵⁵ SGK Veri Tabanı



Çalışanların işyeri ve faaliyet grubuna göre dağılımı aşağıda verilmiştir.⁵⁶

Tablo 25:
İzmir İli İşyeri Sayısı ve Sigortalı İşçi İstihdamının Faaliyet Grubuna Göre Dağılımı (2021)

Faaliyet Grupları	İşyeri Sayısı		İstihdam		Türkiye İçindeki Payı (%)	
	Adet	Dağılım (%)	Kişi	Dağılım (%)	İşyeri	İstihdam
Perakende Tic.(Mot.Taşıt. Onar.Har)	26.061	18,1	98.568	9,8	7,2	6,7
Toptan Tic.(Mot.Taşıt.Onar. Hariç)	10.740	7,5	52.615	5,2	6,8	6,7
Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faal.	10.508	7,3	53.323	5,3	7,9	7,2
Kâra Taşıma.ve Boru Hattı Taşıma.	9.459	6,6	38.015	3,8	5,9	6,1
Bina İnşaatı	8.604	6,0	68.406	6,8	6,9	6,7
Gayrimenkul Faaliyetleri	5.040	3,5	9.733	1,0	6,7	5,9
Toptan ve Per.Tic.ve Mot. Taşıt.On.	4.954	3,4	19.265	1,9	7,0	7,6
Özel İnşaat Faaliyetleri	4.337	3,0	20.432	2,0	7,3	7,0
Hukuki ve Muhasebe Faaliyetleri	4.272	3,0	12.157	1,2	7,5	7,1
Gıda Ürünleri İmalatı	3.212	2,2	43.123	4,3	6,7	8,4
Fabrik. Metal Ürün.(Mak. Tec.Har)	2.753	1,9	30.831	3,1	7,0	7,2
Diğer Hizmet Faaliyetleri	2.735	1,9	7.856	0,8	7,6	6,9
Eğitim	2.688	1,9	35.808	3,5	6,5	5,1
Büro Yönetimi ,Büro Desteği Faal.	2.607	1,8	30.905	3,1	6,1	6,4
İnsan Sağlığı Hizmetleri	2.460	1,7	45.473	4,5	6,7	5,5

Tanımlanmış 100 farklı faaliyet grubu arasında yer alan perakende ticareti, İzmir için önemli bir yer tutmaktadır. Perakende ticareti faaliyet grubu, 26.061 adet ile en fazla işyeri sayısına sahiptir; yüzde 9,8 oranı ile ilin en yüksek istihdamını sağlamaktadır.

Sigortalı sayısı incelendiğinde en yüksek ikinci istihdamın yüzde 6,8 ile bina inşaatında olduğu görülmektedir. Bu sektörü, yüzde 5,3 ile yiyecek ve içecek hizmetleri faaliyetleri ve yüzde 5,2 ile toptan ticaret takip etmektedir. İnsan sağlığı hizmetleri yüzde 4,5 istihdam sağlarken, gıda ürünleri imalatında yüzde 4,3 oranında istihdam sağlanmaktadır. İzmir 'de sigortalı çalışanların yüzde 35'i bu altı faaliyet alanlarında istihdam edilmektedir.

Nace Kodu, Sektör Adı	İşyeri Sayısı		Sigortalı Sayısı	
	Adet	% Pay	Kişi	% Pay
10. Gıda ürünlerinin imalatı	2.939	15,9	38.437	14,9
11. İçeceklerin imalatı	58	0,3	1.547	0,6
12. Tütün ürünleri imalatı	26	0,1	2.517	1
13. Tekstil ürünlerinin imalatı	585	3,2	7.539	2,9
14. Giyim eşyalarının imalatı	2.213	12	39.639	15,4
15. Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	701	3,8	5.873	2,3
16. Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı	636	3,4	3.352	1,3
17. Kâğıt ve kâğıt ürünlerinin imalatı	263	1,4	5.785	2,2
18. Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	500	2,7	4.596	1,8
19. Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	35	0,2	3.150	1,2
20. Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	417	2,3	10.287	4
21. Temel eczacılık ürünleri ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	30	0,2	877	0,3
22. Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	903	4,9	17.983	7
23. Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	810	4,4	9.344	3,6
24. Ana metal sanayi	446	2,4	11.716	4,6
25. Makine ve teçhizat hariç, fabrikasyon metal ürünleri imalatı	2.503	13,6	26.657	10,4
26. Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	154	0,8	2.780	1,1
27. Elektrikli teçhizat imalatı	463	2,5	5.392	2,1
28. Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	1.189	6,4	18.352	7,1
29. Motorlu kara taşıtı, treyler ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	304	1,6	15.392	6
30. Diğer ulaşım araçlarının imalatı	94	0,5	2.293	0,9
31. Mobilya imalatı	1.668	9	10.867	4,2
32. Diğer imalatlar	451	2,4	5.184	2
33. Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	1.070	5,8	7.634	3
Toplam	18.458	100	257.188	100

Tablo 26:
İzmir İli İmalat
Sanayi İşyeri ve
Sigortalıların Alt
Sektörler İtibariyle
Dağılımı (2019)⁵⁷

İmalat sanayindeki sigortalı sayısı incelendiğinde en yüksek istihdamın yüzde 14,4 ile giyim eşyalarının imalatında olduğu görülmektedir. Bu sektörü yüzde 14,0 ile gıda ürünleri imalatı takip etmektedir. Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri imalatı yüzde 9,7 ile üçüncü sıradadır. Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı yüzde 6,7 ile dördüncü sırada yer alırken, Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı yüzde 6,5 ile beşinci sıradadır. Bu beş sektör, ildeki sigortalı sayısının yüzde 51,3'ünü oluşturmaktadır.

57 SGK veri tabanı

İzmir İlindeki Turizm Belgeli Yeme İçme İşletmeleri

Turizm belgeli yeme- içme işletmesinin Aralık 2022 itibariyle güncel sayısı 88'dir. Bu işletmelere ilişkin bilgiye <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77197/belgeli-yeme-icme-tesis-listesi.html> adresinden erişilebilir.

Gayrisafi Yurt İçi Hasıla Açısından İzmir

GSYH'nın büyüklüğü açısından 2004-2021 yılları arasında İzmir, tüm iller arasında İstanbul ve Ankara'dan sonra üçüncü sırada yer almaktadır. 2004 yılında gayri safi yurt içi hasılası 37,8 milyar TL olan İzmir ilinin, 2021 yılı gayri safi yurt içi hasılası yaklaşık 12 misli artarak 462 milyar TL'ye yükselmiştir. 2021 yılı itibarıyla İzmir ilinin Gayrisafi Yurtiçi Hasılası 462 milyar TL olup, Türkiye içindeki payı yüzde 6,3 dolayındadır.⁵⁸

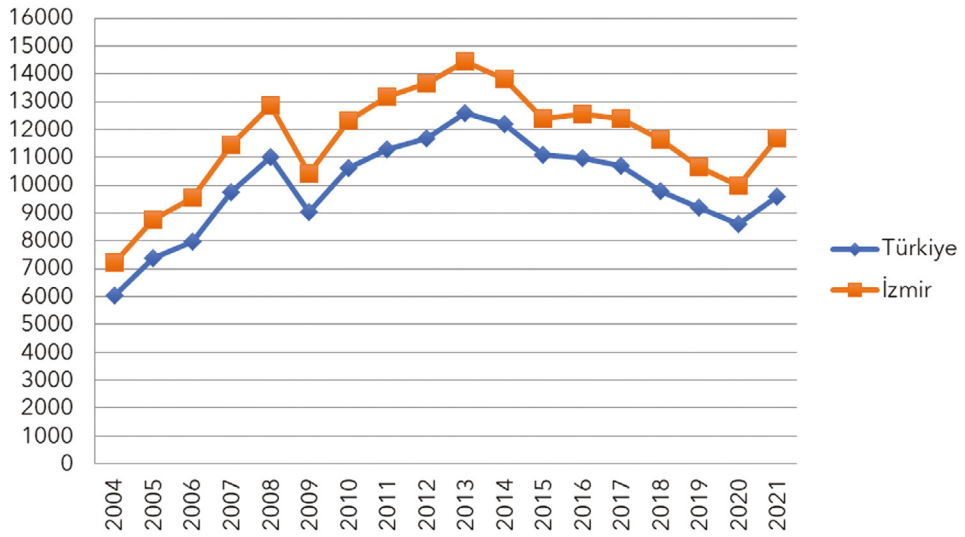
Yıllar	İzmir GSYH	Türkiye İçindeki Payı %	Gelişme Hızı %	Türkiye GSYH
2004	37,75	6,5		577,023
2005	43,556	6,5	15,4	673,703
2006	51,676	6,5	18,6	789,228
2007	56,234	6,4	8,8	880,461
2008	62,514	6,3	11,2	994,783
2009	61,574	6,2	-1,5	999,192
2010	71,56	6,2	16,2	1.160.014
2011	86,898	6,2	21,4	1.394.477
2012	98,054	6,2	12,8	1.569.672
2013	112,861	6,2	15,1	1.809.713
2014	127,429	6,2	12,9	2.044.466
2015	141,865	6,1	11,3	2.338.647
2016	158,68	6,1	11,9	2.608.526
2017	191,756	6,2	20,8	3.110.650
2018	233,515	6,3	21,8	3.724.388
2019	263,038	6,1	12,6	4.320.191
2020	307,395	6,1	2,2	5.048.220
2021	462,152	6,3	14,1	7.248.789

Tablo 27:
GSYH'nin Gelişimi
(Milyon TL)

İzmir'de 2004 yılında Kişi Başı GSYH 7.233 USD iken 2021 yılında bu tutar yüzde 62 artarak 11.668 USD düzeyine çıkmıştır. 2021 yılında Türkiye ortalaması olan 7.257 USD'nin üzerinde kişi başı gayri safi hasılaya sahip olan İzmir, tüm iller içinde altıncı sıradadır. (Birinci sırada 17.089 USD ile Kocaeli, ikinci sırada 15.666 USD ile İstanbul, üçüncü sırada 14.787 USD ile Tekirdağ, dördüncü sırada 13.020 USD ile Ankara ve beşinci sırada 11.713 USD ile Bilecik yer almaktadır).

58 TÜİK, Ulusal Hesaplar, Bölgesel Hesaplar, İl Bazında Kişi Başına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla verileri

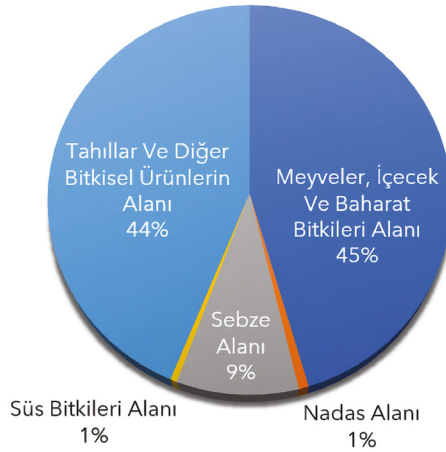
Grafik 12:
İzmir İli Kişi Başına
Düşen Gayrisafi
Yurtiçi Hasılanın
Gelişimi (USD)⁵⁹



Tarım

İzmir ilinde, 3 milyon 221 bin dekâr tarım arazisi bulunmaktadır. Bu alanların yüzde 45'i meyveler, içecekler ve baharat bitkileri alanı için yüzde 44'ü ise tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin üretimi için kullanılmaktadır.

Tablo 28:
İzmir Bitkisel Üretim
İstatistikleri, 2021



İzmir ili 629 km uzunluğundaki kıyı şeridi ile su ürünleri üretimi açısından önemli bir yere sahiptir. 2021'de avcılık ile 58 ton, yetiştirme ile 111.457 ton su ürünleri yetiştiriciliği gerçekleştirilmiştir. İlin 2021 hayvan varlığı da tabloda verilmiştir.

İzmir ili 629 km uzunluğundaki kıyı şeridi ile su ürünleri üretimi açısından önemli bir yere sahiptir. 2021'de avcılık ile 58 ton, yetiştirme ile 111.457 ton su ürünleri yetiştiriciliği gerçekleştirilmiştir. İlin 2021 hayvan varlığı da tabloda verilmiştir.

Tablo 29:
İzmir İli Hayvan
Varlığı 2021⁶⁰

Hayvan Varlığı Cinsi	Adet
Arı Kovanı	276.918
Büyükbaş	781.070
Kanatlı	20.444.869
Küçükbaş	932.230

59 TÜİK, Ulusal Hesaplar, Bölgesel Hesaplar, İl Bazında Kişi Başına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla verileri

60 https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/il_yatirim_rehberleri/izmir.pdf

2021 yılı itibariyle, İzmir ilinde gerçekleşen toplam tarımsal üretim değeri 17,8 milyar TL'dir. Tarımsal hasılanın büyüklüğü açısından İzmir, Türkiye genelinde Konya'nın (24,1 milyar TL) ve ardından 2. Sırada gelmektedir.

Yıllar	İzmir			Türkiye
	Tarım Hasılası	Gelişme Hızı %	GSYH İçinde Pay (%)	Türkiye İçindeki Pay %
2004	2,046	-	5,4	3,8
2005	2,076	1,5	4,8	3,3
2006	2,474	19,2	4,8	3,8
2007	2,358	-4,7	4,2	3,6
2008	2,733	15,9	4,4	3,7
2009	2,928	7,1	4,8	3,6
2010	4,096	39,9	5,7	3,9
2011	4,422	8	5,1	3,9
2012	4,848	9,6	4,9	4
2013	4,739	-2,2	4,2	3,9
2014	6,099	28,7	4,8	4,5
2015	6,682	9,6	4,7	4,1
2016	7,222	8,1	4,6	4,5
2017	8,387	16,1	4,4	4,4
2018	9,33	11,2	4	4,3
2019	11,539	23,7	4,9	6,1
2020	14,575	26,3	4,7	6,7
2021	17,801	22,1	3,9	5,5

Tablo 30:
İzmir Tarım Sektörü
Hasılasının Gelişimi
(Cari Fiyatlarla,
Milyon TL)⁶¹

61 TÜİK, Ulusal Hesaplar, Bölgesel Hesaplar, İl Bazında Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Verileri

İmalat Sanayi

İzmir ili imalat sanayi üretiminde Türkiye'nin önemli merkezlerinden biridir. Türkiye içinde 2021 yılı verilerine göre 3'üncü sırada yer alan İzmir, 129,8 milyar TL Gayri Safi Yurtiçi hasıla elde etmiştir (ilk sırada 363,8 milyar TL ile İstanbul ve ikinci sırada 143,3 milyar TL ile Kocaeli gelmektedir). İlin imalat sanayi hasılası sürekli artış gösterirken, GSYH içindeki payını da yükseltmiştir. 2004 yılında GSYH içinde sanayi hasılasının payı yüzde 22,3 iken, bu pay, 2021'de yüzde 28,1'e ulaşmıştır. 62⁶²

Yıllar	İzmir			Türkiye
	İmalat Sanayi Hasılası	Gelişme Hızı %	GSYH içinde Pay (%)	Türkiye içindeki Pay %
2004	8,268		22,3	16,9
2005	9,558	8,8	22,3	16,9
2006	11,145	8,3	22	17,1
2007	11,919	3,9	21,5	16,8
2008	12,911	-0,5	20,8	16,3
2009	12,139	-8,5	19,7	15,2
2010	14,317	10,1	19,8	15,1
2011	18,811	20,2	21,5	16,4
2012	19,758	-2,4	20,2	15,8
2013	23,535	11,2	21,2	16,3
2014	26,478	3,9	21,4	16,8
2015	28,94	3,3	20,8	16,7
2016	33,012	6,8	20,8	16,6
2017	43,294	12,2	22,5	17,6
2018	57,086	2,1	24,2	19
2019	59,53	-6,8	22,7	18,3
2020	71,871	3,5	23,4	19,1
2021	129,85	25	28,1	22,2

Tablo 31:
İzmir İli İmalat
Sanayi Hasılasının
Gelişimi
(Cari Fiyatlarla,
Milyon TL)⁶²

Toptan ve Perakende Ticaret, Ulaştırma ve Depolama, Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Faaliyetleri

İlde, toptan ve perakende ticaret, ulaştırma ve depolama, konaklama ve yiyecek hizmetleri faaliyetleri üzerine çalışan, 2021 yılı itibarıyla, 10.791 adet işyeri bulunmaktadır. Bu işyerlerinde istihdam edilenlerin oranı yüzde 43'tür. 2021 yılı verilerine göre Türkiye içinde 3'üncü sırada yer alan İzmir, faaliyet alanlarında toplam 116,7 milyar TL GSYH elde etmiştir. (İlk sırada 742,7 milyar TL ile İstanbul ve ikinci sırada 125 milyar TL ile Ankara gelmektedir). İlin hasılası sürekli artış gösterirken, GSYH içindeki payını da korumuştur.

62 TÜİK, Ulusal Hesaplar, Bölgesel Hesaplar, İl Bazında Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Verileri

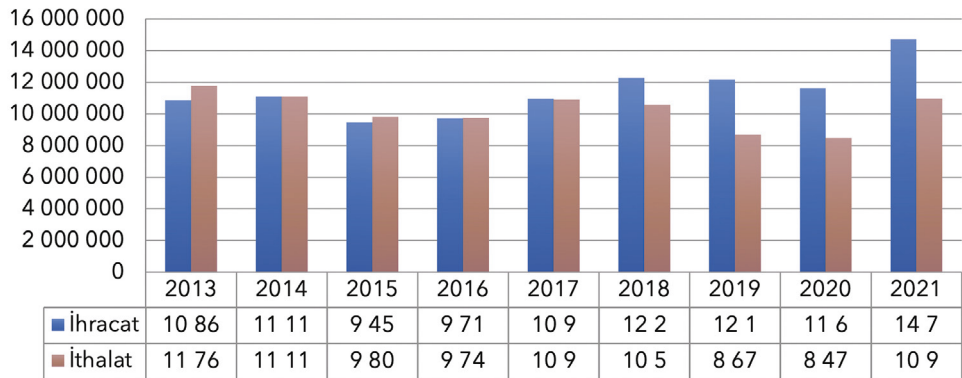
Tablo 32: İzmir Toptan ve Perakende Ticaret, Ulaştırma ve Depolama, Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Faaliyetleri Hasılasının Gelişimi (Cari Fiyatlarla, Milyon TL)⁶³

Yıllar	İzmir			Türkiye
	Faaliyetlerin Hasılası	Gelişme Hızı %	GSYH İçinde Pay (%)	Türkiye İçindeki Pay %
2004	9,655		26	24,7
2005	11,099	10,1	25,9	24,3
2006	13,08	5,9	25,9	24,5
2007	14,38	5,5	26	24,2
2008	16,243	-1,4	26,1	24,2
2009	14,781	-10,5	24	22,1
2010	17,099	10	23,6	21,6
2011	20,438	10,1	23,4	21,9
2012	24,028	9,9	24,5	22,4
2013	26,034	1,1	23,5	22,2
2014	29,059	3,4	23,5	22,6
2015	33,068	6,4	23,8	22,5
2016	37,29	4,2	23,5	21,9
2017	47,555	14,4	24,7	22,7
2018	60,242	5	25,5	23,8
2019	68,493	-2,2	26,1	24,4
2020	74,493	-4,9	24,2	22,4
2021	116,694	18	25,3	24,5

Dış Ticaret

İzmir ili toplam dış ticaret hacmi USD tutar olarak 2013-2021 döneminde yüzde 12 oranında artış göstermiştir. Aynı dönemde, ithalat değeri yüzde 7 azalmış, ihracat değeri ise yüzde 35,6 'lık bir artış göstermiştir. İzmir ili 2020 dış ticaret hacmi (ithalat+ihracat) yaklaşık olarak 25,7 milyar USD olup ve şehir 2017 yılından beri dış ticaret fazlası vermektedir. İzmir ili dış ticaretinde ihracatın ithalatı kârşılama oranı 2021 yılında yüzde 134 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 13: İzmir İli Dış Ticaret Hacminin Gelişimi (Bin USD)⁶⁴



63 TÜİK, Ulusal Hesaplar, Bölgesel Hesaplar, İl Bazında Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Verileri

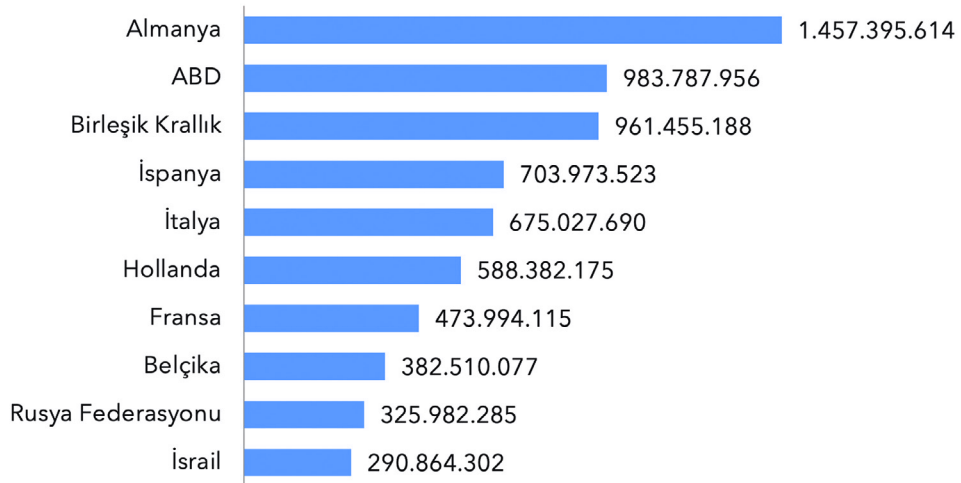
64 TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

İzmir'in 2021 yılı ihracatı, 2020 yılına göre yüzde 27 artış göstererek, 14 milyar 737 milyon USD olmuştur. Bu rakamla İzmir, 2021 yılında değer bazında en fazla ihracat yapılan iller sıralamasında İstanbul'un ardından ikinci sırada yer almıştır. 2021 yılında İzmir'in en fazla ihracat gerçekleştirdiği üç fasıl sırasıyla, "Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar", "Örme Giyim Eşyası ve Aksesuarı" ve "Plastikler ve mamulleri" olmuştur.

	Fasıl	Değer
1	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	1.079.629.879
2	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	1.031.661.091
3	Plastikler ve mamulleri	1.003.314.913
4	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	748.123.655
5	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	683.664.031
6	Motorlu kâra taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kâra taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	659.759.121
7	Demir veya çelikten eşya	631.492.329
8	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	560.543.698
9	Demir ve çelik	498.100.978
10	Kâğıt ve kârtan, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kârtandan eşya	411.696.946

Tablo 33:
İzmir İli İhracatında
İlk 10 Fasıl (USD)
(2021)⁶⁵

İl ihracatı ülkeler bazında analiz edildiğinde, en fazla ihracatın Almanya'ya yapıldığı görülürken, bunu sırasıyla ABD, İngiltere, İspanya, İtalya, Hollanda, Fransa, Belçika ve Rusya izlemektedir. 2021 yılı itibarıyla Almanya'ya yapılan ihracat 1.457 milyon USD olup toplam il ihracatının yaklaşık yüzde 10'unu oluşturmaktadır.⁶⁶



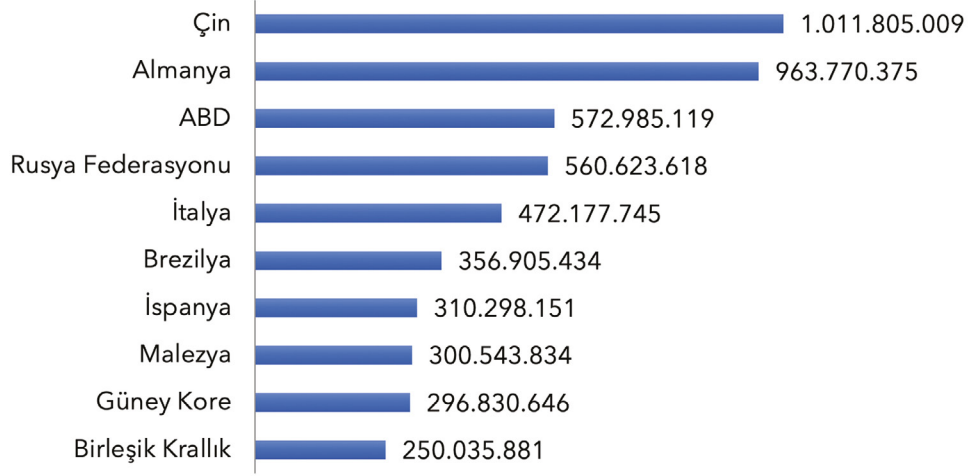
Grafik 14:
İzmir İli İhracatında
İlk 10 Ülke (USD)
(2021)

65 İTO Dış Ticaret İstatistikleri

66 İTO Dış Ticaret İstatistikleri

2021 yılında ülkeler bazında, İzmir, en fazla ithalatı 1 milyar USD ile Çin'den gerçekleştirmiştir. Çin'i 963 milyon USD ile Almanya, 572 milyon USD ile ABD izlemiştir.

Grafik 15:
İzmir İli İthalatında
İlk 10 Ülke (USD)
(2021)



Ulaşım Altyapısı

İzmir ili, ilçeleri ve çevre illeri ile arasında kârayolu bağlantısı mevcuttur. İilde bir havaalanı, biri DDY'nın Alsancak'taki merkez limanı olmak üzere toplam 14 liman, demiryolu hatları ile şehir merkezinde metro ve tramvay hattı mevcuttur. Aşağıda İzmir ili demiryolu hatları, havaalanının lokasyonu ve kârayolu bağlantısının haritası verilmiştir.

Harita 3:
İzmir Ulaşım
Haritası



İzmir ilçelerin kârayolu ile merkeze olan mesafeleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 34:
İlçelerin İzmir
Merkeze Olan
Kârayolu Mesafesi

İlçe	Mesafe	İlçe	Mesafe	İlçe	Mesafe	İlçe	Mesafe
Aliağa	44 km	Karabağlar	12 km	Buca	5 km	Menemen	22 km
Balçova	9 km	Karaburun	60 km	Çeşme	74 km	Narlıdere	14 km
Bayındır	50 km	Karşıyaka	11 km	Çigli	18 km	Ödemiş	76 km
Bayraklı	6 km	Kemalpaşa	24 km	Cumaovası(Menderes)	24 km	Seferihisar	37 km
Bergama	78 km	Kinik	76 km	Dikili	76 km	Selçuk	56 km
Beydağ	101 km	Kiraz	95 km	Foça	43 km	Tire	63 km
Bornova	8 km	Konak	1 km	Gazimir	11 km	Torbali	36 km
				Güzelbahçe	23 km	Urla	35 km

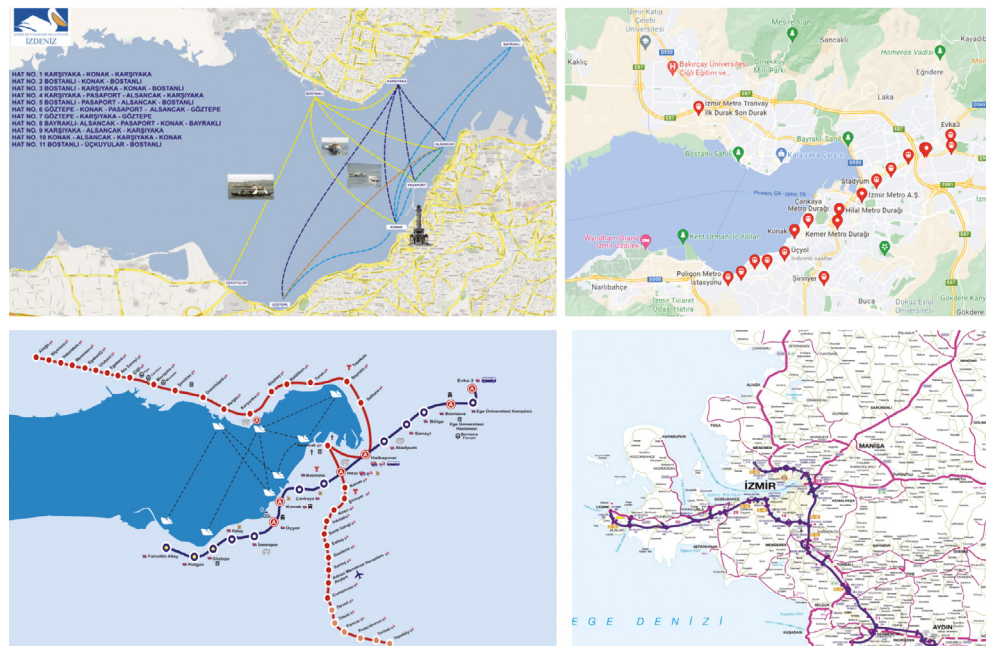
İzmir ilinde bulunan 14 limanın yeri aşağıda gösterilmiştir. Solda Aliağa limanlarından Tüpraş ve Merkezdeki DDY Alsancak Limanı, ortada Aliağa'daki limanlar, sağda ise İzmir genelindeki limanlar verilmiştir.

Harita 4:
İzmir Limanları



Aşağıda soldan sağa sırasıyla İzmir liman seferleri, metro güzergâhı, İzmir raylı sistem ve kârayolu haritası verilmiştir.

Harita 5:
İzmir Ulaşım
Haritaları

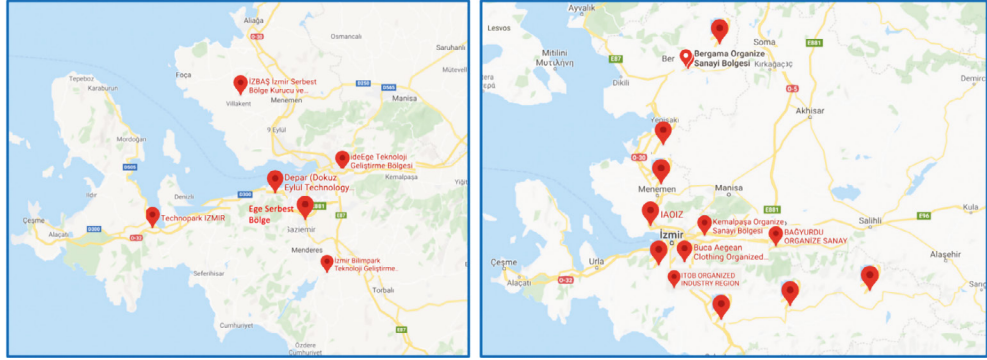


3.6.5. Sosyal Altyapı ve Sosyal Etkiler

Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

İzmir ili sosyoekonomik gelişmişlik bakımından “81 il arasında 3. sırada ve birinci kademe gelişmişlik grubu içerisinde yer almaktadır. İzmir’in bulunduğu yüksek gelişmişlik kademesinde 9 il bulunmaktadır. İzmir’in birinci kademe iller arasında yer almasının önde gelen nedenlerinden biri, imalat sanayii işyeri sayısı, OSB ve KSS değişkenlerinde üst sıralarda yer almasıdır.

Harita 6:
İzmir ili Serbest
Bölgeler ile
TGB’ler (Solda) ve
OSB’ler (Sağda)



İzmir, ülke genelindeki toplam KSS işyeri sayısının yüzde 5,5’ine sahip olarak bu değişkende ilk sırada yer almaktadır. Türkiye’deki toplam imalat sanayii işyerlerinin yaklaşık yüzde 7’si İzmir’de bulunurken; İzmir, OSB’lerde üretim yapılan toplam parsellerin Türkiye içerisindeki oranı değişkeninde (yüzde 2,5) üçüncü sıradadır. İzmir ilinin sosyoekonomik gelişmişlik sıralamasındaki yeri ilçeleri itibariyle aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 35:
İzmir İlçeleri
Gelişmişlik
Sıralaması⁶⁷

İlçe	Sıra	Skor	Kademe	İlçe	Sıra	Skor	Kademe	İlçe	Sıra	Skor	Kademe
Konak	11	3,465	1	Bayraklı	92	1,322	2	Selçuk	178	0,690	2
Bornova	17	3,028	1	Buca	99	1,227	2	Karaburun	186	0,676	2
Balçova	18	2,902	1	Aliağa	105	1,154	2	Dikili	200	0,609	2
Karşıyaka	37	2,222	1	Karabağlar	120	1,078	2	Tire	221	0,500	2
Çiğli	41	2,046	1	Kemalpaşa	133	0,983	2	Bergama	241	0,379	3
Gaziemir	43	2,031	1	Torbali	138	0,927	2	Ödemiş	250	0,336	3
Çeşme	45	1,998	1	Seferihisar	139	0,924	2	Kınık	493	-0,297	4
Güzelbahçe	52	1,882	1	Menderes	145	0,903	2	Bayındır	503	-0,304	4
Urla	59	1,768	1	Foça	154	0,844	2	Beydağ	618	-0,481	4
Narlıdere	67	1,632	1	Menemen	156	0,838	2	Kiraz	715	-0,599	5

Sosyal ve Kültürel Gelişmişlik

Bu bölümde sosyal ve kültürel gelişmişlik göstergesi olarak İzmir ilinin sinema ve tiyatro, halk kütüphaneleri ve müzeleri verilerinden yararlanılmış ve İzmir ili Türkiye ile mukayese edilmiştir. Aşağıda tabloda İzmir ve Türkiye ortalaması istatistikleri verilmektedir. İzmir ili tüm göstergelerde Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir.

⁶⁷ T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE-2017)

	Kültürel Gelişmişlik Göstergeleri	İzmir	Türkiye Ortalaması
Sinema	Film Sayısı	1.658	328
	Koltuk Sayısı	18.206	3.520
	Salon Sayısı	137	30
	Seyirci Sayısı	721.623	153.318
Tiyatro	Eser Sayısı	204	20
	Gösteri Sayısı	434	53
	Koltuk Sayısı	13.223	1.926
	Seyirci Sayısı	70.217	8.825
	Tiyatro Salonu Sayısı	34	5
Halk Kütüphaneleri	Halk Kütüphane Sayısı	40	15
	Halk Kütüphanelerindeki Kitap Sayısı	549.380	276.037
	Halk Kütüphanelerindeki Kullanıcı Sayısı	272.137	193.618
Müzeler	Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Eser Sayısı	219.697	40.762
	Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Sayısı	10	3
	Kültür ve Turizm Bakanlığına Bağlı Müze Ziyaretçi Sayısı	1.277.860	205.375
	Özel Müze Eser Sayısı	37.682	5.155
	Özel Müze Sayısı	19	4
	Özel Müze Ziyaretçi Sayısı	61.143	81.604

Tablo 36:
Sinema, Tiyatro,
Halk Kütüphaneleri
ve Müze İstatistikleri
(2021)⁶⁸

Kişi başına düşen değerlere göre İzmir, yalnızca tiyatro seyircisi ve kütüphane sayısı ve yararlanma sayısında Türkiye ortalamasının altında, bunların dışında kalan diğer bütün göstergelerde ise Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. ⁶⁸

68 TÜİK, Bölgesel Kültür İstatistikleri

3.6.6. Konteyner Restoranının Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler

Yatırım yeri olan İzmir ili içinde restoran ve etkinlik faaliyetleri için seçilecek yatırım yerinin taşınması gereken özellikler aşağıda özetlenmiştir.

- Ulaşım ve görünürlük açısından elverişli bir konum (hedef kitlenin bulunduğu yerlerin 3 kilometrelik yarıçapındaki bir mesafede kalınması),
- Güneş ışığı, manzara ve hava sirkülasyonu,
- Açık ve/veya hareketli cam ile açılabilen bölüm,
- Kendine ait bir park yeri ya da yakınlarında 15 araçtan daha az olmamak üzere uygun bir park alanı,
- Balıkçı, gübre işleme tesisleri vb. gibi koku yayan yerlere uzaklık,
- Kanalizasyon, su, elektrik, doğalgaz altyapısı ve yangın tesisatı,
- İş ve alışveriş merkezi, sanayi kuruluşları, üniversiteler, okullar, inanç merkezleri, büyük parklar, metro ve tren istasyonları, otobüs durakları, terminal, havaalanı, büyük oteller, spor salonu, sinema salonları gibi sosyal alanlara yakınlık,
- Suç oranı yüksek olan lokasyonlardan uzaklık,
- Engelli dostu düzenlemeler.

YATIRIM TASARIMI

4



4.1. KURULUŞ YERİ SEÇİMİ

Sabit yatırım iki farklı mekânda olacaktır. Proje etkinliklerinin başlatılacağı 2023 yılında Borsa Sarayının restorasyonu tamamlanana kadar Çeşme, Alaçatı veya Urla ilçelerinin birinde yola cepheli 5-6 dönümden daha küçük olmayan bir lokasyonda konteyner restoran ve mobil mutfak yatırımı⁶⁹ gerçekleştirilecektir. Dolayısı ile yatırımın ana mekânı olacak Borsa Sarayının yanı sıra Çeşme, Alaçatı veya Urla ilçelerinin birinde bir yatırım daha söz konusudur. Raporun hazırlandığı tarihte, yatırımın gerçekleştirileceği bir arazi tahsisi kesinleştirilemediği için bu üç ilçeden birinde arazi satın alınacağı kabul edilerek yatırım tasarımına gidilmiştir. Rayiç bedel bilgisi aşağıda verilmekle birlikte, tahsis ihtimali oldukça kuvvetli olduğundan maliyete ilişkin hesaplamalara satın alma bedeli ilâve edilmemiştir. Buna göre konteyner restoran olarak adlandırılan birinci yatırımın yeri için Ovacık Alaçatı uygun bulunmuştur. İkinci yatırımın yeri ise İzmir Ticaret Borsası binasının bulunduğu İzmir ili Konak ilçesidir.

4.2 YATIRIM SÜRECİNE İLİŞKİN FAALİYETLER

Bu faaliyetler 3. Bölümde konsolide yatırım ve işletme planında verilmiştir. Aşağıda sadece sabit yatırımı içeren kısım verilmiştir. Buna göre birinci yatırım olan konteyner restoranın ve ikinci yatırım olan Borsa Sarayının restorasyonuna ilişkin yatırım süreci aşağıda verilmiştir:

YATIRIM DÖNEMİ FAALİYETLERİ	2023	2024	2025	2026
C1. MOBİL UYGULAMA				
Uygulamada Kullanılacak Materyalin Toplanması Hazırlık				
İşbirliği Anlaşmaları, Ekipman Temini ve Ekip Kurma				
İçerik Toplama ^(Yukarıdaki saha araştırmasının bir parçası olarak dikkate alınmalıdır)				
Uygulamanın Hazırlanması ve Lansmanı				
C2. ETKİNLİK PERFORMANSI DEĞERLENDİRME (EPD) SİSTEMİNİN KURULMASI				
EPD Sisteminin İzlemeye ve Kayda Esas Unsurlarının ve Kriterlerinin Belirlenmesi				
Belirlenen Unsur ve Kriterlere Göre Yazılımı Hazırlayacak Firmalardan Teklif Alınması				
Satın Alma ve Kurulum Sürecinin Tamamlanması				
C3. SARAY RESTORASYON				
Projelendirme Çalışması (Mimarî, Elektrik, Mekanik, Restorasyon)				
Anıtlar Üst Kurulundan Gerekli İzinlerin ve Proje Onayının Alınması				
Temel Güçlendirme				
Restorasyon Çalışması				
Ekipman ve Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
C4. EĞİTİM ve UYGULAMA RESTORANİ YATIRIMI				
Konsept Tasarım, Kapasite Belirlenmesi ve Uygun Yatırım Yerinin Seçimi				
Arazi Temini				
Projelendirme Çalışması				
Arazi Düzenleme ve İnşaat Faliyeti				
Gerekli İzin ve Ruhsatların Temini				
Mekanik Tesisat Yapımı ve Ekipmanların Alımı, Montajı				
Tefriş Süreci				
Tanıtım ve Lansman için Hazırlık				
Açılış Töreni				
Çalışacak Personelin İşe Alınması/İşbirliği Yapılacak Kesimler ile Protokollerin Yapılması				
Cafe ve Dükkanın Faaliyete Geçşi				

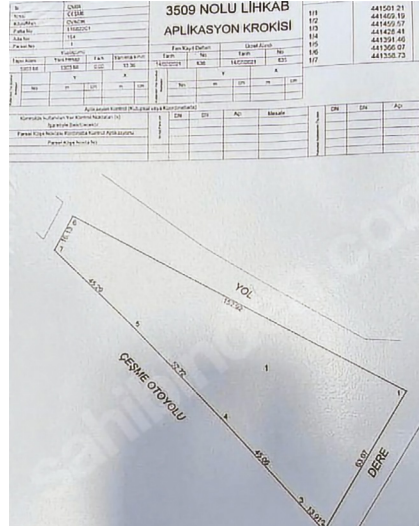
Tablo 37:
Sabit Yatırım
Dönemi

⁶⁹ Yatırım yeri seçiminde dikkate alınacak unsurlara ilişkin kriterler raporun önceki bölümlerinde verilmiştir. Geçici restoran olarak adlandırılan konteyner restoranının yerinin seçiminde söz konusu kriterlerin dikkate alınması önerilir. Borsa Sarayı İzmir Merkez İlçe Konak Meydanındadır.

4.3 SABİT YATIRIM UNSURLARI

Arsa Yatırımı:

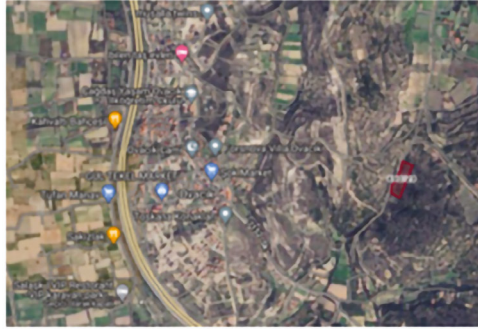
Konteyner Restoranının arazisinin satın alınacağı kabul edildiğinde;



Ovacık Alaçatı yoluna 153 metre cephe-
li toplam 6 dekâr büyüklüğünde, imar ve
iki bina inşaatının izni alınmış olan **örnek
bir arazinin** satış bedeli 22,5 milyon TL
(1.205.142 USD)'dir.⁷⁰ (20 Aralık 2022 ta-
rihli MBDS Kuru 1 USD=18,67 TL, 1 EURO=
19,83 TL)

Ancak bu yatırım için özel sektörden tahsis
yapılma ihtimali mevcut olduğundan sabit
yatırım ve toplam yatırım tutarı yukârıda
belirtilen arazi bedeli hariç hesaplanmıştır.

Fotoğraf 2:
Yatırım Yeri
Olacak Farklı Arazi
Örnekleri⁷¹



İzmir, Çeşme, İnönü Mahallesi mevkii
490 ada 29 parselde toplam 10.030 m²
Satış fiyatı 11.000.000 TL



İzmir, Çeşme, Germiyan merkezde
12000 metrekare satılık tarla
Satış Fiyatı 12.000 TL

İkinci sabit yatırım yeri olan Borsa Sarayı için arsa- arazi gideri söz konusu ol-
mayacaktır.

Projelendirme Giderleri:

Yatırım kapsamında konteyner restoranı ve Borsa Sarayının projelendirilmesi
giderleri söz konusu olacaktır. Konteyner restoranının belirlenen konsept çı-
zımlarındaki ana unsurları esas alacak mimari, statik, elektrik ve mekanik te-
sisat projelerinin çizilmesi gerekmektedir. Benzer şekilde Borsa Sarayı için de
restorasyon projeleri, dekorasyon projesi (opsiyonel) projelerinin çizilmesi ge-
reklidir olacaktır. Bu giderlere ilişkin piyasa rayıçları aşağıdaki gibi tespit edilmiştir.

⁷⁰ <https://www.sahibinden.com/ilan/emlak-arsa-satilik-ovacik-alacati-yolu-uzerinde-6.000m2-in-saat-izinleri-alinmis-1041881742/detay> Erişim tarihi 26 Aralık 2022

⁷¹ Çeşme Germiyan Merkezde 12.000m² Mükemmel Konumda Satılık Tarla - Satılık Arsa İlanları sahi-
binden.com'da - 999098127 ve çeşme Ovacık'ta Satılık Tarla - Satılık Arsa İlanları sahibinden.com'da
- 1022477388

Projelendirme Gideri	TOPLAM (USD)
Borsa Binası Restorasyon Projesi (Mimari, Statik, İnşaat, Elektrik ve Mekanik Projeleri Dahil)	150.000
Borsa Sarayı Dekorasyon Projesi (Opsiyonel)	50.000
Eğitim ve Uygulama Restoran Kompleksi	100.000
Diğer (%10)	30.000
TOPLAM (USD)	330.000

Tablo 38:
Projelendirme
Maliyetleri

İnşaat Giderleri:

1. Konteyner Restoranı İnşaatı:

Gerçekleştirilmesi muhtemel projenin fikir verme amaçlı konsept çizimleri aşağıda verilmiştir. Bu tasarımlar kuşkusuz gerçekleştirilecek yatırım için yegâne tasarım değildir. Yatırımcı ihtiyaca ve arazindeki konumlamaya bağlı olarak daha farklı türde bir tasarımı da gerçekleştirebilir.

Her şekilde gerçekleştirilecek yapının ana unsurları, kapalı alan büyüklükleri ve bina niteliği bu konsept tasarımdaki içerikten çok farklı olmayacağı için geliştirilen konsept tasarımın inşaat maliyetinin gerçekleştirilecek farklı tasarım maliyetlerini de temsil edeceği kabul edilebilir.

Şekil 12:
Konteyner
Restoranı
Konsepti



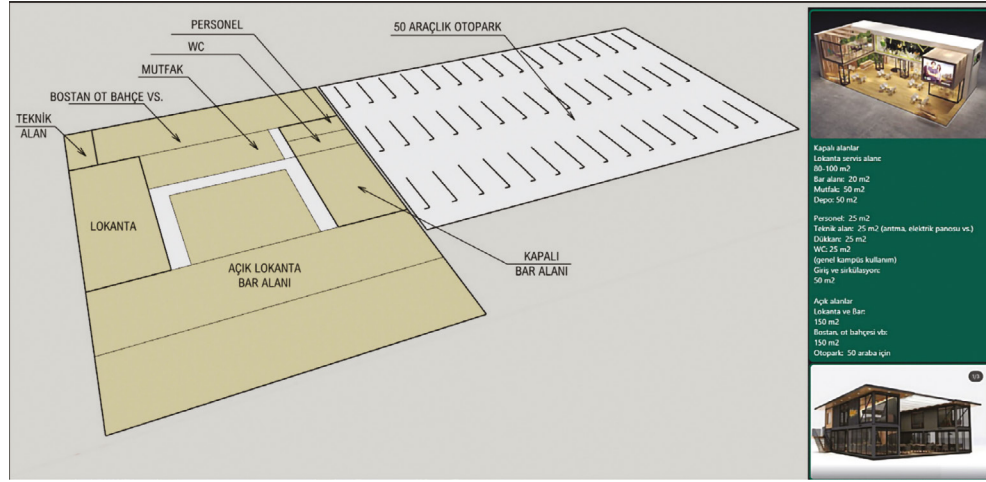
Kapalı Alanlar	Büyükük
1.Lokanta ve Servis Alanı:	100 m ²
2.Bar Alanı:	20 m ²
3.Mutfak:	50 m ²
4.Depo :	50 m ²
5.Personel Alanı:	25 m ²
6.Teknik Alan (Arıtma, elektrik panoları vb):	25 m ²
7.Dükkân:	25 m ²
8.Giriş ve Sirkülasyon Alanı:	50 m ²
Açık Alanlar	
1.Lokanta ve Bar :	150 m ²
2.Bostan ve Yeşillik Bahçesi :	150 m ²
3.Otopark Alanı:	50 araçlık

Tablo 39:
Restoran
Bölümleri

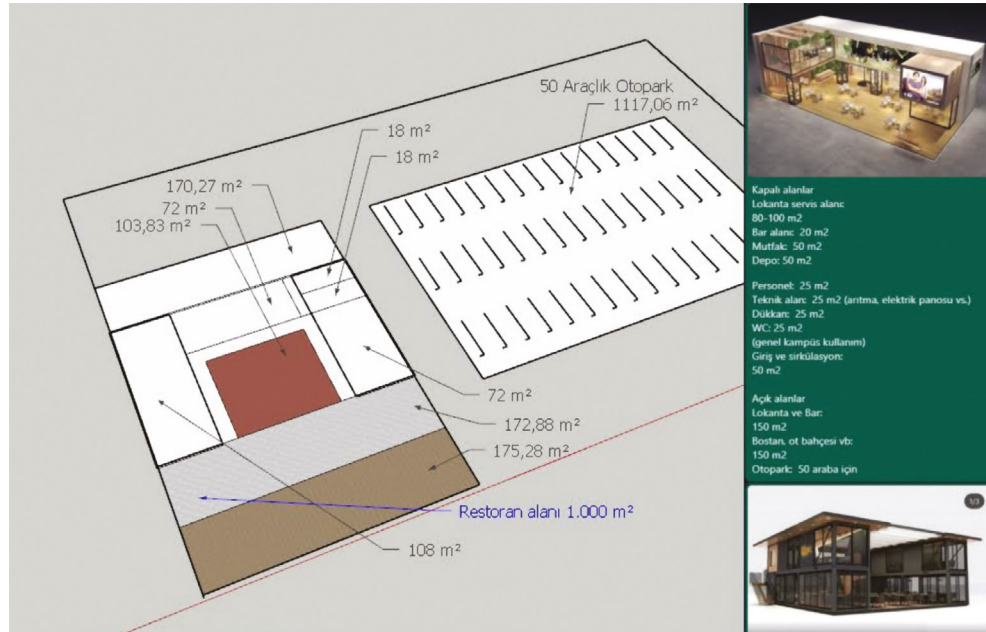
Restoranda günlük 100 kuver (40 kuver öğlen yemeği, 60 kuver akşam yemeği olmak üzere) yemek çıkârılacağı kabul edilmiştir. Gerçekleştirilecek yatırımın bölümleri ve öngörülen restoran faaliyetlerinde tespit edilen ağırlanacak takribi müşteri sayısı dikkate alınarak oluşturulan bölüm büyüklükleri yandaki gibi öngörülmüştür.

Aşağıda konsept tasarıma uygun ölçek ve konumlandırma verilmiştir.

Şekil 13:
Arazide Bina
Konumlandırma



Kapalı alanlar
Lokanta servis alanı: 80-100 m ²
Bar alanı: 20 m ²
Mutfak: 50 m ²
Depo: 50 m ²
Personel: 25 m ²
Teknik alan: 25 m ² (ısıtma, elektrik panosu vs.)
Dükkan: 25 m ²
WC: 25 m ²
(genel kampüs kullanım)
Giriş ve sirkülasyon: 50 m ²
Açık alanlar
Lokanta ve Bar: 150 m ²
Bostan ot bahçesi vb: 150 m ²
Otopark: 50 araba için

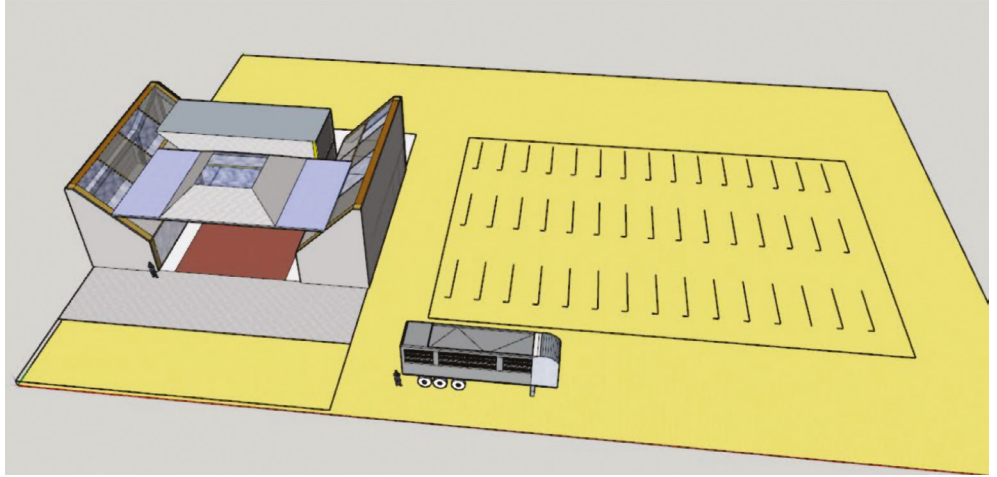
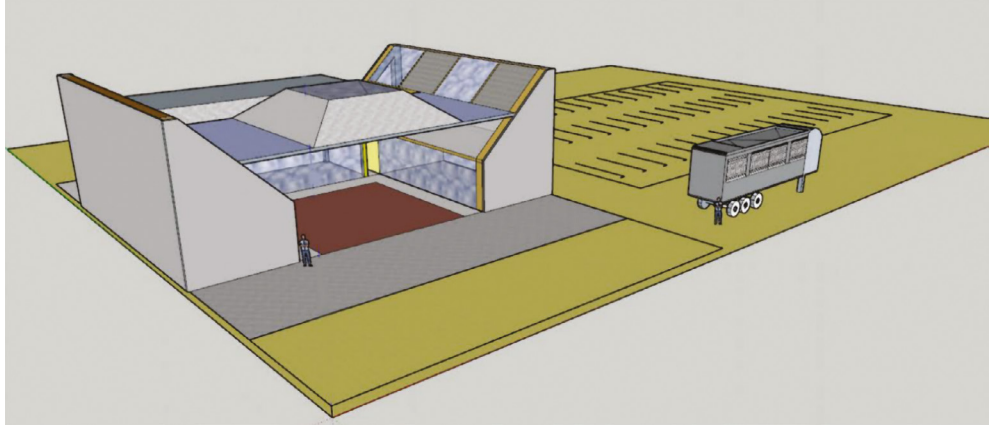


Kapalı alanlar
Lokanta servis alanı: 80-100 m ²
Bar alanı: 20 m ²
Mutfak: 50 m ²
Depo: 50 m ²
Personel: 25 m ²
Teknik alan: 25 m ² (ısıtma, elektrik panosu vs.)
Dükkan: 25 m ²
WC: 25 m ²
(genel kampüs kullanım)
Giriş ve sirkülasyon: 50 m ²
Açık alanlar
Lokanta ve Bar: 150 m ²
Bostan ot bahçesi vb: 150 m ²
Otopark: 50 araba için

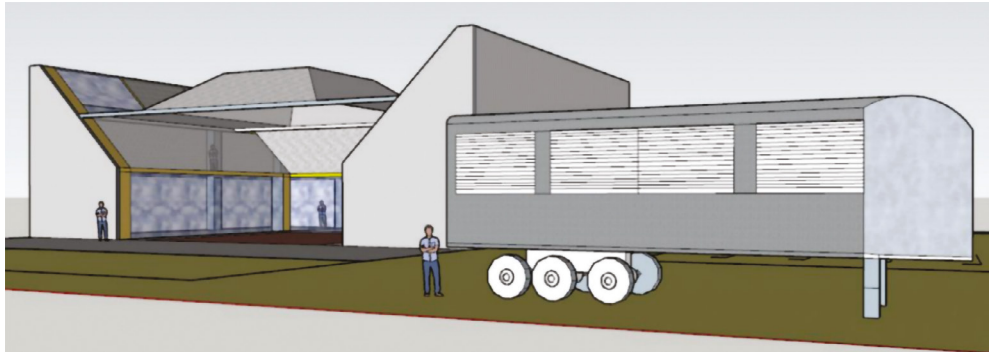
Tasarımdaki yapıların konumlandırıldığı saha 30 m X 75 m olarak ölçeklendirilmiştir.

Aşağıda üç boyutlu tasarımlar verilmiştir.

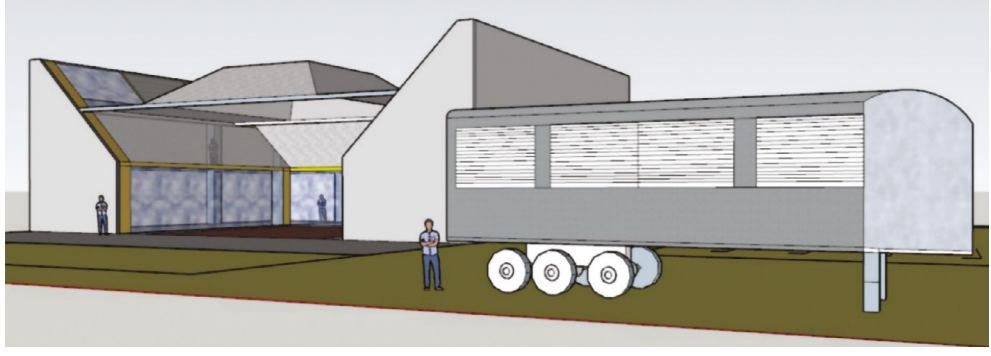
Şekil 14:
Konteyner
Restoranı
Üç Boyutlu
Tasarımlar



Konteyner restoranı kompleksi içinde bir de mobil kâravan mutfak yer almaktadır. Bu mutfağın öngörülen etkinliklerde istenilen yerde kullanılabilmesi için mobil olması uygun bulunmuştur.



Şekil 15:
Kâraavan Mutfak
ve Restoran
Açık Alanı



Konsept tasarımı yukârıda verilen restoran ve mobil mutfak dorsesinin maliyeti yapılan piyasa araştırmasına dayanılarak aşağıda verilmiştir.

Tablo 40:
Konteyner Restoranı
İnşaat Maliyeti

İŞİN ADI	TEKLİF VEREN	TEKLİF TOPLAM TUTARI (TL)	TEKLİF TOPLAM TUTARI (USD)
Konteyner Restoranı İnşaatı	İntekma Ltd. Şti.	12.200.000	653.455
Mobil Sahra Mutfağı Dorsesi	MST Alkan Otomotiv Karasör A.Ş.	2.950.000	158.007
TOPLAM		15.150.000	811.462

Mutfak araç gereç ve beyaz eşyalar ile möble tefriş, aksesuar malzemeleri hariç Konteyner Restoranının inşaat maliyeti *-arazi düzenlemesi de dahil-* 1.100.00 USD olarak hesaplanmıştır.

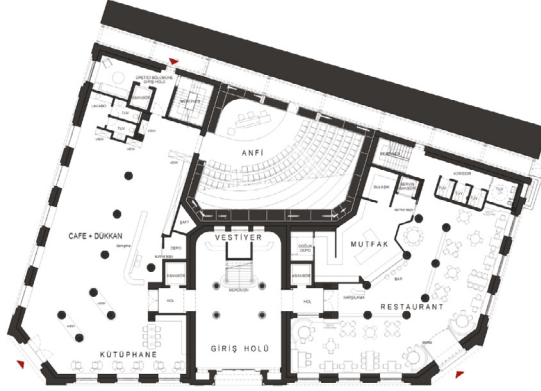
2. Borsa Sarayı Restorasyon Maliyeti

Gerçekleştirilecek restorasyon ve depreme kârşu güçlendirme maliyeti hesaplanırken, hâlihazırda restorasyon projesi hazırlanmadığı için metrajlar mevcut değildir. Bu nedenle hesaplamada kullanılan birim fiyatlarda Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığının 2022 yılı Mimarlık Ve Mühendislik Hizmet Bedellerinin Hesabında Kullanılacak 2022/3 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri Hakkında Tebliği⁷² esas alınmıştır.

Kullanılan birim fiyat, D grubu yapılar içinde yer alan **“D2. Tarihi eser niteliğinde olup restore edilerek veya yıkılarak aslına uygun olarak yapılan binalar”** grubundaki yapılara ilişkin metrekâre birim fiyatıdır. Bu fiyat 2022 yılının 3. çeyreğinde belirlenmiş fiyat olup, inşaat maliyetlerindeki artış ve gerçekleştirilecek restorasyondaki olası içerikler dikkate alınarak temkinli bir yaklaşım ile hesaplamalarda birim fiyat yüzde 70 artırılarak kullanılmıştır.

72 <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/09/20220913-4.htm>

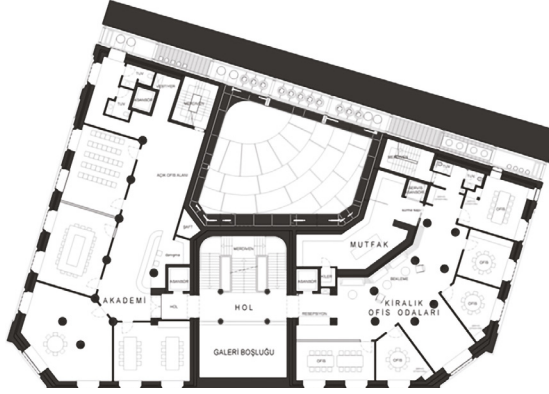
Aşağıda restorasyona konu olan yaklaşık bin metrekare büyüklüğündeki katların şemaları verilmiştir. Toplam kapalı alan 3 bin metrekaredir.



Zemin Kat

Giriş holünün sağında, uygulama restoranı, mutfak,

Giriş holünün ve vestiyerin arkasında anfi düzeninde bir konferans salonu, giriş holünün solunda ise kafe, hediyelik eşya satış bölümü ve bir kütüphane olması planlanmaktadır.



1. Kat

Giriş holü üstü asma kat boşluğunun sağında mutfak bölümünün üst katı, kiralamaya uygun çok amaçlı ofisler, sol tarafta ise akademi bölümüne ait sınıf, uygulama alanı ve toplantı salonları yer alacaktır.



2. Kat

Giriş holü üstü asma kat boşluğunun sağında borsa başkanlık odaları, üst kat mutfak bölümü, solunda müze, sunum salonu, üretici görüşme bölümü ve açık hava teras alanı yer alacaktır. Borsa Binası restorasyon inşaat maliyeti aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Borsa Sarayı Restorasyon Unsurları		Toplam (USD)
İnşaat Maliyeti		3.277.986
Elektrik Sistemleri		150.000
Mekanik Sistemler		200.000
Depreme Karşı Dayanıklık Kazandırma		450.000
TOPLAM USD		4.077.986

Tablo 41:
Borsa Sarayı
Restorasyon İnşaat
Maliyeti

Restoran Tefriş Maliyetleri

Hem Konteyner restoranı hem de Borsa Sarayının tefriş, möble, dekorasyon, aksesuar giderleri konusunda ortaya konmuş bir dekorasyon projesi bu aşamada söz konusu değildir. Dekorasyon ve tefrişte tercih edilebilecek unsurlar oldukça değişken maliyettedir. Bu konu netlik kazanmadığından, dekorasyon maliyetleri örnek projeler incelenerek temkinli bir yaklaşımla öngörülmüştür.

Eğitim ve Uygulama Restoranı	Toplam Tutar (USD)	Restoran İçi Cofee-Bar Cihazları	Toplam Tutar (TL)	Toplam Tutar (USD)
Mutfak Ekipmanları (restoran için)	42.52	Bar Cihazları	1.034	19.30
Möble ,Tefriş Malzemesi ve Aksesuarlar	324.58	Aydınlatma	439	8.20
Elektronik Aksam-POS Cihazları, Müzik Sistemi, Yönetici Bilgisayar ve Yazıcılar, Yazılımlar	65.00	Personel Donanım	80	1.50
Tabela (İç Dış Yönlendirmeler)	7.50	Servis Ekipmanı	696	13.00
Personel Donanım (üniforma ve servis malzemeleri)	4.50	Tabela (İç Dış Yönlendirmeler)	187	3.50
Mutfak Bar Cihazları (Mutfak Bar içindeki demirbaş sabit ekipmanlar, fırın, ocak, soğuk oda vb.)	150.00	Elektronik Aksam-POS Cihazları, Müzik Sistemi, Yönetici Bilgisayar ve Yazıcılar, Yazılımlar	621	11.60
Servis ve mutfakta kullanılan ufak ekipman, tabak, bardak, takım, servis malzemeleri, çırpma teli, el blenderi vb. ekipmanlar	73.00	Kahve Ekipmanları	1.676	31.30
Aydınlatma	77.10	TOPLAM USD	4.735	88.40
TOPLAM USD	744.20			

Tablo 42:
Mutfak Ekipmanları
ve Tefriş Giderleri (*)

Hem Konteyner Restoranı hem de Borsa Sarayına yapılacak mutfak, restoran ve coffe -bar ekipman ve tefrişinin aynı olacağı kabul edilmiştir. Buna göre toplam ekipman ve tefriş giderleri **832.608 USD** olarak hesaplanmıştır.

Etkinliklerin Gerektirdiği Cihaz ve Yazılım Maliyetleri

Envanter çalışması için yapılacak saha araştırmalarında kullanılacak cihazlar, mobil telefon ve bilgisayarlarda kullanılacak aplikasyon yazılımı, etkinlik veriminin kontrolünde kullanılacak yazılımlar, maliyet ve muhasebe sistemleri için alınacak yazılımlar gibi harcamalar söz konusu olacaktır.

Yazılımlar dışındaki cihaz ve bilgisayarlar için fiyatlar internet araştırmaları ve tekliflerden seçilerek takdir edilmiştir. Bu cihaz ve yazılımlar etkinliklerin başından itibaren yapılacak ilk sabit yatırım unsuru olduğundan Konteyner Restoranının parçası gibi değerlendirilmiştir.

Tablo 43:
Ekipman Cihaz ve
Yazılımlar

Ekipman, Cihaz ve Yazılımlar	Miktar	Birim Fiyat (USD)	Toplam Tutar (USD)
Dizüstü Bilgisayar	8	2.996	23.967
Yemek Çekimi Yapacak Temel Set (<i>Tripod, Işık, Reflektör, Ses Kayıt cihazı, Shotgun Mikrofon, Yaka Mikrofonu, Follow focus vb</i>)	1 set	18.216	18.216
Kamera	1	6.000	
Işık (tripod dahil)	1	1.250	
Ses Kayıt Cihazı	1	345	
Taşıma Çantası ve diğer	1	1.000	
Air 2S Fly More Combo Drone Multikopter	1	1.670	
Sony A7SIII Fotoğraf Makinesi (batarya, 2 adet hafıza kartı dahil)	1	4.951	
Diğer		3.000	
Workstation	2	4.721	9.441
Borsa Sarayı Müze, Kafe, Kütüphane Cihazlar	Muhtelif	8.000	8.000
Borsa Sarayı Toplantı ve Sunum Odaları Cihazları	Muhtelif	20.000	20.000
Konteyner Restoranı Cihazlar	Muhtelif	8.000	8.000
Aplikasyon Yazılım	1	5.785	5.785
İç Kontrol ve Denetim Yazılım	1	5.000	5.000
Muhasebe ve İK Programı Yazılım	1	5.000	5.000
Diğer (%20)			20.691
TOPLAM			124.100

Genel Giderler:

Sabit yatırımın gerçekleştirildiği dönemdeki işçilikler, nakliye ve sigortalar, yapılacak seyahat harcamaları, iletişim giderleri, sarf malzemesi giderleri, vergi ve izinler türünde yapılacak harcamalar için bir yıl süreyle (Konteyner Restoranı için) aylık 3 bin USD harcama yapılacağı kabul edilmiştir. Aynı miktardaki genel gider harcaması Borsa Sarayının son iki yıllık süreci için de geçerli olacaktır.

Beklenmeyen Gider:

Yukarıdaki üst toplamın yüzde 8'i oranında bir miktar yeterli bulunmuştur.

4.4. SABİT YATIRIM TUTARI

Yukarıdaki açıklamalar kapsamında sabit yatırım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 44:
Sabit Yatırım Tablosu
ve Yıllara Dağılımı
(USD)

Yatırımın Unsurları	Kümülatif İç Para	2023	2024	2025	2026	2027
Arsa (Hariç)						
Projelendirme Giderleri	330.000	280.000	50.000			
Eğitim ve Uygulama Restoranı İnşaat Gideri	1.100.000	1.100.000				
Saray Restorasyonu İnşaat Maliyeti	4.077.986			2.038.993	2.038.993	
Eğitim ve Uygulama Restoranı Tefriş Maliyetleri (cihaz ve yazılımlar dahil)	956.707		956.707			
Borsa Sarayı Tefriş Maliyetleri	832.608				416.304	416.304
Genel Giderler	180.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Beklenmeyen Giderler (%8)	598.183	113.280	83.417	165.998	199.304	36.184
Toplam Sabit Yatırım Tutarı (A) USD	8.075.484	1.529.280	1.126.124	2.240.991	2.690.601	488.488

- Yukarıdaki tabloda maliyetler yıllar itibariyle oluşacak USD enflasyonu ve KDV'yi içermemektedir. Yatırım dönemi KDV, USD enflasyonu, yıllık gelir gider farkından kaynaklanan eksi bakiye (zarar) ve işletme sermayesi tutarları, finansman ihtiyacı tablosunda ayrıca dikkate alınmıştır.
- Yatırım tutarı arsa ve taşıt aracı hariç hesaplanmıştır. **Arsa dahil** sabit yatırım tutarı **9,28 milyon USD** dolayındadır.
- Etkinliklerde, envanter çalışmasında ve seyahatlerde kullanılmak üzere, biri arazi iki tanesi binek olmak üzere **3 adet araç** yatırıma **dahil** edildiğinde (arsa hariç) sabit yatırım tutarı **8,21 milyon USD**, **arsa ve taşıt aracı dahil 9,41 milyon USD** dolayına çıkmaktadır.

4.5. SABİT YATIRIM SEÇENEKLERİNİN ÖZETİ

Aşağıdaki tabloda bu yatırım seçeneklerinin maliyetleri özetlenmiştir. Bu maliyetlerde yıllar itibariyle oluşacak USD enflasyonu ve KDV'yi içermemektedir. Yatırım dönemi KDV ve işletme sermayesi tutarları, finansman ihtiyacı tablosunda ayrıca dikkate alınmıştır.

Birinci yatırım alternatifine göre (arsa ve taşıt aracı hariç) iki sabit yatırımın toplam tutarları aşağıda verilmiştir.

Yatırım Alternatifleri	Kümülatif İç Para (milyon USD)
Sabit Yatırım Gideri (Arsa ve Taşıt Aracı Hariç)	8,08
Sabit Yatırım Gideri (Arsa Dahil)	9,28
Sabit Yatırım Gideri (Taşıt Aracı dahil)	8,21
Sabit Yatırım Gideri (Arsa ve Taşıt Aracı dahil)	9,41

Tablo 45:
Sabit Yatırım
Gideri Alternatifleri

Eğitim ve Uygulama Restoranı		Toplam (USD)	Borsa Sarayı		Toplam (USD)
İnşaat Maliyeti		1.100.000	İnşaat Maliyeti		3.277.986
Mutfak Ekipmanları ve Tefriş		832.608	Elektrik Sistemleri		150.000
Cihaz ve Yazılımlar		124.100	Mekanik Sistemler		200.000
Projelendirme		100.000	Depreme Karşı Dayanıklık Kazandırma		450.000
Genel Gider ve Beklenmeyen Gider		311.273	Mutfak Ekipmanları ve Tefriş		832.608
TOPLAM USD		2.467.980	Restorasyon Projesi		150.000
			Dekorasyon Projesi		50.000
			Diğer		30.000
			Genel Gider ve Beklenmeyen Gider		466.910
			TOPLAM USD		5.607.504

Tablo 46:
Konteyner Restoranı
ile Borsa Sarayı
Toplam Maliyetler

İŞLETME GİDERLERİ



Yatırım ve işletme döneminde gerçekleştirilmesi planlanan toplam 15 etkinlik (*A, B ve D grubu*) ve 4 (*C grubu*) sabit yatırım söz konusudur. Sabit yatırım faaliyetlerinin (*C grubu*) maliyetleri bir önceki bölümde toplam 8,08 milyon USD olarak hesaplanmıştır.

Bu projede sabit yatırım faaliyetleri ile işletme dönemi etkinlikleri eşzamanlı olarak yürütülmektedir. Dolayısı ile hem yatırım hem işletme dönemi olan ilk beş yıldaki etkinliklerin maliyetleri aşağıda dört ayrı grupta hesaplanmıştır.

1. Gruptaki maliyetler söz konusu toplam 8 etkinliğin gerçekleştirilmesinde alınacak hizmetlere ödenecek bedelleri kapsamaktadır. (*A2-A9*)
2. Gruptaki maliyetler dergi basım ve kitap baskı (*B1, B2*) giderleridir.
3. Gruptaki maliyetler ise hem 15 etkinliğin hem de toplam 4 yatırım faaliyetinin yürütülmesinde ortaya çıkan Ege Gastronomi Projesi'nde çalışanların ücretleri ve personel giderlerden oluşmaktadır. (*A1 dahil*)
4. Gruptaki maliyetler Konteyner Restoranı ve kafesi (*ilk 4 sene*) veya Borsa Sarayı restoranı ve kafesinde gerçekleştirilen hizmet nedeni ile oluşan giderlerdir. (*D1, D2, D4*)

5.1. İŞLETME SÜRECİNE İLİŞKİN ETKİNLİKLER

Bu raporun önceki bölümlerinde verilen işletme giderine konu olan etkinlikler ve bunların ilk 5 yıldaki gerçekleştirilme durumları gösterilmiştir.⁷³

A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9 kodlu etkinliklerin büyük ölçüde organizasyon olduğu ve bu organizasyon maliyetinin hizmet alımına konu olduğu, (*yukârda tariflenen 1. Grup*)

Dergi ve kitap basım maliyetlerinin (*yukârda tariflenen 2. Grup*) de işletme sürecine dahil olduğu.

Bu etkinliklerin içeriği incelendiğinden A1 dahil faaliyetlerinin büyük ölçüde Ege Gastronomi Projesi kapsamında istihdam edilecek kişilerce gerçekleştirileceği (*yukârda tariflenen 3. Grup*).

D1, D2 ve D4 kodlu faaliyetlerin ise tamamen restoran ve kafe işletmeciliğinden kaynaklanan faaliyetler (*yukârda tariflenen 4. Grup*) olduğu görülecektir.

D3 eğitim giderleri BORSAV Eğitimleri başlığında hesaplanan eğitim giderlerinden alınarak konsolide gider tablosuna eklenmiştir.

⁷³ A kodu ile gösterilen faaliyetlerde herhangi bir gelir motifi ve gelir getirici hizmet/ürün söz konusu değildir. B kodu ile gösterilen faaliyetlerde kısmi gelir getirecek ürün, D kodu ile gösterilen faaliyetlerde ise satışa konu olan hizmet söz konusudur.

Tablo 47.
Yatırım ve İşletme
Dönemi Faaliyetleri

YATIRIM ve İŞLETME DÖNEMİ FAALİYETLERİ	2023	2024	2025	2026	2027
A1. Saha Araştırma ve Envanter Oluşturma					
B1. Dergi Çıkarılması					
B2. Kitap Çıkarılması					
A2. Türkiye Basın ve Paydaş Tanıtım Etkinliği					
A3. Uluslararası Şef Etkinliği					
A4. Uluslararası Basın Etkinliği					
A5. Uluslararası Şef ile Yerel Malzeme Tanıtım Etkinliği					
A6. Yerel Geniş Kitle Etkinliği					
A7. Yerel Üretici, Şef, Lokantacı ve Basın Etkinliği					
A8. Uluslararası Şef ve Basın Etkinliği					
A9. Saray Restorasyonu Tanıtım Etkinliği					
D1. Borsa Sarayı Restoran Faaliyetleri					
D2. Borsa Sarayı Cafe ve Dükân Faaliyete Geçiş					
D3. Eğitim Faaliyetleri					
D4. Eğitim ve Uygulama Restoranı Faaliyetleri					

5.2. Kitap ve Dergi Baskı Maliyetleri (B1 ve B2)

Dergi basımındaki süreçler:

2023

Q1- Kurgu, Q2- Ekip kurma, yazı istekleri, çekim planları, Q3- İçerik toplama ve tasarım, Q4- 1. sayı baskı ve dağıtım yapılacaktır. Senede çıkartılacak ve ilk sayı: 1250 adet (500 hediye, 750 belli noktalarda satış yapılacaktır).

Gider unsurları: Baskı, tasarım, içerik, basın daveti, lansman olacaktır.

Gelir: Dergi satış ve ekstra reklâm gelirleri söz konusu olacaktır. Ancak reklâm gelirlerini önceden kesinleştirmek mümkün olmadığından bu reklâm gelirleri ihmal edilmiştir.

Aşağıda yıllık dergi baskı giderleri ve gelirleri hesaplanmıştır.

İŞLETME GİDERLERİ

Tablo 48:
Dergi Baskısı

Amaç	Ege Gastronomi yayın araçlarından biri olarak projenin paydaşlara dokunmasını sağlamak ege gastronomisinin nabzını tutan, mevsimsel, kapsayıcı, kaliteli, yemek ve seyahat yayıncılığında çitayı yükselten örnek yayın olmak	
Hedef Kitle	iyi yemek peşinde olan, kaliteli içerik isteyen, dünyalı ama yereli de tanıyan, restorana giden, seyahat eden, insan ve doğa sağlığını düşünen ve yemeğin etkisini merak eden; gastronomiyi oluşturan tarım, turizm, işletme, doğa ile ilgili, yeme-içme ve seyahat ile ilgili ipuçları arayan ya da derinlemesine bilgi isteyen herkes., tüketiciler, sektör profesyonelleri, kurumlar	
Değerleri	objektif // herhangi bir taraf tutmayan, tanıtım odaklı haber yapmayan yenilikçi // diğer yemek dergilerinden farklı düşünebilen, sınırları zorlayabilen, çitayı yükselten bütünsel bakan // bir konuya farklı açılardan yaklaşabilen dünyalı ve yerel // dünyanın en iyi restoranlarını da, yol üstü sokak yemeklerini de aynı heyecanla takip eden sürdürülebilirlik konusuna duyarlı // gıdanın doğa üzerindeki etkisini sürekli ve koşulsuz düşünen ulaşılabilir ama rafine // hem içerik hem görselliğiyle	
Format	dergi/kitap yumuşak kapak senede 4 sayı 144 sayfa, 9 forma	
Gider Unsurları	Açıklama	Tutar USD
Editör	dergi editörlüğü yapmış, gastronomiye hakim, proje bazında çalışabilen	12.000
yazı işleri	editöre bağlı olarak yazı isteklerini ve takibini yapacak	4.000
Yazarlar	4 kişi, farklı alanda uzman, deneyimli yazar, toplam 20-25 konu ele alınabilir	15.000
fotoğraf editörü/ görsel yönetmen	eg fotoğraf arşivinden, stok ve yeni çekimleri düzenleyen, derginin görsel dilini tasarlayan	4.000
fotoğrafçılar / illustasyon	eg arşivine ek konu bazlı görsel ihtiyaca yönelik farklı fotoğrafçılar, illüstratör	8.000
düzeltilen	dergi son okuması	2.000
dergi tasarım	dergi grafik tasarımını uygulayacak dergi/kitap grafik tasarımı yapmış	16.000
Matbaa	1250 adet baskı (ofset seviyesi), 250 adet promosyon, 1000 adet satış	35.000
Toplam Gider		96.000
Gelirler		
Satış	belirlenmiş noktalarda satış	20.000
dağıtım	satışın %50 olarak düşünülebilir	10.000
Toplam Gelir		10.000

Kitap basımındaki süreçler:

2023 hazırlıklar başlar: Q1- kurgu, Q2- Ekip kurma, yazı istekleri, çekim planları, Q3- Q4-İçerik toplama

2024: Q1- Q2-Q3- İçerik toplama ve Q4- Baskı ve yayın

Tablo 49:
Kitap Baskı
Giderleri

Amaç	Ege Gastronomi yayın araçlarından biri olarak projenin paydaşlara dokunmasını sağlamak ege gastronomisinin bütününe kapsayan, yemek ve seyahat yayıncılığında çitayı yükselten örnek yayın olmak kapsayıcı, arşiv niteliğinde, kalıcı bir yayın olmak ege gastronomisinin yurtdışındaki tanınırlığını artırmak	
Hedef Kitle	ege gastronomisi ile ilgili bilgi; referans, prestij yayınına peşinde olan, gastronomiyi oluşturan tarım, turizm, işletme, doğa gibi alanlarla ilgili, yerel ve yurtdışındaki tüketiciler, sektör profesyonelleri, kurumlar	
Değerleri	objektif // herhangi bir taraf tutmayan, tanıtım odaklı haber yapmayan yenilikçi // diğer yemek dergilerinden farklı düşünebilen, sınırları zorlayabilen, çitayı yükselten bütünsel bakan // bir konuya farklı açılardan yaklaşabilen dünyalı ve yerel // dünyanın en iyi restoranlarını da, yol üstü sokak yemeklerini de aynı heyecanla takip eden sürdürülebilirlik konusuna duyarlı // gıdanın doğa üzerindeki etkisini sürekli ve koşulsuz düşünen rafine // hem içerik hem görselliğiyle	
Format	kitap (coffee table) sert kapak 544 sayfa, 34 forma İngilizce	
Gider Unsurları	Açıklama	Tutar USD
Editör	dergi editörlüğü yapmış, gastronomiye hakim, proje bazında çalışabilen	30.000
yazı işleri	editöre bağlı olarak yazı isteklerini ve takibini yapacak	10.000
Yazarlar	4 kişi, farklı alanda uzman, deneyimli yazar, toplam 20-25 konu ele alınabilir	30.000
fotoğraf editörü/ görsel yönetmen	eg fotoğraf arşivinden, stok ve yeni çekimleri düzenleyen, derginin görsel dilini tasarlayan	4.000
fotoğrafçılar / illüstrasyon	eg arşivine ek konu bazlı görsel ihtiyaca yönelik farklı fotoğrafçılar, illüstratör	20.000
düzeltilen	dergi son okuması	3.000
kitap tasarım	dergi grafik tasarımını uygulayacak dergi/kitap grafik tasarımı yapmış	15.000
Matbaa	1250 adet baskı (ofset seviyesi), 250 adet promosyon, 1000 adet satış	36.000
Toplam Gider		148.000
Gelirler		
satış	belirlenmiş noktalarda satış	108.000
satış noktası payı, dağıtım	satışın yüzde 50 olarak düşünülebilir	54.000
Toplam Gelir		54.000

Buna göre dergi için her yıl 96 bin USD, kitap için iki yılda bir 148 bin USD harcama yapılacaktır.

İŞLETME GİDERLERİ

5.3. ORGANİZASYON GİDERLERİ (A2-A9)

1. Grup organizasyon harcaması gerektiren etkinlikler ve bu etkinliklerdeki gider unsurları, gider hesaplamalarına ilişkin harcama kriterleri ve gider hesaplamaları aşağıda verilmiştir.

Tablo 50:
A2 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A2. TÜRKİYE BASIN ve PAYDAŞ TANITIM ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Mekân Kirası	Restoran kirası (bir günlük cirosu kabul edilmiştir)	100.000	5.356	
Yeme-İçme	200 kişi X (2 öğün yemek X1200 TL + 2 ara X 400 TL)	640.000	34.280	1 günlük event , Zeytinlikte açık havada, 200 kişi Ege ve Ege dışından basın, kanaat önderi, destekçi, üretici, şefler vs. , 30 kişi misafir (konaklama, yol, yemekler) ,
Organizasyon		100.000	5.356	Oturmalı yemekli ama uzun masalarda, Ege yemekleri, ilkbahar, Farklı Ege şeflerinin pişirdiği yemekler - Özgür kalabilmek için sponsorlu şaraplar vs düşünmemeli - Lokanta olmaz OdUrla gibi bir yer olmalı, Farklı Ege şeflerinin pişirdiği yemekler - Özgür kalabilmek için sponsorlu şaraplar vs düşünmemeli - Lokanta olmaz OdUrla gibi bir yer olmalı. Satış yok. Sponsor olmaz, ancak uçak bilet, otel vb katkı olabilir.
Ulaştırma	30 kişi şehir dışından X 2500 TL	75.000	4.017	
Otel	30 kişi X 3000 TL	90.000	4.821	
Şehir içi Ulaşım (Ş. merkezinden-Mekana- Şehir Merkezine)	200 kişi için 3 otobüs X 20.000 TL	60.000	3.214	
Branding, Matbaa, Personel Üniforma	50 üniforma X 1000 TL + 3000 TL diğer	53.000	2.839	
Hediye	200 kişi X 500 TL	100.000	5.356	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	150.000	8.034	
TOPLAM		1.368.000	73.273	

Tablo 51:
A3 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A3. ULUSLARARASI ŞEFLER ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Yurt Dışı Uçak	7500 USD X 5 kişi + 3000 USD X 5 kişi	980.175	52.500	
Yurt İçi Uçak	10 kişi şehir dışından X 2500 TL	25.000	1.339	- 4 uluslararası şef. 6 yazar (yanısı deniz aşırı, yanısı yakın, hepsi business)
Otel	20 kişi X 375 USD X 3 gece	420.075	22.500	- 4 Ege'li şef. 6 yerli yazar
Yerel Ulaşım	3 gün X 4 minibüs X 20 bin TL (VIP minibüs veya tekne)	240.000	12.855	- 4 günlük tur, yemekler, denize çıkma, vs
Yeme-İçme	30 kişi X 3 gün X (2 öğün yemek X 2000 TL + 2 ara X 800 TL)	504.000	26.995	- Ulaşım (araba, tekne vs). gruba göre bir gece tekne. Bir ihtimal deniz uçağı/ helikopter.
Organizasyon		500.000	26.781	- Geniş Ege düşünülmesi sadece İzmir çevresi değil.
Mekân Kirası	200 bin TL X 3 gün	600.000	32.137	- Sonunda yemek yapılacak hep birlikte, mutfağ kurma vs. +davetliler
Mutfağ Kurma Maliyeti/Kiralama		300.000	16.069	- Satış yok. Sponsor olmaz, ancak bilet, otel vb katkı olabilir. (TGA vb olabilir)
Tekne Turu	30 bin USD tek sefer	933.500	50.000	
Hediye	20 kişi X 200 USD	74.680	4.000	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	500.000	27.600	
TOPLAM		5.077.430	272.776	

Tablo 52:
A4 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A4. ULUSLARARASI BASIN ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Yurt Dışı Uçak	7500 USD X 5 kişi + 3000 USD X 5 kişi	980.175	52.500	
Yurt İçi Uçak	10 kişi şehir dışından X 2500 TL	25.000	1.339	
Otel	20 kişi X 375 USD X 5 gece	700.125	37.500	-Odaklanmış uluslararası basın gezisi (rotalar, şarap, z.yağı, incir, deve güreşi, çobanlar, eğlence, yemek pişirme, ege mezeleri, denizler (AKD) vb)
Yerel Ulaşım	5 gün X 4 minibüs X 20 bin TL (VIP minibüs)	400.000	21.425	
Yeme-İçme	30 kişi X 5 gün X (2 öğün yemek X 2000 TL + 2 ara X 800 TL)	840.000	44.992	
Organizasyon		750.000	40.171	-5 haber
Mekân Kirası	200 bin TL X 2 gün	400.000	21.425	-4-6 gün yemek, konaklama, gezi (2 nolu event'e benzer yaklaşım) Satış yok.
Mutfağ Kurma Maliyeti/Kiralama		300.000	16.069	Sponsor olmaz, ancak bilet, otel vb katkı olabilir. (TGA vb olabilir)
Hediye	20 kişi X 200 USD	74.680	4.000	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	600.000	33.000	
TOPLAM		5.069.980	272.420	

Tablo 53:
A5 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A5. UA ŞEF İLE YEREL MAZEME TANITIM ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Malzeme ile yemek ve sosyal medyadan tanıtma yayma hizmet bedeli	Yılda 10 tarif 10 tarif X 10 bin USD	1.867.000	100.000	Sektör profesyonellerince bu hizmetin 2 bin EURO ile 10 bin EURO arasında değiştiği ifade edilmiştir.
TOPLAM		9.901.660	532.077	

Tablo 54:
A6 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A6. YEREL GENİŞ KİTLE ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Yurt Dışı Uçak	7500 USD X 5 kişi + 3000 USD X 5 kişi	980.175	52.500	
Yurt İçi Uçak	10 kişi şehir dışından X 2500 TL	25.000	1.339	
Otel	20 kişi X 375 USD X 2 gece	280.050	15.000	
Yerel Ulaşım	2 gün X 4minibüs X 20 bin TL (VIP minibüs)	160.000	8.570	
Yeme-içme	30 kişi X 2 gün X (2 öğün yemek X 2000 TL + 2 ara X 800 TL)	336.000	17.997	
Organizasyon		300.000	16.069	
Mekân Kirası	200 bin TL X 1 gün	600.000	32.137	
Hediye	20 kişi X 200 USD	74.680	4.000	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	330.000	18.000	
TOPLAM		3.085.905	165.611	2 günlük event (300-400 kişi), açık hava, sahne, tercüman, yedi program olacak, kahvaltı, kahve molaları, öğlen yemeği, akşam yemekleri bölgeye yayılmış ve katılımcılar cepten ödeyecek, konuşmalar, şefler, üreticiler, basın. Tatlı bir sahnede, 30 uluslararası misafir

Tablo 55:
A7 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A7. YEREL ÜRETİCİ, ŞEF, LOKANTACI ve BASIN ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Mekân Kirası	Restoran kirası (bir günlük ciro su kabul edilmiştir)	100.000	5.356	
Yeme-içme	150 kişi X (1 öğün yemek X1200 TL + 2 ara X 400 TL)	300.000	16.069	
Organizasyon		100.000	5.356	
Şehirli Ulaşım (Ş. merkezinden-Mekana- Şehir Merkezine)	150 kişi için 2 otobüs X 20.000 TL	40.000	2.142	
Branding, Matbaa, Personel Uniforma	50 üniforma X 1000 TL + 3000 TL diğer	90.000	4.821	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	63.000	3.374	
TOPLAM		693.000	37.118	Yol gösteren, "adres" veren sempozyum. 1 günlük etkinlik, 150 kişi, açık havada, Egenin gastronomik değerleri, ürünleri, sunumlar, tadımlar, "üretici ve kullanıcı tanıştırmalar", satış yok, gıda dışı sponsor olabilir, belediye ve kamu desteği olabilir

Tablo 56:
A8 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A8. ULUŞLARARASI ŞEF ve BASIN ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Yurt Dışı Uçak	7500 USD X 5 kişi + 3000 USD X 5 kişi	980.175	52.500	
Yurt İçi Uçak	10 kişi şehir dışından X 2500 TL	25.000	1.339	
Otel	20 kişi X 375 USD X 3 gece	420.075	22.500	
Yerel Ulaşım	3 gün X 4 minibüs X 20 bin TL (VIP minibüs veya tekne)	240.000	12.855	
Yeme-içme	30 kişi X 3 gün X (2 öğün yemek X 2000 TL + 2 ara X 800 TL)	504.000	26.995	
Organizasyon		500.000	26.781	
Mekân Kirası	200 bin TL X 3 gün	600.000	32.137	
Tekne Turu	30 bin USD tek sefer	933.500	50.000	
Hediye	20 kişi X 200 USD	74.680	4.000	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	500.000	28.000	
TOPLAM		4.777.430	257.107	-4 uluslararası şef, 6 yazar (yarısı deniz aşırı, yarısı yakın, hepsi business) -4 Ege şef, 6 yerli yazar -4 günlük tur, yemekler, denize çıkma, vs -Ulaşım (araba, tekne vs), gruba göre bir gece teknede. Bir ihtimal deniz uçağı/helikopter. -Geniş Ege düşünülmesi sadece İzmir çevresi değil. -Sonunda yemek yapılacak hep birlikte, mutfak kurma vs. +davetiler -Satış yok. Sponsor olmaz, ancak bilet, otel vb katkı olabilir. (TGA vb olabilir)

Tablo 57:
A8 Etkinlik
Organizasyon
Giderleri

A9. SARAY RESTORASYONU TANITIM ETKİNLİĞİ		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
Yurt İçi Uçak	20 kişi şehir dışından X 2500 TL	50.000	2.632	
Yerel Ulaşım	1 gün X 4 minibüs X 20 bin TL (VIP minibüs)	80.000	4.211	
Yeme-içme	20 kişi X 2 kez X (1 öğün yemek X 2000 TL + 1 ara X 800 TL)	144.000	7.579	
Organizasyon		200.000	10.526	
Mekân Kirası	200 bin TL X 3 gün	100.000	5.263	
Hediye	20 kişi X 500 TL	10.000	526	
Diğer %10	Üst toplamın %10 'u	60.000	3.000	
TOPLAM		644.000	33.737	Yerel basına yönelik "geliyoruz" demek için. Hem genel bilgilendime hem de sponsor/destekçi aramak için. Uçak, konaklama vb, 2 ayrı etkinlik 20şer kişi. Tanıtım .Yemek. Satış yok. Sponsor yok

Tablo 58:
Açılış
Organizasyon
Giderleri

BORSA SARAYININ AÇILIŞI RESTORASYON		MALİYET TL	MALİYET USD	AÇIKLAMA
A8 Etkinliğinin Benzeri Yapılacak		3.477.430	183.023	
TOPLAM		3.477.430	183.023	Resmi açılış, Katmanlı açılışlar, Lokanta/ Café (yeme içme odaklı), Akademi, Tadım odaları/ sınıflar, Kütüphane/ Araştırma/ Envanter, Satış yok. Özel sponsor yok, eg' genel destekçiler var
EĞİTİM ve UYGULAMA RESTORANIN AÇILIŞI		MALİYET TL	MALİYET USD	
A8 Etkinliğinin Benzeri Yapılacak		3.477.430	183.023	
TOPLAM		3.477.430	183.023	

İŞLETME GİDERLERİ

Toplam 8 etkinlik, Borsa Sarayı ve Eğitim Uygulama Restoranı açılışını içeren maliyetlerin yıllara dağılımı verilen plana uygun şekilde hesaplanarak aşağıda verilmiştir.

Tablo 60:
Organizasyon
Giderlerinin Yıllara
Dağılımı (USD/Yıl)

Organizasyon Giderleri Oluşturan Etkinlikler	2023	2024	2025	2026	2027
A2. Türkiye Basın ve Paydaş Tanıtım Etkinliği	73.273		73.273		73.273
A3. Uluslararası Şef Etkinliği	272.776		272.776		272.776
A4. Uluslararası Basın Etkinliği		272.420		272.420	
A5. Uluslararası Şef ile Yerel Malzeme Tanıtım Etkinliği		532.077	532.077	532.077	532.077
A6. Yerel Geniş Kitle Etkinliği		165.611		165.611	
A7. Yerel Üretici, Şef, Lokantacı ve Basın Etkinliği			37.118		37.118
A8. Uluslararası Şef ve Basın Etkinliği			257.107		257.107
A9. Saray Restorasyonu Tanıtım Etkinliği		33.737	33.737		
D2. Borsa Sarayı Cafe ve Dükkan Faaliyete Geçiş				183.023	
D4. Eğitim ve Uygulama Restoranı Faaliyetleri		183.023			
Yıllık Toplam Organizasyon Giderleri USD/Yıl	346.048	1.186.868	1.206.088	1.153.132	1.172.351

5.4. PERSONEL GİDERLERİ (3.GRUP GİDERLER)

Tanımlanan etkinlikler, faaliyetler dikkate alındığında ilk 5 yılda hem yatırımlar hem de işletme faaliyetleri gerçekleştiriliyor olacaktır. Tanımlanan faaliyet gruplarına göre belirlenen personel sayıları ve organizasyon şeması aşağıda verilmiştir.

Bir genel müdür altında toplam 5 ana bölüm tasarlanmıştır.

GENEL MÜDÜR

Şekil 17:
Ege Gastronomi
Projesi Organizasyon
Şeması

Eğitim ve Tanıtım Koordinatörü	Operasyon Yeme & İçme Direktörü	Finans&Hukuk Direktörü	Ulusal &Uluslararası Etkinlikler Direktörü	Yatırımlar Direktörü
A1,B1,B2,D3	D1,D2,D4		A2,A3,A4,A5,A6,A7	C1,C4
10 kişi	22 kişi	5 kişi	7 kişi	3 kişi

Eğitim ve Tanıtım Koordinatörlüğü aşağıdaki faaliyetlerden sorumlu olacaktır.

A1. Saha araştırması ve envanter oluşturma

B1. Dergi çıkartma

B2. Kitap çıkartma

D3. Eğitim Faaliyetlerini Gerçekleştirme

Operasyon Yeme&İçme Direktörlüğü aşağıdaki faaliyetlerden sorumlu olacaktır.

D1.Borsa Sarayının Restoranın İşletilmesi

D2.Borsa Sarayının Kafe ve Dükkanının İşletilmesi

D4.Konteyner Restoranının İşletilmesi

Ulusal & Uluslararası Etkinlikler Direktörlüğü aşağıdaki faaliyetlerden sorumlu olacaktır.

A2., A3., A4., A5., A6., A7., A8. A9 ve açılışları da içeren organizasyonların hazırlık süreçleri, davetlilerin belirlenmesi, davetlilerle iletişim süreçlerinin yürütülmesi, hizmet alım sözleşmelerinin yapılması, etkinlik sürecindeki koordinasyon, izleme ve raporlama dahil yılda ortalama 4-5 ulusal ve uluslararası etkinliğin organizasyonunu gerçekleştirecektir.

Yatırımlar Direktörlüğü aşağıdaki faaliyetlerden sorumlu olacaktır.

Toplam 3 kişinin çalışacağı bu bölüm Borsa Sarayının, Konteyner Restoranı yatırımlarının gerçekleştirilmesi, yazılım ve aplikasyon tasarımı, kurulumu işlemlerindeki süreçlerin yürütülmesi sürecindeki koordinasyon, ihale, izleme, raporlama faaliyetlerini gerçekleştirecek olup, yatırımların tamamlanmasından sonra da teknik süreçlerin sürdürülmesinde göreve devam edecektir.

Personel Giderleri:

Aşağıda toplam yıllık personel giderlerinin harcaması gösterilmiştir. Bu hesaplamada II. Operasyon Yeme & İçme Direktörlüğü'nün toplam 31 personelinin maaşları gösterilmiş, ancak yıllık toplam personel giderlerinde bu personelin maaşları hesaba dahil edilmemiştir. Zira bu personelin maliyeti bir sonraki adımda hesaplanan restoran maliyetleri içinde dikkate alındığından mükerreriği önlemek adına bu hesaplamada dikkate alınmamıştır.

PERSONELİ DÖKÜMÜ	SAYI	Net Aylık Kişibaşı Maaş TL (NM)	İşletmeye Maliyet (Kişibaşı Aylık) TL (BM=NM x 1.3)	Net Aylık Kişibaşı Maaş USD	Yıllık Toplam Tutar USD/Yıl
Genel Müdür	1	80.000	104.000	4.285	66.845
I. Eğitim ve Tanıtım Koordinatörü (B1-B2-D3)	1	50.000	65.000	2.678	41.778
Eğitim ve Yayın Uzmanı	1	35.000	45.500	1.875	29.245
Kurumsal İletişim Uzmanı	1	35.000	45.500	1.875	29.245
Envanter ve Aplikasyon Yöneticisi (A1)	1	50.000	65.000	2.678	41.778
Araştırma Ekibi	3	30.000	39.000	1.607	75.201
Teknik Personel	1	40.000	52.000	2.142	33.423
Alaçatı Ofis Memur	2	15.000	19.500	803	25.067
II. Operasyon Yeme & İçme Direktörü (D1-D2-D4)	1	55.000	71.500	2.946	
Restoran Personeli	30			12.868	
III. Finans & Hukuk Direktörü (Sponsorluklar)	1	50.000	65.000	2.678	41.778
İK Uzmanı	1	20.000	26.000	1.071	16.711
Ön Muhasebe Memur	1	15.000	19.500	803	12.533
Evrak Memur	1	10.000	13.000	536	8.356
Sekreter	1	10.000	13.000	536	8.356
IV. Ulusal ve Uluslararası Etkinlikler Direktörü (A2-A3-A4-A5-A6-A7-A8-A9)	1	60.000	78.000	3.214	50.134
Uluslararası Etkinlikler Uzmanı	2	40.000	52.000	2.142	66.845
Ulusal Etkinlikler Uzmanı	2	35.000	45.500	1.875	58.490
Memur	1	15.000	19.500	803	12.533
Saha Personeli	1	15.000	19.500	803	12.533
V. Yatırımlar Koordinatörü (C1-C4)	1	50.000	65.000	2.678	41.778
Yatırımlar Uzmanı	1	35.000	45.500	1.875	29.245
Memur	1	15.000	19.500	803	12.533
TOPLAM	57				714.408

Tablo 68:
Yıllık Personel Giderleri (USD/Yıl)

Hedeflenen etkinliklerin ve hedeflenen yatırımların hedeflenen sürede bu proje raporunda öngörülen sürelerde gerçekleştirilebilmesi ve hedeflenen verimin elde edilebilmesi için sorumluluklarına uygun nitelikte olan II. Operasyon Yeme & İçme Direktörlüğü dışındaki tüm personelin 2024 yılında işbaşı yapması gerekir.

5.5. RESTORAN VE KAFE-BAR İŞLETME GİDERLERİ (4. GRUP)

Restoran ve Kafe-Bar personeli Konteyner Restoranının devreye gireceği 2024 yılında işbaşı yapacaktır. Yaklaşık 4 yıl sonra tamamlanması planlanan Borsa Sarayı restorasyonundan sonra aynı personelin Borsa Sarayında işine devam edeceği kabul edilmiştir. Hedeflenen günde toplam 100 kuver yemek (60 kuver öğlen, 40 kuver akşam yemeği) ve hedeflenen hizmet için öngörülmüş personelin dökümü ve yıllık personel gideri aşağıda hesaplanmıştır.

		Sayı	Net Aylık Kişibaşı Maaş TL (NM)	İşletmeye Maliyet (Kişibaşı Aylık) TL (BM=NM x 1.3)	Net Aylık Kişibaşı Maaş USD	Yıllık Toplam Tutar USD/Yıl		
Tablo 61: Restoran-Kafe Bar Personeli ve Yıllık Personel Giderleri (USD/Yıl)	Lokanta	Yiyecek İçecek Direktörü	1	55.000	71.500	2.946	35.351	
		Müdür	1	45.000	58.500	2.410	28.923	
		Bar Şefi	1	25.000	32.500	1.339	16.069	
		Servis Kaptan	2	20.000	26.000	1.071	25.710	
		Servis Elemanı	4	15.000	19.500	803	38.565	
		Halkla İlişkiler	1	30.000	39.000	1.607	19.282	
		Barman	1	18.000	23.400	964	11.569	
		Runner	4	10.000	13.000	536	25.710	
		Temizlikçi / Housekeeper	1	9.000	11.700	482	5.785	
		Mutfak	Mutfak Şefi	1	18.000	23.400	964	11.569
	Sous Chef	1	20.000	26.000	1.071	12.855		
	Chef de Partie	2	15.000	19.500	803	19.282		
	Demi Chef	2	12.000	15.600	643	15.426		
	Commis	4	10.000	13.000	536	25.710		
	Bulaşıkçı	3	10.000	13.000	536	19.282		
	Cafe	Salon	Barista	1	18.000	23.400	964	11.569
	Barboy	1	15.000	19.500	803	9.641		
	TOPLAM		31				332.298	

Restoran için Borsa Sarayının yeri dikkate alınarak, o civarda nitelikli bir restoran modellenmiştir. Modellenen türde restoranlarda öğlen ve akşam yemekleri için örnek menü ve ortalama bir kişinin bir öğünde ödeyeceği hesap (KDV hariç kişi başı ciro) belirlenmiştir.

Buradaki modelde öğlen ve akşam yemek miktarları sırasıyla 60 kuver ve 40 kuver olarak, öğlen yemeği kişi başı cirosu da KDV hariç içecekler dahil 200 TL ve 1000 TL olarak belirlenmiştir. Bu kabullerle günlük, aylık (30 gün üzerinden) ve yıllık (12 ay üzerinden) cirolar belirlenmiştir.

		Günlük	
Tablo 62: Günlük Restoran Cirosu (TL)	Öğle	Kuver Adedi Kişi (KA1)	60
		Kişi Başı Gelir (C1)	₺250
	Akşam	Kuver Adedi Kişi (KA2)	40
		Kişi Başı Gelir (C2)	₺1.000

Belirlenen kişi başı cironun yüzde 65'inin yiyecekten, yüzde 35'inin içeceklerden (akşam yemeklerinde bu oran yüzde 60-yüzde 40 alınmaktadır) geldiği genel kabul görmüş bir restorancılık kabulüdür. Belirlenen cironun yüzde 65'inin yiyecekten, yüzde 35'inin içecekten geldiği kabulü ile yiyecek cirosu (YC1 ve YC2) ve içecek ciroları (İC1 ve İC2) hesaplanmıştır.

Tablo 63:
Toplam Ciro
Hesabı (TL)

Öğle	Kuver Adedi Kişi (KA1) Kişi Başı Gelir (C1)	Günlük		Aylık		Yıllık	
			60	1.800	21.600		
Akşam	Kuver Adedi Kişi (KA2)	40	1.200	14.400			
	Kişi Başı Gelir (C2)	₺1.000	₺1.000	₺1.000			

TL	Yiyecek Cirosu $YC1 = (KA1 \times C1 \times \%65)$	İçecek Cirosu $IC1 = (KA1 \times C1 \times \%35)$	Günlük Cirodaki Maliyet TL	Cirodaki Oran (CO)	Aylık Cirodaki Maliyet TL	Cirodaki Oran (CO)	Yıllık Cirodaki Maliyet TL	Cirodaki Oran (CO)
	₺5.250	35%	₺157.500	35%	₺1.890.000	35%		
Akşam	Yiyecek Cirosu $YC2 = (KA2 \times C2 \times \%60)$	₺24.000	60%	₺720.000	60%	₺8.640.000	60%	
	İçecek Cirosu $IC2 = (KA2 \times C2 \times \%40)$	₺16.000	40%	₺480.000	40%	₺5.760.000	40%	
Toplam	Toplam Ciro = $YC1 + IC1 + YC2 + IC2$	₺55.000	100%	₺1.650.000	100%	₺19.800.000	100%	

Bu aşamada yıllık toplam ciro 19.800.000 TL hesaplanmış olup Bunun 12.150.000 TL'si yiyeceklerden, 7.650.000 TL'si içeceklerden (alkollü veya alkolsüz tamamı) gelmektedir.

Görüşme yapılan restoran sahipleri ve sektörde danışmanlık yapan kişilerin üzerinde uzlaştığı temel maliyet oranlarından biri de elde edilen cironun yüzde 35'ini yiyecek maliyetinin oluşturduğu, cironun yüzde 30'unu da içeceklerin oluşturduğudur. Bu kabulden yola çıkılarak sırasıyla cironun yüzde 35'i yiyecek maliyeti (YM) ve yüzde 30'u içecek maliyeti (İM) olarak ayrılmıştır. Cironun geriye kalan kısmından yukarıda hesaplanan personel gideri çıkartılmıştır.

Diğer işletme giderleri için de (enerji, su, ambalaj, nakliye, genel giderler vb) cironun yüzde 5'i ayrılmıştır. Cirodan yiyecek maliyeti, içecek maliyeti, personel gideri ve diğer işletme giderleri çıkartılarak vergi öncesi net kâr rakamı hesaplanmıştır. Bu kâr miktarı toplam cironun yüzde 23'ü dolayındadır. Açıklanan hesaplama metodolojisi aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 64:
Restoran Kafe-Bar
Giderleri ve Vergi
Öncesi Kâr Hesabı
(TL)

	Günlük Maliyet TL	Toplam Maliyet İçindeki Oran (MO)	Aylık Maliyet TL	Toplam Maliyet İçindeki Oran (MO)	Yıllık Maliyet TL	Toplam Maliyet İçindeki Oran (MO)
Yiyecek Maliyeti $YM = (YC1 + YC2) \times \%33$	₺11.138	33%	₺334.125	33%	₺4.009.500	33%
İçecek Maliyeti $İM = (IC1 + IC2) \times \%30$	₺6.375	30%	₺191.250	30%	₺2.295.000	30%
Hammadde Maliyeti $(YM + İM)$	₺17.513	32%	₺525.375	32%	₺6.304.500	32%
Personel Giderleri (YPG)			₺672.100	41%	₺8.065.200	41%
Diğer İşletme Giderleri $(Toplam ciro \times \%5)$			₺82.500	5%	₺990.000	5%
Toplam Restoran Giderleri			₺1.279.975		₺15.359.700	
Vergi Öncesi Kâr			₺370.025		₺4.440.300	22%

Restoran ve kafe-bar giderleri yıllık ve TL olarak hesaplanmış olup Ege Gastronomi Projesi'ndeki giderler tablosuna USD olarak aktarılmıştır.

Buna göre Ege Gastronomi Projesi toplam giderleri aşağıdaki gibi konsolide edilmiştir.

Tablo 65:
Yıllar İtibariyle Oluşan
İşletme Giderleri
(Tüm Gruplar Dahil)
(USD/Yıl)

Yıllar	2023	2024	2025	2026	2027
(B1) Yıllık Dergi Baskı Giderleri (USD/Yıl)	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000
(B2) Yıllık Kitap Baskı Giderleri (USD/Yıl)		148.000		148.000	
(A2-A9) Yıllık Organizasyon Giderleri (USD/Yıl)	346.048	1.186.868	1.206.088	1.153.132	1.172.351
(D3) Yıllık Eğitim Giderleri (USD/Yıl)	20.246	20.246	20.246	20.246	20.246
Tümünü kapsıyor Yıllık Personel Giderleri (USD/Yıl)	357.204	714.408	714.408	714.408	714.408
(D1,D2,D4) Yıllık Restoran- Cafe-Bar Giderleri USD/Yıl			822.694	822.694	822.694
Tümünü kapsıyor Yıllık Genel İşletme Giderleri USD/Yıl (üst toplamın %20)	140.650	380.255	548.638	538.047	541.891
Tümünü kapsıyor Beklenmeyen Giderler USD/Yıl (Üst toplamın %15)	126.585	342.230	493.774	484.242	487.702
Yıllık Toplam Giderler USD/Yıl (A)	1.086.734	2.888.007	3.901.848	3.976.769	3.855.291

5.6. İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACI

İşletme sermayesi ihtiyacı yaklaşık 2 aylık nakit ihtiyacı olarak tanımlanmıştır. Buna göre hesaplanan başlangıç işletme sermayesi ihtiyacı ile yıllık faaliyet artışından ileri gelen işletme sermayesindeki artışlar aşağıda verilmiştir.

Tablo 66:
İşletme Sermayesi
İhtiyacı

Yıllar	2023	2024	2025	2026	2027
Başlangıç İşletme Sermayesi İhtiyacı ve Yıllık Artışlar USD	181.122	300.212	323.943	312.699	303.697

5.7. TOPLAM YATIRIM TUTARI

Sabit yatırım tutarı ile başlangıç işletme sermayesinin toplamından oluşan toplam yatırım tutarı aşağıda verilmiştir.

Tablo 67:
Toplam Yatırım
Tutarı (USD)

Yatırımın Unsurları	Kümülatif İç Para	2023	2024	2025	2026	2027
Toplam Sabit Yatırım Tutarı (A) USD	8.075.484	1.529.280	1.126.124	2.240.991	2.690.601	488.488
İşletme Sermayesi İhtiyacı (B) USD	1.421.673	181.122	300.212	323.943	312.699	303.697
Toplam Yatırım Tutarı (A+B) USD	9.497.157	1.710.402	1.426.336	2.564.935	3.003.300	792.185

İlk beş yıllık etkinliklerin gerektirdiği toplam işletme sermayesi ihtiyacı 1,4 milyon USD'dir.

Sabit yatırım toplamı olan 8 milyon USD ile beraber düşünüldüğünde toplam yatırım tutarı 9,5 milyon USD olmaktadır.

5.8. TOPLAM İŞLETME GELİRLERİ

Bu çalışmanın amacının kâr elde etmek olmadığı ve kamu yararının gözetildiği daha önceki ilgili bölümlerde açıklanmıştır. Bununla birlikte gerçekleştirilecek etkinliklerden bazılarının gelir getirme özelliği mevcuttur. Elde edilmesi mümkün olan gelirler aşağıda hesaplanmıştır.

Tablo 68:
Yıllık İşletme
Gelirleri (USD)

Yıllar	2023	2024	2025	2026	2027
Yıllık Dergi Gelirleri (USD/Yıl)	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Yıllık Kitap Gelirleri (USD/Yıl)		54.000		54.000	
Yıllık Eğitim Gelirleri	23.818	23.818	23.818	23.818	23.818
Yıllık Restoran- Cafe-Bar Gelirleri USD/Yıl			752.009	1.504.017	1.504.017
Yıllık Toplam Gelirler USD/Yıl	33.818	87.818	785.827	1.591.836	1.537.836
Gelir- Gider Durumu (USD/Yıl)	-1.052.916	-2.800.189	-2.959.105	-2.228.017	-2.160.539

İlk beş yıldaki gelirler ve giderler karşılaştırıldığında, gelirlerin giderleri karşılamadığı görülmektedir.

FINANSMAN İHTİYACI VE KAYNAKLARI



6.1. FİNANSMAN İHTİYACI VE KAYNAKLARI

Yatırımın finansman ihtiyacı hesaplanırken aşağıdaki varsayımlar yapılmıştır.

- Yatırımın finansmanında yabancı kaynak kullanımının söz konusu olmadığı kabul edilmiştir. Bu nedenle finansman ihtiyacında, finansman gideri söz konusu edilmemiştir.
- Olası devlet desteğinin hibe olacağı kabulü ile bu tür bir desteğin sağlanması durumunda, hibenin geri ödemesi söz konusu olmayacağından yabancı kaynak olarak değerlendirilmemiş bu nedenle, olası devlet katkısı özkaynak içeriğinde varsayılmıştır.
- Yatırımın gerektirdiği sabit yatırım tutarının yatırıma başlamadan önceki yılda, işletme sermayesi tutarının da en geç ilk işletme yılının başında hazır olacağı kabul edilmiştir.
- Etkinlik takvimindeki faaliyetler ile harcamaların eş zamanlı ve aynı yıl içinde gerçekleşeceği kabul edilmiştir.
- Sabit yatırımlar ve beş yıllık etkinliklerin giderlerinde dolar enflasyonunun etkisi yıllık yüzde 8 kabul edilmiştir.
- Sabit yatırım tutarı KDV hariç hesaplandığından, finansman ihtiyacında KDV ödemeleri de dikkate alınmıştır. Yatırımın KDV'den muaf tutulması durumu söz konusu olursa bu KDV finansman ihtiyacından çıkârlanabilecektir.

Yıllar	Kümülatif	2023	2024	2025	2026	2027
FİNANSMAN İHTİYACI	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD
Sabit Yatırım Toplamı	8.075.484	1.529.280	1.126.124	2.240.991	2.690.601	488.488
İşletme Sermayesi Yatırımı	1.421.673	181.122	300.212	323.943	312.699	303.697
Yatırım Dönemi KDV	1.453.587	275.270	202.702	403.378	484.308	87.928
USD Enflasyonu (%8)	1.714.401	61.171	138.738	477.457	834.357	202.678
Proje Fonu (Zarar)	11.200.765	1.052.916	2.800.189	2.959.105	2.228.017	2.160.539
TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI	23.865.910	3.099.759	4.567.966	6.404.874	6.549.981	3.243.330

Tablo 69:
Finansman İhtiyacı
ve Kaynakları (USD)

Yıllar	Kümülatif	2023	2024	2025	2026	2027
FİNANSMAN KAYNAKLARI	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD	İç Kaynak USD
Öz Kaynaklar	23.865.910	3.099.759	4.567.966	6.404.874	6.549.981	3.243.330
Yabancı Kaynaklar	-	0	0	0	0	0
TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI	23.865.910	3.099.759	4.567.966	6.404.874	6.549.981	3.243.330

Ege Gastronomi Projesi'nin toplam finansman ihtiyacı 23,9 milyon USD olarak hesaplanmış olup bu ihtiyacın yaklaşık 8 milyon USD'si sabit yatırım, 1,42 milyon USD'si işletme sermayesi ihtiyacı, 1,5 milyon USD'si yatırım dönemi KDV, 1,7 milyon USD'si yıllık yüzde 8 USD enflasyonu, 11,2 milyon USD'si ise proje gelir gider farkı eksi bakiyesinden gelmektedir.

6.2. FİNANSMAN KOŞULLARI VE SERMAYE MALİYETİ

Yatırımın finansmanında yabancı kaynak öngörülmediği için sadece özkaynak maliyeti söz konusu edilebilir. Özkaynak maliyetinin hesaplanmasında kullanılan risksiz faiz oranı olarak Merkez Bankasının 2022 Ekim⁷⁴ vadeli bir yıllık hazine bonosu faizi esas alınmıştır. Uygun borçlanma maliyeti olarak da Ziraat Bankasının şirketlerin yatırım kredilerine uyguladığı bir yıl vadeli tabelâ faizi⁷⁵ kullanılmıştır. Bu durumda özkaynak maliyeti $0,052 / 0,1774 =$ yüzde 29,31 olarak hesaplanmıştır.

⁷⁴ <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/251c3789-af5b-4444-8e48-104253f6f970/dibs3.txt?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-251c3789-af5b-4444-8e48-104253f6f970-mY-pOmOO> [70]

⁷⁵ Ziraat Bankasının tabelâ faizi REF + yüzde 6 şeklinde uygulanmaktadır. 17.10.2022 tarihinde REF= yüzde 11,74'dür.

BİR İŞLETME MODELİ OLARAK SOSYAL KOOPERATİF



7.1. SOSYAL KOOPERATİF KAVRAMI

Ege Gastronomi sürecinin temel aktörü olan EKK, ülkemizde sosyal kalkınma kooperatifine ilişkin bir mevzuat bulunmadığından bir turizm geliştirme kooperatifi olarak kuruluyor olsa da temel fonksiyonu sosyal kalkınmaya katkı sağlamak olacaktır. Nitekim, ortakların kâr alma sürecine dahil olduğu demokratik yapısından dolayı *"aşağıdan yukarıya"* yönetim biçimi sergileyen sosyal kooperatifler, hem yapılandırılmış bir refah sistemi olan ülkeler hem de refah sistemini yeniden düzenleme ihtiyacı duyan ülkeler için alternatif bir model sunmaktadır.⁷⁶

Sosyal Kooperatif (SK) kavramının ortaya çıkışı 1990'lı yıllara dayanmaktadır. İtalya'da 8 Kasım 1991 tarih ve 381 sayılı Kanun ile "Sosyal Kooperatif"lerin düzenlenmesi için başlayan süreçte sosyal kooperatif kavramı, dezavantajlı grupların iş dünyasına kazandırılması ve sosyal hizmetler gibi ihtiyaçların karşılanması için yeni bir kooperatif türü olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal kooperatifleri geleneksel kooperatiflerden (GK) ayıran temel 2 özellik bulunmaktadır. Bunlar;⁷⁷

- "kamu yararını" temel amaçları olarak görmeleridir. Ürettikleri her mal ve/veya hizmetin amacı öncelikle kamu yararı olmasıdır.
- Aynı zamanda, dezavantajlı bireylerin işgücü entegrasyonundaki uzmanlıkları açısından, SK'ler GK'lerden farklıdır. Bu fark, "çalışanların" hem hizmet sağlayıcı hem de yararlanıcı olmaları ve böylece ana paydaş rolünü de üstlenmeleridir.

SK'lerde yerel yönetimler, yararlanıcılar, çalışanlar, sivil toplum örgütleri gibi farklı bileşenler kamu yararı amacını gerçekleştirmek için birlikte hareket etmektedir. Kamu yararı amacının desteklenmesi açısından, SK'lerde ortakların mali katkıları oranında kâr dağıtımını yerine, sınırlı kâr dağıtımını yapıldığı veya hiç yapılmadığı görülmektedir.

- **1. Avrupa geneli ve İtalya'da SK'ler kâr amacı gütmeyen ve gönüllülerin katılımına açık yapılardır.**
- **2. Toplumdaki dezavantajlı grupların sosyal yaşama katılımlarını kolaylaştırmak için çalışırlar.**
- **3. Toplumsal sorunların çözümüne yönelik ticari faaliyette bulunurlar; elde ettikleri gelirleri yine kamu yararı misyonu doğrultusunda kullanırlar.**⁷⁸

⁷⁶ Borzaga C., Bodini R., Carini C., Depedri S., Galera G. ve Salvatori G. (2014). Europe in Transition: The Role of Social Cooperatives and Social Enterprises. (Geçiş sürecinde Avrupa: Sosyal Kooperatiflerin ve Sosyal İşletmelerin Rolü). Avrupa Kooperatif ve Sosyal Girişimler Araştırma Enstitüsü (Euricse). Erişim tarihi: 25 Temmuz 2018. http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/1405514708_n2553.pdf

⁷⁷ Bosetti & Gatti - 1991 tarih ve 381 sayılı Kanun (bosettiegatti.eu)

⁷⁸ <https://sosyalkooperatif.org/>

7.2. SK'LERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ VE GK'LER İLE FARKLI YÖNLERİ⁷⁹

Kamu yararı: SK'ler, diğer kooperatiflerden farklı olarak kamu yararını öncelikli misyonları olarak belirlemişlerdir. Kamu yararına yönelik mal ve hizmet üretimi yapılması, belirli bir bölgedeki kişilerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasından bir toplumdaki tüm vatandaşların ihtiyaçlarına yanıt vermeye kadar geniş bir çerçevede tanımlanmaktadır.⁸⁰

İş gücü entegrasyonu: SK'ler sosyal, sağlık, eğitim veya çevresel hizmetlerin sağlanmasının yanı sıra dezavantajlı bireylerin (engelliler, uzun süredir iş gücüne dâhil olmayanlar, eski tutuklular, bağımlılar vb.) iş gücüne entegrasyonu konusunda uzmanlaşmıştır ve bu özellikleri ile diğer kooperatiflerden ayrılmaktadırlar.

Devlet dışı aktör: GK'ler ve SK'ler devlet dışı ekonomik aktörlerdir ve bağımsızdırlar. Kamu kurumlarının SK'in üyesi olduğu durumlarda, verdikleri oyun ağırlığı, gerçek ve tüzel kişilere kıyasla daha düşük tutulmaktadır.

Çok paydaşlı üyelik yapısı: SK'in kamu yararı misyonunun bulunması, bu kooperatiflerin üyelerinin farklı tür paydaşlardan (çalışanlar, hizmet faydalanıcıları, yerel yönetimler, farklı tüzel kişiler vb.) oluşmasına olanak sağlamaktadır.

Çalışanların temsili: SK'da hem hizmetleri sağlayan taraf hem de iş gücüne katılım faaliyetlerinin faydalanıcısı konumunda olabileceği için çalışanlar temel paydaş olarak kabul edilerek yönetimde temsil edilmelerine olanak sağlanmaktadır.

Kâr dağıtımı: GK'ler kâr dağıtımını, ortaklarının kooperatife yaptıkları maddi katkıya oranla gerçekleştirebilmektedir. Ancak SK'lar, sınırlı kâr dağıtımı yapmakta veya hiç kâr dağıtımı yapmamaktadır. Çok paydaşlı üyelik yapısına bağlı olarak farklı uygulamalar ortaya çıkmaktadır. Sınırlı kâr dağıtımı yapma veya yapma prensibi, sosyal kooperatiflerin kamu yararı misyonunu desteklemektedir.

7.3. AB ÜLKELERİNDE VE İTALYA'DA SK⁸¹

SK'ler, ulusal ve yerel koşullara uygun olacak şekilde "sosyal kooperatif", "sosyal dayanışma kooperatifi" gibi farklı yasal statüler ile faaliyet göstermektedir. İtalya'da 1980'lerden beri yasal bir düzenleme olmaksızın faaliyet gösteren sosyal dayanışma kooperatifleri, 1991 yılında kabul edilen 381 numaralı yasa ile SK adıyla yasal bir statü kazanmıştır. Kamu yararına hizmet sağlayan ve istihdama katılımı destekleyen faaliyetler yürüten SK'ler tabi oldukları kurumsal ve mali düzenlemeler açısından kâr getiren bir kuruluş yapısı sergilemektedir. Yasaya göre gönüllüler SK'lerin tam üyesi olabilmekte ve SK'lerin ortaklık yapısı farklı üye türlerini kapsayabilmektedir. Buna ek olarak, yasa kapsamında SK'lere yö-

⁷⁹ Uluslararası Sanayi ve Hizmet Kooperatifleri Örgütü (CICOPA). (2004). World Standards of Social Cooperatives (Sosyal Kooperatifler ile İlgili Dünya Standartları). http://www.cicopa.coop/cicopa_old/IMG/pdf/world_standards_of_social_cooperatives_en-4.pdf

⁸⁰ Sosyal Kooperatif Türleri, <https://www.sosyalkooperatif.com/sosyal-kooperatif-tuerleri>

⁸¹ Sosyal Kooperatifçilik: Yasal Mevzuat Açısından Avrupa Birliği Örnekleri ve Türkiye'deki Gelişmeler, TÖSEV Atölye

nelik vergi indirimleri de tanınmaktadır. SK'ler, kurumlar vergisinden muafır ve katma değer vergisi indiriminden yararlanmaktadır. İtalya'da 381 numaralı yasa SK'leri çalışma alanlarına göre ikiye ayırmaktadır.

A tipi SK'ler, sosyal hizmetler, eğitim ve sağlık hizmetlerini yürütmektedir. B tipi SK'ler, dezavantajlı bireylerin tarım, sanayi, ticaret ve hizmet sektörlerinde istihdamını sağlama odaklı çalışmalar yürütmektedir. B tipi SK'lerde, dezavantajlı bireylerin kooperatif çalışanlarının en az yüzde 30'unu oluşturmaları yasa gereği zorunludur. A tipi SK'lerde ise bu tür bir yasal zorunluluk bulunmamaktadır.

SK'lerin yasal bir statü kazanması İtalya'da modelin yaygınlaşmasına, sundukları hizmet kalitesinin artmasına ve özellikle yerel yönetimlerle iş birliği kurmalarına olanak sağlamıştır. Zaman içerisinde küçük-orta boyutta finansal işletmeler haline gelen SK'ler kuruldukları bölgelerde yerel kalkınmayı desteklemektedirler. 2011 yılında Italian National Institute of Statistics (Istat) tarafından yayımlanan verilere göre, İtalya'da 11.264 SK ve bu SK'lerde 320.513 çalışan ve 42.368 gönüllü bulunmaktadır.

SK modeli 1990'lı yıllardan bu yana AB üyesi olan birçok ülkede yaygınlaşmaktadır. Yunanistan, Macaristan, Polonya, Hırvatistan ve Çek Cumhuriyeti örneklerinde sosyoekonomik olarak dezavantajlı kabul edilen bireylerin iş gücü piyasasına entegrasyonu, sosyal kooperatifçiliğin odaklandığı alanlar arasında öne çıkmaktadır. AB üyesi dokuz ülkede sosyal kooperatifçiliğin durumu yasal mevzuat, sosyal kooperatifler için tanımlanan statüler ve faaliyet alanları üzerinden tanımlanmıştır. Bu ülkelerdeki SK durumu aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 70:
AB'deki SK
Düzenlemelerinin
Durumu

Ülke	Yasal Statü	Sosyal Kooperatif Sayısı	Yasanın Yılı	Faaliyetler
İtalya	Sosyal Kooperatif	11.264 (2013)	1991	A tipi: Sosyal hizmetler B tipi İş gücü entegrasyonu
Portekiz	Sosyal Dayanışma Kooperatifi	108 (2014)	1998	Dezavantajlı bireylerin iş gücü piyasasına entegrasyonu
İspanya	SK toplulukları, işgücü entegrasyonu kooperatif toplulukları	566 (2009)	1993-2013	Sağlık, eğitim, kültür ve diğer hizmetler, kamu yararını veya yerel kalkınmayı ilgilendiren hizmetlerin sağlanması
Yunanistan	Sosyal Kooperatif	540 (2014)	1999-2011	Kamu yararı için mal ve hizmet sağlanması
Fransa	Ortak Fayda Kooperatifi	490 (2013)	2001	Dezavantajlı bireylerin için iş olanaklarının yaratılması ve diğer sosyal ihtiyaçların giderilmesi
Macaristan	Sosyal Kooperatif	900 (2014)	2006	Dezavantajlı bireylerin işgücü piyasasına entegrasyonu
Polonya	Sosyal Kooperatif		2006	Dezavantajlı bireylerin işgücü piyasasına entegrasyonu
Hırvatistan	Sosyal Kooperatif		2011-2013	Dezavantajlı bireylerin işgücü piyasasına entegrasyonu
Çekya	Sosyal Kooperatif		2012	Dezavantajlı bireylerin işgücü piyasasına entegrasyonu, sosyal hizmetler, sağlık, eğitim, barınma ve sürdürülebilir kalkınma

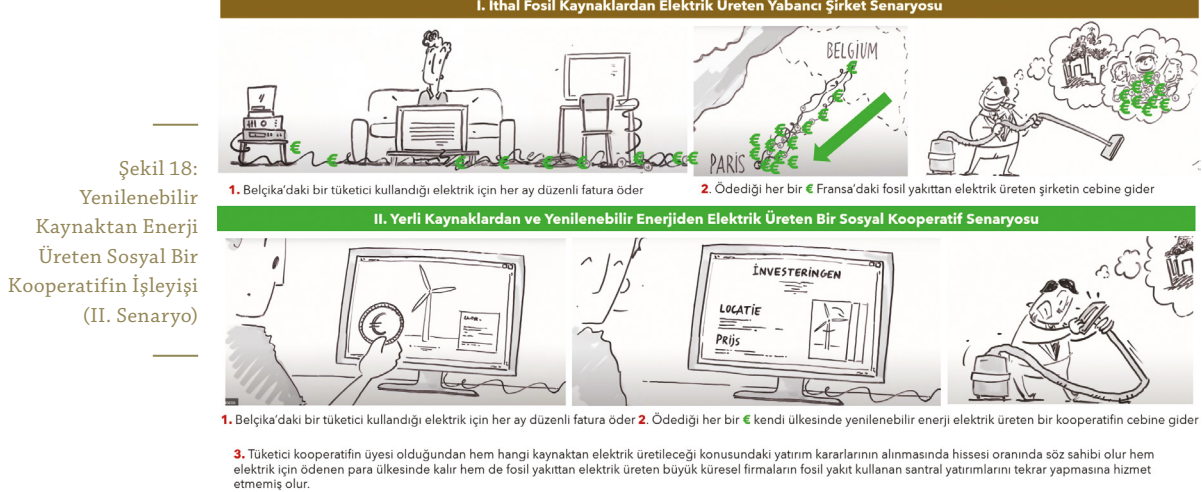
(* Ege Gastronomi Projesi'nin yönetici kurumu olan SS. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi (EKK) İspanya'daki kooperatiflerin faaliyetleri ile aynı sınıfta hizmet verecektir.

AB'deki SK türlerinin güzel örneklerinden biri yenilenebilir kaynaklardan yerelde elektrik üreten SK modelidir.⁸² Aşağıda bu amaçla çalışan bir SK örnek olarak verilmiştir.

REScoop uluslararası 7 temel ilkeye bağlı bir SK'dır. Amacı sade vatandaşın elektrik gideri olarak ödediği paranın fosil yakıttan ve ülkesi dışından ithal edilen enerjiye değil, yerelde ve yenilenebilir kaynaklardan elde edilen elektrige para ödemesini sağlamak, enerji üretim ve yönetiminde yaptığı harcama ve kooperatif üyeliği ile nereye yatırım yapacağına kârar verecek mekanizmada yer almasını sağlamaktır. Diğer bir deyişle SK'nın amaçlarından biri enerji demokrasisine geçişte öncülük etmektir.

Elde edilen kâr toplumsal faydaya dönüşürken, kooperatif üyesi tüketiciler yerel yenilenebilir enerji veya enerji verimliliği projelerinin aynı zamanda ortağı olmaktadır. Üyeler kârdan pay alırlar ve genellikle onlara elektriği adil bir fiyattan satın alma fırsatı verilmiş olur. Buna ilâve olarak, üyeler kooperatife aktif olarak katılabilir: REScoop'un nereye yatırım yapması gerektiğine kârar verebilirler ve enerji fiyatını belirlerken kendilerine danışılır, üyeler hisseleri oranında kârar mekanizmalarında etkin hale gelmiş olur.

Aşağıdaki şekilde örneğin Fransa'da fosil yakıttan üretilen elektriği, örneğin Belçika'da kullanan bir elektrik tüketicisinin cebinden çıkan paranın durumu (I. Senaryoda) ile yerli ve yenilenebilir bir kaynaktan elektrik üreten bir sosyal kooperatif üyesi tüketicinin cebinden çıkan paranın durumu (II. Senaryoda) gösterilmeye çalışılmıştır.



Şekil 18:
Yenilenebilir
Kaynaktan Enerji
Üreten Sosyal Bir
Kooperatifin İşleyişi
(II. Senaryo)

Yukârda verilen örnek SK türlerinden birine verilmiş örnektir. Yine İtalya'da şarapçılık alanında hizmet veren ve İtalyan şaraplarının markalaşmasında örnek olacak bir SK modeli de Coopid İtalya'dır.⁸³ Kooperatif, 70'ten fazla ülkeye ihraç edilen çeşitli şaraplar üretmektedir ve kendini sürdürülebilirlik ve döngüsellığe adanmıştır. İş modeli, tarımsal gıda yan ürünlerini yüksek değerli ürünlere (ilâç, kozmetik vb. için) dönüştürmekte ve birincil üretim atıklarını biyoenerji ve doğal gübreler üretmek için kullanmaktadır. SK fikrinin doğduğu İtalya'da kooperatiflerin mali yapısı ile ilgili durum, kooperatiflerin İtalya ve AB nezdinde yararlanacakları muafiyetlere ilişkin özet bilgi aşağıda verilmiştir.

⁸² <https://www.rescoop.eu/the-rescoop-model#what-is-a-re-scoop>

⁸³ <https://coopid.eu/archivos/1889>

Tablo 71: İtalya'daki Sosyal Kooperatifler İçin Mali Çerçeve

Mali yapı	Kurumlar vergisi muafiyeti	Bağış ve yatırımlarda vergi muafiyeti	KDV muafiyeti	Sosyal Güvenlik Primlerinden Muafiyet	Tüm Vergilerden Tam Muafiyet Muafiyet	Kayıt Ücretleri ve Veraset Vergisinden Tam Muafiyet
Mevcut kanun geçerli	Dernekler ve vakıflar: ticari olmayan gelirler vergiden muaf. Sosyal Kooperatifler: dağıtılmayan kârların %97'sinde vergiden muaf.	Kâr amacı gütmeyen sosyal kooperatiflere bireysel ve ticari bağışlarda: tam muafiyet var.	Dernekler ve vakıflar: ticari olmayan gelirler KDV'den muaf. A tipi sosyal kooperatifler: KDV oranı %5'e düşürülmüştür (standart KDV oranı %22'dir)	B tipi (işe entegrasyon) sosyal kooperatifler için tam muafiyet var.	Bölgeler, kâr amacı gütmeyen sosyal kooperatifler için vergi oranını sıfıra indirilebilir. (haksız rekabete sebep olmayacak düzeyde olması şartı ile)	Kâr amacı gütmeyen sosyal kooperatifler kayıt ücretleri ve veraset vergisinden muaf.
AB onayından sonra bu kanun yürürlüğe girer.	Kayıtlı Sosyal Kooperatifler, dağıtılmayan kârları üzerinden kurumlar vergisinden muaf. Diğer Sosyal kooperatifler: dağıtılmayan kârların %97'sinden muaf olacaktır.	Kayıtlı kuruluşlara bireysel ve ticari bağışlar üçüncü sektör kuruluşları ve sosyal kooperatiflere; tam muafiyet. Bireysel ve kurumlar vergisi mükellefleri, yeni kurulan Sosyal Kooperatifler yatırdıkları sermayenin %30'unu vergiden düşebilir.	-	-	Bölgeler, LTD şirket, hissedar şirket ve geleneksel kooperatif biçimleri olarak kurulan Sosyal Kooperatifler hariç, üçüncü sektör kuruluşu olarak kayıtlı tüm kuruluşlara vergi indirimini uygulayabilir.	Tescil harçları ve veraset vergisi ve harçlarının ödenmesinden muaf. Limited şirket, hissedar şirket ve geleneksel kooperatif biçimleri olarak kurulan Sosyal Kooperatifler hariç, üçüncü sektör tüzel kişiliği olarak kayıtlı tüm kuruluşları kapsayacaktır.

Aşağıda İtalya'daki 7 çeşit SK örneği verilmiştir.⁸⁴ Bu rapora konu olan Ege Gastronomi Projesi'ni yürütmek amacıyla kurulmuş olan S.S. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi, kamu yararını öncelikleyen türde etkinlikleri yürütmek amaçındadır. Aşağıda örneği verilen 7 tür SK'ten 4 numaralı örneğe benzeyen bir işleve sahip olacaktır.

1. (A tipi sosyal kooperatif örneği)

Nuova Dimensione, 1981 yılında Perugia, Umbria'da, bölgedeki sayısız sosyal sorunla başa çıkmak ve bu sorunlara etkili çözümler üretmek amacıyla kurulmuş A tipi SK'tir. Kooperatif tarafından sunulan hizmetler, dezavantajlı kişiler (yaşlılar, engelliler veya psikiyatrik rahatsızlıkları olanlar için) için çocuk bakımı ve ev yardımını içeriyordu.

28 yıllık faaliyetin ardından Nuova Dimensione, neredeyse yüzde 80'i işçi üye olan 200'den fazla çalışanı istihdam etmektedir. Personelin çoğunluğu kadındır (%72,82). 2013 cirosu 5.970 milyon Avro olan kooperatifin kârı, üretilen katma değer, çalışanları ödüllendirmek ve sosyal misyona yatırım yapmak için kullanılmıştır.

Bu SK, üç ana konuda çalışmaktadır:

Kişisel özerkliği ciddi şekilde kısıtlanmış ve sosyal olarak dışlanan engellilere eğitim ve evde destek hizmetleri, Kendi kendine yetemeyen yaşlılar ve Alzheimer hastaları için gündüz bakım hizmetleri,

Engelli, dışlanmış, yaşlı ve çocuklar için sosyal turizm organizasyonları yapılmaktadır.

<http://www.nuovadimensione.com/>

2. (B tipi sosyal kooperatif örneği)

L'Incontro Industria 1997'den beri bu kooperatif, endüstriyel montaj işi yapmaktadır. Kooperatif ürünleri 70'den fazla müşteriye tedarik edilmektedir. Bu üretimde dezavantajlı kişilerin işgücü piyasasına girmesi sağlanmaktadır.

Dezavantajlı kişilere ekonomik olarak kendi kendine yeterlilik kazandırmak,

Üretim taahhütlerini yerine getirmek üzere sorumluluk almak, çalışanlara mesleki nitelik kazandırmak.

Yaklaşık 20 yıllık faaliyetin ardından kooperatif, yüzde 30'u dezavantajlı insanlardan oluşan 250 üyeye sahiptir. 2015 yılında sosyal kooperatifin cirosu 10 milyon avroyu bulmuştur.

<http://www.lincontroindustria.it/>

84 Social Enterprises And Their Ecosystems In Europe

3. (Kârma A ve B tipi sosyal kooperatif örneği)

K-Pax SK, 2008 yılında Breno, Val Camonica, Lombardia’da kuruldu. Ana amaç, göçmenlere, sığınmacılara, mültecilere ve zor yaşam koşullarıyla boğuşan kişilere yardım etmektir. Kooperatif tarafından sunulan hizmetler beş ana grupta toplanmaktadır:

- sosyal konut,
- sosyal ve kültürel entegrasyon,
- eğitim faaliyetleri, önleme ve danışmanlık,
- kârşılama hizmetleri,
- yerel topluluklarda bilinçlendirme faaliyetleri ve eğlence.

Bu projeler terk edilmiş bir otel olan Hotel Giardino’nun yenilenmesini temel alır. Restorasyon süreci ve yapının güçlendirilmesi üç ana konuya odaklanmıştır. Bunlar: Ekolojik ve çevresel etkiye dikkat, yerel güzelliğin artırılması ve daha önce kooperatif tarafından başvuru sahibi olarak kabul edilen göçmenlere istihdam ve uluslararası koruma sağlanması.

Hotel Giardino, yapının yenilenmesi ve çevresel etkiyi azaltmaya yönelik bir dizi uygulama sayesinde, EcoWorldHotel platformu tarafından prestijli bir sertifika olan “Certiquality” ile ödüllendirilmiştir.

Şu anda Hotel Giardino, otel yönetiminde dört yerel işçiye yardımcı olan ikisi psikiyatrik engelli dört göçmeni kalıcı olarak istihdam etmektedir. <http://www.k-pax.eu/>

4. Eski Sosyal Girişim Örneği

Impresa Sociale, 1988 yılında Foggia’da kurulmuştur. Ana faaliyetleri arasında çevre ve enerji alanında danışmanlık ve eğitim hizmetlerinin sağlanması ve sürdürülebilir kalkınma ve eko-yönetim projelerine katılım sağlamaktır.

1997 yılında A.FO.R.S. ağ kurma, yüksek etik ve ilişkisel içeriğe sahip hizmetler sunma ve yerel kalkınma süreçlerini destekleme gibi bazı temel özelliklerini vurgulamak amacıyla SK olmaya karar vermiştir.

A.FO.RI.S. kamu otoriteleri ve özel vatandaşlar da dahil olmak üzere çok çeşitli paydaşların katılımıyla enerji ve çevresel sürdürülebilirlik alanlarında değişimin destekçisi olarak konumlandı.

A.FO.RI.S. kültürel, doğal ve insan kaynaklarının korunmasını ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik ederek müşterilerinin takip ettiği karar alma süreçlerine çevresel olguların entegre edilmesinde faaliyet göstermektedir. Bu amaçla özellikle yeni mezun, işsizler ve hâlihazırda çalışanların niteliklerinin yükseltilmesine ilişkin eğitimler, yerel yönetimlerde eğitim, bilgilendirme ve iletişim faaliyetleri ile çevrenin korunmasını desteklemektedir. Sunulan çeşitli eğitim türlerinin nihai amacı, çevre sorunlarına karşı daha duyarlı ve bunların piyasa mekanizmaları ve kamu otoriteleri ile etkileşimini anlayabilen yeni bir lider sınıf oluşturmaktır.

<http://www.aforis.it/>

5. Eski Yasal Sosyal Girişim

Refah Milano S.R.L, merkezi Milano’da bulunan ve sağlık sektöründe faaliyet gösteren eski bir sosyal girişimdir. 2009 yılında kurulan, bir dizi sosyal kooperatif ve Refah Italia Servizi’nin bir parçasıdır.

Bu grubun amacı, SK’ler tarafından geliştirilen iyi uygulamaları geliştirmek ve yaygınlaştırmaktır. Sağlık sektöründe franchise vermekte, bağlı kuruluşlara yeni iş yaratma süreciyle ilgili uzmanlık, beceri ve hizmetler sağlamaktadır.

Refah Milano, 2011 yılında 11 sosyal kooperatifin birliği tarafından kurulmuştur ve kuruluşundan bu yana bir tıp merkezi ve bir diş merkezini yönetmektedir. Refah Milano uygun fiyatlarla kaliteli sağlık hizmetleri sunmaktadır ve hizmetler arasında tıbbi muayeneler, fizik tedavi ve teşhisler yer almaktadır.

Refah Milano, Ulusal Sağlık Servisi tarafından sağlanan tıbbi hizmetler arasındaki boşluğu doldurmakta ve kâr amacı güden özel kuruluşlar dışında alternatif hizmet sunmaktadır. Bu işletmeler kendi giderlerini karşılayacak düzeyde gelir elde etmektedir. Tıp ve diş merkezinde verilen hizmetler daha fazla insana erişme ve daha insani hizmet verme ilkesine dayanmaktadır. Refah Milano, sadece hastalıkları tedavi etmeyi değil, insanlarla ilgilenmeyi amaçlar. Bu sosyal girişimin mottosu “insanlar ve ailelerle çocukluktan yaşlılığa kadar hayatlarının her aşamasında ilgilenmek”tir. <http://solario.it/>

6. Coopermondo Sosyal Kooperatifi

Coopermondo, tarım ve balıkçılık, barınma, kredi, tüketim, kültür, turizm, spor, çalışma, dayanışma ve sağlık alanında 8 federasyonu bir araya getiren İtalyan Kooperatifleri Konfederasyonu olan Confcooperative'in bir alt örgütlenmesidir. 2007 yılında Uluslararası Kalkınma İşbirliği Derneği olarak kurulan Coopermondo, 2015 yılında İtalyan Dışişleri ve Uluslararası İşbirliği Bakanlığı tarafından, 2022'de İtalyan Üçüncü Sektör Kuruluşu tarafından sivil toplum örgütü olarak kabul edilmiştir. Coopermondo, İtalyan kooperatiflerinin sosyal ve karakteristik özelliklerini uluslararası düzeyde sürdürülebilir bir sosyo-ekonomik kalkınmayı teşvik ederek geliştirmeyi amaçlamaktadır. Aşağıda Coopermondo sosyal girişiminin faaliyet gösterdiği bölgeler ve geliştirdiği projeler gösterilmiştir.

7. Fairbnb.coop

Şekil 19:
Coopermondo
STK'nın Proje
Uyguladığı Bölgeler
ve Proje Örnekleri



CoLoRes: Dirençli Yerel Topluluklar.
Kadınlar ve gençler, Kolombiya'daki barış sürecini desteklemek için sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomiler inşa ediyor.



Dolcetto'nun tarımsal- endüstriyel tedarik zincirinin güçlendirilmesi.
Togo'dan organik ananas



Dayanışma Ekonomisi - Küçük çiftçilerin güçlendirilmesi ve Santiago adası. Cape Verde'de gençlik ve kadın emeğinin artırılması için kooperatif modeli



Değer Yetiştirmek - İklim değişikliğine yanıt verme stratejisi olarak aile çiftliği

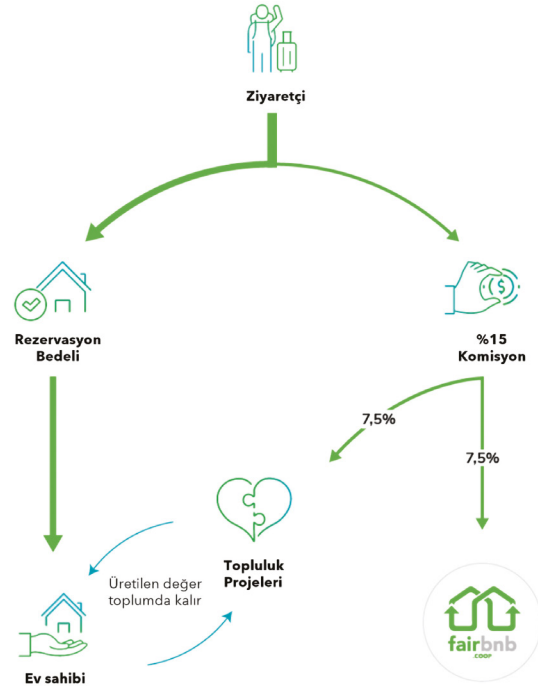


Terra di Valore: Cape Verde'deki tarımsal gıda değer zincirlerine katılma ve işbirlikçi bir şekilde kadınların ve gençlerin inovasyonu ve dahil edilmesi



Guatemala'daki Küçük Adli Ticaret Üreticileri Koordinatörünün pazarlara erişim ve kapsayıcı ekonomik büyümeyi teşvik etme yeteneklerinin güçlendirilmesi

Sorumlu ve sürdürülebilir bir turizm modelini savunan SK, turistler ile ikinci bir evi olan ve evini bu turistlere ziyaret süresince kiralamak isteyen ev sahiplerini çevrimiçi bir platformda bir araya getirmektedir. Turistin ev sahibine ödeyeceği kira bedelinin yüzde 15'i komisyon olarak alınmakta ve bu komisyonun yarısı oluşturulan platform üzerinden kooperatife, yarısı da uygulanan topluluk projelerine aktarılmaktadır. Bu yolla sosyal ve ekolojik projeler desteklenebilmekte hem gezginlere hem de yerel halka turizm gelirlerinden doğrudan yararlanma fırsatı verilmektedir.



Temel amaç kâr değil, insanlara öncelik veren ve otantik, sürdürülebilir ve samimi seyahat deneyimlerini kolaylaştıran toplum merkezli bir alternatif sunmaktır. Geliştirilen platformun sahibi bizzat platformu kullanan turistler, ev sahipleri, yerel işletmelerdir. Elde edilen komisyonun yarısı yerel halkın gıda kooperatifleri, oyun ve park anaları gibi istediği projelerde kullanılmaktadır.

7.4. TÜRKİYE'DE SOSYAL KOOPERATİF KONUSUNDAKİ GERÇEKLEŞMELER

Ülkemizde kooperatiflerin geçmişi, Ziraat Bankasının kurulmasını sağlayan faaliyetler dolayısıyla cumhuriyetin ilk yıllarına dayanmaktadır. Kooperatifler, 1961 Anayasası'nın 51. maddesinde yer alan "Devlet, kooperatiflerin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır" ifadesi ve 1969 yılında yürürlüğe giren "1163 sayılı Kooperatifler Kanunu" ile önemli ilerleme kaydetmiştir. Türkiye'de ilk olarak tarım alanlarında yoğunlaşan kooperatifler, sosyal ve ekonomik nedenler ve zamanla ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar nedeniyle faaliyet alanlarını genişletmiştir.⁸⁵

2021 verilerine göre bugün Türkiye'de 26 farklı türde toplam 84.232 kooperatif bulunmaktadır. 1163 sayılı "Kooperatifler Kanunu", 1581 sayılı "Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu", 4572 sayılı "Tarımsal Satış Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu" kooperatiflerin kuruluş ve işletilmesine ilişkin temel mevzuatı oluşturmaktadır. Ancak, ülkemizde GK yasasının dışında SK'lerin yürütme sürecinde devreye girecek bir yasa ne yazık ki yoktur.

Bununla birlikte gelişen ve artan iletişim imkânları, topluluklar arasındaki hareketliliği ve haberleşmeyi kolaylaştırdığı için toplumsal düzeyde kişiler ve topluluklar arası iş birliği olanakları artmıştır. Bu durum sosyal, kültürel, eğitim, turizm başta olmak üzere topluluklar arasında proje geliştirme etkinliklerini kolaylaştırmaktadır. SK tanımı da, bu etkinliklerde toplumsal faydayı amaçlayanların bir araya gelmesine hizmet eden, en uygun kavram olmaktadır.

Yasal düzenlemesi olmamakla birlikte bu kapsamda bir araya gelen gruplar üzerinde yapılmış bir araştırma ve anketin sonuçları aşağıda paylaşılmıştır.⁸⁶

Sosyal kooperatifler; kendilerini belirli bir kitleye (*düşük sosyo-ekonomik seviyede olup sosyal hayattan uzak olan kadınlar, zihinsel ve bedensel engelliler, iş hayatından ayrılmış ve emekliliğinde düşen geliri ile birlikte alıştığı yaşam seviyesinden uzaklaşan ev kadınları, vb.*) fayda sağlama, hedef kitlesinin yaşamına hem ekonomik hem de sosyal açılardan katkıda bulunma amaçlı yapılar olarak tanımlanmaktadır. Örneğin kırsal kesimde ya da taşrada yaşayan kadınların kooperatif bünyesinde bir üretim sürecine katılması bu kadınların evden çıkarak sosyalleşmelerini, kooperatif bünyesindeki eğitimlerle kişisel gelişimlerini sağlamalarını, sağlanan ekonomik fayda ile hem kendilerinin hem de ailelerinin refahına katkı sağlamalarını, kültürel – ekonomik – sosyal gelişme sayesinde aile içinde ve toplumda birey olarak fark edilip özgüven sahibi olmalarını sağlamaktadır. Bütün bu kazanımları sadece kooperatife dâhil olan kadın değil, onun eşinin kadına bakışını, çocuklarına yaklaşımını ve onların yetişmesini de iyileştirdiği için toplumun gelişiminde de önemli rol oynamaktadır. Sosyal kooperatifler kamu yararı misyonunu açıkça tanımlarlar ve bu misyonu doğrudan kamu yararı için mal ve hizmetlerin üretimiyle gerçekleştirirler. Öncelikli amaçları olarak, kamu ve özel sektörün tek başına çözüm üretmediği veya çözüm üretmekte yetersiz kaldığı özellikle sosyal, sağlık, eğitim ve çevre hizmetlerinin sağlanması ve dezavantajlı grupların iş gücüne katılımının desteklenmesidir.

⁸⁵ <https://www.stgm.org.tr/en/blog/so-what-social-cooperative>

⁸⁶ Sosyal Kooperatif Geliştirme Programı İhtiyaç Analizi Raporu, 2020

BİR İŞLETME MODELİ OLARAK SOSYAL KOOPERATİF

Kuruluş amaçları açısından bakıldığında ankete katılan grupların verdiği cevaplara aşağıda gösterilmiştir.



Türkiye'deki SK'lerin bulunduğu iller aşağıdaki haritada gösterilmiştir.⁸⁷

Harita 7: Türkiye Genelindeki Sosyal Kooperatifler



İzmir ilindeki sosyal kooperatifler incelendiğinde 22 adet sosyal kooperatif olduğu, bunların yarısının kâr amacı gütmeyen hizmet kooperatifi olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 72: İzmir İlindeki Sosyal Kooperatifler

Kooperatif Türü	Unvan	Çalışan Sayısı	Kuruluş
1 Üretim Kooperatifi	S.S.Gaziemir Üretici Kadın Kooperatifi	1-5 arası	2018
2 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Eczacılar İlaç Sağlık ve Eczane Gereçleri Atıklarını Değerlendirme Çevre Kır	1-5 arası	2010
3 Tüketici Kooperatifi	S.S.İmbat Üretim ve Tüketim Kooperatifi	1-5 arası	2019
4 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Yedi İklim Adil Eğitim Kooperatifi	1-5 arası	2021
5 Üretim Kooperatifi	S.S.Şirince Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi	1-5 arası	2005
6 Üretim Kooperatifi	S.S.Karabağlar Kadın Girişimi, Üretim ve İşletme Kooperatifi	1-5 arası	2019
7 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.İzmir Sosyal Kalkınma ve İşletme Kooperatifi	1-5 arası	2021
8 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	İzmir Çağdaş Eğitim Kooperatifi - İzpek	1-5 arası	2018
9 Üretim Kooperatifi	S.S.Yelki Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	1-5 arası	2019
10 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Genç İş Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Eğitim Kooperatifi	11-15 arası	2015
11 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Döngü Tarımda Kadim Bilgiler Yeni Fikirler Bilimsel Arge Kooperatifi	11-15 arası	2018
12 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Halka Temizlik İşleri Hizmet Kooperatifi	11-15 arası	2020
13 Üretim Kooperatifi	S.S.Çeşme Kadın Girişimi ve Üretim Kooperatifi	16-30 arası	2015
14 Çok Paydaşlı Kooperatif	S.S.Apikoop Arcılık ve Apiterapi Ürünleri Üretim Ve Pazarlama Kooperatifi	16-30 arası	2021
15 Üretim Kooperatifi	S.S.Karateke Mahallesi Kooperatifi	16-30 arası	1994
16 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.İzmir Başka Bir Okul Mümkün Müküm Eğitim Kooperatifi	31-50 arası	2014
17 Üretim Kooperatifi	S.S.Bornova Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	31-50 arası	2015
18 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.Bisikoop Bisikletliler Hizmet ve Dayanışma Kooperatifi	31-50 arası	2018
19 Üretim Kooperatifi	S.S.Karşıyakalı Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	51+	2015
20 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S.S.İzmir Eğitim Kooperatifi	6-10 arası	2018
21 Çok Paydaşlı Kooperatif	Bilimkoop: Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Kooperatifi	6-10 arası	2020
22 Kâr Amacı Gütmeyen Hizmet Kooperatifi	S. S. Ortak Yaşam Ekososyal İşletme Kooperatifi	6-10 arası	2004

⁸⁷ <https://sosyalkooperatif.org/>

Türkiye için sosyal kooperatif kavramına ilişkin en önemli proje, “Sosyal Kooperatifler Mükemmeliyet Merkezi”dir. Sosyal Kooperatifler Mükemmeliyet Merkezi Projesi, 1 Nisan 2021 tarihinde başlayan ve İhtiyaç Haritası öncülüğünde, alanında lider ülkelerden İtalya’da bulunan Confcooperative Emilia Romagna ve Sivil Toplum Geliştirme Merkezi ortaklığında 15 ay süren bir proje gerçekleştirilmiş ve bir konferans düzenlenmiştir.⁸⁸

Proje, Avrupa Birliği ve Türkiye’deki sosyal kooperatiflerin yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde iş birliği ve iletişimini sağlamayı amaçlanmaktadır. Yaşanan sorunların tespiti ve çözüm üretmesi açısından atılan bu adımın devamında, Türkiye’de mevzuatı olmadığı için çeşitli zorluklarla kârsılaştan SK’lerin geliştirilmesi açısından, yasa hazırlanması ve uygulanmaya konması gerekmektedir.

7.5 EGE GASTRONOMİ PROJESİ’NİN YÖNETİM MODELİ VE SK YAPILANMASI

Ege Gastronomi Proje’si EKK tarafından koordine edilerek yürütülecektir. Kooperatifin eşit hisseli toplam 10 kurucu üyesi mevcuttur.

EKK Kurucu Üyeleri:

1. İzmir Ticaret Borsası
2. İzmir Ticaret Borsası Eğitim, Kültür ve Sosyal Entegrasyon Vakfı
3. İzmir Ticaret Borsası Laboratuvarı Ar-Ge ve Danışmanlık A.Ş
4. Agritrade Tarım Ürünleri Tic. Lojistik ve Depoculuk Ltd
5. Mustafa Süzer
6. Lucien Arkas
7. Sahir Erozan
8. Mustafa Osman Sezener
9. Leylâ Kârahan Elbirlik
10. Cemre Torun

Yukarıdaki başlıklarda da ifade edildiği gibi ülkemizde sosyal girişimlere ilişkin bir SK yasası olmadığı için SS. Ege Kolektifi Sosyal Kalkınma Turizm Geliştirme Kooperatifi için de kuruluşundaki üye sayısı ve üye niteliği açısından GK’den farklı yasal bir zorunluluk mevcut değildir.

EKK bir sosyal hizmet kooperatifidir. Üyelerinin yatırdıkları sermaye kârşılığında geleneksel üretim kooperatiflerinde olduğu gibi doğrudan bir kâr hedefi yoktur. Amaç, bu raporun 3. Bölümünde ayrıntıları ile verilmiş etkinlikleri ve kuruluş sözleşmesinde tanımlanan görevlerini yerel paydaşlarla ve kamu/özel sektör destekleri / uluslararası kaynaklar kullanarak yerine getirmek suretiyle bölgesel faydanın artırılmasıdır. Bu faydaların elde edilmesi ile toplumsal düzeyde ve ürün düzeyinde gerçekleşecek geri dönüşlerin kooperatif üyelerine -mevcut işte çalışıyor olarak- yansıtılacak dolaylı faydaları zaman içinde olabilecektir. Ancak bu dolaylı faydaların ne düzeyde ve hangi kesime

⁸⁸ STGM | Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Derneği

ne zaman yansıyabileceğini kestirmek mümkün olmadığı gibi, bu aşamada bu tür olası geri dönüşleri ölçmek de mümkün değildir. Bu aşamada kesin olarak ifade edilebilecek konu; proje konusu etkinliklerin EKK kurucularına doğrudan bir gelir getirmesi hedefinin olmadığıdır.

EKK'nın sözleşmedeki görevleri ve 3. Bölümde tanımlanan proje etkinliklerinin gerçekleştirilmesi toplumsal düzeyde çok taraflı iş birliklerini zorunlu kılmaktadır. İş birliği yapılması gereken kuruluşlar ilgili bölümlerde verilmiştir.

7.6. YÖNETİM VE DENETİM BİÇİMİNE İLİŞKİN ÖNERİLER

EKK da tıpkı diğer hizmet kooperatifleri gibi mevcut kooperatifler yasasına tabidir ve bu yasanın öngördüğü yönetim ve denetim kurulları aracılığı ile faaliyetlerini sürdürmek durumundadır. En azından yeni bir SK yasası çıkana kadar mevzuat açısından hem üye nitelikleri hem de hisse oranları hususunda gerçekleştirilmesi gereken zorunlu farklı bir faaliyet söz konusu değildir. Zaman içinde mevcut yapısı ile gerçekleştirebileceği etkinliklere bağlı olarak statüsünü de değiştirmesi gerekemeyebilir. Bu konudaki karar *-tamamen değişen şartlara bağlı olarak-* kurucu üyelerin uhdesindedir.

Bu aşamada kurucu üyelerin yola çıkış amaçları, tasarlanan etkinlikler, üyelerin temsil ettiği sektörler ve sektördeki mevcut rolleri dikkate alınarak, EKK'nın başarısını pekiştirebilecek öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler bir zorunluluk ya da yasal bir görev değil, bu raporun hazırlanması sürecinde tespit edilen bölgesel sorunlar ve değişen dünyanın SK'lerden beklediği sorumluluklar kapsamında, geleceğe ilişkin temenniler niteliğindedir.

1. EKK'nın tıpkı İtalya örneğinde olduğu gibi en az yüzde 30'unun dezavantajlı gruplardan olması önerilir. Bu projeye özel dezavantajlılar sermayeye ve bilgiye erişimde kısıtlı olanlar olarak tanımlanmalıdır. Yani geliri ve bilgisi sınırlı olan ve bu beceriyi paraya çeviremeyen ya da çok az gelir elde eden küçük çiftçi küçük balıkçı, sermaye ve bilgiye erişimde dezavantajlı temel gruplardır. Dezavantajlı olmanın küçük ve küçük balıkçı için sınırı ya da tanımı, örneğin aylık geliri asgari ücret civarında olanlar ya da toprak büyüklüğü 3-5 dekarı geçmeyenler, tekne başına aylık geliri 20 bin TL yi geçmeyenler olarak alınabilir, eğitim seviyesi veya internet erişimi ya da gelişmiş dijital teknolojiyi kullanma oranı vb gibi kriterler de tanımlanabilir Dolayısı ile dezavantajlı grup denince sadece engelli, göçmen vb. düşünülmemelidir. Buradaki dezavantaj, bilgiye ve sermayeye erişimi sınırlı, zor ya da imkânsız düzeydekiler olarak düşünülebilir.

2. Tıpkı bu projede olduğu gibi EKK'nın temel misyonu kamu yararı olmalıdır. Yani bir üretim kooperatifi gibi sadece üyelerine değil, toplumsal düzeyde yarar sağlamayı amaçlamalıdır. Ege Gastronomi Projesi modern bir SK yapılanmasında sunacağı katkının tarafı olanlar açısından oldukça değerli ve renkli bir faydalanıcı kitlesine sahiptir. Bunlar, toplumsal ekonomik faydanın artırılması ile toplumsal düzeyde tüm kesimler, gastronomi sektörüne tedarikçi olan tüm çiftçi ve küçük balıkçılar, kâr amacı gütmese de ticari faaliyet niteliğinde olan

restoran ve eklentilerinde çalışacak kesimlerin hem servis sağlayan hem de sağlanan servisten yararlanan kesimleri olabilmelidir.

3. Geniş tabanlı temsil gücü olan STK'ların EKK bünyesinde yer alması, Ege Gastronomi Projesi'nin amaçlarının gerçekleştirilmesinde mevcut yapıya ciddi katkı ve destek sunacağı düşünülmektedir. STK çalışmaları, amaçları, gerçekleştirdikleri faaliyetler, içerikleri açısından da Ege Gastronomi Projesi ile ciddi biçimde örtüşmektedir.⁸⁹

4. EKK başlatacağı Ege Gastronomi Projesi'nin etkinliklerinde hedeflenen verimi elde etmek için kamu kurumları ve bakanlıklardan destek almak durumundadır. Oy oranı gerçek ve tüzel kişilere oranla daha düşük düzeyde olması kaydı ile EKK'ya devlet kurumları da üye olabilir.

Üyelik söz konusu olmasa da EKK, SK olma yolundaki yetkinliğini artırmada **Ticaret Bakanlığı** ile, TGA desteklerinden ve tescilli yapıların restorasyonu konusundaki hibelerden yararlanmak için **Kültür ve Turizm Bakanlığı** ile, Cİ ürünlerin markalaştırılmasındaki yasal boşlukların giderilmesi ve kalkınma ajansları ile güdümlü proje geliştirmek için de **Bilim ve Sanayi Bakanlığı** ile, Dış İşleri Bakanlığının koordinasyonunda, Turizm ile Tarım Bakanlığının iş birliğinde yürütülen Gastrodiplomasi Eylem Planının hazırlanması sürecindeki STK katkılarında yer almak üzere **Tarım Bakanlığı** ile çalışmak durumundadır.

5. SK'in üyeleri örneğin sadece üretici veya sadece çalışanlar veya sadece tek sektörden üyeler olmamalıdır. Olabildiğince farklı tür paydaşlardan (*çalışanlar, turist rehberleri, küçük balıkçı, küçük çiftçi, kayıtlı olmayan iş piyasasındaki kadın çalışanlar, gastro ekonomide katkı üreten kesimler, hizmet faydalanıcıları, yerel yönetimler, farklı tüzel kişiler vb.*) üyelik tesis edilmelidir.

6. EKK, hiç kâr dağıtımı yapmayacaktır. Elde edilen olası kâr -örneğin tatlı su rezervuarı oluşturma veya soğuk hava deposu yatırımı yapma gibi İzmir'de küçük üretici için kritik önemi haiz yatırımlar yani yine kamu yararı için kullanılmalıdır.

7. SK'lerin faaliyetlerindeki sürdürülebilirlik yaygın eğitim ve denetim mekanizmalarından geçmektedir. Diğer bir deyişle, yönetimde de denetimde de şeffaflık konusunda gerçekleştirilecek yapı ve faaliyetler EKK'nın başarısında belirleyici faktör olabilir.

8. Faaliyetlerde fayda elde etmesi hedeflenen tarafların güvenini kazanacak ve bu güveni sarsmayacak duruşun etkinliklerin her aşamasında hâkim duruş olmasına dikkat edilmesi yerinde olacaktır.

9. Etkinlik ve faaliyetlerdeki amaçlar ile her sene ön plana çıkârılacak etkinliklerin kamuoyuna deklarasyonu, gerçekleştirilecek etkinliklerin faydalanıcısı / destekleyicisi / sponsoru olan taraflar üzerinde son derece faydalı bir bilgilendirme olacağından, olası yanlış beklentilerin önüne geçilmiş olunacaktır. Zira bu raporda belirlenen bölgesel tüm sorun ve olumsuz gelişmelere sadece EKK etkinlikleri ile çözüm getirme olasılığı yoktur.

10. EKK kendi hedeflerinde etkinliklerin kapsayıcılığı açısından Ege Bölgesin-

⁸⁹ İzmir Vakfı tarafından hazırlanan İzmir Turizm Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı 2020 -2024

de ve belki ulusal düzeyde ilk girişimdir. Bu nedenle bir model hâline gelmesi başarılı olmasına bağlıdır. Bu başarıda iş birliği yapılacak yereldeki aktörlerle, verimli bir çalışmanın esaslarının belirlenmesi ve bu iş birliğinde tarafların belirlenen bu yetki/sorumluluklarına sadık kalması gereklidir. Her etkinliğe ilişkin iş birliği yapılacak taraflarla bu yetki/sorumluluk konusunda anlaşmaya varılmış olmasında fayda olacaktır. Bu konuda Japonya’da gerçekleştirilen gastronomi turizmine ilişkin faaliyetlerdeki gerçekleştirmeler ve gerçekleştirmede rol alan taraflara ilişkin verim durumu örneklenbilir. Zira toplumsal düzeyde ve geleneklerimiz açısından Japonya ve Türkiye benzer toplumsal değerlere sahiptir. Bu açıdan ilgili kurumlar nezdinde tecrübelerden faydalanılması önerilir.

11. Ege Bölgesi özellikle kıyıları ve denizleri açısından iklim değişikliğine bağlı ciddi riskler altındadır. Bu riskler istisnasız toplumun her kesimini derinden etkileyecek olup ortak akıl gerektiren çözümlerin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu açıdan her oluşum gibi EKK’nın da kendi faaliyetlerinde kâbon ayakizi, tatlı su kaynaklarının korunması ve artırılması, tarım topraklarının muhafazası ve olası kirliliğin azaltılması, demografik yapının gıda güvenliğini riske atmayacak düzeyde kontrolü, küçük çiftçi ve balıkçının geneline hitap edecek ürünleri için gerekli olan soğuk hava deposu yatırımlarının gerçekleştirilmesi, yerel ürünleri satan pazarlar ve yerel satıcılar konusunda destekleyici olunması, Yeşil Mutabakat’ın kurumlar üzerinde getireceği müeyyidelere hazırlıklı olmak gibi sürdürülebilirliği ve gıda güvenliğini öncelikleyen faaliyetlerin etkinliklere kazandırılmasında sonsuz fayda olacaktır.

Bu konuda AB tarafından desteklenen sosyal ve ekonomik kalkınmaya yönelik pek çok projeler mevcuttur. “Bahçede başlar, şehri kucaklar: Daha iyi yaşam için kolektif çaba” başlığı altındaki bir proje bile tarım sektöründe çalışanlara ilham verecek detaylara sahiptir. SK çatısı altında tasarlanan bu etkinliklerden elde edilecek katma değer, tabandaki hedef gruplara faydayı aktaracak bir algoritma ile daha değerli hâle gelecektir. Aşağıda yararlanılabilecek linklere örnek verilmiştir.

- A Map Of Social Enterprises And Their Eco-Systems In Europe: Synthesis Report. <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
- Europe in Transition: The Role of Social Cooperatives and Social Enterprises http://www.euricse.eu/wpcontent/uploads/2015/03/1405514708_n2553.pdf
- Exploring the Origins of Social Enterprise: Social Co-operation in the Italian Welfare System and Its Reproduction in Europe http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2016/11/WP-88_16-lanes.pdf

RISK ANALIZI



EKK tarafından yönetilecek projenin önündeki en temel risk bölgesel yönetişimi sağlayacak olan aktörler arasındaki iş birliği ve uyum düzeyi ile etkinlikleri / hedefleri gerçekleştirme noktasındaki kârarlılıktır.

Yerel yönetimler ve özel sektör bu projenin gerçekleştirilmesinde lokomotif iki temel aktördür. İzmir özelinde ifade edilirse özel sektörün dört büyük STK'sı olan İzmir Sanayi Odası, İzmir Ticaret Odası, Ege İhracatçı Birlikleri ve İzmir Ticaret Borsası bu projenin özel sektör ayağındaki temel aktörleridir. Yönetişimin kamu ayağında yer alan Tarım Bakanlığı, Çevre Bakanlığı ve Sanayi Bakanlıklarının (Cİ ürünlerin mevzuatının çıkartılması, SK yasasının çıkartılması, denizlerin korunması ve aşırı avcılığa ilişkin yasal boşlukların giderilmesi ve denizlerde koruma alanlarının oluşturulması hususlarındaki acil adımların atılması gibi) yasal düzenlemeleri ivedilikle gerçekleştirmeleri gereklidir. Yereldeki diğer aktör ise İzmir Büyükşehir Belediyesi gibi büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere yerel yönetimlerdir.

Hedeflenen etkinliklerde belediyelerin -tıpkı başarılı ulusal ve başarılı uluslararası örneklerde olduğu gibi- tüm lojistiğini bu etkinliklere açması, özel sektörün de hedeflenen etkinliklere koordinasyon ve kaynak bulmada öncü rol oynaması kaçınılmazdır. Dolayısı ile temel risk, özel sektör ve yerel yönetimlerin bu iş birliğindeki rollerini koşulsuz, zamanında ve yeterli düzeyde oynamasında ortaya çıkacak uyumsuzluklardır.

İkinci önemli risk nitelikli insan kaynağının proje etkinliklerinde yer alamaması, liyakatsizlik ya da yetersiz sayıdaki personel ile etkinlikleri götürme çabası olacaktır.

Üçüncü büyük risk çizilen stratejiler ve hedeflerden zaman içinde sapmadır.

Bu üç riskin bertarafı doğrudan yereldeki kurumlar arasındaki uyumun sağlanması ile ilgili olduğundan, ilgili tarafların bu projeye olan mesafesi, sergilenen duruş, EKK'nın liyakatli insan kaynağı ile çalışması ve hedefleri konusunda sergileyeceği kârarlık, projenin başarısında hayati önemi haizdir.

Başarılı dünya örnekleri incelendiğinde ortaya çıkan en önemli unsurlardan biri de yerel halkın etkinlik ve turizm/tanıtım faaliyetlerinde gönüllülük esasına dayalı iş birliğinin varlığıdır. Dolayısı ile proje süresince bu konudaki farkındalığın artırılması gerekmektedir.

Farkındalık konusundaki çalışmanın odağında özellikle gençler ve çocuklar olmalıdır. Zira bu projenin odağında bilinçli ve gelişmeye açık, öğrenmeyi öğrenmiş insan varlığı vardır. Bundan 5-10 sene sonra proje uygulayıcıları gençler ve çocuklar olacaktır.

8.1. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE OLASI ÇEVRESEL RİSKLER

8.1.1. Projeden Kaynaklanan Çevresel Etkilerin Ön Değerlendirmesi

Yatırımın içeriği doğrudan olumsuz çevre etkisi yaratacak bir nitelikte değildir ve ÇED mevzuatına tabi değildir. Dolayısı ile "ÇED gerekli değildir" belgesinin temini yatırım döneminde alınması gereken izinlerden biridir.

Bununla birlikte her yatırım ve üretim faaliyetinin doğasından kaynaklanan kaynak ve enerji tüketimi ile üretimden çıkacak atıklar söz konusu olacaktır. Aşağıda söz konusu kaynak tüketimleri ve atıklara ilişkin değerlendirme verilmiştir.

8.1.2. Projeden Kaynaklanan Çevresel Riskler ve Azaltma Tedbirleri

Yatırım dönemi ve işletme döneminde çevresel risk yaratacak çevre boyutları başlıca dört grupta toplanmıştır. Bunlar;

- Katı Atıklar (Toprağa, suya ve canlı hayatına olumsuz etkisi var)
- Sıvı Atıklar (Yer altı suları, toprak ve canlı hayatına olumsuz etkisi var)
- Gaz Atıklar (Atmosfere ve canlı hayatına olumsuz etkisi var)
- Tüketilen Doğal Kaynaklar (Havaya, suya, toprağa ve canlı hayatına olumsuz etkisi var).

Bu çevre boyutlarının bertarafına ilişkin önlemler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

	Katı Atıklar	Dönemi	Bertaraf Şekli
	Ambalaj Atıkları (Temizlik malzemeleri, çuval ambalajı, içecek, yiyecek kutuları vb)	Yatırım ve İşletme	Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliğine uygun olan bildirim ve ayrıştırma yapılmalı ve geri kazanıma yollanmalıdır.
	Plastik Atıklar (Eskiyen, kırılan plastik bidon ve sıvı kapları vb)	Yatırım ve İşletme	Plastik Atıklarının Kontrolü Yönetmeliğine uygun olan bildirim ve ayrıştırma yapılmalı ve geri kazanıma yollanmalıdır.
	Organik Atıklar (Çalışanların yemekleri, içecekleri vb)	Yatırım ve İşletme	Organik atıkların toplandığı bir ortam ayrılmalı, toplanan miktara bağlı olarak kompost yapımı, kompost tesisine gönderilmesi veya belediye atıklarına teslim edilmelidir.
			Kurulması öngörülen ISO 14001 Çevre Yönetim Sisteminin atıkların azaltılması ve geri kazanım konusunda katkı sunması beklenmektedir.
	Sıvı Atıklar	Dönemi	Bertaraf Şekli
	Personel kullanımından kaynaklanan atık su	Yatırım ve İşletme	Atık suların Kanalizasyon Şebekesine Deşarj Yönetmeliğine uygun şekilde deşarj edilmelidir. Su ayakizi hesaplaması ve tüketimlerin izlenmesinin atıkların azaltılmasına katkı sağlaması beklenmektedir.
	Gaz Atıklar	Dönemi	Bertaraf Şekli
	Envanter çalışması ve etkinliklerde kullanılacak araçların egzoz emisyonları	Yatırım ve İşletme	Emisyon kaynağı olan motorlarda ve ekipmanlarda enerji verimli olma özelliği aranmalı ve yanma veriminin istenen değerlerin altında gerçekleşmemesine dikkat edilmelidir. Ekonomik ömrü biten ekipman zamanında değiştirilmelidir. Karbon ayakizinin izlenmesi çalışmalarının emisyon azaltılmasında katkı sağlanması beklenmektedir.
	Yangın söndürme tüplerinin kaçak gazları	İşletme	
	Isınma, yemek pişirme, cafe pişirme faaliyetlerinden ortaya çıkacak emisyonlar	İşletme	
	Doğal Kaynak Kullanımı		Azaltım Şekli
	Elektrik Tüketimi	Yatırım ve İşletme	Hem yatırım hem işletme döneminde elektrik tüketimini azaltacak önlemler alınmalıdır. Aydınlatma gerektiren alanlarda led ve sensör kullanımına gidilmelidir. Kurulması öngörülen ISO 50001 Enerji Yönetim Sisteminin üretimde enerji verimliliğinin sağlanmasına katkı sunması beklenmektedir.
	Su Tüketimi	Yatırım ve İşletme	Şebeke suyunun tasarruflu kullanımı, atık suyun değerlendirilmesi ve gri su kullanımı düşünülmelidir.
	Kâğıt Tüketimi	Yatırım ve İşletme	İdari birimlerdeki yazılı dokümantasyon olabildiğince dijitale aktarılmalıdır. Kurulması öngörülen ISO 20121 Sürdürülebilirlik Yönetim Sisteminin tüm atıklar ve kaynak tüketimlerinin azaltılmasına katkı sunması beklenmektedir.

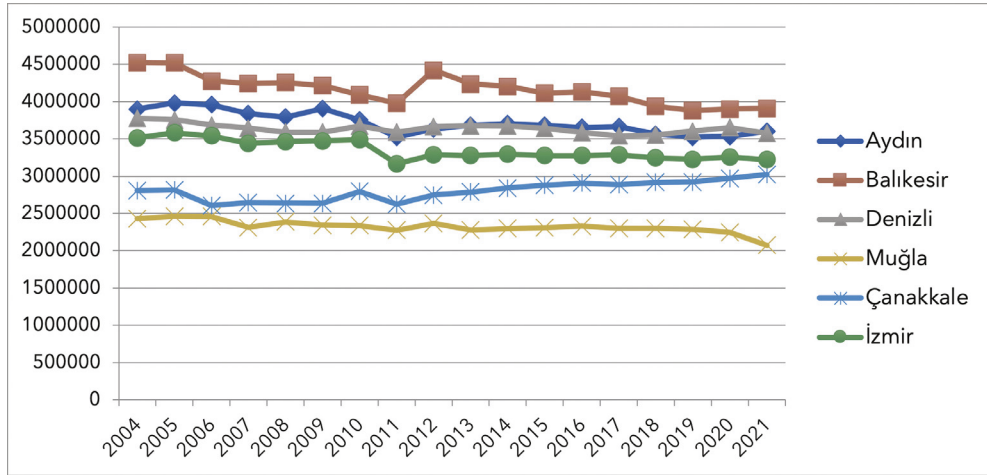
Tablo 73:
Çevresel Riskler ve
Azaltım Tedbirleri

8.2. EGE GASTRONOMİ PROJESİ ÖZELİNDE, EGE BÖLGESİ GENELİNDE CİDDİ RİSK YARATAN ÇEVRE SORUNLARI

Bu yatırımın gerçekleştirilmesi ile hedeflenen turizm gelirleri ve katma değerli gıda geliri elde edilmesinin ön şartı, tarımsal üretimin sürdürülebilirliğinin garanti altına alınabilmesidir. Ege Gastronomi Projesi'nin başlatılması ve bu projenin uygulanması için seçilen illerdeki tarım arazilerinin son on sekiz yıldaki değişimi aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Hareketin kapsamında olan 6 ilin tarım alanları incelendiğinde, 2004-2021 yılları arasında Çanakkale ili hariç, tarım alanlarının 2004 yılına oranla 2021 yılında ortalama yüzde 8,2 oranında azaldığı görülmektedir.

Grafik 17:
Tarım Alanlarının
Büyükliğündeki
Değişim



Bu illerdeki ve Türkiye genelindeki 2021 yılı nüfus ve kişi başına düşen tarım arazileri incelendiğinde ise Türkiye genelinde bu rakamın 2,8 dekâr dolayında olduğu,⁹⁰ İzmir ilindeki tarım arazilerinin ise bu ortalamanın oldukça altına düştüğü anlaşılmaktadır.

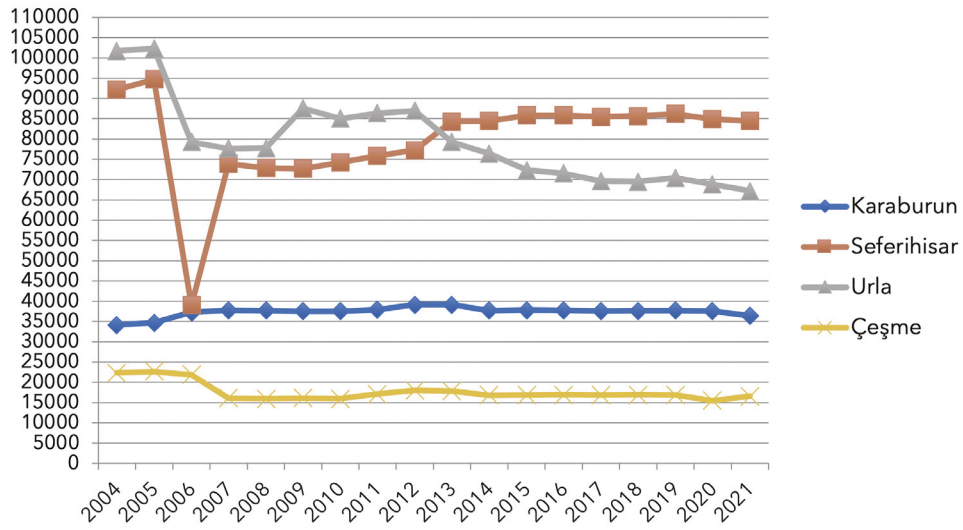
Tablo 74:
Kişi Başına Düşen
Tarım Arazisi
Miktarı (2021)

İller	Nüfus	Tarım Arazisi	Kişi başına Düşen Tarım Arazisi Miktarı (dekar/kişi)	Türkiye Ortalamasına Göre
Aydın	912.127	3.601.626	3,9	%29 daha yüksek
Balıkesir	1.036.306	3.911.237	3,8	% 26 daha yüksek
Çanakkale	464.951	3.021.732	6,5	%57 daha yüksek
Denizli	834.054	3.574.561	4,3	%35 Daha yüksek
İzmir	3.590.511	3.221.068	0,9	%212 daha az
Muğla	820.114	2.071.136	2,5	%11 daha az

İzmir Yarımadasının rotasında kalan Kâraburun, Seferihisar, Selçuk ve Urla ilçelerinin tarım alanlarında ise, Urla ilçesinin 2004 yılında 101.780 dekâr olan tarım alanının yüzde 66 azalma gösterdiği ve 2021 yılında 67.915 dekâra düştüğü görülmektedir. Diğer üç ilçede de benzer durum geçerli olmakla birlikte Urla ilçesindeki kayıp son yıllarda ivmelenmiş ve tarımsal üretimde kendine yetme kapasitesini riske sokacak düzeye gerilemiştir.

⁹⁰ 1960'li yıllarda Türkiye genelinde kişi başına düşen tarım arazisi miktarı 7,5 dekâr iken, 2021 yılında bu rakam 2,8 dekâra kadar düşmüştür. <https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/kisi-basina-tarim-alani-i-85832>

Tablo 75:
İlçeler Düzeyinde
Tarım Arazilerindeki
Değişim (2004-
2021) Dekâr



Kaynak: TÜİK Bitkisel Üretim İstatistikleri

İzmir ilinin bu dört ilçesi tıpkı diğer ilçelerde olduğu gibi, hızlı betonlaşma ve tarım arazilerinin yapılaşmaya açılması, küstürülmüş çiftçinin tarımı bırakmaya başlaması gibi bir gerçek ile yüz yüzedir. Özellikle pandemi sonrası büyük kentlerden bu bölgelere olan kaçış nedeni ile bölgedeki nüfus artarken, tarım arazileri dramatik bir biçimde azalmaktadır.

Diğer ilçelerde de benzer sorunlar olmakla birlikte Urla, Çeşme ve Seferihisar ilçelerindeki tarım arazilerinin kamu iradesince koruma altına alınması ve tarımsal faaliyetten başka bir amaçla kullanımın gündeme getirilmemesi hususunda ivedilikle adım atılması gerekmektedir.

Acil Program ve Eylem Planı Gerektiren Çevre Sorunları

İlçeler düzeyinde sağlanacak asıl kazanım, bölgesel tarım üretimi ve gıda üretiminde sürdürülebilirliğin sağlanmasını teminen, nitelikli ürün ve başarılı üreticinin daha fazla kazanmasını sağlayacak ortamın oluşturulmasıdır. Bu yolla çevreye, flora ve fauna üzerindeki olumsuz çevre etkilerinin de azaltılabilmesi mümkün olacaktır. Bu zararın bertarafı ile sağlanan çevresel faydanın ekonomik boyutunu ölçmek mevcut veri sistemi ile mümkün görünmemektedir.

- Ege bölgesindeki tarımsal faaliyetlerin kârşî kârşîya olduğu en büyük risklerin başında;
- iklim değişikliğinin sebep olduğu toprak ve tatlı yeraltı su rezervlerindeki kayıplar,
- küresel ısınma, eriyen buzullar, artan deniz suyu sıcaklığı ile artan deniz seviyesindeki yükselmenin sebep olduğu riskler⁹¹,
- büyük balıkçı gemileri ile (*küçük balıkçılarla ilgisi olmayan büyük firmaların gırgır olarak tabir edilen tekneleri ile*) Ege denizindeki yapılan aşırı ve kaçak avlanmadan kaynaklanan doğal rezervlerin tükenmesi gelmektedir.

⁹¹ Ege denizinin sıcaklığı 1970-2021 yılları arasında yaklaşık 1°C artmıştır. <https://www.mgm.gov.tr/FILES/resmi-istatistikler/denizSuyu/Ege-Deniz-Suyu-Sicakligi-Analizi-2021.pdf>

Bu risklere yakından bakıldığında;

- Bitkideki hastalıkların kimyasal ilâçlara ihtiyaç duymadan ekilmeden önce tohum aşamasında temizlenebilmesi⁹²,
- Mahsul üretiminde aşırı kimyasal kullanmadan daha sağlıklı bir üretimin gerçekleştirilmesi, aşırı kimyasaldan giderek pudralaşmaya başlayan toprakların iyileştirici tarım yöntemleri ile kurtarılması⁹³,
- Rüzgâr ve yağış erozyonuna⁹⁴ kârşısı ve doğal kârbon yutakları olması sebebi ile orman yangınlarından⁹⁵ etkilenen arazilerin restorasyonu ve olabildiğince hızlı ağaçlandırmaya devam edilmesi,
- Tatlı su rezervlerinin korunması,
- Kuraklığa kârşısı tatlı su rezervuarlarının oluşturulması,⁹⁶
- Üreticinin ürünü üzerinde fiyat belirleme erkine sahip olmasını sağlayacak, ürününü hasat döneminde mecburen değil, yıl boy istediği zaman satabilmesini sağlayacak ve gıda israfını önleyerek, artan küresel ısınmaya kârşısı üretilen gıdaların güvenliğini sağlayacak, ürünlerin kalitesini ve değerini artıracak ve dış pazarda daha katma değerli hale getirecek soğuk hava depolarının inşa edilmesi,
- Denizdeki doğal balık rezervlerinin kendini toparlayacak duruma gelebilmesi için denizde belli bölgelerin dönüşümlü şekilde koruma alanına dönüştürülerek en az 3 yıl süreyle avlanmanın kesin şekilde yasaklanması,⁹⁷ (Gökova Körfezi, Türkiye ve dünyadaki Deniz Koruma Alanları için örnek alan halini almıştır. Haziran 2017’de BM tarafından düzenlenen Dünya Okyanus Konferansı’nda Gökova Deniz Koruma Alanı dünyanın en iyi 16 deniz koruma alanından biri olarak ilan edilmiştir. Akdeniz Koruma Derneği, Gökova Körfezi’nde edinilen tüm tecrübe ve kazanımları, 2019 yılında Datça-Bozburun Yarımadası, Fethiye-Göcek, Kaş-Kekova deniz koruma alanlarında uygulanmaya başlamıştır. Koruma altına alınan bölgelerdeki balık stoklarının tamamının yok olması engellenmiş ve küçük balıkçı gelirleri ciddi biçimde artmıştır. Aynı uygulamanın İzmir ve tüm Ege kıyılarında uygulanması elzemdir.)
- Mavi kârbon varlığının hızla azalması sonucu hem denizlerdeki kârbon yutağı kapasitesi yok edilmekte hem de deniz dibi canlı hayatı ciddi riske girmektedir. Deniz çayırlarının korunması konusunda acil adım atılması gereklidir (Dünyadaki bütün bitki habitatları içerisinde en fazla kârbon depolama özelliğine sahip habitatlardan biri de deniz çayırlarıdır. Deniz çayırlarının depoladığı kârbon, mavi kârbon olarak tanımlanmaktadır. Akdeniz’deki deniz çayırı habitatlarının yüzde 90’i tahrip olmuş durumdadır. Sualtı yaşamı için bu denli büyük bir öneme sahi-

92 Tohum: Anlatılmayan Öykü- <https://www.youtube.com/watch?v=gBc8y2S7oJw>

93 <https://kissthegroundmovie.com/>

94 Ege bölgesi ülkemizde yağmur ve rüzgâr erozyonu ile en fazla toprak kaybeden bölgedir (yüzde 29). <https://denizbozdogl10-1.weebly.com/goumlruumllduuml287uuml-yerler.html>

95 Ege Bölgesi en fazla orman yangını yaşanan bölgemiz, İzmir ili de en fazla orman kaybeden Antalya’dan sonra 2. İlimizdir. <https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/turkiye-orman-yanginlari-afet-haritasi-en-cok-orman-yangini-hangi-bolgede-ilde-gorulur-6307465>

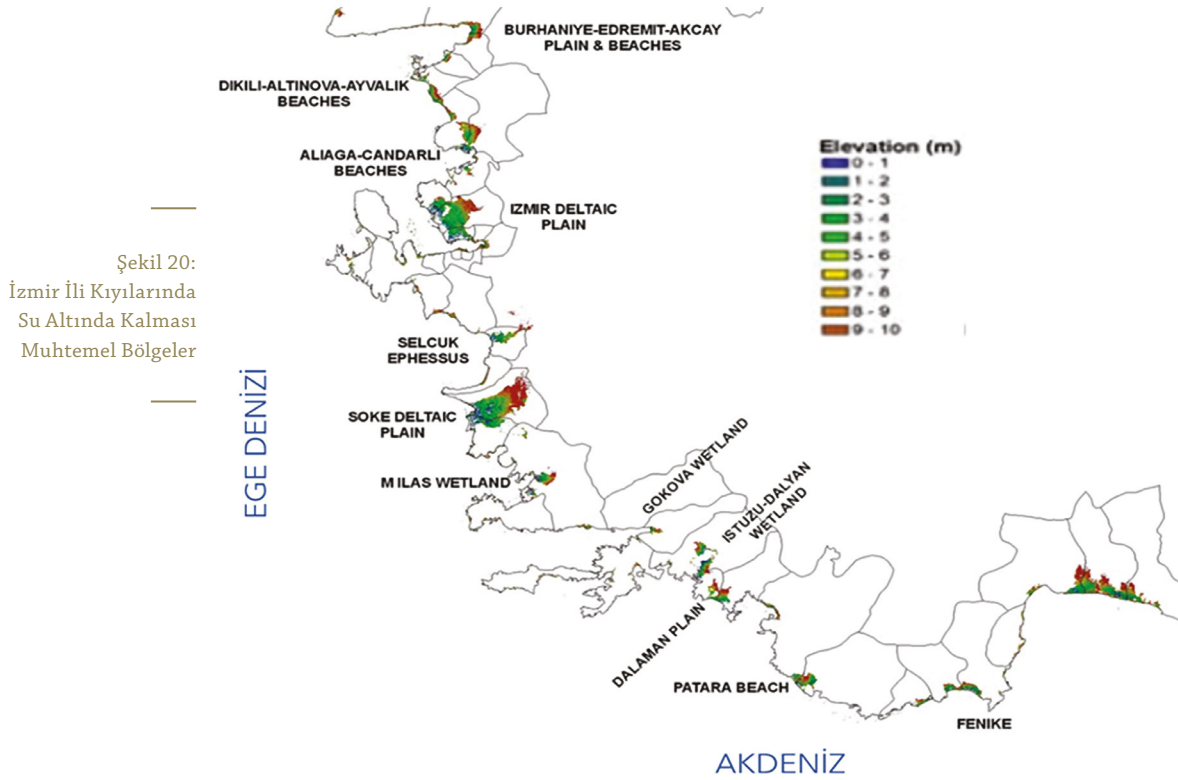
96 <https://www.tamera.org.water-retantion-landscape>

97 <https://akdenizkoruma.org.tr/tr/calismalarimiz/deniz-koruma-alanlari/b/gokova>

polan deniz çayırları için; teknelerin çapa atması ve taraması, istilacı yosun türleri, balık çiftliklerindeki aşırı yemleme, kıyıların bozulması, yazlık konut ve sitelerdeki ev sahiplerinin, yüzerken rahatsız oldukları gerekçesiyle bu bitki topluluklarını temizletmeleri, hayalet ağlar ve diğer atıklar sonucu su yüzeyinin kaplanması ile ışığın deniz çayırlarına ulaşmaması gibi sebepler de azalmayı hızlandırmaktadır).

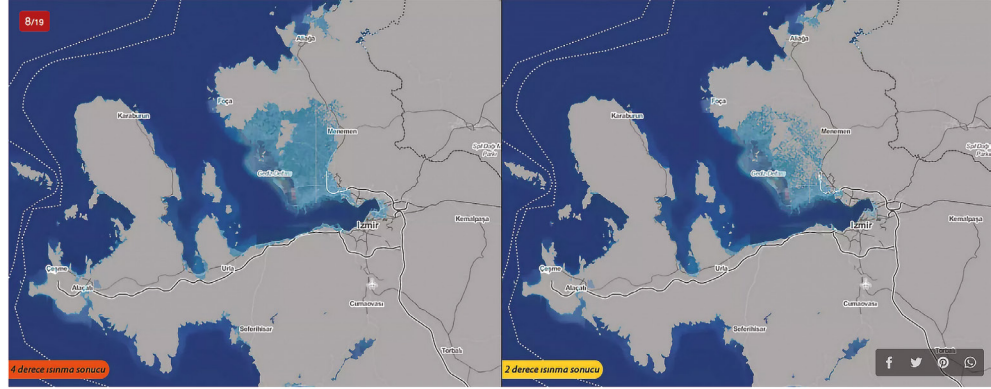
- Deniz yükselmesinden etkilenecek tarım topraklarının muhafazası için yerel yönetimlerce acil eylem planlarının yapılarak önlem alınmaya başlanması gerekmektedir.

Bölgedeki tarım ilâçları ve kimyasallar ile diğer dış etkenlerden kaynaklanan toprak kirliliğinin nerede ve ne düzeyde olduğuna ilişkin olarak sağlıklı bölgesel veriye erişilememiştir. Bununla birlikte deniz yükselmesi ve kuraklığın etkileri konusunda ulusal ve bölgesel veri mevcuttur. Harita 2050-2100 yılları arasında gerçekleşmesi beklenen deniz seviyesindeki yükselmenin olası su altında bırakacağı alanları göstermektedir.



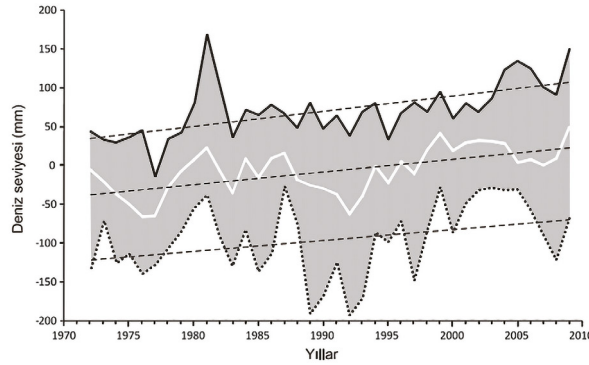
İzmir ilinde yarımadanın kuzeyi ve güneyindeki koylar, Urla, Selçuk, Söke, Aliğa, Çandarlı koyları ciddi risk altındadır. Aşağıda +2 ve +4 derece için İzmir bölgesi kıyılarının maruz kaldığı risk gösterilmiştir. Hâlihazırda iklimin +1,2 derece yükseldiği dikkate alınırsa söz konusu riskin büyüklüğü daha iyi değerlendirilebilir.

Şekil 21:
Sıcaklığın 2 ve 4°C
Artması Durumuna
Göre Su Altında
Kalması Muhtemel
Bölgeler⁹⁸



Ege kıyıları için net deniz suyu yükselmesine ilişkin ölçümlere erişilememiştir. Bununla birlikte fikir vermesi açısından Akdeniz kıyılarında küresel ısınmadan kaynaklanan deniz seviyesindeki yükselme değerleri aşağıdaki şekilde sunulmuştur.⁹⁹

Şekil 22:
Akdeniz
Kıyılarındaki
Deniz Seviyesi
Genliklerinin
Değişimi



Yaklaşık 40 yıllık süreç için Akdeniz seviyesindeki yükselme gösterilmiştir. Kalın siyah çizgi maksimum, beyaz çizgi ise ortalama yükselmeyi göstermektedir. Akdeniz genelinde 20 yıldaki yükselme 6 cm olarak tespit edilmiştir. (Teorik olarak 1 mm'lik yükselme 10 m içeriye giriş olarak kabul edilmektedir).

Yağış rejimindeki bozulma nedeniyle görülecek düşme, bölgesel düzeyde yeraltı su miktarının azalmasına neden olacaktır. Su potansiyelindeki azalma, yeraltı su kaynaklarının sulama amacıyla kullanımını artıracaktır. Bunun sonucunda daha çok su çekimi yapılacağından yeraltı suyu düzeyinde önemli düşmeler ve tuzlu deniz suyunun tatlı su kaynaklarına kârışması meydana gelecektir.

Depolamadaki azalma, doğal olarak yeraltı suyu kalitesinde de bozulmaya neden olacaktır. Barajdaki su miktarına göre, şimdiki zamanda su istemi kârşılınmakta fakat senaryolara göre gelecekte barajın doluluk oranının su isteminin artması ve yağışın azalmasıyla beraber giderek azaldığı tespit edilmiştir.¹⁰⁰

Deniz suyunun yer altındaki tatlı su kaynaklarını nasıl ve ne ölçüde etkileyeceğine dair bir tahmin yapmak mümkün değildir.

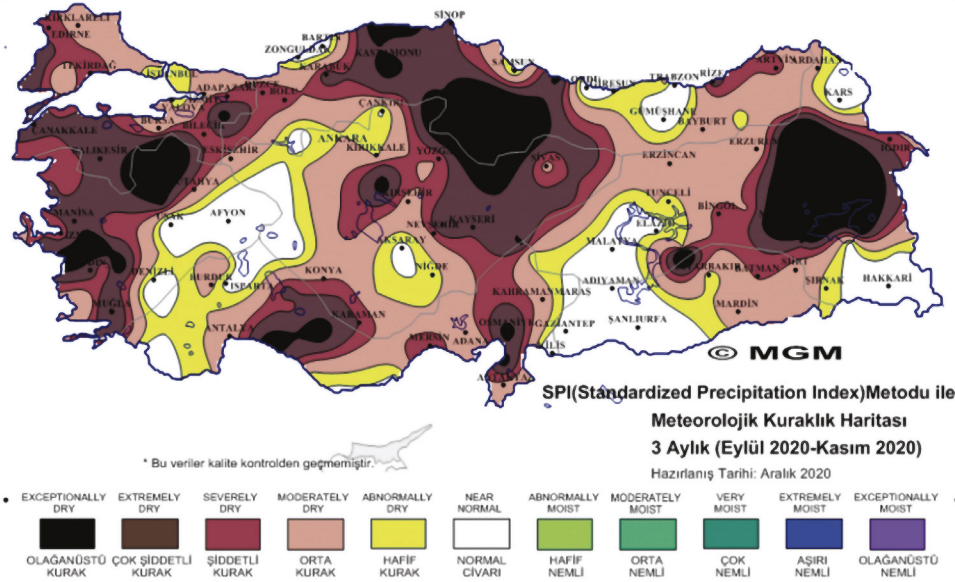
⁹⁸ Boğaziçi Üniversitesi İklim Politikaları Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Levent Kurnaz tarafından geliştirilen modellemedir.

⁹⁹ İklim Değişikliğinin Çukurova Bölgesi Su Kaynakları Üzerine Olan Etkilerinin Değerlendirilmesi- Dürdane KURT Mesut BAŞIBÜYÜK Çevre Mühendisliği Anabilim Dalı

¹⁰⁰Görüşme yapılan bölgedeki önemli zeytin üreticisi, tadımcı panelist, eğitimci Sayın Pelin ÖMÜRÖĞLU yeraltı su kaynaklarının hızla tükendiğini ve bir gün bıçak keser gibi hazırlıksız bir şekilde su kaynaklarını tamamen kaybetmiş olmakla yüzyüze gelineceğini ifade etmektedir. 26 Aralık 2022 online görüşmeden alıntıdır.

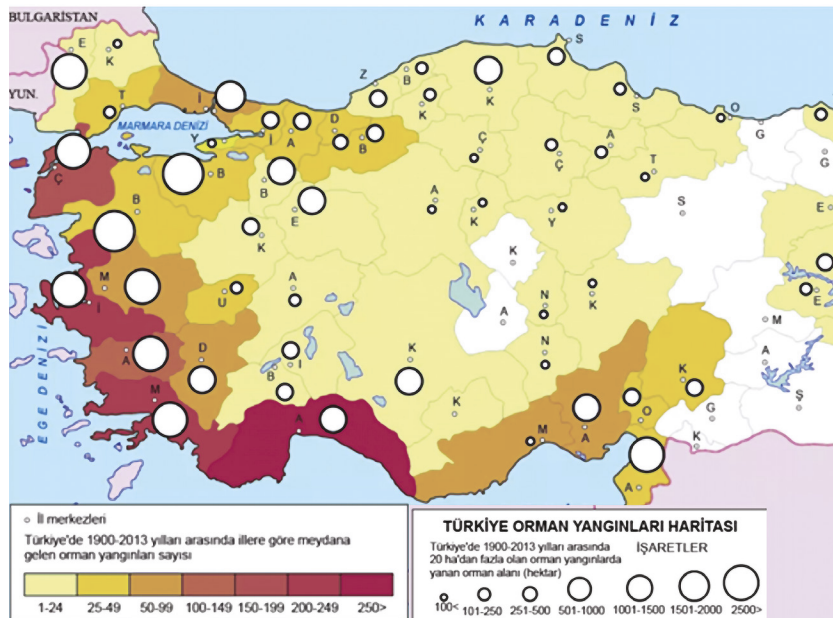
Aşağıda 2020 yılı Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün 3 aylık sonbahar yağış verileri ve kuraklık haritası sunulmuştur. Ege bölgesi de kuraklıktan en fazla etkilenmeye başlamış üç bölgeden biridir.

Şekil 23:
Kuraklık Haritası



Kuraklık ve küresel ısınma yangın riskini artıran etkenlerdir. Ege bölgesi orman yangınlarının en fazla sayıda yaşandığı bölgedir. Aşağıda orman yangınları riskini gösteren harita verilmiştir.¹⁰¹

Şekil 23:
Kuraklık Haritası



Özetle Ege bölgesi, tarımsal üretimi ve balıkçılığı sürdürebilmek, gıda güvenliğini garanti altına almak için şiddetli kuraklık, orman yangını, tatlı su kaybı, şiddetli erozyon nedeni ile toprak kaybı ve deniz yükselmesi riskleri ile baş etmek durumundadır.

101 <https://s.milimaj.com/others/image/harita/turkiye-orman-yaniginlari-haritasi.png>

RİSK ANALİZİ

Aşağıda iklim değişikliğinin yaratmakta olduğu risklere karşı kıyı illerinin hazırlıklı olma durumu konusunda fikir veren bir çalışmanın kesiti sunulmuştur.¹⁰² Deniz seviyesindeki yükselmeden etkilenecek kıyı illerinden sadece 3 ilin eylem planı mevcuttur.

Şekil 25:
Kıyı İllerinin İklim
Değişikliğine İlişkin
Planı Olma Durumu



Dolayısı ile diğer tüm illerde olduğu gibi İzmir ve Ege Bölgesi illerinde çevresel risk faktörlerinin ciddiyetle değerlendirilmesi, gerçekleştirilecek yatırımlar ve mevcut işletmelerin faaliyetlerinde kamu, yerel yönetim ve özel sektöre ayrımı olmaksızın gereken önlemlerin el birliği ile alınmasında somut adımların ivedilikle atılması gerekmektedir.

Ülkemizde kişi başına düşen kârbon emisyonları (6.3 ton 2020) AB değerlerini (6.5 ton 2019) yakalamak üzeredir. AB emisyonlarını hızla azaltırken, Türkiye’de bu oran hızla yükselmektedir. Dış ticaretimizin yüzde 40’ın fazlası AB üyesi ülkelerle yapılmaktadır. Yazılı olmayan ama dış ticarete ciddi avantaj ya da dezavantaj hâline gelmiş bulunan kârbon ve su ayakizi değerleri sadece kendi ekolojimizin korunması için değil, aynı zamanda ekonomik anlamda kayıp yaşamamak için de gereklidir. Aşağıdaki tabloda gerçekleştirilmesi gereken önlemler riskler bazında özetlenmiştir.

Tablo 76:
Strateji
Geliştirilmesi
Gerekten Acil Çevre
Sorunları ve Sorumlu
Kuruluşlar

Alnacak Önlemler	Risk Derecesi	Sorumlu Kuruluş
1. Tarım arazilerinin muhafaza edilmesi, imara açılmaması	Çok Yüksek Risk	Yerel Yönetimler, STK'lar
2. Tohumların kuraklık dayanımlı olacak şekilde ıslahı		İl Tarım ve Orman Müdürlükleri Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Ziraat Fakülteleri
3. Tohumların hastalık dayanımlı olacak şekilde ıslahı		
4. Topraklarda kimyasal ve tarım ilacı kaynaklı kirliliğin tespiti ve bertarafı		
5. Topraklardaki pudralaşma riskinin belirlenmesi ve bertarafı		
6. Kıyılardaki deniz yükselmesine karşı acil eylem planlarının hazırlanması	Yüksek Risk	Yerel Yönetimler, İl Çevre ve İklim Değişikliği Müdürlüğü
7. Kıyıda deniz yükselmesinin düzenli ölçümler alınarak belirlenmesi	Çok Yüksek Risk	Bölge genelindeki çevre mühendisliği, meteoroloji ve denizcilik bölümleri
8. Yeraltı ve yer üstü tatlı su kaynaklarının artırılması için yapar rezervuar gerçekleştirilmesi		Yerel yönetimler, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve DSİ
9. Gri su kullanımı, yağmur suyu depolama sistemlerinin kurulması, teşvik edilmesi		Yerel Yönetimler, STK'lar, Özel Sektör
10. Tarımda damla ve kök sulamanın teşviki	Çok Yüksek Risk	İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Özel Sektör, Yerel Yönetimler, Kamu Bankaları, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
11. Agresif ağaçlandırma hareketi	Yüksek Risk	
12. Toprak kirliliğine neden olan kimyasal gübre ve ilaç kullanımının sınırlandırılması		
13. Tarımda doğal gübre ve doğal ilaç kullanımının teşvik edilmesi	Çok Yüksek Risk	Yerel Yönetim, Özel Sektör, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
14. Bölge genelinde soğuk hava deposu yatırımlarının hayata geçirilmesi		İl Tarım ve Orman İl Müdürlüğü, STK'lar ve Özel Sektör, İl Çevre ve İklim Değişikliği Müdürlüğü
15. Denizde koruma dönüşümlü koruma bölgeleri ikdas etmek		

¹⁰² Deniz Seviyesinde Yükselme Riskleri Odağında Kentlerin İklim Eylem Planı Söylemlerinin İncelenmesi Ayşenur Hilal İAVARONE*, İsmail KAYA YIL 2021

SONUÇ

9



EKK tarafından uygulanması planlanan Ege Gastronomi Projesi, uygulayıcısı bizzat başta özel sektör, yerel yönetimler, kamu kurumları, daha sonrasında ise akademi, STK'lar, yereldeki küçük çiftçi, esnaf, lokanta, turizm sektörünün aktörleri olmak üzere toplumun çok büyük bir kesimidir.

Beş yılda 24,6 milyon USD yatırım gerektiren bu projenin amacı kâr elde etmek değil, Ege bölgesinin ekolojik ve ekonomik anlamda sürdürülebilir tarım ve turizmüne gastronomi aracılığıyla ivme kazandırmaktır. Sağlanacak finansman, harcanacak emek, ortaya konacak çabaların tamamı bölgesel ve ulusal düzeyde tarım ve turizm sektörlerinin yanında, özellikle tedarik, lojistik, yeme-içme sektörü gibi ilgili sektörlerin tamamı fayda sağlayacaktır. Yatırımın içeriği uzun soluklu, kâarlı, hedefinden sapmayacak adımları, ciddi iş birliğini ve stratejisi belirlenmiş adımları koordinasyon içinde ve zamanında atmayı gerektirmektedir.

Bu tür projeleri bölgesel hatta ulusal düzeyde uygulayan ve başarılı sonuçlar elde eden ülkeler mevcuttur. Bu ülke örnekleri, harcanan çabalar ve sonuçlarına ilişkin bilgi raporda aktarılmıştır. Başarılı örneklerin ortak özelliği, bütüncül bir yaklaşımla araştırma, eğitim, tanıtım ve uygulamanın bir arada yürütüldüğü, çok boyutlu planlamalarla hayata geçirilmiş olmalarıdır.

Ege Gastronomi Projesi de bilimsel çerçevede bölgeye özgü tarım ürünlerinin sürdürülebilirliğini destekleyecek envanter, araştırma ve eğitim çalışmaları, yemek kültürünü ortaya koyacak saha çalışmaları, kaynak eser niteliğinde yayınlar ve farkındalık kampanyaları, üretici ve hizmet verenlere yönelik kapasite geliştirme eğitimleri, ulusal-uluslararası tanıtım etkinlikleri ve yemeği, servisi, kafesi, kütüphanesi Ege Gastronomisine dair bilgi ve deneyim arayan herkese hitap edecek bir merkez niteliğinde yapılandırılacak sembol bina Tarihi Borsa Sarayı ile dünya çapında başarıyı hedefleyen bir kalkınma projesi olacaktır.

Raporda açıklanan yer verilen etkinlikler, bu etkinliklere destek verecek taraflar ve bunların olası katkıları belirlenmiştir. Dolayısı ile kamu ayağında Cİ ürünlerin yönetimi konusundaki mevzuat boşluklarının kapatılması, benzer şekilde SK yasasının çıkartılması büyük önem taşımaktadır.

Ege Gastronomi Projesi için de yerel yönetim, STK, özel sektör ve kamu iş birliği en üst seviyede verimli hâle gelmek zorundadır. Bu konudaki rol dağılımı için Japonya örneği yararlı olacaktır.

Tüm dünyada gastronomiye en büyük darbeyi vuracak olan, tarladan tabağa iklim değişikliğinin geri dönüşsüz hasarlarını bertaraf etme yolunda tüm kesimlerin vakit kaybetmeksizin önlem almaları gerekmektedir.

Gastronomi ve iklim değişikliği konusunda yetişkinlerdeki bilgi ve farkındalık artırılırken çocuk ve gençlerin eğitimi de toprakta ve uygulamalı şekilde gerçekleştirilmelidir. Nitelikli insan kaynağı ile bölgesel düzeyde gönüllü çabaların harekete geçirilmesi için kampanyalar kesintisiz şekilde hayata geçirilmelidir.

Bu proje sektörün tüm paydaşları ve nihai tüketicileri ile birlikte sürdürülebilir bir ekonomik çerçeve içinde gastronomi temelinde bölgesel kalkınmayı hedeflemiş olduğundan projenin en yaşamsal tamamlayıcı unsurunu, bu hareketi geleceğe taşıyacak çocuk ve gençlerin eğitilmesi oluşturmaktadır. Milli Eğitim il müdürlükleri ile iş birliği içinde seçilecek pilot okullardaki uygulamalı tarım ve çevre dersleriyle çocuklar, kendi yetiştirdikleri ürünleri etkinlik ya da beslenme saatlerinde birlikte hazırladıkları salata ve yemeklere dönüştürüp sağlıklı gıda ve beslenme ile ilgili farkındalık kazanırken sorumluluk almanın, birlikte üretmenin ve bölgelerinde yetişen ürünlerin değerini anlayacaklardır.

