

**BAĞ ROTALARININ TURİZMİN GELİŞMESİNE VE BÖLGESEL
KALKINMAYA ETKİSİ: DENİZLİ ÖRNEĞİ**

Murat MADENCİLER

**Ocak 2025
DENİZLİ**

**BAĞ ROTALARININ TURİZMİN GELİŞMESİNE VE BÖLGESEL
KALKINMAYA ETKİSİ: DENİZLİ ÖRNEĞİ**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı
Turizm Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı**

Murat MADENCİLER

Danışman: Prof. Dr. Naci POLAT

**Ocak 2025
DENİZLİ**

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

İmza
Murat MADENCİLER

ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışmam süresince bilgi birikimi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, desteklerini esirgemeyen tez danışmanım Prof. Dr. Naci POLAT'a ve değerli katkılarından dolayı jüri üyelerim Doç. Dr. Semih ARICI'ya ve Prof. Dr. Özcan ZORLU'ya saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitim-öğretim sürecim boyunca desteklerini esirgemeyen Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi hocalarıma saygılarımı ve teşekkürlerimi iletirim.

Tez çalışmam süresince her zaman yanımda olan ve beni teşvik eden sevgili eşim Nihal MADENCİLER'e ayrıca teşekkür ederim.

Bu çalışmamın Denizli'de turizmin gelişmesine katkıda bulunmasını ve faydalı olmasını temenni ederim.

Murat MADENCİLER

Denizli, Ocak 2025

ÖZET

BAĞ ROTALARININ TURİZMİN GELİŞMESİNE VE BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ: DENİZLİ ÖRNEĞİ

MADENCİLER, Murat
Yüksek Lisans Tezi
Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı
Turizm Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı
Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Naci POLAT

Ocak 2025, IX + 138 sayfa

Bu çalışmanın temel amacı Denizli’de oluşturulmaya çalışılan bağ rotalarının Denizli turizmine ve Denizli’nin bölgesel kalkınmasına etkilerini ortaya koymaktır. Turistlerin farklı istekleri, seyahat ettikleri yerlerde alternatif turizm deneyimleri yaşamalarına neden olmaktadır. Bugün, turistlerin farklı deneyimler arayışında olmaları nedeniyle, şarap turizmi dünya genelinde ve Türkiye’de en ilgi çekici alternatif turizm dallarından biri haline gelmiştir. Son yıllarda, bu turizm türü giderek popülerlik kazanmaktadır. Bağ rotalarını ziyaret etmek turistlere farklı şarap türlerini tatmanın yanı sıra yöreyi de deneyimleme imkânı verir. Üstelik bu bölge Denizli örneğinde görülebileceği gibi turistlere sadece doğal güzellikleri değil bununla birlikte tarihin büyüğü atmosferini de sunabilecek imkânlarla da sahipse bu deneyimden sağlanacak tatmin daha da artabilecektir. Denizli ilinin şarap zenginliği, geniş bir coğrafi bölgeye yayılmış olan şaraphanelerinin çeşitli şarap türlerini üretmelerine, iyi ve kaliteli şaraplar sunmalarına dayanmaktadır. Bölgede şarap üretiminin tarihi antik çağlara kadar gitmektedir. Dolayısıyla bu bölgede şarap üretiminin binlerce yıllık bir geçmişi vardır. Bu nedenle bu tezin araştırma alanı olarak Denizli seçilmiştir. Bu bölgede bağ rotaları hakkında daha önceden yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır. Araştırma kapsamında Çal Bağ Yolu Rotasını oluşturan dört adet şaraphane seçilmiştir. İnceleme çerçevesinde bilgiler katılımcı gözlem ve işletmelerden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilmiş ve değerlendirilmiştir. Çal Bağ Yolu Rotası üzerine yapılan bu çalışma, Denizli ilinin turizm potansiyelini artırma ve bölgesel kalkınmayı destekleme yönündeki önemli bir adımı temsil etmektedir. Çalışmanın sonuçları, Çal Bağ Yolu’nun şarap turizmi ve gastronomi alanında güçlü bir cazibe merkezi olabileceğini göstermektedir. Bu çalışmada, Çal Bağ Yolu Rotasının Denizli ilinin turizm potansiyeline katkıda bulunabilmesi ve önemli bir değer haline gelebilmesi açısından, karşılaşılan zorlukların aşılabilmesine ve rotanın daha geniş kitlelere ulaşabilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Alternatif Turizm, Şarap, Şarap Turizmi, Şarap Rotaları, Bağ Rotaları, Denizli, Çal, Çal Bağ Yolu

ABSTRACT

THE EFFECT OF VINEYARD ROUTES ON TOURISM DEVELOPMENT AND REGIONAL DEVELOPMENT: DENIZLI EXAMPLE

MADENCİLER, Murat

Master Thesis

Tourism Guidance Department

Tourism Guidance Master's Program

Adviser of Thesis: Prof. Dr. Naci POLAT

January 2025, IX + 138 pages

The main purpose of this study is to reveal the effects of the vineyard routes tried to be created in Denizli on Denizli tourism and regional development of Denizli. Different desires of tourists cause them to have alternative tourism experiences in the places they travel. Today, wine tourism has become one of the most interesting alternative tourism branches worldwide and in Turkey, as tourists are in search of different experiences. In recent years, this type of tourism has been gaining popularity. Visiting vineyard routes gives tourists the opportunity to experience the region as well as tasting different types of wine. Moreover, if this region has the opportunities to offer tourists not only natural beauties but also the magical atmosphere of history, as can be seen in the example of Denizli, the satisfaction to be gained from this experience will increase even more. The wine richness of Denizli province is based on the fact that the wineries spread over a wide geographical area produce various types of wine and offer good and high quality wines. The history of wine production in the region goes back to ancient times. Therefore, wine production in this region has a history of thousands of years. For this reason, Denizli was chosen as the research area of this thesis. There is no previous research on vineyard routes in this region. Within the scope of the research, four wineries forming the Çal Vineyard Route were selected. Within the framework of the study, information was obtained and evaluated by participant observation and semi-structured interview method from the enterprises. This study on the Çal Vineyard Route represents an important step towards increasing the tourism potential of Denizli province and supporting regional development. The results of the study show that Çal Vineyard Road can be a strong attraction centre in the field of wine tourism and gastronomy. In this study, in order for the Çal Vineyard Road Route to contribute to the tourism potential of Denizli province and become an important value, suggestions have been made to overcome the difficulties encountered and to reach a wider audience.

Keywords: Alternative Tourism, Wine, Wine Tourism, Wine Routes, Vineyard Routes, Denizli, Çal, Çal Vineyard Route

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
TABLolar DİZİNİ	viii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Gastronomi Tanımı	4
1.2. Gastronomi Turizmi	5
1.3. Dünyada Gastronomi Turizmi.....	6
1.4. Türkiye’de Gastronomi Turizmi	8
1.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı (UCCN: UNESCO Creative Cities Network)	9
1.6. Gastronomi Turizminin Bir Alt Türü Olarak Önoturizm.....	10
1.7. Toplum Temelli Turizm.....	14

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE BAĞCILIK VE ŞARAP

2.1. Üzümün Tarihsel Gelişimi	16
2.2. Türkiye’nin Üzüm Üretimi ve Dünyadaki Yeri	17
2.3. Küresel İklim Değişikliği ve Bağcılık	24
2.4. Şarap ve Üretimi	25
2.5. Şarabın Tarihçesi ve Gelişimi	26
2.6. Cumhuriyet Döneminde Şarapçılık.....	33
2.7. Denizli ve Çevresindeki Şarap Üretimi.....	37
2.7.1. Yerli Üzümler.....	38
2.7.1.1. Beyaz Şaraplık Yerli Üzümler	38
2.7.1.2. Kırmızı Şaraplık Yerli Üzümler.....	38
2.7.2. Yabancı Üzümler	40
2.7.2.1. Beyaz Şaraplık Yabancı Üzümler	40
2.7.2.2. Kırmızı Şaraplık Yabancı Üzümler.....	41
2.8. İkinci Bölümün Genel Değerlendirmesi	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DÜNYA’DA VE TÜRKİYEDE ÖNOTURİZM VE BAĞ ROTALARI

3.1. Eski Dünya ve Önoturizm.....	44
3.1.1. İspanya	44
3.1.2. Fransa	47
3.1.3. İtalya.....	51

3.1.4. Portekiz	53
3.1.5. İsviçre	55
3.2. Yeni Dünya ve Önoturizm	57
3.2.1. Amerika Birleşik Devletleri	57
3.2.2. Arjantin	59
3.2.3. Şili	61
3.2.4. Avustralya	63
3.2.5. Güney Afrika.....	66
3.3. Türkiye’de Önoturizm ve Bağ Rotaları.....	68
3.3.1. Trakya Bağ Rotası.....	68
3.3.2. Urla Bağ Yolu Rotası.....	70
3.3.3. Çal Bağ Yolu Rotası	71

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	76
4.2. Araştırmanın Önemi.....	77
4.3. Araştırma Yöntemi.....	78
4.3.1. Literatür Taraması	78
4.3.2. Katılımcı Gözlem.....	79
4.3.3. Görüşme	79
4.3.4. Saha Çalışması	81
4.3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi.....	82
4.4. Araştırma Kapsamında Yöneticileri ile Görüşme Yapılan Çal Bağ Yolu Derneğine Üye İşletmeler	83
4.4.1. Küp Şarapçılık.....	83
4.4.2. Lermonos Gıda.....	84
4.4.3. Kuzubağ Tarım.....	85
4.4.4. Erdel Gıda	86
4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	86

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR VE YORUMLAR

5.1. Araştırma Sonucunda Ortaya Çıkan Temalar	88
5.1.1. İşletme Dinamikleri ve Üretim	88
5.1.2. Destinasyon	89
5.1.3. Çal Bağ Yolu Rotası	91
5.1.4. Turizm.....	93
5.1.5. Satış ve Pazarlama.....	94
5.1.6. Bölgesel Kalkınma	97
5.2. Çal Bağ Yolu Rotasının Oluşturulması ve Sürdürülmesi Sırasında Karşılaşılan Zorluklar.....	99
5.2.1. Konaklama ve Turizm Altyapısı Eksiklikleri	99
5.2.2. Yerel Katılım Eksikliği	100
5.2.3. Turistik Hizmet Verecek İş Gücü Yetersizliği.....	100
5.2.4. Tanıtım Eksikliği ve Tanıtımla İlgili Sınırlılıklar	100
5.2.5. Devlet Politikaları ve Bürokratik Engeller.....	101

5.2.6. İklim Değişikliği ve Tarımsal Zorluklar	102
5.2.7. Uyumluluk ve İş Birliği Sorunları	102
5.2.8. Finansal Zorluklar	103
5.2.9. Destinasyonun Coğrafi Konumu	104
5.3. Çal Bağ Yolu Rotasının Bölgesel Kalkınmaya Etkisi	104
5.3.1. Bölge Ekonomisine Katkıları	104
5.3.2. Bölgenin Sosyal ve Kültürel Yapısına Sağladığı Katkılar	105
5.3.3. Bölgenin Tarihi ve Doğal Varlıklarının Korunmasına ve Sürdürülebilirliğe Yönelik Olarak Sağladığı Katkılar	106
5.4. Çal Bağ Yolu Rotasının Bölgede Turizmin Gelişmesine Etkisi	107
5.5. SWOT Analizi	108
SONUÇ VE ÖNERİLER	111
KAYNAKLAR	121
EKLER	135
Ek 1. Denizli ve Çevresi İçin Oluşturulan İki Günlük Tarihi ve Turistik Gezi Planı	136

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Tüketici Perspektifinden Şarap Turizmi Deneyiminin Kritik Özellikleri.....	12
Şekil 2. Şarap Rotalarının Etkisi	13
Şekil 3. Türkiye'nin Üzüm Üretim Alanları	18
Şekil 4. 2022 Yılı Üzüm Üretiminin İllere Göre Dağılımı	21
Şekil 5. Üzüm Üretiminde Türkiye'nin Önde Gelen İlk Beş İli	22
Şekil 6. Neolitik Dönemde Yakın Doğu ve Mısır	28
Şekil 7. Dionysos ve Satyros, Efes, Roma Dönemi, MS 2. yüzyıl	31
Şekil 8. Dionysos, Klaros, Roma Dönemi, Mermer	32
Şekil 9. Türkiye'nin Şarap Üretimi	36
Şekil 10. Türkiye Şarap İhracatı ve İthalatı (litre) (2004-2022)	36
Şekil 11. Rioja Alavesa Şarap Rotasında İlginç Mimarisi ile Dikkat Çeken Marqués de Riscal Şaraphanesi (Kuruluş: 1858)	46
Şekil 12. Trakya Bağ Rotası.....	69
Şekil 13. Urla Bağ Yolu Rotası.....	71
Şekil 14. Çal Bağ Yolu Rotası	72
Şekil 15. Çal Bağ Yolu Rotası Yol Tabelası.....	73
Şekil 16. Çal Karası ve T.C. Çal Belediyesinin Logosu	73
Şekil 17. 6-7-8 Eylül 2024 Çal Bağ Bozumu Kültür ve Sanat Festivali Afişleri.....	74
Şekil 18. 15.12.2023 Bağ Yolu Turizmi Konferansı Afışı	74
Şekil 19. Küp Şarapçılık, Fabrika, Tadım Salonu, Bağlar	84
Şekil 20. Lermonos, Restoran, Tadım ve Satış Yeri	85
Şekil 21. Kuzubağ Tadım Salonu, Şarap Fıçıları, Üzüm Bağları	85
Şekil 22. Erdel Fabrika, Şaraphane, Tadım ve Satış Yeri.....	86

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Türkiye'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Dahil Olan Şehirleri	10
Tablo 2. Asma Bitkisinin Kronolojik Gelişimi	17
Tablo 3. Dünya Üzüm Verileri (1.000 ton).....	17
Tablo 4. Türkiye'nin Üzüm Üretim Alanlarının Yıllar İtibariyle Seyri	18
Tablo 5. Denizli ve Manisa İllerinin Üzüm Üretim Alanları	19
Tablo 6. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Üzüm Üretim Verileri.....	20
Tablo 7. Türkiye'nin Toplam Üzüm Üretiminin Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı.	20
Tablo 8. İllere Göre Toplam Üzüm Üretimi ve Yüzdesel Dağılımı	21
Tablo 9. Türkiye'nin Şaraplık Üzüm Üreticisi Başlıca İlleri (2023 üretimi büyükten küçüğe sıralanmıştır.).....	23
Tablo 10. Alkollü İçkiler Üretimden İç Piyasaya Arz (litre)	35
Şekil 10. Türkiye Şarap İhracatı ve İthalatı (litre) (2004-2022)	36
Tablo 11. Denizli İlinde Şarap Üretimi Yapan Firmalar.....	37
Tablo 12. Denizli'nin Şaraplık Üzüm Üretimi ve Toplam Üretim İçindeki Payı.....	37
Tablo 13. Denizli'de üretilen şarapların hammaddesini oluşturan üzüm çeşitleri.....	42
Tablo 14. Portekiz'in En Fazla Üye Sayısına Sahip İlk Üç Rotası (2017)	54
Tablo 15. Nitel Çalışma Kapsamında Görüşülen Katılımcıların Listesi	81
Tablo 16. Çal Bağ Yolu Rotası ile İlgili SWOT Analizi	109
Tablo 17. Bir Bağ Yolu Rotasında Bulunması Gereken Temel Unsurlar.....	117
Tablo 18. Bağ Yolu Rotasındaki Bir Şaraphanede Bulunması Gereken Özellikler	119

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ACEVIN	Asociación Española de Ciudades del Vino (İspanyol Şarap Şehirleri Birliği)
ARVP	A Associação das Rotas dos Vinhos de Portugal (Portekiz Şarap Rotaları Derneği)
EUROSTAT	Statistical Office of the European Union (Avrupa Birliği İstatistik Ofisi)
GWC	Great Wine Capitals Global Network (Büyük Şarap Başkentleri Küresel Ağı)
MÖ	Milattan önce
MS	Milattan sonra
OIV	International Organisation of Vine and Wine (Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü)
TADAB	Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı
TAPDK	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu
TTİD	Trakya Turizm İşletmecileri Derneği
TTT	Toplum Temelli Turizm
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UWEA	Ultimate Winery Experiences Australia (Üstün Şarapçılık Deneyimleri Avustralya)
vb.	ve benzerleri
vd.	ve diğerleri
WFRs	Wine and Food Routes (Şarap ve Yiyecek Rotaları)
WoSA	Wines of South Africa (Güney Afrika'nın Şarapları)
WRS	Wine Routes of Spain (İspanya'nın Şarap Rotaları)
UCCN	UNESCO Creative Cities Network (UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı)
UN Tourism	United Nations Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü)

GİRİŞ

Vitaceae familyasından bir bitki olan asma (*Vitis vinifera*), dünya üzerinde 30-40 derece kuzey ve güney enlemleri arasında yetişmektedir. Milyonlarca yıl öncesine kadar inen köklü bir geçmişi ve büyük bir form zenginliği vardır (Ağaoğlu, 1999: 29). Günümüzde dünya çapında 20.000 kadar farklı asma çeşidi bulunmaktadır. Anadolu'da asmanın tarihi 9.000 yıl önceye kadar gitmekte olup (Kocaadam ve Acar-Tek, 2016: 275), 2017 yılında Gürcistan'da şarap yapımının MÖ 6000 yılına kadar geriye gittiğine dair izler bulunmuştur (The Guardian, 2017). Anadolu'da bağ ve şarap kültürünün Hititler döneminde geliştiği düşünülmektedir. Anadolu'daki tarihi MÖ 1900'lere kadar giden Hititlerin geride bıraktıkları eserlerin birçoğunda asma, üzüm ve şarap resmedilmiştir. Hitit metinlerinde de asma sıkça geçmektedir (Anlı, 2010: 15,16).

Günümüzde de Anadolu'da bağcılık ve şarap üretimi devam etmektedir. Türkiye 2019 yılı verilerine göre bağ alanı bakımından dünyanın beşinci büyük ülkesidir (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Üzüm Raporu, 2021). Türkiye'nin 2022 yılında 4,2 milyon ton olan üzüm üretimi içinde şaraplık üzümlerin payı sadece %9'dur (TÜİK, 2024). Bu miktarın tamamı da şarap üretimi için kullanılmamaktadır. Türkiye'nin 2022 yılı itibariyle 77 milyon litrelik şarap üretimi, Fransa'nın aynı yıldaki toplam 4.580 milyon litrelik üretimi (International Organisation of Vine and Wine, 2023) dikkate alındığında Fransa'da bulunan şarap üreticisi bir köyün kapasitesi kadardır. Dolayısıyla kapasitemiz katma değeri yüksek olan şaraptan yana değil, 2022 itibariyle kurutmalık (%40) ve sofralık (50) olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de kişi başı şarap tüketimi de Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Tüketim tercihlerinde toplumsal ve kültürel faktörler etkili olabilmekle birlikte üretimin katma değeri daha yüksek olan şarap tarafına kaydırılmasının ihracat faktörü dikkate alındığında söz konusu tercihlerle bir çelişki yaratmayacağı düşünülmektedir.

Dünya şarap ihracatının hacmi 2023 yılında 36 milyar EUR'dur. Dünya şarap ihracatının miktar olarak %56'sını, değer olarak %63'ünü Fransa, İtalya ve İspanya gerçekleştirmektedir. Fransa 11,9 milyar EUR'luk, İtalya 7,7 milyar EUR'luk, İspanya 2,9 milyar EUR'luk şarap ihracatı yapmaktadır. Bu ticaret içerisinde Türkiye'nin payı 2022 yılı ihracatı olan 2.687.830 litre şarap 2023 yılı şişelenmiş şarabın ortalama litre satış fiyatı olan 4,7 EUR ile hesaplandığında bile sadece 13 milyon EUR'dur (International Organisation of Vine and Wine, 2023).

Tüketicilerin belli şaraplarda doyum noktasına gelmesi onların yeni tatlar deneyimlemek istemelerine yol açmaktadır. Bu nedenle bölgesel özellikler taşıyan şaraplara ilgi artmaktadır. Türkiye’de üretilen şarapların dünya çapında ödüller aldıkları dikkate alındığında dünya şarap piyasası Türkiye açısından fırsatlar sunmaktadır (Cabaroğlu, 2023: 270). Sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde karbon izinin en aza indirildiği organik tarıma dünya çapında ilgi artmaktadır. Bu bağlamda Türkiye, şarap üretiminin organik tarım ile bağdaştırılarak yapılmasına da uygundur (Barat & Bucak, 2022: 246). Diğer taraftan günümüzde şarap kültürel bir zenginlik haline gelerek mutfak kültürü ile bütünleşmiştir. Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkeler şaraplarını zengin mutfaklarıyla birleştirerek ülke tanıtımına ve ekonomisine katkı sağlamaktadırlar. Benzer bir uygulamaya Türkiye’de de gidilerek yerli şaraplar yoluyla hem ülke tanıtımına katkıda bulunulması hem de turizmin çeşitlenmesinin sağlanması mümkündür (Zengin ve Erkol Bayram, 2015: 11). Bağ turizmi ya da diğer deyişle şarap turizmi yoluyla geleneksel turizm faaliyetlerinden pay alamayan bölgelerin ekonomilerine katkı sağlanabilmektedir. Şarap turizmi yoluyla bölgede istihdam sağlanırken, bölgenin imajı da olumlu yönde etkilenebilmektedir (Correia ve Brito, 2016: 29).

2020-2023 yılları ortalamasına göre şaraplık üzüm üretiminde Denizli’nin 62.204 ton olan ortalama üretim miktarı aynı dönemdeki Türkiye’nin ortalama şaraplık üzüm üretim miktarı olan 379.800 ton ile karşılaştırıldığında Denizli’nin %16’lık küçümsenmeyecek bir paya sahip olduğu görülmektedir (TÜİK, 2024).

Denizli’nin zengin tarihi, kültürel ve doğal varlıklara ve ayrıca Türkiye şarap sektörünün önde gelen önemli şarap üreticilerine sahip olduğu dikkate alındığında şarap turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada Denizli’nin sahip olduğu şarap turizmi potansiyeli, bölgede oluşturulan Çal Bağ Yolu Rotasının turizme ve bölge kalkınmasına etkileri değerlendirilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları üzerinde durulmuş, gastronomi turizminin bir türü olarak önoturizmden (Şarap turizmi olarak da geçer, genellikle kaynağında veya yakınında şarap bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etme, tadım yapma, tüketme ve/veya satın alma amacıyla yapılan turizmi ifade eder (UN Tourism, 2024).) bahsedilmiş, ikinci bölümünde dünyada ve Türkiye’de bağcılık ve şarapçılık hakkında bilgiler verilmiş, Denizli’nin bağcılık tarihi ve şarapçılık sektörü içindeki yeri vurgulanmış, üçüncü bölümde dünyada ve Türkiye’de önoturizm ve bağ rotaları ele alınarak bu konuda önde gelen ülkelerin uygulamaları ve şarap turizmi bölgeleri ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın sonraki kısımlarında

Çalışmanın amacı, önemi, evreni ve yöntemlerinden bahsedilerek verilerin analizlerine yer verilmiş, sonuç kısmında ise mevcut potansiyelin değerlendirilmesine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Son dönemlerde gastronomi ve gastronomi turizmi insanların daha fazla ilgisini çekmeye başlayan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu bölümde gastronomi ve gastronomi turizmi ile ilgili bilgiler verilerek, dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi üzerinde durulmuştur.

1.1. Gastronomi Tanımı

Gastronomi bir bilim dalıdır ve köklü bir geçmişe sahiptir. Gastronomi kavramı Yunanca gastri (mide) ile nomos (yasa, kurallar) sözcüklerinden meydana gelmiştir (Sarışık ve Özbay, 2015: 264, 265).

Atalarımız yaklaşık 300.000 yıl önce ateşi günlük olarak kullanıyorlardı ve ateşin en önemli katkısı pişirmektir. Yemek pişirmenin icadı insanların yiyebileceği besinlerin yelpazesini genişletti, gıdalarda bulunan parazit ve mikropları yok etti, besinlerin yenilmeleri için gereken süreleri kısalttı, daha kısa bağırsak ve daha küçük dişlerle idare edebilmelerini ve bunun neticesinde insan beyninin büyümesini sağladı (Harari, 2016: 25, 26).

Yemek pişirme kültürünün temelleri Mezopotamya’da atılmış, daha sonra buradan Anadolu’ya yayılmıştır. Gastronomi kelimesi ilk olarak Archestratus’a ait olan ve ilk yemek kitabı olarak kabul edilen “Gastronomi” adlı bir şiirde geçmekte olup, Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerinde yemek pişirme ile ilgili yazılı kaynaklar bulunmaktadır (Özdemir ve Dülger Altın, 2019: 2, 3).

Orta çağ İtalya’sında iyi yeme ve içme hakkında araştırmalar sistematik olarak yapılmıştır. Tıp kitaplarında, bitki kitaplarında, tarım üzerine yazılmış eserlerde "bazen diyet önerileri şeklinde bazen de malzemelerin kalitesi hakkında notlarla" oluşturulmuş bir gastronomi şekli vardı (Scarpato, 2002: 53).

İnsanların besin kaynaklarının çeşitlenmesi ile birlikte beslenmenin amacı fizyolojik ihtiyaçların ötesine geçerek tat ve haz almaya yönelmiştir. Gastronomi, yiyecek ve içecek zevki veya hazzı ile ilgilidir. İnsanoğlu doğası gereği yemek ve içmekten hoşlanır. Böylelikle gastronominin konusunun insan olduğunu söyleyebiliriz (Deveci vd., 2013: 29–34).

İnsanoğlunun ateşi kontrol altına almasıyla birlikte başlayan yemek pişirme macerası, ona bir taraftan fiziksel birtakım avantajlar sağlarken, diğer taraftan beslenmesindeki çeşitlenme yeni tatlar ve hazlar deneyimleme fırsatını sunmuştur. Tüm bu açıklamaların ışığında bakıldığında gastronomiyi, yiyecek ve içeceklerin temizlik ve sağlık kuralları dahilinde belirli bir sistematik düzen içinde hazırlanarak göze ve damağa hitap edecek şekilde sunulduğu yemek kültürü veya yemek sanatı olarak ifade etmek mümkündür (Özdemir ve Dülger Altın, 2019: 3).

1.2. Gastronomi Turizmi

Temelinde yiyecek ve içecek kültürü olan gastronomi turizmi, çiftlikler ve şarap üretim yerlerine düzenlenen ve aynı zamanda yiyecek ve içeceklerin tadımını da kapsayan seyahatleri içeren bir turizm şeklidir. Bu turizm şekli turistlere bir bölgenin kültürünü ve geçmişini yaşama olanağı sağlarken seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının şekillenmesinde etkili olan yeni bir yiyecek ve içecek deneyimi sunar (Özdemir ve Dülger Altın, 2019: 3).

Birleşmiş Milletler tarafından turizmi geliştirmek ve teşvik etmek için görevlendirilen Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü'nün (BM Turizm-UN Tourism) tanımına göre gastronomi turizmi, ziyaretçinin seyahat ederken yiyecek ve ilgili ürünler ve etkinliklerle bağlantılı deneyimini karakterize eden bir turizm faaliyeti türüdür. Otantik, geleneksel ve/veya yenilikçi yemek deneyimlerinin yanı sıra gastronomi turizmi, yerel üreticileri ziyaret etme, yemek festivallerine katılma ve yemek yapma sınıflarına katılma gibi diğer ilgili etkinlikleri de içerebilir. Şarap turizmi (önoturizm), gastronomi turizminin bir alt türü olarak, genellikle kaynağında veya yakınında şarap bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etme, tadım yapma, tüketme ve/veya satın alma amacıyla yapılan turizmi ifade eder (UN Tourism, 2024).

Yeme-içme faaliyetleri zorunlu bir ihtiyaç olmakla birlikte, turistlerin seyahatlerinin her anından zevk almak istemeleri yeme-içmeyi turizm deneyimlerinin özel bir parçası haline getirmiştir. Gastronomi turizminin ortaya çıkmasında gastronomik değerleri ön plana alan ve gastronomik deneyimler yaşamak isteyen turistler etkili olmaktadır (Küçükkömürler vd., 2018: 79).

Gastronomi turizmi, ziyaretçilere yerel mutfak deneyimleri sunarak destinasyonların çekiciliğini artırır. Yöresel mutfaklar, destinasyon imajının oluşumunda ve pazarlanmasında önemli bir araçtır. Bu nedenle destinasyonların tanıtım ve

pazarlanmasında, ziyaretçilerine unutulmaz bir gastronomi deneyimi yaşatılmasında yöresel mutfak unsurlarına sıkça başvurulmaktadır. Bu kapsamda, yöresel mutfaklar genellikle destinasyon ve gastronomi turizmiyle birlikte ele alınmaktadır.(Üzülmez, 2021: 23).

Gastronomi turizmi, turizm sektöründe hızla ön plana çıkan ve hem eğitimi hem de yüksek gelir düzeyine sahip turist gruplarına hitap eden bir turizm türü olarak ülkelerin giderek daha fazla önem verdiği bir alan haline gelmiştir. Her ne kadar turistlerin destinasyon tercihlerini doğrudan etkileyen birincil faktör yeme-içme hizmetleri olarak görülmesine de bu hizmetlerin kalitesi tatil seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Son yıllarda, ülkelerin turizm gelirlerini artırmak amacıyla doğal kaynaklarının elverdiği ölçüde turizm çeşitliliğini artırma çabaları dikkat çekmektedir. Özellikle Avrupa’da, Michelin yıldızına sahip restoranlarda ünlü şeflerin yemeklerini tatma, farklı coğrafyalarda yaşayan toplumların yiyecek ve içeceklerini deneyimleme veya şarap turlarına katılma gibi gastronomi odaklı etkinliklere olan ilginin giderek arttığı gözlemlenmektedir. Bu artan talebi fark eden tur operatörleri, gastro turlar düzenleyerek turistlerin seyahat motivasyonlarını çeşitlendirmektedir. Özellikle Fransa, İspanya ve İtalya, düzenledikleri gastronomi etkinlikleri ile dünya çapında gastronomi turizmi alanında önemli bir konuma sahiptir (Zengin ve Erkol Bayram, 2015: 11).

1.3. Dünyada Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi hızlı bir şekilde gelişmektedir. Birçok alt kola ayrılan gastronomi turizminin; peynir turizmi, şarap turizmi, bira turizmi, çikolata turizmi gibi birçok çeşidi bulunmaktadır. Dünyada gastronomi turizmini çeşitli alanlarda başarıyla sürdüren birçok ülke bulunmaktadır. Örneğin Fransa, İtalya, İspanya, Avustralya ve Almanya şarap turizmini başarıyla gerçekleştirmektedirler. Peynir turizminde Fransa, İsviçre, İtalya, Hollanda dünyada bilinen ülkeler arasındadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 65).

Avrupa, lezzetli mutfağı ve zengin mutfak gelenekleriyle dünyaca ünlüdür. Gastronomi turları, Avrupa'nın ünlü mutfaklarından bazılarını keşfetme imkânı sunmaktadır.

Gastronomi turlarının yoğun olduğu ülkeler (Kesici, 2012: 35):

Fransa: Fransız mutfağı, gurme lezzetleri ve haute cuisine (Fransızca "yüksek mutfak" anlamına gelir ve en iyi malzemelerin kullanıldığı, özenle hazırlanmış ve zarif

bir şekilde sunulan sofistike yemek pişirme tarzını ifade eder.) geleneğiyle bilinir. Gastronomi turlarında Fransız peynirleri, şarapları ve ekmekleri gibi karakteristik lezzetler deneyimlenebilmektedir.

İspanya: İspanyol mutfağı, tapas, paella ve sangria gibi lezzetli ve renkli yemekleriyle meşhurdur. Gastronomi turlarında İspanya'nın farklı bölgelerinin mutfakları tanıtılmaktadır. Bu kapsamda kırsal alanda çeşitli yer mantarları arayıcılığı, yerel pazar gezintileri, yerel peynir ve zeytinyağı üreticilerinin gezilmesi, şarap üreticileri ziyaretleri ve şarap tadımı gibi faaliyetlerde bulunmaktadır.

İtalya: İtalyan mutfağı, pizza, makarna ve gelato gibi klasik lezzetleriyle bilinir. Gastronomi turlarında İtalya'nın farklı bölgelerinin mutfak gelenekleri hakkında bilgi verilmektedir. Toskana bölgesi yiyecek içecek kültürüyle bilinmektedir.

Portekiz: Portekiz mutfağı, taze deniz ürünleri, zeytinyağı ve baharatların kullanımıyla bilinir. Gastronomi turlarında Portekiz'in lezzetli deniz ürünleri ve geleneksel yemekleri tadılmaktadır. Bu kapsamda yemek eğitimi, sunumu ve tadımı, şarap eğitimi, şarap tadımı, atölyelerde peynir çalışmaları ve zeytinyağı tadımı etkinlikleri yapılmaktadır.

İrlanda: İrlanda mutfağı, doyurucu ve lezzetli yemekleriyle bilinir. Gastronomi turlarında İrlanda'nın geleneksel pub yemeklerini ve yerel ürünlerini tecrübe etmek mümkündür.

İtalya'nın Toskana vadisine benzer şekilde ABD'deki Napa vadisi bölgedeki şarap endüstrisinin yükselişiyle birlikte, turistlerin sıkça ziyaret ettiği bir yer haline gelmiştir (Hunt, 2020: 3).

Gastronomi turları; yerel peynir üreticilerini ziyaret, atölyelerde peynir yapımlarına katılım, kırsal bölgelerde yer mantarı arayıcılığı, yerel pazarları ziyaretler, zeytinyağı tadımı ve zeytinyağı üreticilerini ziyaret, ünlü şeflerden yemek dersleri, smokehouse (tütsülenmiş et, balık, peynir, sebze ve hatta içeceklerin hazırlandığı mekanları veya bu tür yiyeceklerin hazırlandığı süreçleri ifade eder) gezileri, üzüm bağları ve bağ bozumu etkinlikleri, şarap tadımı ve şarap üreticilerini ziyaretler, yerel yiyecek ve içecek festivallerine katılım gibi aktivitelerden oluşmaktadır (Kesici, 2012: 35,36).

1.4. Türkiye’de Gastronomi Turizmi

Türk mutfağı dünyanın en zengin mutfaklarından biridir. Türkler Orta Asya’dan Balkanlara kadar geniş bir coğrafyada yaşamaktadır. Hem göçebeliği hem de yerleşik düzeni tecrübe etmiş olmaları nedeniyle Türkler çok katmanlı bir kültüre sahiptir. Bu kültürel zenginlik Türk mutfağına da yansımıştır (Aydoğdu, 2017: 15).

Türkiye’de gastronomi turizmi dendiğinde ilk akla gelen yöresel ürünler olmaktadır. Kendi yöresiyle özdeşleşmiş birçok lezzet bulunmaktadır. Bunlar coğrafi işarete sahip lezzetler olarak düşünülebilir. Türkiye’nin Batısından Doğusuna, Kuzeyinden Güneyine dağılmış olan bu lezzetlerin başlıcaları olarak Antep fıstığı, Erzincan tulum peyniri, Giresun tımbul fıncığı, Malatya kayısı, Kayseri pastırması, Çorum leblebisi, Ödemiş patatesi, Adana kebabı, İnegöl köftesi, Maraş dondurması, Ezine peyniri, Ayvalık zeytinyağı, Kalecik karası üzümü, Aydın inciri, Edirne beyazpeyniri, Antep baklavası, Antakya künefesi, Kırkağaç kavunu, Elâzığ öküzgözü üzümü, Şanlıurfa çiğ köftesi, Diyarbakır karpuzu, Afyon kaymağı, Edirne tava ciğeri gibi örnekler verilebilir (Bucak ve Aracı, 2013: 208).

Yöresel ürünler, bir bölgenin kültürel mirasını yansıtırlar ve destinasyonların benzersizliğini vurgulayarak turistlerin seyahat motivasyonlarını artırır. Yöresel ürünlerin gastronomi turizmine entegrasyonu, somut olmayan kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilir turizmin desteklenmesine katkı sağlar. Bu bağlamda, kadın kooperatifleri gibi yerel inisiyatifler, yöresel gastronomik ürünlerin üretilmesi ve pazarlanmasında önemli rol oynar. Örneğin, Niğde ili Yeşilburç Köyü’ndeki Dene Kadın Kooperatifi üyeleriyle yapılan bir araştırmada, kooperatif üyesi kadınların yöresel ürünlerin gastronomi turizmi çerçevesinde kullanılmasını destekledikleri tespit edilmiştir (Akmeşe vd., 2023: 218).

Turizmin tüm ülkeye ve yıla yayılabilmesi için gastronomi önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu bağlamda her yörenin öne çıkan bir gastronomik değeri kullanılarak ot festivalinden havuç festivaline kadar birçok şenlik ve festival düzenlenmektedir. Bu şenlik ve festivallerin bir kısmı belli bir ürünün hasat zamanı gözetilerek yapılabilmektedir. Denizli’nin Çal ve Bekilli ilçelerinde düzenlenen festivaller buna örnek olarak gösterilebilir. Eylül-Ekim ayları içerisinde Çal’da İsa Bey Bağbozumu Şenliği, Bekilli’de Bekilli Üzüm-Şarap-Pekmez-Sirke Kültür ve Sanat Festivali düzenlenmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: 209–212).

Türkiye’de düzenlenen gastronomi festivalleri genellikle yerel yemeklerin ve yöresel ürünlerin tanıtımına odaklanmaktadır. Bölgesel dağılım incelendiğinde, özellikle güney bölgelerinde bu tür festivallerin daha sık ve düzenli olarak gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Bahar ve yaz aylarında yoğunlaşan festivallerin bir kısmı süreklilik göstermemekte, bu da etkinliklerin uzun vadeli etkisini sınırlamaktadır. Ayrıca, bu festivallerin çoğunun öncelikli hedefinin yerel halkın katılımına ve ürünlerin satışına yönelik olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye’de gastronomi festivallerinin daha etkili olabilmesi için bu etkinliklerin sürekliliğinin sağlanması ve hedef kitleye yönelik tanıtım stratejilerinin daha doğru bir şekilde planlanması gerekmektedir (Erciyas ve Yılmaz, 2021: 101).

Destinasyon olarak bakıldığında Gaziantep, Hatay, Adana ve İstanbul'a gastronomi turizmi amaçlı turlar düzenlenmektedir. Bir destinasyonun gastronomi turizmi açısından gelişmesinde tarihi ve kültürel açıdan da zengin olması olumlu bir etkidir. Gastronomi turizmi amacıyla ön plana çıkan ilk üç bölgemizin Güney Doğu Anadolu, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri olduğu görülmektedir. Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin ve Diyarbakır gibi illerin gastronomi turizmi açısından cazibe merkezi durumunda olmasının Güney Doğu Anadolu Bölgesinin ilk sırada yer almasında etkili olduğu düşünülmektedir. Aynı araştırmaya göre Türkiye genelinde yerli turistlerin yaptıkları seçimler doğrultusunda gastronomi turizmi amacıyla ziyaret edilmek istenen illere bakıldığında ilk on ilin Gaziantep, Trabzon, Erzurum, İzmir, Hatay, Şanlıurfa, Konya, Kayseri, Adana, Muğla şeklinde sıralandığı görülmektedir. Yemek çeşitliliğimiz çok olmakla birlikte akla ilk gelen yiyecek ve içecekler, kebab, mantı, ayran, çay, baklava ve künefe şeklinde sıralanmaktadır. Tüm iller arasında Gastronomi turizmi açısından ziyaret edilmek istenen iller açısından Denizli'nin durumuna bakıldığında, Denizli 23. sırada yer almaktadır (Şengül, 2017: 382–384).

1.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı (UCCN: UNESCO Creative Cities Network)

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), 2004 yılında kültürel çeşitliliği ve sürdürülebilir kentsel gelişimi teşvik etmek amacıyla kurulmuştur. Bu ağ, şehirleri edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi, medya sanatları, mimari gibi sekiz yaratıcı alanda bir araya getirerek, bu alanlarda uluslararası iş birliğini

ve deneyim paylaşımını desteklemektedir. Dünya çapında 350 şehrin yer aldığı bu programda Türkiye’den 8 şehir bulunmaktadır (unesco.org.tr, 2024).

Tablo 1. Türkiye’nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’na Dahil Olan Şehirleri

Şehir	Kategori	Kabul Edildiği Yıl
Gaziantep	Gastronomi	2015
Hatay	Gastronomi	2017
İstanbul	Tasarım	2017
Kütahya	Zanaat ve Halk Sanatları	2017
Afyonkarahisar	Gastronomi	2019
Kırşehir	Müzik	2019
Bursa	Zanaat ve Halk Sanatları	2021
Şanlıurfa	Müzik	2023

Kaynak: UNESCO, 2024

Gastronomi alanında dünya genelinde 56 şehir bulunmaktadır. Gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olabilmek için şehirlerin belirli kriterleri karşılaması gerekmektedir. Bu kriterler arasında gelişmiş bir gastronomi kültürü, geleneksel restoranlar ve şeflerin varlığı, yerel malzemelerin kullanımı, geleneksel mutfak uygulamalarının korunması, gastronomi festivalleri ve ödülleri düzenleme geleneği, çevreye saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşviki bulunmaktadır (UNESCO, 2024). Türkiye’den üç şehir UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehirleri listesinde yer almakta olup, Gaziantep baklava ve kebablarıyla, Hatay tepsi kebabı ve künefesıyla, Afyonkarahisar kaymak, lokum ve sucuğuyla tanınmaktadır. (UNESCO, 2024). UNESCO Yaratıcı Şehirler Türkiye Ulusal Listesinde yer alan gastronomi kentleri Adana (2021), Balıkesir (2021), Diyarbakır (2021), Kayseri (2021), Konya (2021), Nevşehir (2023) ve Tokat’tır (2023) (unesco.org.tr, 2024).

1.6. Gastronomi Turizminin Bir Alt Türü Olarak Önoturizm

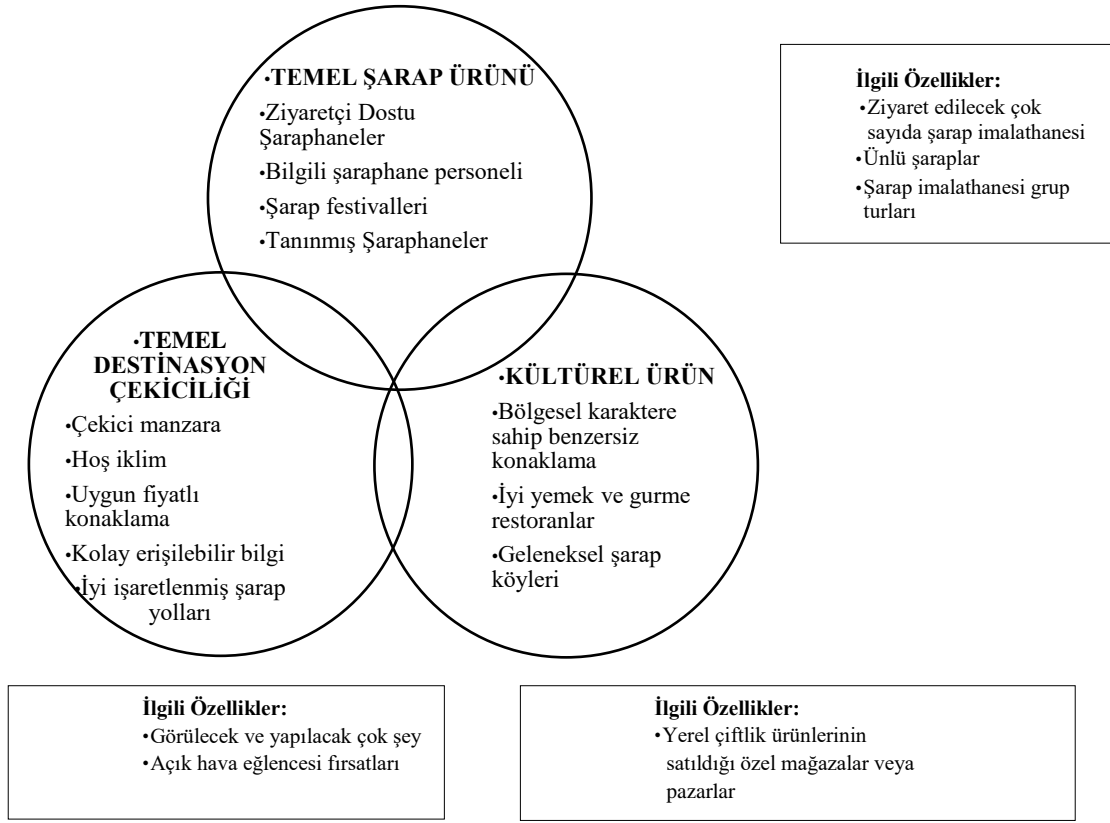
Etimolojik olarak bakıldığında öno, Antik Yunan dilinde oinos'tan (şarap) türetilmiş bir kelimedir ve şarapla ilgisi olan demektir (Altaş ve Cumhuriyet, 2021: 187). Dolayısıyla önoturizm dendiğinde şarapla ilgili turizm faaliyetleri akla gelmektedir. Kavram, uluslararası literatürde wine tourism olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'deki kaynaklarda önoturizm olarak ya da şarap ve bağ turizmi olarak bahsedilmektedir.

Önoturizm, üzüm bağlarının, şarap imalathanelerinin, şarap festivallerinin ve şarap fuarlarının ziyaret edildiği bir turizm türüdür. Bu ziyaretlerde asıl amaç, üzüm şarabı tadımı yapmak ve/veya üzüm şaraplarının üretildiği bölgenin özelliklerini deneyimlemektir (Anđelić vd., 2019: 1056). Şarap turizmi ve bağ rotaları bölgesel düzeyde ve aynı zamanda ülke çapında turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Şarap rotaları üzüm bağları boyunca uzanmakta olup, buna şaraphaneler de eşlik etmektedir (Yılmaz, 2020: 88).

Fransa, Avustralya, Yeni Zelanda gibi şarap üretiminde önde gelen ülkelerde şarap, bölgesel lezzetler ve turizm arasında sıkı bir ilişki olup, bu üç unsur, yarattıkları marka bilinirliği ile yerel ekonomilere katkıda bulunmakta, kültürel ve doğal değerlerin korunmasına yardımcı olmakta, kırsal kalkınmayı teşvik etmek için etkili bir araç olarak kullanılmaktadır (Hall vd., 2003: 25-59). Bağ yolları rotaları, turistlere şarap kültürü ile derin bir bağ kurma fırsatı sunmaktadır. Bu rotalar, sadece şarap tadımı değil, aynı zamanda bağcılık süreçlerinin öğrenilmesi, şarap yapımı atölyeleri ve yerel gastronomik deneyimlerle turistlere zengin içerikli bir program sunmaktadır (Getz ve Brown, 2006: 148, 155, 156).

Önoturizmin aynı zamanda bir kırsal turizm türü olarak da değerlendirilmesi mümkündür (Anđelić vd., 2019: 1056). Şarap imalathaneleri genellikle kırsal bölgelerde yer aldığından, şarap turizmi ve bağ rotaları bu bölgeleri ziyaret etmek ve keşfetmek için de bir fırsat sunmaktadır. Ziyaretçiler şarap tadımı ve üzüm bağları gezisinin yanı sıra kırsal hayatı deneyimleyebilir, doğal güzellikleri keşfedebilir ve yerel ürünler tadabilirler. Bu sayede kırsal bölgelerin ekonomik olarak kalkınmasına da katkı sağlanmış olur (Arfini vd., 2002: 1–17).

Şekil 1. Tüketici Perspektifinden Şarap Turizmi Deneyiminin Kritik Özellikleri



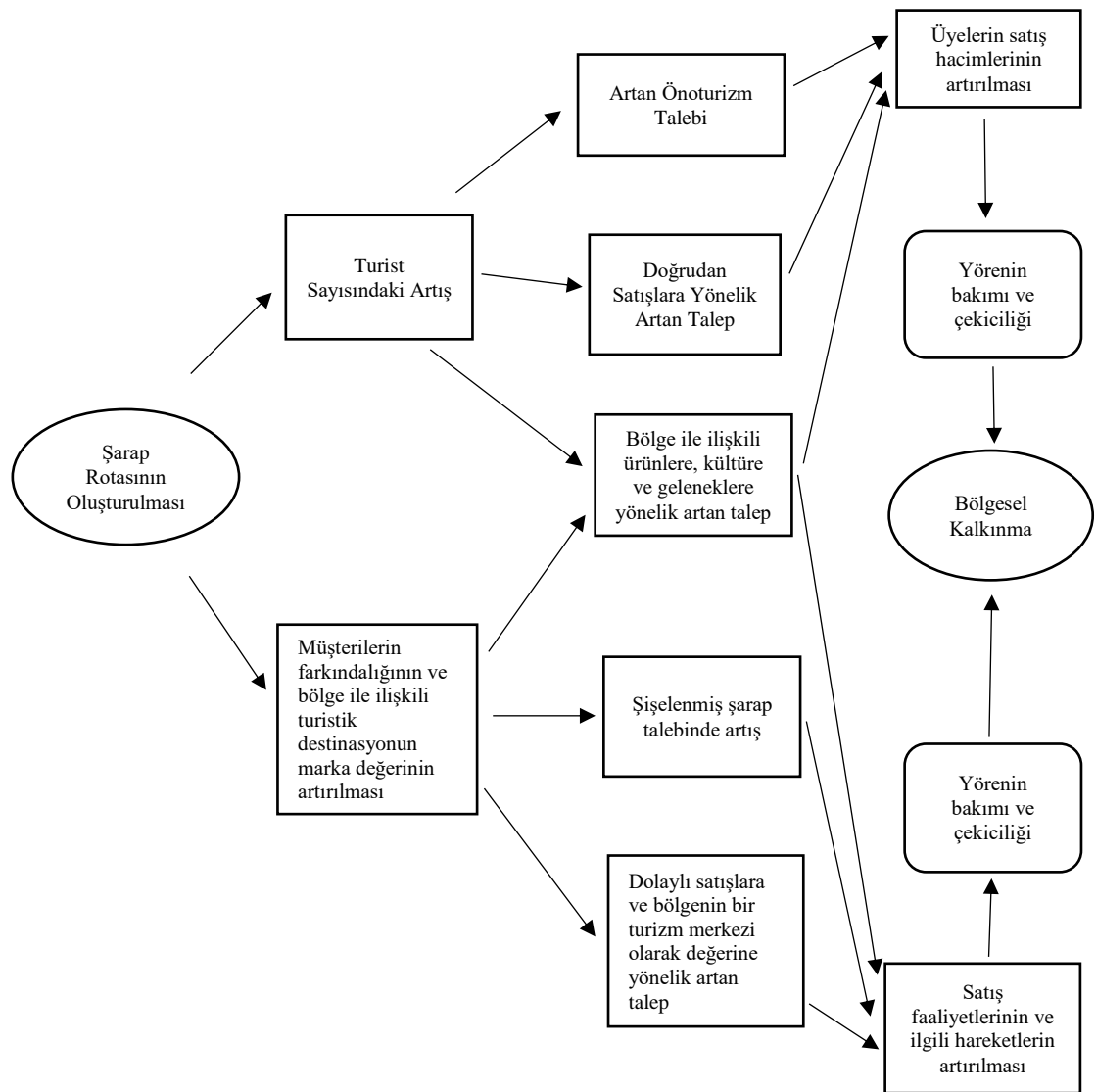
Kaynak: Getz ve Brown, 2006: 156

Şarap turizmi bağlamında şarap, yöresel kültür ve destinasyon arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Şarap tarafında ünlü şaraplar ile bunları üreten tanınmış ve ziyaretçi dostu şaraphaneler, bilgili şaraphane personeli ve şarap festivalleri bulunmaktadır. Ziyaret edilecek şarap imalathanelerinin sayıca çok olması bağ rotasına önemli katkı sağlamaktadır. Diğer önemli bir unsur da destinasyonun çekiciliğidir. Güzel manzaralar, hoş bir iklim, uygun fiyatlı konaklama imkanları, eğlenceli aktiviteler, görülecek yerlerin çokluğu destinasyonun çekiciliğini artıran faktörlerdir. Destinasyon içerisinde bilgiye kolay erişilebilmesi ve bağ rotalarının iyi işaretlenmiş olması önem arz etmektedir. Yörenin benzersiz bir kültüre sahip olması sac ayağını oluşturan diğer bir unsurdur. Konaklama yapılan yerlerin bölgenin kültürünü yansıtmaları, kaliteli restoranlarda yöresel lezzetlere yer verilmesi, köylerin geleneksel bir ortam sunmaları, otantik ürünlerin satıldığı mağaza ve pazarların bulunması yöresel kültüre vurgu yapılmasını sağlamaktadır.

Önoturizm ve bağ yolu rotaları, bir taraftan turizmde farklı bir deneyim arayan gezginler için benzersiz fırsatlar sunarken diğer taraftan hem bölgesel kalkınmayı hem de

turizmde çeşitliliği artırmaktadır (Vos, 2019: 130,131). Bağ yolu rotalarının oluşturulması, devlet kurumları, yerel birlikler ve özel teşebbüs arasında ortak hareket etmenin en iyi yollarından biri olup, yerel halkın projeye kolayca özdeşleşmesini sağlamaktadır. Bu tür rotalar aynı zamanda kendi bölgelerinde büyük bir işveren olan şarap üretim endüstrisine de dinamizm katmakta ve onları teşvik etmektedir (Correia ve Brito, 2016: 33).

Şekil 2. Şarap Rotalarının Etkisi



Kaynak: Correia ve Brito, 2016: 35

Şarap rotaları, bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir. Şarap rotasının oluşturulması turistik destinasyonun farkındalığının artmasını ve yöreye turist çekilmesini sağlamaktadır. Yörenin bilinirliğinin ve turist sayısının artması yöredeki turistik faaliyetleri uyararak bölgenin şarap ve yöresel ürünlerine yönelik talep

yaratmaktadır. Artan talebe paralel olarak doğrudan ve dolaylı satışlar da bu durumdan olumlu yönde etkilenmektedir. Artan talep ve satışlara bağlı olarak yöreye yapılan yatırımların artmasının bölgenin kalkınmasına etki etmesi beklenmektedir. Yatırımlar yapılırken çevrenin ve kültürün muhafaza edilmesine, doğanın tahrip edilmemesine özen gösterilmesi gerekmektedir. Şarap rotası bu şekilde çalışmaya başlayıp gelişmesiyle birlikte kalkınmanın motoru haline gelmektedir. Kalkınmanın itici gücü olarak görülmeye başlandıktan sonra şarap rotasının, üyeleri, üye olmayanlar, turistler ve diğer ilgili aktörler tarafından bölgenin sözcülüğünü yaptığı kabul edilmektedir (Correia ve Brito, 2016: 36).

Şarap turizmi, ekonomik büyüme, kültürel mirasın muhafazası ve çevrenin korunmasını bir araya getiren çok yönlü bir yaklaşım sunarak sürdürülebilir kırsal kalkınmanın desteklenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Çeşitli vaka çalışmaları ve literatür taramaları incelendiğinde, şarap turizminin dünya genelindeki şarap üretim bölgelerinde sosyo-ekonomik ilerlemeyi teşvik etmede etkili bir araç olduğu görülmektedir (Milićević vd., 2024: 425).

1.7. Toplum Temelli Turizm

Turizm destinasyonları için sürdürülebilir kalkınma önemli bir konu haline geldikçe sosyal, çevresel ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması için alternatif modeller gelişmeye başlamış ve böylelikle toplum temelli turizm modeli ortaya çıkmıştır. Toplum temelli turizm (TTT), tüm süreçlerde toplumsal katılıma odaklanan alternatif bir turizm gelişim biçimidir. Bu hareket, yerel halkın ekonomik fayda sağlayarak turizme katıldığı, yerel toplumların turistik ürün üreterek sosyal, çevresel ve ekonomik ihtiyaçlarının karşılandığı bir kalkınma aracıdır. Toplum temelli bu yaklaşım yerel halkın turizmden daha adil bir fayda elde etmesi gerektiğini savunmaktadır. (Yordam ve Düşmezkalender, 2019: 1213).

TTT başarılı bir şekilde uygulanabildiğinde aşağıda belirtilen faydaları sağlayabilecektir (Tasci vd., 2013: 16, 17):

- Artan yerel gelir ve istihdam ile birlikte yoksulluğu azaltıcı etki yapabilir.
- Yerel düzeydeki kalkınma girişimlerine yönelik kaynak akışı artabilir.
- Ekonomik çeşitliliğinin sağlanmasına, ekonominin birkaç sektöre bağımlı olmaktan kurtarılmasına katkıda bulunabilir.
- Mevcut ürün ve hizmetler için yeni pazarlama ve satış kanalları açabilir.

- Yerel yaşam kalitesini yükseltebilir.
- Dışarıya göç verilmesini azaltabilir.
- Yörenin genel görünümünün iyileştirilmesini sağlayabilir.
- Kültürel değişim yoluyla kültürler arası ve kültürler içi ilişkileri ve bağlantıları geliştirebilir.
- Yöre halkına yerel doğal kaynakların korunması bilincini aşılabilir.

Kırsal yörelerde halk genellikle kısıtlı ekonomik imkânlarla sahiptir. Bu nedenle TTT’de başarılı olabilmek için yerel halkın finansman imkânlarına erişimini sağlamak gerekmektedir. Projenin devamında toplumsal sürdürülebilirliğin uzun vadeli olması için ek gelir oluşturulması ve yerel halkın finansal beceriye sahip olması önem arz etmektedir (Sayın, 2023: 6).

TTT çerçevesinde az gelişmiş ve kırsal yörelerin ekonomilerine katkı sağlayabilecek uygulamalar geliştirilmektedir. Bu hareketin merkezinde, geleneksel ve tarihi köklere sahip bir ürünün yöreye turistik bir değer katması veya mevcut turistik potansiyeli harekete geçirmesi bulunmaktadır. Bu kapsamda özellikle kadın istihdamının artırılmasına, kadının emeğinin karşılığını bulmasına ve kadının ekonomik süreçlere dâhil edilerek gelir elde etmesine yönelik projeler de mevcuttur. Örneğin, Bursa’nın Nilüfer ilçesine bağlı Misi Köyü’nde 2013 yılında başlatılan proje, geleneksel ipek üretimini merkeze alarak TTT modeli ile kadın emeğini değerlendirmek ve kadın istihdamını arttırmak için oluşturulmuştur. Proje sayesinde turistik hareketliliğin artması, restoran işletmeciliği gibi yeni faaliyet alanları da oluşturmuştur (Karacaoğlu vd., 2016: 108, 109, 114). Misi Köyü hakkında Tripadvisor’da (Dünya genelinde turizm ve konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve destinasyonlar hakkında kullanıcı yorumları, puanlamalar ve tavsiyeler sunan bir çevrimiçi platformdur.) yapılan yorumlara bakıldığında, olumsuz yorumların 2019 yılından itibaren arttığı görülmektedir. Başlıca şikâyet konularını, fiyatların yüksekliği, derenin kirliliği, hizmet kalitesinin yetersizliği, köyün ve tesislerin bakımsızlığı oluşturmaktadır (Tripadvisor, 2025). Bu çerçeveden değerlendirildiğinde, elde edilen kazanımların uzun vadeli olmasını sağlamak açısından proje uygulanan yörelerde, üzerinden zaman geçtikten sonra da projenin temel prensiplerinden uzaklaşılması gerekmektedir (Aydın, 2024: 531).

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE BAĞCILIK VE ŞARAP

Önoturizmin ve bağ rotalarının hammaddesi bağcılık ve şaraptır. Bu nedenle aşağıda dünyada ve Türkiye'de bağcılık ve şarap hakkında bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Üzümün Tarihsel Gelişimi

En eski asma yaprağı fosilinin yaşı 140 milyon yıl öncesine dayanmaktadır. Genç Tersiyer döneminde günümüzden yaklaşık 30 milyon yıl önce Avrupa'nın birçok yerine yayılmış durumdadır. Hatta İngiltere, İrlanda, Grönland, Alaska, Kuzey Amerika ve Japonya'da da bulunduğu bildirilmektedir. Tersiyer devrinden sonra ve günümüzden yaklaşık bir milyon yıl önce buzul devri başlamıştır. Bunun etkisiyle asma Orta Avrupa'dan Akdeniz bölgesine doğru çekilmiştir. Buzul dönemi bittikten sonra başlayan sıcak dönemde asma tekrar kuzeye doğru yayılımını genişletmiş ve günümüzdeki yayılım alanları bu dönemde gerçekleşmiştir. Buzul dönemin bitip sıcak dönemin başlaması yaklaşık 10.000 yıl öncesine rastlamaktadır (Ağaoğlu, 1999: 1).

İlk olarak MÖ 10 bin yıllarında Kafkasya'da Ermenistan ve Gürcistan'dan çıktığına inanılan asma türü *Vitis caucasica* olarak adlandırılmıştır (Güner, 2023: 21). Çayönü'nde bulunan 9.000 yıl önceye ait *Vitis vinifera* kalıntıları Anadolu'da üzümün mevcudiyetine ve insanlar tarafından tüketildiğine işaret etmektedir (Kocaadam ve Acar-Tek, 2016: 275). Arkeolojik bulgulara göre *Vitis vinifera*'nın atası *Vitis sylvestris* Trans-Kafkasya (Doğu Anadolu, Gürcistan, Ermenistan ve İran'ın bir kısmını içine alan bölge), Toros ve Zagros Dağları'ndan Akdeniz Havzası ve Avrupa'ya yayılmıştır (Çolakoğlu, 2024: 19).

Binlerce yıl içerisinde mutasyon geçiren ve insanların müdahalelerine maruz kalan asma nihayetinde *Vitis vinifera*'ya evrilerek, Avrupa, Asya ve Amerika'da birçok yere yayılmıştır. Anadolu 1.000'den fazla üzüm çeşidinin gen merkezidir. Asma Kuzey Afrika ve Avrupa'ya Anadolu'dan geçmiştir. Şarap yapımında en çok kullanılan *Vitis vinifera*'nın günümüzde dünya yüzeyine yayılmış 20.000 kadar çeşidinin olduğundan bahsedilmektedir (Anlı, 2010: 15).

Tablo 2. Asma Bitkisinin Kronolojik Gelişimi

140 milyon yıl önce	30 milyon yıl önce	1 milyon yıl önce	MÖ 10000	MÖ 7000
Asma yaprağı fosilinin izlerine rastlandı.	Asma bitkisi Avrupa'nın birçok yerine yayıldı.	Buzul devri ile birlikte asma Orta Avrupa'dan Akdeniz bölgesine doğru çekilmiştir.	Kafkasya'da ilk üzüm türü <i>Vitis caucasica</i> ortaya çıktı.	Anadolu'da Çayönü'nde <i>Vitis vinifera</i> 'ya rastlandı.

2.2. Türkiye'nin Üzüm Üretimi ve Dünyadaki Yeri

Kültür asması *Vitis vinifera* bir ılıman iklim kuşağı bitkisi olup, en ideal yetişme alanları 30° ile 40° kuzey ve güney enlemleri arasındadır. Ancak bağıcılık günümüzde dünyada Kuzey Yarımküre'de 11° ile 53° kuzey enlemleri ve Güney Yarımküre'de 20° ile 40° güney enlemleri arasında yayılmıştır (Ağaoğlu, 1999: 29). Bununla birlikte şaraplık üzüm Güney ve Kuzey Yarımkürelerde 30. ile 50. enlemler arasında en ideal yetişme koşullarına sahiptir (Decanter.com 2024). Türkiye 36°-42° kuzey paralelleri arasında yer aldığından şaraplık üzüm yetiştirmek açısından çok uygun bir coğrafyada bulunmaktadır.

Üzümün birçok türüne ev sahipliği yapan Anadolu üzüm üretimine ayrılan alan açısından dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir. 2021 yılında dünyada üzüm yetiştirilen alanların büyüklüğü 6,7 milyon ha'dır. Yaklaşık 9.400.000 futbol sahası kadar bir alan dünyada üzüm üretimine ayrılmış durumdadır.

Tablo 3. Dünya Üzüm Verileri (1.000 ton)

	2017	2018	2019	2020	2021
Alan (1.000 ha)	6.837	6.873	6.912	6.924	6.729
Verim (ton/da)	1.076	1.164	1.115	1.112	1.093
Üretim	73.549	80.016	77.087	76.997	73.524
Yaş üzüm ithalatı	4.565	4.529	-	4.609	4.865
Yaş üzüm ihracatı	4.792	4.695	4.731	4.826	5.450
Kuru üzüm ithalatı	877	899	874	851	887
Kuru üzüm ihracatı	874	912	907	937	931
Kuru üzüm ihracat fiyatı (\$/kg)	1,79	1,98	2,13	1,92	1,86

Kaynak: T.C. Tarım Orman Bakanlığı Üzüm Raporu, Haziran 2023

Dünya üzüm verilerine göre dünyadaki bağ alanları 2021 yılında bir önceki yıla göre %2,82 azalarak, 2017 yılındaki bağ alanlarının gerisine düşmüştür. 2021 yılında

küçülen bağ alanlarının yanında düşen verimin de etkisiyle dünya üzüm üretimi bir önceki yıla göre %4,5 azalarak 73,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

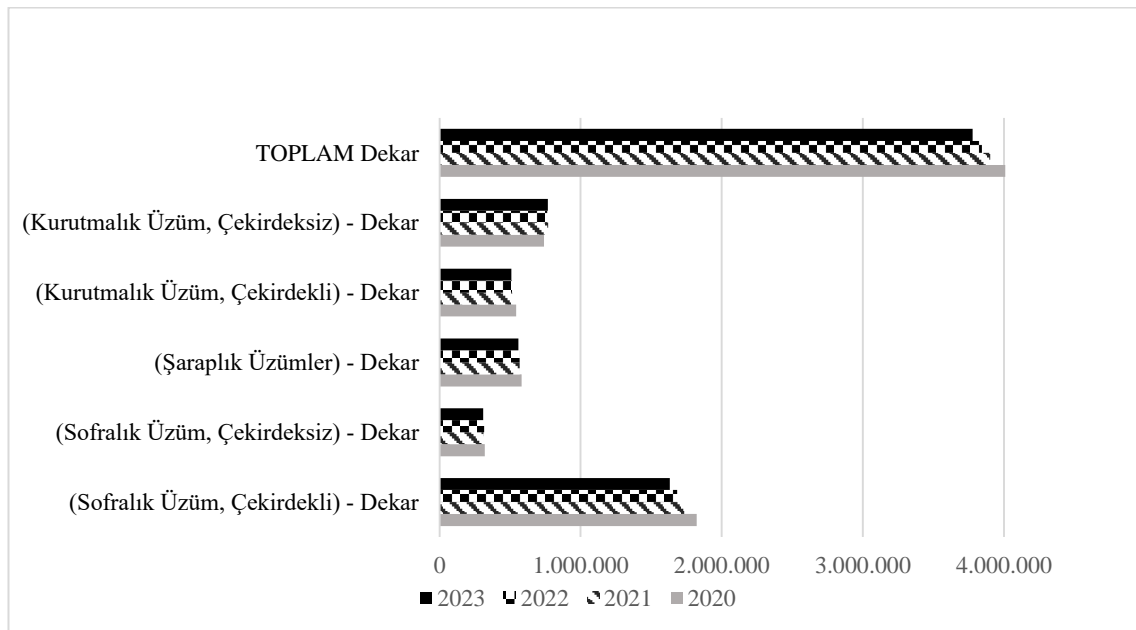
Tablo 4. Türkiye'nin Üzüm Üretim Alanlarının Yıllar İtibariyle Seyri

	2020	2021	2022	2023
(Sofralık Üzüm, Çekirdekli) - Dekar	1.821.889	1.735.069	1.685.258	1.632.727
(Sofralık Üzüm, Çekirdeksiz) - Dekar	320.602	312.411	315.469	309.838
(Şaraplık Üzümler) - Dekar	582.865	568.599	567.731	559.034
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdekli) - Dekar	543.209	516.433	512.618	509.089
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdeksiz) - Dekar	741.414	769.699	764.289	767.794
TOPLAM Dekar	4.009.979	3.902.211	3.845.365	3.778.482

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

2019 yılı verilerine göre dünyanın önde gelen üzüm üretim sahalarına sahip ülkelerin başında Fransa, İspanya, Çin, İtalya ve Türkiye gelmektedir (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Üzüm Raporu, Ocak 2021). Türkiye 2021 yılında 3.902.211 dekar üzüm üretim sahasına sahiptir (TÜİK, 2024). 2021 yılındaki dünya üzüm üretim alanları ile kıyasladığımızda dünya üzüm üretim alanlarının %5,8'lik kısmının Türkiye'de olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'nin üzüm üretim alanları her yıl düzenli bir şekilde azalmaktadır. 2015 yılında 4.620.000 dekar olan üzüm üretim sahaları, 2020 yılında 4.009.979 dekara, 2023 yılına gelindiğinde 3.778.482 dekara kadar gerilemiştir. Genel gerileme içerisinde 2023 yılında çekirdeksiz kuru üzüm yetiştirilen alanlarda önceki yıla göre %0,46'lık bir artış olduğu görülmektedir. Türkiye'nin bağ alanlarındaki küçülme aşağıdaki grafikte de görülmektedir.

Şekil 3. Türkiye'nin Üzüm Üretim Alanları



Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Bağ alanları açısından illere göre bakıldığında Manisa, Mardin ve Denizli ilk sıralarda yer almaktadır. Her bitkinin kendine has özellikleri vardır. Bu nedenle üzümü yılın 270 günü yağmur alan Karadeniz’de ya da gündüz sıcaklıkları çok yüksek olan Adana’da yetiştirmek zor olmakla birlikte gece gündüz sıcaklık farkı yüksek, denizden yüksekliği 830 ile 900 metre arasında olan Denizli’nin Çal, Bekilli, Güney gibi ilçeleri coğrafi açıdan şaraplık üzüm yetiştirmek için ideal koşullara sahiptir. Denizli'nin Çal ilçesinde yer alan Bakır Çağından bu yana yerleşim olduğu düşünülen Aşağıseyit Höyüğü'ndeki kazılarda, 3.500 yıllık olduğu değerlendirilen üzüm çekirdeği kalıntısının tespit edildiği (trthaber.com, 2023) dikkate alındığında Denizli ve çevresinde bağcılığın mazisinin çok eskiye gittiği düşünülebilir.

Türkiye’nin ve Ege Bölgesinin iki önemli üzüm üreticisi illeri Denizli ve Manisa’dır. Bu iki ilin üzüm üretimiyle ilgili olarak hangi alanlarda birbirlerine üstünlük sağladıklarının anlaşılması açısından aşağıdaki tabloda Denizli ve Manisa illeri karşılaştırılmıştır.

Tablo 5. Denizli ve Manisa İllerinin Üzüm Üretim Alanları

	2020		2021		2022		2023	
	Denizli	Manisa	Denizli	Manisa	Denizli	Manisa	Denizli	Manisa
(Sofralık Üzüm, Çekirdekli) - Dekar	65.744	34.902	56.000	34.520	47.863	36.169	45.582	36.711
(Sofralık Üzüm, Çekirdeksiz) - Dekar	107.242	163.548	93.932	173.250	95.851	174.881	95.502	170.181
(Şaraplık Üzümler) - Dekar	92.953	6.440	100.570	6.390	103.039	6.391	100.002	6.390
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdekli) - Dekar	28.033	390	23.403	390	20.479	389	17.110	389
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdeksiz) - Dekar	62.798	628.573	67.706	644.369	57.511	648.666	53.851	657.716

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Tabloda da görüldüğü gibi Manisa çekirdeksiz sofralık ve kurutmalık üzüm, Denizli şaraplık, çekirdekli sofralık ve kurutmalık üzüm alanlarında ön plana çıkmaktadır. Genel olarak bakıldığında Denizli’nin çekirdekli, Manisa’nın ise çekirdeksiz üzüm çeşitlerine daha fazla alan ayırdığı dikkati çekmektedir. Denizli’nin çekirdekli ve çekirdeksiz kurutmalık üzüm ile sofralık üzüm alanları yıldan yıla küçülmektedir.

Türkiye’nin yıllar itibariyle üzüm üretim miktarlarına ilişkin verilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 6. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Üzüm Üretim Verileri

(1.000 ton)	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Alan (bin da)	4.170	4.054	4.010	3.902	3.845
Verim (kg/da)	943	1.011	1.050	941	1.083
Üretim	4.200	3.933	4.100	4.208	3.670
Tüketim	2.186	2.181	2.363	2.468	1.814
Stok değişimi	39	-20	-19	-12	34
İthalat	9	131	11	146	124
İhracat	1.397	1.339	1.197	1.261	1.384

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Üzüm Raporu, Haziran 2023

2021/2022 döneminde verimde artış sağlanmasına rağmen bağ alanlarındaki küçülmenin etkisiyle toplam üzüm üretiminde önceki döneme göre %12,6'lık bir gerileme olduğu görülmektedir.

Üzümün kullanım amacına göre yapılan ayrıma göre üzüm üretim miktarlarına da aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 7. Türkiye'nin Toplam Üzüm Üretiminin Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı

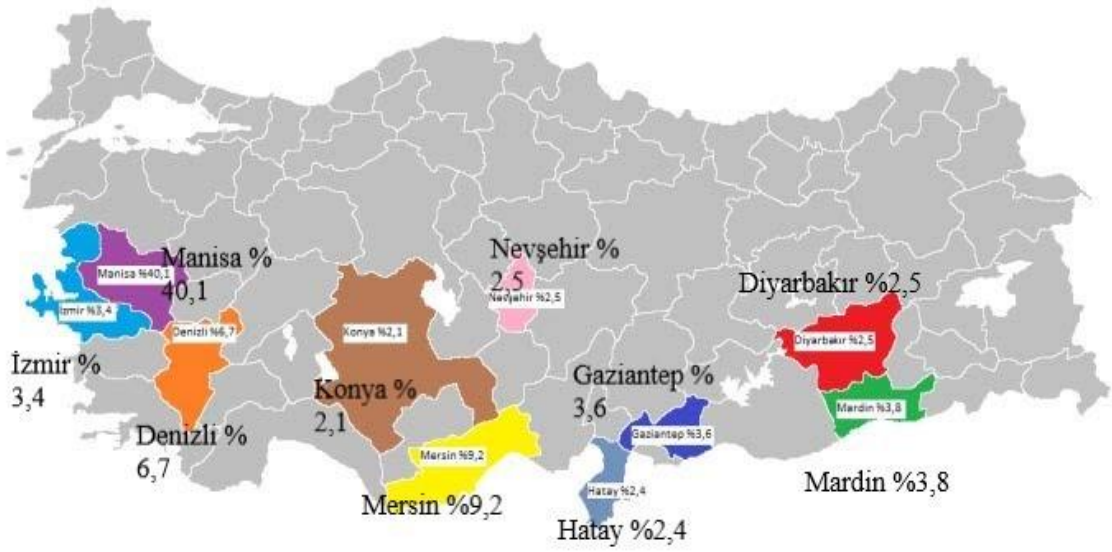
	2020	2021	2022	2023
(Sofralık Üzüm, Çekirdekli) - Ton	1.614.332	1.434.010	1.543.359	1.376.067
(Sofralık Üzüm, Çekirdeksiz) - Ton	603.724	422.919	556.500	422.983
(Şaraplık Üzümler) - Ton	456.353	382.911	383.333	296.606
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdekli) - Ton	346.360	303.856	347.525	322.603
(Kurutmalık Üzüm, Çekirdeksiz) - Ton	1.188.139	1.126.304	1.334.283	981.741
TOPLAM Ton	4.208.908	3.670.000	4.165.000	3.400.000

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

2022 ile 2023 yılını karşılaştığımızda toplam üzüm rekoltesinin %18'lik bir düşüşle 4.165.000 tondan 3.400.000 tona gerilediği ve gerilemenin %26'lık düşüşle daha çok çekirdeksiz kurutmalık üzüm çeşidinde meydana geldiği görülmektedir. 2023 yılında şaraplık üzüm rekoltesinde de %23'lük bir düşüş meydana gelmiş ve şaraplık üzüm rekoltesi 296.606 ton olarak gerçekleşmiştir. Toplam sofralık üzüm üretimi 2022 yılında 2.099.859 ton iken 2023 yılında %14 azalarak 1.799.050 tona gerilemiştir.

2022 yılında gerçekleşen üzüm üretim miktarlarına göre üzüm üretiminin iller arasındaki dağılımına aşağıdaki şekilde yer verilmiştir.

Şekil 4. 2022 Yılı Üzüm Üretiminin İllere Göre Dağılımı



Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Üzüm Raporu, Haziran 2023

2022 yılı üzüm üretiminde ilk üç il Manisa (%40,07), Mersin (%9,20) ve Denizli (%6,65) olarak sıralanmaktadır. 2022 ve 2023 yılında gerçekleşen üzüm üretiminin illere göre dağılımına ve bu illerin üretimden aldıkları paya aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

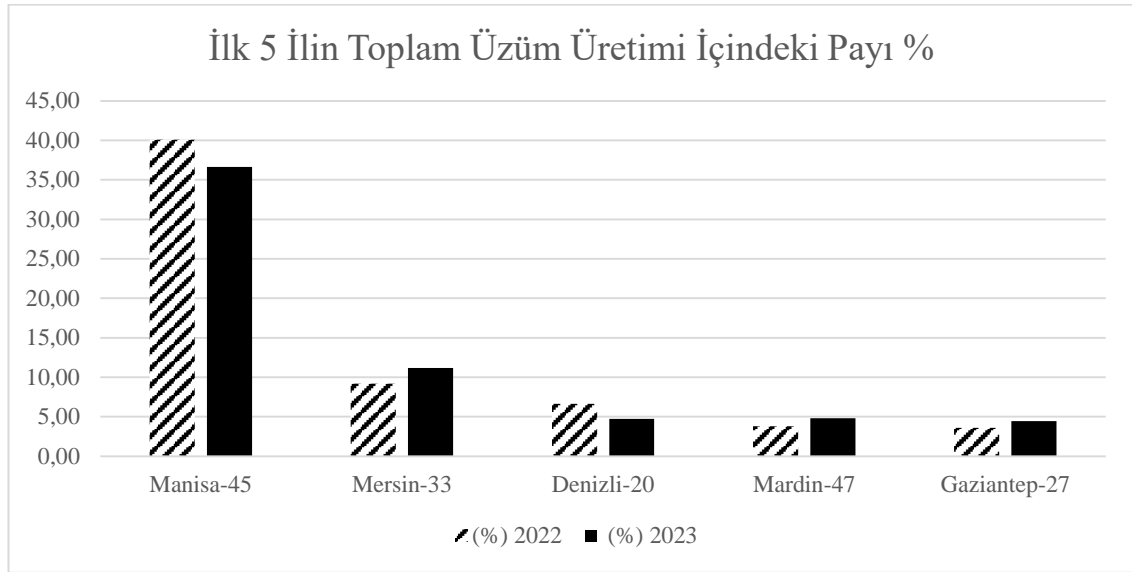
Tablo 8. İllere Göre Toplam Üzüm Üretimi ve Yüzdesele Dağılımı

	(%) 2022	(%) 2023	(ton) 2022	(ton) 2023
Manisa-45	40,07	36,64	1.668.825	1.245.814
Mersin-33	9,20	11,17	383.309	379.938
Denizli-20	6,65	4,73	277.066	160.666
Mardin-47	3,79	4,83	157.986	164.088
Gaziantep-27	3,62	4,46	150.677	151.728
İzmir-35	3,37	2,68	140.567	90.983
Nevşehir-50	2,49	3,27	103.645	111.306
Diyarbakır-21	2,45	2,90	102.199	98.748
Hatay-31	2,37	2,96	98.646	100.674
Konya-42	2,09	2,78	87.006	94.360

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Toplam üzüm üretiminin iller arasında 2023 dağılımına baktığımızda Denizli'nin bir sıra gerileyerek Mardin'in gerisine düştüğü görülmektedir. 2023 yılında Manisa'nın toplam üretimi 2022 yılındaki 1.668.825 tondan, 1.245.814 tona, Denizli'nin ise 277.066 tondan 160.666 tona gerilemiştir. İzmir'in üretiminin de aynı dönemde 140.567 tondan 90.983 tona gerilediği ve Türkiye'nin geri kalanında fazla bir üretim kaybının olmadığı, hatta yer yer üretim artışlarının olduğu dikkati çekmektedir. Mardin, Gaziantep, Nevşehir, Hatay ve Konya'da üzüm üretimi artmıştır.

Şekil 5. Üzüm Üretiminde Türkiye'nin Önde Gelen İlk Beş İli



Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Toplam üzüm üretiminde Türkiye'nin önde gelen şehirleri Manisa, Mersin, Denizli, Mardin ve Gaziantep olarak sıralanmaktadır.

2012-2021 yılları arası üzüm sektörü ile ilgili olarak yapılan çalışmada da yıllar itibariyle hem üzüm üretim sahalarının hem de üzüm üretim miktarlarının azalış trendinde olduğu, çekirdekli üzümdeki azalmanın çekirdeksiz türe göre daha fazla olduğu, bunda tüketici tercihlerinin rol oynamış olabileceği, diğer taraftan modern bağcılık tekniklerinin kullanılmasıyla sağlanacak verim ve kalite artışının bu azalış trendinin önüne geçebileceği belirtilmektedir (Sümbül ve Yıldız, 2022: 21). Dünyada gerçekleşen dekar başına verimle karşılaştırıldığında bu konuda Türkiye'nin gelişme kaydetmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Fakat ne üretim sahalarındaki düşüş ne de verimin dünya ortalamasının altında olması 2023 yılındaki dramatik düşüşü tek başına açıklayamamaktadır. 2023 yılı iklim koşulları söz konusu üretim düşüşüyle yakından ilgilidir.

Dünyada da 2023 üretim bakımından iyi geçmemiştir. İtalya ve İspanya, mildiyö [Bağ mildiyö (Plasmopara viticola), asmanın tüm yeşil kısımlarında görülebilen, yaprakları, sürgünleri, çiçek salkımlarını ve tanelerini kaplayarak asmayı kurutacak kadar zarar verebilen bir mantar türüdür (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2024).] ve kuraklığa yol açan olumsuz hava koşulları nedeniyle 2022 yılına göre önemli bir düşüş kaydetmiştir. Avustralya, Arjantin, Şili, Güney Afrika ve Brezilya olumsuz hava

koşullarından büyük ölçüde etkilenmiştir (International Organisation of Vine and Wine, 2023).

2023 yılında meydana gelen don, dolu ve aşırı yağışlar üretime ciddi hasar verdiği gibi, bu olumsuz koşullar bağlarda mantar kaynaklı mildiyö hastalığının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Özellikle üzüm üretiminin en fazla olduğu Manisa Saruhanlı, Ahmetli, Salihli'den Sarıgöl'e kadar olan bölgede ve Denizli'de büyük zarar meydana gelmiş olup, bazı bağlardan hiç ürün alınamamıştır. Söz konusu hastalığın etkisiyle önümüzdeki 2-3 yıl verimin düşük olması beklenmektedir (tarimdunyasi.net, 2023).

2024 yılında Manisa'da meydana gelen dolu felaketi mildiyö hastalığının üzerine durumu daha da olumsuz yönde etkilemiştir. 28 dönümlük tarladan normal şartlarda 16-17 ton üzüm beklenirken, ancak yüzde 10'u düzeyinde ürünün hasat edilebileceği ifade edilmiştir (Cumhuriyet, 2024).

2023 yılında Manisa'nın toplam üretimi 2022 yılındaki 1.668.825 tondan, 1.245.814 tona, Denizli'nin ise 277.066 tondan 160.666 tona gerilemiştir. İzmir'in üretiminin de aynı dönemde 140.567 tondan 90.983 tona gerilediği ve Türkiye'nin geri kalanında fazla bir üretim kaybının olmadığı, hatta yer yer üretim artışlarının olduğu dikkate alındığında olumsuz iklim koşullarından özellikle Ege Bölgesinin olumsuz etkilendiği anlaşılmaktadır.

Meydana gelen bu olumsuzluklar Denizli'nin şaraplık üzüm üretiminin gerilemesine neden olmuştur. 2022 yılındaki 61.953 tonluk şaraplık üzüm üretimine karşın, 2023 yılı üretimi sadece 27.506 ton olmuştur. Aşağıdaki tabloda şaraplık üzüm üreticisi illere ve bu illerin üretimden aldığı paya yer verilmiştir.

Tablo 9. Türkiye'nin Şaraplık Üzüm Üreticisi Başlıca İlleri (2023 üretimi büyükten küçüğe sıralanmıştır.)

Ton / %	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Nevşehir	42.623	38.076	42.359	46.782	9,34	9,94	11,05	15,77
Elâzığ	39.504	29.247	32.397	30.484	8,66	7,64	8,45	10,28
Denizli	74.832	84.523	61.953	27.506	16,40	22,07	16,16	9,27
Çanakkale	27.999	24.574	28.504	26.046	6,14	6,42	7,44	8,78
Mardin	23.585	20.422	19.554	23.253	5,17	5,33	5,10	7,84
Tekirdağ	22.530	20.534	22.688	20.966	4,94	5,36	5,92	7,07
Kilis	56.292	31.954	31.724	17.487	12,34	8,35	8,28	5,90
Mersin	20.693	18.564	16.546	16.362	4,53	4,85	4,32	5,52
Tokat	50.048	39.783	44.647	13.645	10,97	10,39	11,65	4,60
İzmir	22.060	16.143	18.734	11.358	4,83	4,22	4,89	3,83
Diyarbakır	11.538	9.444	10.294	10.935	2,53	2,47	2,69	3,69

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim tarihi 01.04.2024)

2020-2022 boyunca şaraplık üzüm üretiminde Denizli'nin sahip olduğu liderliği, 2023 yılında Nevşehir'in devraldığı görülmektedir. Tabloda Nevşehir'in şaraplık üzüm üretiminin istikrarlı bir şekilde artmakta olduğu, Denizli'nin ise şaraplık üzüm üretiminin her yıl azalmakta olduğu, 2023 yılındaki üretim miktarı 2021 yılı ile kıyaslandığında üretimdeki %67'lik düşüş dikkati çekmektedir. Denizli'den başka Kilis, Tokat ve İzmir'deki üretim düşüşleri de bu illerin üretimden aldıkları payın gerilemesine neden olmuştur. Nevşehir'in yanında Mardin ve Diyarbakır'da da üretim artışları meydana gelmiştir.

Hastalıklar ve olumsuz hava koşulları bağıcılığı etkileyen faktörler olmakla birlikte küresel iklim değişikliği de bağıcılık alanlarında ve coğrafyasında birtakım değişikliklere yol açmaktadır.

2.3. Küresel İklim Değişikliği ve Bağcılık

Giderek daha fazla yaşadığımız küresel iklim değişikliği, üzüm üretimi ve kalitesi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. İklim değişikliği, sıcaklıktaki artışlar ve yağışlardaki azalmalarla birlikte, kırılgan ve sulamaya dayalı olan Akdeniz tarımı üzerinde önemli bir etkiye sahip olacaktır (Soltekin vd., 2021: 458).

Sıcaklıklar artmaya devam ettikçe, bağ alanlarında kuzey ve güney kutup bölgelerine doğru enlemsel bir kayma olacağı ve bağıcılık coğrafyasında önemli bir değişiklik meydana geleceği tahmin edilmektedir. Kuzey Yarım Küre'de bağıcılık için uygun alanların kutup bölgelerine doğru artması, Güney Yarım Küre'de ise arazi yetersizliği nedeniyle bağ alanlarının azalması beklenmektedir (Soltekin vd., 2021: 460).

Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdeniz Havzası'nda özellikle sıcaklık artışı ve yağış miktarlarındaki azalış şeklinde karşımıza çıkacak olan iklimsel değişikliklerin daha belirgin olması beklenmektedir. Bu kapsamda bağ alanları, verimi, üzümün kalitesi, üzüm tane kompozisyonu vb. birçok parametrenin değişik oranlarda etkilenmesi kaçınılmazdır. Öte yandan don, dolu, sel, taşkın, fırtına gibi zaman zaman yaşamakta olduğumuz ekstrem hava olaylarının daha sık yaşanacağı tahmin edilmektedir (Soltekin vd., 2021: 464).

Hava sıcaklığının artması nedeniyle meydana gelen su kıtlığına ve kışların daha sıcak geçmesine bağlı olarak İspanya, İtalya ve Yunanistan'da bağıcılık faaliyetleri olumsuz etkilenirken, ortalama 2 santigrat ısınan İsveç'te bağıcılık sezonu 20 gün daha uzayarak üretilen şarap miktarı artmaya başlamıştır (Independent Türkçe, 2023).

Bu hususlar ışığında, Türkiye'nin iklim değişikliğine karşı kırılganlığının daha iyi anlaşılması ve tarımsal faaliyetlerinin uyum kabiliyetinin en üst düzeye çıkarılması acil bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır (Jones ve Alves, 2012: 403).

Bağ alanlarına ayrılacak arazinin belirlenmesinde tarımsal arz talep dengesi de önemli bir rol oynamaktadır. Dünya'da alkollü içeceklere olan talebin azalması şarapta arz fazlasına neden olurken, arz fazlası nedeniyle Avustralya, Kaliforniya ve Fransa'daki bazı üreticilerin üzüm bağlarını sökmeye başladıkları belirtilmektedir. Arz fazlası nedeniyle Avustralya'da on milyonlarca asmanın söküleceği, Fransız hükümetinin fazla şarabın yok edilmesi için 216 milyon dolar harcayacağı, fazla şarabın parfüm, el dezenfektanı ve temizlik solüsyonları gibi ürünler için endüstriyel alkol üretiminde kullanılacağı, Bordeaux'daki yetiştiricilerin üzüm bağlarının yaklaşık yüzde 10'unu sökmelerine de destek verildiği ifade edilmektedir (Sözcü, 2024).

Avustralya'da sökülen üzüm bağlarının yerine badem, erik, narenciye ve fındık ağaçları dikilmeye başlanmıştır. Beyaz şaraplık üzümlerin ve pahalı kırmızı şarap üreten kesimin bu durumdan daha az etkilendiği belirtilmektedir (tr.investing.com, 2024).

2.4. Şarap ve Üretimi

Türk Gıda Kodeksi Şarap Tebliği'ne göre şarap, parçalanmış veya parçalanmamış yaş üzümün veya üzüm şirasının, kısmen veya tamamen alkol fermantasyonu ile elde edilen, coğrafi işaret ya da köken ismi tescilli yapılmış ya da yapılmamış ürünü ifade etmektedir (Türk Gıda Kodeksi, 2009: 2).

Tarıma dayalı bir ürün olan şarabın tek bir ham maddesi vardır, o da üzümdür. Üzüm dört ayrı bileşenden oluşmaktadır. 1. Etili kısmı meyvenin suyunun bulunduğu bölüm olup, sıvı olarak tüketilen bir ürün olması nedeniyle sulu kısmı çok önemlidir. İçeriğinde şekerle birlikte fermantasyona neden olan komponent ve meyve asitleri bulunmaktadır. 2. Sap kısmında tanenler vardır ve işleme aşamasında sapsar ayıklanmaktadır. 3. Çekirdek kısmında acı yağ asitleri vardır. Çekirdeğin acı tadı ürüne geçsin istenmediği için preslere hiçbir zaman %100 güç verilmemekte, presler daha düşük kapasite ile çalıştırılmaktadır. 4. Kabuk kısmının önemi şaraba rengini vermesinden ileri gelmektedir. Kabuğun içeriğinde renk maddeleri, tanen maddeleri ve aroma bulunmaktadır. Antioksidan bir madde olan tanen oksitlenmeyi bağlamakta, bu da şarabın korunmasına neden olmaktadır. Uygun miktarlarda alındığında antioksidan maddeler insan sağlığı açısından da faydalıdır (Anlı, 2010: 19,20).

Renk maddesi de siyah üzümün kabuğunda bulunan ve şıranın içinde bekledikçe şıraya rengini veren maddedir. Üzüm sıkıldığında suyu beyaz ve şeffaf çıkmaktadır. İmalat aşamasında siyah üzümün kabukları ürünün içinde ne kadar çok bekletilirse o kadar renk maddesi şarabın içine girmektedir. Rose şarap elde edilmek istendiğinde siyah üzüm kabukları daha az bekletilmektedir, daha çok bekletilince renk kırmızı olmaktadır (Anlı, 2010: 27).

Şarabın oluşumuna fermantasyon yol açmaktadır. Hayatın çok içerisinde olmasına karşın fermantasyon Fransız bilim insanı Pasteur'e kadar bilinmemektedir. Fermantasyon olmasaydı ekmek, bira, şarap, peynir, yoğurt da olmazdı. Fermantasyon için maya gerekmektedir. Günlük hayatta etrafımızda her yerde mayalar bulunmakla birlikte şarabın oluşması için özel bir maya gereklidir. Bu özel maya *Saccharomyces cerevisiae*'dir (Kocaadam ve Acar-Tek, 2016: 272, Sun vd., 2024: 1). Havada bulunan bu maya üzüm suyundaki şekeri yedikten sonra dışarıya karbondioksit ile alkol çıkarır. Her 17-18 gram şeker yediğinde bir derece alkol çıkmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında şarap yapmak çok kolay görünmekle birlikte iyi şarap yapmak çok zor bir süreçtir. Senede yalnızca bir kere hasat yapıldığı için bütün sürecin doğru ve eksiksiz yürütülmesi hayati önem arz etmektedir. Üzüm hasat edildikten sonra dolaplarda saklanma, aylar sonra şarap yapma imkânı bulunmamaktadır (Kaya, 2017: 25).

Şarap üretim süreci üzümlerin uygun şeker seviyesinde toplanmasıyla başlar. Üzümler maya ile fermante edildikten sonra preslenir ve daha sonra tanklara konulur. Bu amaçla iki tip tank kullanılmaktadır. Söz konusu tanklar, çelik tanklar ya da fiçilardır. Çeşitli testler yapılır, istenirse üç çeşit farklı üzüm birbiriyle karıştırılır. Sonraki aşamalar filtrasyon, şişeleme, etiketlemedir. En sonunda raflarda tüketiciyle buluşacak hale getirilir (Kaya, 2017: 26-28).

Anadolu şarabın ilk üretildiği coğrafyalardan birisidir. Üzüm yazın doğan, kışın ölen, sonbaharda meyvesini veren bir bitkidir. Bir noktada suyu çıkartıldıktan sonra kendi kendine başka bir şeye dönüşmesi, ardından bozulmaması ve hala içilebiliyor olması insanların ilgisini çekmiştir. İnsanlar binlerce yıl önce fermantasyonu bilmedikleri için üzüm suyunun fermante olarak şaraba dönüşmesine bir kutsiyet atfetmişlerdir.

2.5. Şarabın Tarihçesi ve Gelişimi

10.000 yıl önce, insanların organize topluluklar halinde yaşamaya başladığı kabul edilen bu dönem buluntuları içerisinde çok sayıda üzüm çekirdeği kalıntılarına

rastlanması insanların asma bitkisini tanıdığını, radyokarbon tekniği ile yapılan araştırmalar ise bu çekirdek kalıntılarının pres artığı olarak alkollü içki yapımı sonucu toplu halde bir yerde bulunduğunu ortaya koymuştur. Buradan, şarabın günümüzden 10.000 yıl önce bilindiği ve imal edildiği sonucu çıkarılmaktadır (Ağaoğlu, 1999: 1).

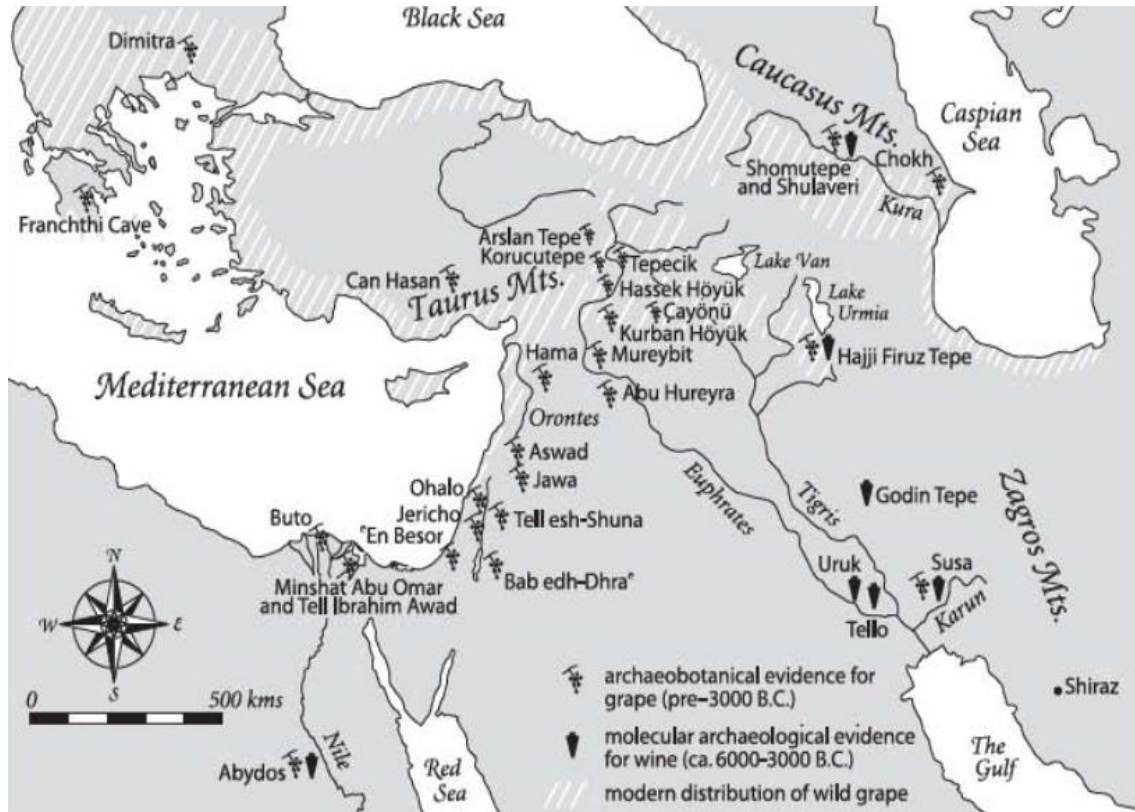
Tarihsel süreç içerisinde insanların nasıl olup da üzümünden şaraba ulaştıklarına dair net bir bilginiz bulunmamakla birlikte, bununla ilgili tahminler ve mitolojik hikayeler vardır. Bir efsaneye göre bir grup ilk insan bitki yönünden zengin nehir yataklarında yiyecek ararken, dallardan sarkan üzümler tatlı ve sulu yapısıyla ilgilerini çekti. İnsanlar bol miktarda topladıkları bu üzümleri yavaş yavaş tüketirken diğer taraftan üzümler depolandıkları yere sularını bırakmaya başladılar. Zamanla üzüm suyu fermante olarak düşük alkollü şarap haline geldi. Kendileri için yeni sayılabilecek bu içeceğin tadından etkilendikleri için daha sonra bilinçli bir şekilde bu süreci tekrar ettiler (Kocaadam ve Acar-Tek, 2016: 275).

Bir başka efsaneye göre de antik çağlarda bir gün Yunanlı çoban Stafilos'un keçilerinden biri kaybolur. Sabah keçisi gelir ancak keçi tuhaf hareketler yapmaktadır. Meraklanan çoban keçiyi izler ve keçinin çuvallarda bekletilen üzümünden içtiğini görür ve kendisi de bu üzümlerin tadına bakınca sarhoşluğu tadar (Güner, 2023: 22).

Eski Ahit'te yer alan bir anlatıya göre de Tufan'dan kurtulan Nuh Peygamber, Ağrı Dağı'nda yetiştirdiği bağlarla ilk asmayı diken, ilk şarabı üreten kişidir. Nuh Peygamber de keçilerinden birinin her zamankinden daha neşeli ve canlı olduğunu görür. Keçisini izlediğinde yere düşmüş ve beklemiş, böylelikle hafif fermante olmuş üzümleri yediğini görür ve bundan dolayı keçinin neşelendiğini anlar. Bunun üzerine Ağrı Dağı'nın eteklerinde üzüm bağları kurarak şarap üretmeye başlar (Anlı, 2010: 18). Dünyanın en ünlü şarap yazarı Hugh Johnson Dünya Şarap Atlası'nda Nuh Peygambere atıfta bulunarak, Nuh Peygamberin Ağrı Dağı'ndaki bağlarının dünyanın ilk bağları olması halinde, Türkiye'nin şarabın anavatanı olduğunu ileri sürmesinin doğal olacağını vurgulamıştır (Özcan, 2023: 21).

Anadolu coğrafyası Neolitik Çağ'dan başlayarak asma bitkisinin ve şarapçılığın gelişiminde çok önemli bir role sahip olmuştur (McGovern, 2007: 2).

Şekil 6. Neolitik Dönemde Yakın Doğu ve Mısır



Kaynak: McGovern, 2007: 2

Haritada Neolitik dönemde Yakın Doğu ve Mısır görülmektedir. Küp simgesi kimyasal olarak kanıtlanmış, MÖ 6000-3000 yıllarına kadar giden şarap kalıntılarını, üzüm simgesi ise arkeobotanik kanıtlara göre asma bitkisinin MÖ 3000 ve daha öncesine tarihlenen yayılımını göstermektedir (McGovern, 2007: 2).

Anadolu'da şarap tarihi Neolitik Çağ'a kadar uzanmaktadır. Anadolu'da (bugünkü Türkiye) çok sayıda Neolitik yerleşim yeri bulunmaktadır. Arkeobotanikçilere göre üzüm ilk olarak Doğu Anadolu, Gürcistan ve Ermenistan üçlüsünün bulunduğu bölgede keşfedilmiştir. Yabani *Vitis vinifera sylvestris*, günümüzde şaraplık ve sofralık üzüm olarak yüzlerce çeşidin yetiştirildiği bu bölgelerde büyümeye devam etmektedir. Son arkeolojik ve kimyasal kanıtlara göre, Doğu Anadolu'daki Toros Dağları'nın yayla bölgesinde, Kafkas Dağları'nda (Transkafkasya dahil) ve İran'ın kuzey Zagros Dağları'nda MÖ 6000 gibi erken bir tarihte bir "şarap kültürü" kurulmuştur (Alaeddinoğlu ve Türker, 2016: 26).

Tarihi buluntulara göre şarap ilk olarak kvevri denilen küplerde MÖ 6000'de Gürcistan'ın Kvermo Kartli bölgesinde yapılmıştır (Çolakoğlu, 2024: 19). MÖ 4500'de

Ermenistan'da Areni-1 adı verilen mağarada dünyanın en eski şarap imalathanesi keşfedilmiştir. Burada şarap yapıldığına dair kaplar, şarap kupaları ve şarap küpleri bulunmuştur. Şarap fermantasyonu sırasında ortaya çıkan kaplardaki tartarik asit üzerinde yapılan incelemeler sayesinde şarabın yaşının saptanması mümkün olmaktadır (Güner, 2023: 21, Çolakoğlu, 2024: 19).

MÖ 3000 yılında ise Mısır'da şarap üretildiğine ilişkin izler bulunmuştur. Şarap üretim tekniklerinin Mezopotamya'dan dünyaya yayıldığı düşünülmektedir. Örneğin, üzüm tarımı ve şarap üretimi Akdeniz üzerinden Yunanistan'a (MÖ 2000), İtalya'ya (MÖ 1000), Kuzey Avrupa'ya (MS 100) ve Amerika'ya (MS 1500) ulaşmıştır (Kocaadam ve Acar-Tek, 2016: 275).

Günümüzde bağcılık ve şarapçılığın önemli bir yere sahip olduğu Denizli'nin Çal ilçesinin tarihi çok eski dönemlere kadar gitmektedir. Son yıllarda bölgedeki höyüklerde yapılan kazı çalışmaları çerçevesinde Çal'ın, Dayılar Mahallesi yakınlarında bulunan Ekşi Höyük'den elde edilen bulgular, burasının bölgenin ilk yerleşim merkezlerinden birisi olduğunu ve buradaki yaşam izlerinin MÖ 7000'li yıllara kadar geriye gittiğini ortaya koymaktadır (Balık, 2020: 157). Denizli'nin Çal ilçesinde yer alan, Bakır Çağından bu yana yerleşim olduğu düşünülen Aşağıseyit Höyüğü'ndeki kazılarda, 3.500 yıllık olduğu değerlendirilen üzüm çekirdeği kalıntısı tespit edilmiştir (trthaber.com, 2023). Güzel bir manzaraya sahip olan Apollon Lairbenos (Lermonos) Tapınağı kalıntıları da bu bölgenin antik dönemlerdeki önemini ortaya koyan eserlerden birisidir (Balık, 2020: 157).

Ekşi Höyük kazılarında Neolitik Çağ'a ait dokumacılık faaliyetlerine işaret eden delikli iğneler yanında çok sayıda bız, spatula ve kancaların yer aldığı kemik alet örnekleri bulunmuştur (Bulut ve Derin, 2021: 147). Denizli'nin bugün hala önemli bir tekstil merkezi olduğu düşünüldüğünde geçmişin mirasının günümüze bir şekilde etki ettiği, bölgedeki tarihi binlerce yıl önceye giden asma ve bağcılığın da günümüzde hala sürdürülmesinin yerel kültür ve dünya mirası açısından çok önemli olduğu düşünülmektedir.

Anadolu'nun MÖ 3. binyıl uygarlıklarından olan Hattiler ile bu kavmi egemenliği altına alan Hititler bağcılık ve şarapçılıkla uğraşmışlardır. Sümer, Asur, Hitit, Akad gibi uygarlıklarda şarapla ilgili birçok kelime ve terim bulunması, şarabın toplumsal açıdan önemine işaret etmektedir. Çivi yazılı belgelerden kadınların şarap üretiminde aktif bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Hitit ve Sümer uygarlıklarında tanrılara sunulan kurbanlar kanlı ve kansız olarak ikiye ayrılırdı. Şarap da tanrılara sunulan kansız kurbanlar

arasındaydı. Dini törenlerde şarabın ayrı bir yeri vardı. Hastalıkların tedavisinde de şaraptan faydalanılıyordu. Bu dönemde Anadolu'da şarap en çok Hititler tarafından kullanılıyordu. Cenaze törenlerinden misafir ağırlamaya kadar birçok toplumsal olayda şarap vardı. Aynı şekilde Urartularda da tanrıları Haldi'ye kurban ve şarap sunulduğundan bahseden metinler bulunmaktadır. Bu çağda şarap ayrıca önemli bir ticari meta olup, vergi ve harç tahsilatları şarap olarak da kabul edilmekteydi (Mutlu, 2019: 117, 122, 128). Anadolu'da daha sonra tarih sahnesine çıkan Frigler, Lidyalılar ve Likyalılar için de bağcılık ve şarapçılık gündelik hayatın bir parçası olmaya devam etmiştir (Buzrul, 2013: 2).

Büyük İskender'in Anadolu'ya girmesi ile MÖ 330-30 yılları arasında Anadolu'da Helenistik dönem yaşanmıştır. Bu dönemde şarap Ege Adaları ve Kıyı Ege'de önemli bir ticari maldır. Şarap üretimi Yunan kültüründe önemli bir yere sahip olup, üzüm yetiştiriciliği, şarap üretimi ve ticareti önemli ekonomik etkinliklerden biri haline gelmiştir. Ege'den Mısır, İtalya ve Galya'ya yapılan şarap ihracatı ticaret içinde önemli bir paya sahip olmuştur (Sağır vd., 2012: 31).

İhraç edilecek olan şaraplar "pithos" denilen seramik kaplarda tutulur, ihraç edilecekleri zaman amforalara aktarılırdı. Hemen tüketilecek olan şarap keçi ya da domuz derisinden muhafazalarda saklanırdı. Greklerde akşam yemeklerinde içilen şaraba su karıştırılırdı. Şarap içilmeye başlamadan önce tanrılara özellikle Dionysos'a dua edilirdi. Yere bir miktar şarap serpildikten sonra tanrıların adlarını anarak içmeye başlardı (Gür, 2015: 7). Yere serpilmiş şarap Dionysos'un hakkı olarak kabul edilirdi (Güner, 2023: 33).

Dionysos, Yunan mitolojisinde şarap, bereket, tiyatro ve çılgınlık tanrısı olarak bilinir. Zeus ve ölümlü Semele'nin oğludur. Annesi Semele hamile olduğu sırada Zeus'un eşi Hera'nın oyununa gelerek, Zeus'un gerçek formunu görmek ister. Semele'nin ısrarlarına dayanamayan Zeus gerçek haliyle kendisini gösterdiğinde Semele yanarak ölür. O sırada Dionysos ana rahminden düşer ve oracıkta biten asma yaprakları sayesinde yanmaktan kurtulur. Zeus, Dionysos'u baldırına diker ve zamanı geldiğinde doğumunu tamamlar. Bu nedenle Dionysos, "iki kez doğan" olarak anılır. Dionysos doğduktan sonra Zeus, oğlunu karısı Hera'nın hışmından korumak için Nysa Dağı'ndaki nymphaların arasına götürür ve Dionysos onlar tarafından büyütülüp eğitilir (Sadık, 2021: 205, Başar vd., 2021: 3351).

Dionysos, şarap ve üzüm bağlarıyla ilişkilendirilir. Şarap, onun kutsal içkisi olarak kabul edilir ve insanlara neşe, özgürlük ve bazen de delilik getirir. Bununla ilgili

öyküye göre Dionysos büyüdüğü mağaranın duvarlarına dolanmış asmanın üzümlerini toplayıp sıkar. Üzüm suyunu içtiğinde yorgunluğunun gittiğini ve neşelendiğini fark eder. Mağarada birlikte yaşadığı perilere de bu içkiden ikram eder ve hep birlikte keyiflenirler. Daha sonra bu içki insanlara da sunulur (Sadık, 2021: 206).

Dionysos'un takipçileri, genellikle kadınlardan oluşan Bakkhalar, Maenadlar ve Satrylerdir. Bu takipçiler, tanrının etkisi altında vahşi ve çılgın danslar yapar, doğada serbestçe dolaşır ve bazen de şiddetli davranışlarda bulunurlar (Eser, 2021: 231,233,234).

Şekil 7. Dionysos ve Satyros, Efes, Roma Dönemi, MS 2. yüzyıl



Kaynak: İzmir Arkeoloji Müzesi,2024 (Resim, Murat Madenciler)

Dionysos, aynı zamanda tiyatronun da koruyucusudur. Antik Yunan'da, Dionysos onuruna düzenlenen festivallerde tiyatro oyunları sahnelenirdi. Bu festivaller, tragedya ve komedya türlerinin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Dionysos'un tiyatro ile olan bağlantısı, onun insanları duygusal ve ruhsal olarak dönüştürme gücünü simgeler. Dionysos'un kültü, Yunan dünyasında geniş bir yayılım göstermiştir. Dionysos'un etkisi, sadece dini ritüellerde değil, aynı zamanda sanat, edebiyat ve felsefede de derin izler bırakmıştır. Dionysos Roma mitolojisinde Bacchus olarak bilinir ve benzer özelliklere sahiptir (Eser, 2021: 231, 236).

Romalılar şarabı yemekle birlikte tüketirlerdi. Şarap üçte bir oranında sulandırılırdı. Yaşlılar sıcak su ilave ederken, gençler soğuk suyu tercih ederdi. İmparator

Nero zamanında bir ara şarap sulandırılmadan içilmişse de bu çok uzun sürmemiştir. Akşam yemeğinden sonra da şarap içilirken flüt dinlenir veya sohbet edilirdi (Gür, 2015: 9).

Şekil 8. Dionysos, Klaros, Roma Dönemi, Mermer



Kaynak: İzmir Kültür Sanat Fabrikası, Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, 2024 (Resim, Murat Madenciler)

Roma ve Doğu Roma (Bizans) İmparatorluklarının güçlerini kaybetmesi ile birlikte 11. yüzyıldan itibaren Türk boyları Anadolu'ya hâkim olmaya başlamıştır.

Türklerin Anadolu'yu egemenlikleri altına almasından sonra da üzüm ve şarap üretimi sürmüştür. Osmanlı İmparatorluğu döneminde (1299-1923) şarap üretim ve ticareti gayrimüslim azınlıklar (Rumlar, Ermeniler, Suriyeliler ve diğerleri) tarafından yapılmaktaydı. Müslümanların şarap içmesi, yapması ve taşınması yasaktı (Bakkaloğlu, 2023: 61). Osmanlı Devleti'nde bağ olarak kaydedilen topraklarda genellikle üzüm tarımı yapılırdı. Hristiyan bağ sahipleri, üzümleri şaraba dönüştürme ve ürettikleri şarapları satma konusunda serbestti. Osmanlı Macaristanı'nda da kaliteli şaraplar üretilmekte olup, bu bölgenin en meşhur şarapları Tokay (Tokaj) Kasabası'ndaki Tokay bağlarından elde edilmektedir (Yıldırım, 2019: 352). Macaristan'ın Tokay bölgesi 2002 yılından beri UNESCO dünya mirası listesinde yer almaktadır. Bu bölge Macaristan'ın en sevilen

şaraplarına ev sahipliği yapmaktadır. Tatlımsı bir tadı olan Tokaj şaraplarının en ünlüsü Aszu'dur (UNESCO, 2024).

Tokaj şarabı üretiminin başlangıcı, 17. yüzyılın ortalarında Osmanlı etkisiyle şekillenmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun Macaristan seferi nedeniyle Tokaj bölgesindeki bağlarda üzüm hasadı zamanında gerçekleştirilememiştir. Bu durum, Rakoczi ailesini kalan üzümleri değerlendirmek üzere farklı yöntemler aramaya yöneltmiştir. Prens György I Rakoczi'nin eşi Suzanna, bağlarda buruşarak kısmen *Botrytis cinerea* mantarı ile enfekte olmuş üzümlerden şarap üretmeyi denemiştir. Bu girişim, beklenmedik bir şekilde başarılı sonuçlar vermiş ve tatlı Tokaj şaraplarının doğuşunu sağlamıştır. *Botrytis cinerea* enfeksiyonu, üzümlerin su içeriğini azaltarak şeker konsantrasyonunu artırmış ve Tokaj şaraplarının karakteristik tatlı ve kompleks yapısına katkı sağlamıştır (Hürriyet Seyahat, 2010, tastehungary.com, 2018).

19. yüzyılın sonlarında Amerika'dan gelen göçmenlerin yaydığı sanılan filoksera salgını başta Fransa olmak üzere Avrupa'daki bağların önemli bir bölümünü yok etmiştir. Bu kayıp Türkiye'den yapılan şarap ihracatını son derece olumlu etkilemiş, Avrupa'ya şarap ihracatı artmıştır (Cabaroğlu, 2023: 270).

Bu dönemde Fransa kuru üzümde de şarap imal etmenin yollarının geliştirmiş, bunun neticesinde Fransa'nın kuru üzüm ithalatı da artmıştır. Fransa kuru üzüm ihtiyacını ağırlıklı olarak Osmanlı Devleti, Yunanistan ve İspanya'dan karşılamıştır. Artan kuru üzüm talebi nedeniyle 1870-1875 yılları arasında bağlık arazi yaklaşık 10 kat artıp, 1884'te kuru üzüm rekoltesi 95 bin tona kadar yükseltilmiştir. Fakat ilerleyen yıllarda Fransa'nın kuru üzümde şarap yapımına karşı bir dizi tedbir alması, 1900'lerin başında Trakya'dan başlayarak filokseranın bağlara yayılmaya başlaması, Osmanlı Devleti'nin sürüklendiği savaşlar, bunların getirdiği yıkım, uzun süren askerlik dönemi nedeniyle bağların işlenememesi, nüfus hareketleri gibi nedenlerden dolayı Anadolu'da bağcılık büyük zarar görmüştür (Güner, 2023: 73,83).

Savaş dönemi öncesi 1909-1913 yıllarında toplamda 268.900 ton olan Ege çevresi üzüm üretimi savaş yılları olan 1914-1918 arasında 187.100 tona düşmüştür (Yurtoğlu, 2019: 718).

2.6. Cumhuriyet Döneminde Şarapçılık

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında bağcılık ve üzüm yetiştiriciliği Ege, Orta ve Güneydoğu Anadolu'da yoğunlaşmaktaydı. Bu dönemde bağcılığın geliştirilmesi için

bir dizi tedbir alındı. Bunlar; tarım sigortası, ucuz tente temini, üzümde meydana gelen hastalıklara karşı ucuz ve kolay ilaç sağlanması gibi tedbirlerdi (Yurtoğlu, 2019: 720).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra şarap üretimini elinde bulunduran azınlıkların nüfus mübadeleleri kapsamında ülkeden ayrılmaları Türk şarapçılığını olumsuz yönde etkilemiştir (Cabaroğlu, 2023: 270). Diğer taraftan mübadele ile gelen Türkler arasından bağcılık tecrübesi olanlar Trakya, Ege ve Samsun bölgelerine yerleştirilmiştir. Bunlar arasından büyük şarap üreticileri çıkmıştır. Kavaklıdere, Doluca, Kutman, Yazgan, Sevilen gibi şarap markalarının kurucuları mübadele yoluyla Anadolu'ya gelmiş olan kişilerdir (Güner, 2023: 71).

Türk şarapçılığının önündeki olumsuzlukları tersine çevirebilecek faktörler de mevcuttu. Bunun başında Cumhuriyet İdaresinin dini öğretilere göre değil sosyo-ekonomik gerçeklere göre hareket etmesi ve bilimsel yöntemlere öncelik vermesi geliyordu. Osmanlı İdaresinde şarap sadece gayrimüslimlere serbestti ve halk arasında rakı tüketimi çok daha yüksekti. Cumhuriyet İdaresi bu durumu düşük alkollü içkilerin lehine çevirebilmek için birtakım önlemler almıştır. Şarap üreticilerine prim ödenmiş, bağcılık ve şarapçılığın geliştirilmesi için yurt dışından özellikle Fransa ve Almanya'dan uzmanlar getirtilmiş, bağların kalitesi artırılmış, aşılama çalışmaları yapılmıştır. Türkiye'de şarap üretiminin arttırılması yönündeki girişimler üzümün değer kazanması sonucunu da beraberinde getirmekteydi. Türkiye'de bağcılık uzun yıllar kuru üzüm satışına bağlı kalmıştı. Kuru üzüm satışlarında yaşanan pazar sıkıntısı ve kuru üzümün şaraba göre daha düşük bir katma değere sahip olması şarapçılığın geliştirilmesini kaçınılmaz kılmıştır. 1929 yılında tüm dünyayı etkileyen ekonomik buhran Türkiye'de tarımsal ürünlerin değerinin düşmesine neden olmuştur. Ekonomik krizin etkilerini hafifletmek için devlet ihracat hacmini arttırmayı, tarıma yardımcı olmayı hedeflemiş ve devletçiliği 1930'lardan itibaren uygulamaya başlamıştır. Bunun alkollü içki sektöründeki yansması TEKEL İdaresince içki fabrikaları kurulması olmuştur (Gürdamar, 2021: 86-91).

1931 yılında TEKEL tarafından Tekirdağ Şarap Fabrikası kurulmuştur. TEKEL İdaresi tarafından kurulan kamu şaraphanelerinin sayısı hızla artarak 1990'lı yıllarda 22'ye ulaşmış, TEKEL'in 1990'lara kadar Türkiye şarap üretimindeki payı %40 seviyesinde gerçekleşmiştir. TEKEL'in şarap üretimi 2004 yılına kadar sürmüştür. 2004 yılında TEKEL içki fabrikalarının özelleştirilmesi ile birlikte TEKEL'e ait tüm içki fabrikaları özel sektöre devredilmiştir (Cabaroğlu, 2023: 271).

Mart 2024 itibariyle Türkiye’de 29 ilde toplam 187 firma, 198 ana üretim tesisiyle şarap üretmektedir (TADAB, 2024, Erişim Tarihi 02.04.2024). Aynı duruma 2024 yıl sonu itibariyle baktığımızda ise firma sayısının 160’a, ana üretim tesisi sayısının ise 174’e gerilediği görülmektedir. 7 firma ile en fazla kayıp Tekirdağ ilinde yaşanmıştır. Tekirdağ (25), İzmir (27), Çanakkale (22) ve Denizli (15), toplamda 89 üretici ile üretimde önde gelen illerdir (TADAB, 2025, Erişim Tarihi 12.01.2025).

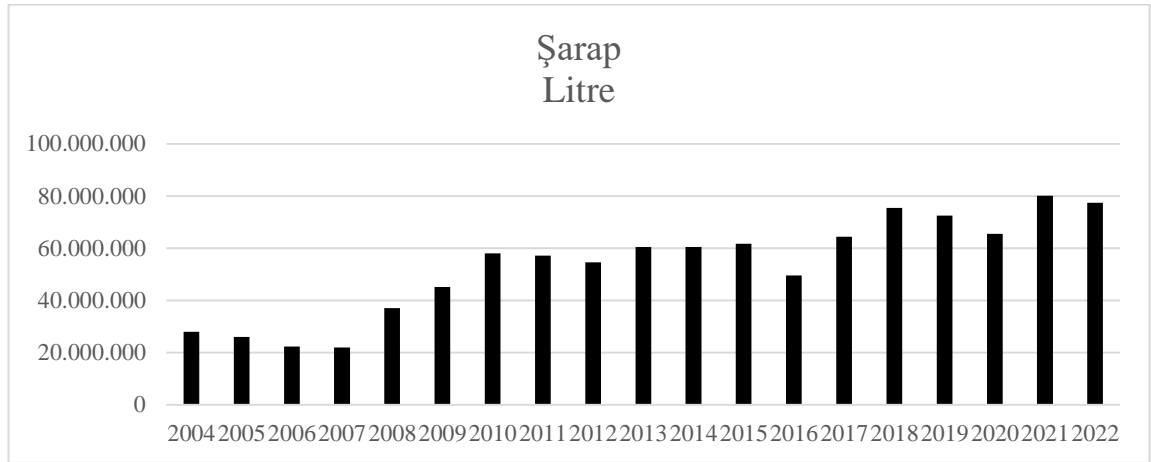
2004 yılından itibaren Türkiye’de en çok tercih edilen diğer alkollü içki türleriyle karşılaştırmalı şarap üretim miktarlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 10. Alkollü İçkiler Üretimden İç Piyasaya Arz (litre)

Yıl	Bira	Şarap	Rakı	Viski
2004	812.012.552	27.961.642	44.167.330	1.864.673
2005	818.842.437	26.004.883	44.683.223	736.674
2006	801.980.923	22.265.371	46.517.680	1.550.487
2007	843.920.898	21.921.703	42.716.023	1.433.995
2008	924.438.410	36.981.293	44.602.479	1.671.075
2009	923.115.658	45.162.887	44.698.058	2.544.165
2010	920.120.326	57.952.540	46.380.793	2.465.679
2011	921.238.889	57.128.955	48.810.329	4.453.765
2012	995.639.592	54.597.133	44.611.011	4.504.537
2013	876.050.971	60.410.206	42.336.790	4.902.898
2014	938.431.147	60.416.965	40.267.282	6.097.096
2015	901.994.431	61.681.318	39.201.309	7.015.857
2016	893.943.872	49.582.818	35.447.822	6.863.938
2017	906.707.644	64.368.310	37.316.029	8.214.105
2018	955.209.263	75.388.304	35.934.117	9.048.994
2019	875.024.689	72.544.277	27.763.381	10.176.125
2020	866.213.764	65.539.320	30.379.327	13.622.361
2021	932.464.220	80.102.753	37.472.399	19.910.796
2022	1.028.247.832	77.442.462	38.510.052	22.779.728

Kaynak: TADAB, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

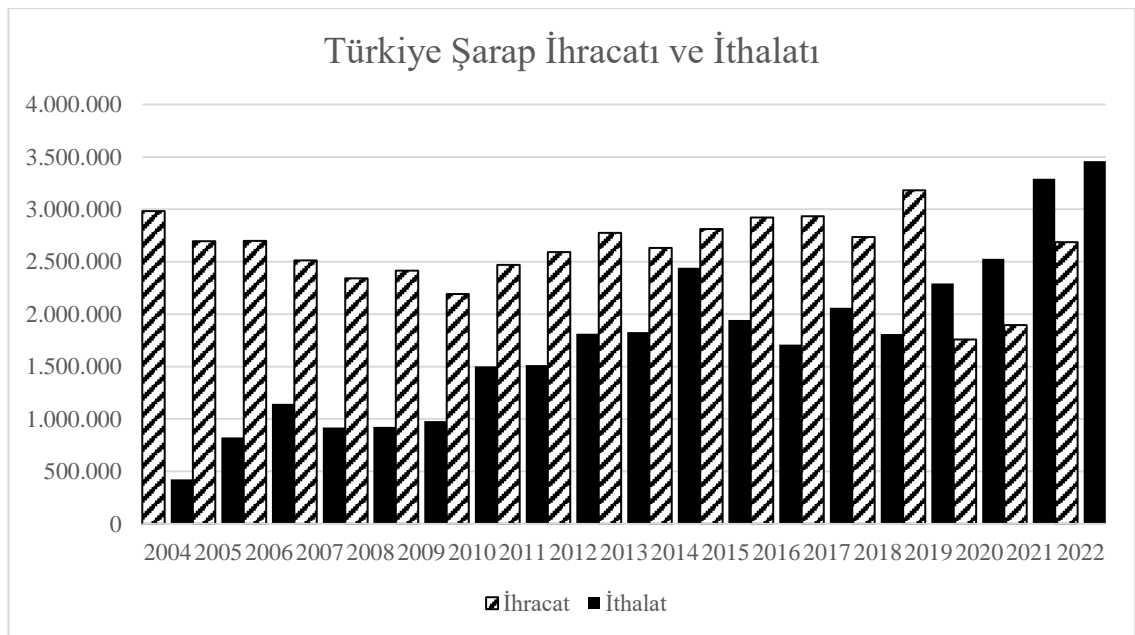
TADAB verilerine göre Türkiye’de en çok tercih edilen alkollü içki biradır. 2022 yılında bira tüketimi 1 milyar litreyi geçmiştir. Birayı şarap, rakı ve viski takip etmektedir. Bira, şarap ve rakı tüketiminin dalgalı bir seyir izlediği, 2020-2022 arasında bira ve rakı tüketiminin iki dönem üst üste arttığı, şarap tüketiminin ise dalgalanmaya devam ettiği, tamamı ithal edilen viskinin sürekli artış trendi içinde olduğu görülmektedir. Sadece şarap bazında bakıldığında karşımıza aşağıdaki gibi bir tablo çıkmaktadır.

Şekil 9. Türkiye'nin Şarap Üretimi

Kaynak: TADAB, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Grafiğe bakıldığında 2020 yılı üretiminin pandemiden etkilendiği, 2021 yılında Cumhuriyet tarihinin en yüksek üretimine ulaşıldığı, 2022 yılında üretimin bir miktar gerilemekle birlikte yine de çok fazla bir düşüş kaydetmediği görülmektedir. Fakat 2023 yılı üretimi, şaraplık üzüm üretiminde meydana gelen azalmaya paralel olarak 64.396.764 litre olarak gerçekleşmiştir (TADAP, 2025, Erişim Tarihi 12.01.2025).

Türkiye'nin şarap ithalat ve ihracat rakamlarını karşılaştırdığımızda karşımıza aşağıdaki gibi bir tablo çıkmaktadır.

Şekil 10. Türkiye Şarap İhracatı ve İthalatı (litre) (2004-2022)

Kaynak: TADAB, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Yukarıdaki grafikte görüldüğü üzere Türkiye'nin şarap ihracatı 2019 yılında zirveye çıkarak 3.179.805 litreye ulaşmıştır. Pandemi yılları olan 2020 ve 2021'de şarap ihracatı yaklaşık 1,8 milyon litreye gerilemiştir. Türkiye'nin şarap ihracatı 2022 yılında bir miktar gelişme göstererek 2.687.830 litreye yükselmekle birlikte, özellikle son yıllarda düzenli bir şekilde artan şarap ithalatı 2020, 2021 ve 2022 yıllarında ihracatı geçmiştir.

2.7. Denizli ve Çevresindeki Şarap Üretimi

Denizli İlinde şarap üretimi faaliyeti gösteren 15 işletme bulunmaktadır.

Bu işletmelerin 10 adedi Çal'da, 4 adedi Bekilli'de, bir tanesi de Güney'de bulunmaktadır.

Tablo 11. Denizli İlinde Şarap Üretimi Yapan Firmalar

Aykut Özkan Şarp. Fer. Gıda Tar. Nak. Ak. Turz. Teks. San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Bergüzar Gıda Tekstil ve İhr. Ürünleri Paz. Tic. Ltd. Şti.	Çal
Efmeyra Şarap ve Alkollü Ürünler Tarım Mahsülleri San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Erdel Gıda Anonim Şirketi	Çal
Ezel Şarapçılık Tarım Ürünleri Gıda ve Alkollü Ürünler San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Kayıbağ Şarapçılık Gıda ve Alkollü Ürünler Toprak Mahsülleri İnş. Malz. Otomotiv Tem. Hizm. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Kuzubağ Tar. San. ve Tic. A. Ş.	Çal
Küp Şarapçılık Fermantasyon Gıda İnş. Taah. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Lermonos Gıda Tarım Hayvancılık Turizm Enerji San. ve Tic. A.Ş.	Çal
ME Şarapçılık San. ve Tic. Ltd. Şti.	Bekilli
Mete Alkollü ve Alkolsüz İçkiler ve Bakkaliye San. ve Tic. Ltd. Şti.	Çal
Nara Şarapçılık Bağcılık Gıda San. ve Tic. Ltd.Şti.	Bekilli
Obam Şarapçılık Üretim ve Pazarlama Ltd. Şti.	Bekilli
Pamukkale Şarapçılık San. ve Tic. A.Ş.	Güney
Selim Erdoğan - Alkollü Alkolsüz İçecekler San. ve Tic. A. Ş.	Bekilli

Kaynak: TADAB, 2024 (Erişim Tarihi 02.04.2024)

Denizli İlinin şaraplık üzüm üretim miktarlarına ve Türkiye genelindeki payına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 12. Denizli'nin Şaraplık Üzüm Üretimi ve Toplam Üretim İçindeki Payı

ton/%	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Denizli	74.832	84.523	61.953	27.506	16	22	16	9
TÜRKİYE	456.353	382.911	383.333	296.606				

Kaynak: TÜİK, 2024 (Erişim Tarihi 01.04.2024)

Denizli’de şarap üretiminde yerli ve yabancı üzüm türleri kullanılmaktadır. Yerli üzüm çeşitleri beyazlarda Sultaniye, Narince, kırmızılarda Çal Karası, Öküzgözü, Kalecik Karası, Boğazkere üzümleridir (Gündoğan ve Yankı, 2021: 216-235).

Yabancı üzüm çeşitleri beyazlarda Sauvignon Blanc, Chardonnay, kırmızılarda Syrah, Merlot, Cabernet Sauvignon, Petit Verdot, Cabernet Franc üzümleridir (Gündoğan ve Yankı, 2021: 216-235).

Denizli’de üretilen şarapların hammaddesini oluşturan yerli üzüm çeşitleri Sultaniye, Narince, Çal Karası, Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası; yabancı üzüm çeşitleri ise Sauvignon Blanc, Chardonnay, Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Petit Verdot’dur.

2.7.1. Yerli Üzümler

2.7.1.1. Beyaz Şaraplık Yerli Üzümler

Sultaniye: Ege Bölgesi’nde geniş bağ alanlarında yetiştirilmektedir. Esas olarak sofralık ve kurutmalık olarak yetiştirilen bu üzüm türü uygun fiyatı nedeniyle şarap üretiminde önem kazanmaya başlamıştır. Meyve ve çiçek aromaları bakımından zengin bir yapıda olması şarap üretiminde kullanılabilmesini sağlamaktadır. Asitliğinin düşük olması şarap üretimi açısından bir dezavantaj oluşturmaktadır. Yüksek asitli bağların ürünleri tercih edilerek veya yüksek asitli şaraplarla harmanlanarak denge sağlanabilmektedir (Anlı, 2010: 162).

Narince: Tokat yöresine özgü bir şaraplık üzüm çeşididir. Anadolu’nun önemli bir beyaz şaraplık üzümüdür. Sek ve dömisek şarap üretiminde kullanılabilir. Alkol miktarı %11-13, toplam asitliği 6-7 g/L seviyesindedir. Diğer yerel çeşitlere göre yıllandırmaya daha uygundur (T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 57).

2.7.1.2. Kırmızı Şaraplık Yerli Üzümler

Çal Karası: Denizli ve özellikle Çal yöresinde yetiştirilen Çal Karası üzümü 07.12.2020 tarihinde menşe adı olarak tescillenmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024). [6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 34’üncü maddesine göre; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlar menşe adıdır. Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan

ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar mahreç işaretidir (mevzuat.gov.tr, 2024). Menşee adı ile tescillenen ürünlerin kaynaklandıkları yöre ile bağları çok kuvvetli iken, mahreç işareti için ürünün hammaddesinin o yöreden kaynaklanması, orada üretilmesi, işlenmesi aşamalarından sadece bir tanesinin mevcudiyeti yeterlidir.

Menşee adı ve mahreç işareti genel olarak coğrafi işaret olarak adlandırılmaktadır. Türkiye'nin geniş kırsal alanları ve zengin kültürel mirası göz önüne alındığında, coğrafi işaret kavramı büyük bir önem taşımaktadır. Coğrafi işaretler, yerel değer ve ürünleri koruyarak yerel tarımsal faaliyetlerin sürdürülmesine, ürünlerin yetiştiği yörenin tanıtılmasına, tüketicilerin ürünün yetiştiği bölgeye ilgisini çekerek gastronomi turizminin canlanmasına, gastronomik destinasyon algısı yaratarak yörenin markalaşmasına, yerel üreticilere rekabet avantajı sağlayarak bölge ekonomisinin canlanmasına katkı sağlamaktadır (Eren ve Sezgin, 2021: 64, 65).]

Menşee adına sahip Çal Karası siyah renkte, hafif uzun taneli ve orta iriliktir. Sofralık ve şıralık olarak da değerlendirilebilmektedir. Alkol miktarı %11-14, asitliği 5 g/L kadardır (T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 71). Aromatik yapısıyla pembe şarap üretimine en uygun çeşitlerin başında gelmektedir. İyi-orta kalitede kırmızı şarap elde edilebilen bu tür kaliteli kırmızı şarapların harmanına da girebilmektedir (Anlı, 2010: 161).

Öküzgözü: Elâzığ kökenli olan bu tür Öküzgözü adını iri tanelerinden almıştır. Rengi koyu siyah ve siyah-mordur. Bol şıralı olup, sofralık olarak da kullanılabilir. Şarabının genel asidinin yüksek, alkolünün az olmasından dolayı Boğazkere üzümü ile paçalları yapılmaktadır. Koyu kırmızı renkte, kaliteli tanenli şarap vermektedir. Paçal sonucu elde edilen şarapların alkol derecesi %12-13, asitliği 5-6 g/L civarındadır (T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 80). Bu üzümde yıllandırma potansiyeli olan ürünler elde edilebilmektedir. Son dönemlerde Öküzgözü üzümlerden tek çeşit şaraplar da üretilmeye başlanmıştır (Anlı, 2010: 160).

Boğazkere: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde özellikle Diyarbakır ve Elâzığ'da yetişmektedir. Kaliteli şarap veren üzüm çeşitleri arasında yer almaktadır. Taneleri orta irilikte, kabuğu mor-siyah renkte ve kalındır. Boğazkere ağızda burukluk hissi bırakan anlamındadır. Boğazkere taneni yüksek, koyu yakut kırmızısı renkte şarap vermektedir. Şarabının alkolü iyi seviyede olmakla birlikte, total asidi düşüktür. Öküzgözü şarabı ile harmanlanabildiği gibi, son yıllarda tek çeşitli şarapları da üretilmekte ve beğenilmektedir (T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 66, Anlı, 2010: 161).

Kalecik Karası: Türkiye'nin en önemli kırmızı şaraplık üzüm çeşitlerinden biridir. Ankara'ya 70 km uzaklıktaki Kalecik kökenlidir. Tanen oranı düşük olan Kalecik Karası üzümü orta-iri büyüklükte, yuvarlak taneli, koyu kırmızı-mor ve kalın kabukludur. Çok kaliteli sek şarap yapılan bir çeşittir. Şarabında %12,5-14 alkol, 5-7 g/L asit ihtiva etmektedir (T.C. Tarım Orman Ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 75). Şarabı canlı, açık kırmızı renkli ve hafif aromalıdır. Filoksera nedeniyle yok olma noktasına gelen Kalecik Karası 1970'li yıllarda yapılan çalışmalarla yaşama döndürülmüştür. Son yıllarda Tekirdağ, Kırklareli, Kırşehir, Nevşehir yörelerinde yaygınlaşmaya başlamış olup, Kuzey Ege'de de denenmektedir (Anlı, 2010: 159).

2.7.2. Yabancı Üzümler

2.7.2.1. Beyaz Şaraplık Yabancı Üzümler

Sauvignon Blanc: Fransa'da Bordeaux şarap bölgesinin dünyaca ünlü beyaz şaraplık üzüm çeşididir. Fransızca olan ismi "sauvage" (yabani) ve "blanc" (beyaz) kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Bordeaux'da beyaz şarap harmanının yaklaşık %75-80'ini oluşturmaktadır. Taneleri küçük, olgunluğa ulaşıncaya kadar kalın kabukludur. Tek çeşit beyaz şarap üretiminde kullanılabildiği gibi diğer şaraplarla harmanlanabilmektedir. Şili, Güney Afrika, Kaliforniya ve Yeni Zelanda'da da başarılı sonuçlar vermektedir (Puckette ve Hammack, 2018: 380). İyi koşullarda üretilmesi aromasının bozulmaması açısından önemli olup, fiçıda olgunlaştırılması halinde aroma yönünden zenginleşir. Suşiyle en iyi uyum sağlayan beyaz şarap olması nedeniyle Japonya'da bu çeşide olan ilgi artmaktadır (Anlı, 2010: 149).

Chardonnay: Fransa'da Bourgogne şarap bölgesinin dünya çapında bilinen şaraplık üzüm çeşididir. Fransa dışında İtalya başta olmak üzere Avrupa'nın birçok bölgesinde yetiştirilmektedir. Tek başına ya da harmanlanarak şarap üretiminde kullanılan Chardonnay ayrıca Kaliforniya, Avustralya, Yeni Zelanda, Şili, Arjantin gibi Yenedünya'nın önemli şarap üreticisi ülkelerinin beyaz çeşit bağlarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Anlı, 2010: 149). Geniş bir yelpazede işlenmeye müsait yapısıyla hafif lezzetlerden meşe fiçılarda yıllandırılmış zengin tatlara sahip olanlara kadar çok çeşitli şarapları yapılabilmektedir (Puckette ve Hammack, 2018: 235).

2.7.2.2. Kırmızı Şaraplık Yabancı Üzümler

Syrah: Fransa'nın güneyinde Kuzey Rhone bölgesinde üretimi yapılan şaraplık üzüm çeşididir. İspanya, İtalya ve Portekiz'de de yetiştirilmektedir. Syrah'dan üretilen şaraplar alkol, asit ve tanen bakımından zengin ve kalitelidir. İçeriğinde kırmızı meyve aromaları hissedilir. Avustralya'da Shiraz adını almaktadır. Avustralya'nın en çok yetiştirilen üzüm çeşididir (Puckette ve Hammack, 2018: 395). Çeşidin kökeni İran'ın Şiraz kentine uzanmaktadır. Güney Afrika, ABD, Şili, Arjantin gibi ülkelerde de şarap yapımında kullanılmaktadır. Tek çeşit olarak şarabı yapılabildiği gibi, Cabernet Sauvignon gibi diğer çeşitlerle harmanı da yapılabilir. Syrah'dan kaliteli ve üstün nitelikli şaraplar üretilmektedir (Anlı, 2010: 156).

Cabernet Sauvignon: Fransa ve dünya şarapçılığının en önde gelen kırmızı üzüm çeşitlerinden biridir. Dünyaca ünlü Bordeaux şaraplarının bileşimine en yüksek oranda giren çeşittir. Küçük salkımlı, siyah-mor renkte, kalın kabuklu, küçük tanelere sahiptir (T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, 1990: 68). Bordeaux'dan sonra dünyanın en geniş Cabernet Sauvignon bağları Kaliforniya'da bulunmaktadır. Avrupa ve Amerika dışında Yeni Zelanda ve Avustralya'da da yaygın olarak yetiştirilir. Tek çeşit şarap üretiminde kullanıldığı gibi, Cabernet Franc, Merlot ve Syrah gibi türlerle harmanlanabilmektedir (Anlı, 2010: 153).

Merlot: Fransa'da Bordeaux şarap bölgesinin dünya çeşidi haline gelmiş bir türüdür. Bir siyah üzüm çeşidi olup, adını kelime olarak Fransızcada "kara tavuk" anlamında kullanılan "merle"den aldığı öne sürülmektedir. Cabernet Sauvignon'a kıyasla daha iri taneli ve daha ince kabuklu olup, şarabı da daha yüksek alkol derecesine sahiptir. Şarabı yakut kırmızı renkte olup, dünyaca ünlü "Chateau Petrus" şarapları ağırlıklı olarak Merlot çeşidinden oluşmaktadır. Şarabı yıllandırmaya uygundur. Fransa dışında Kaliforniya, Arjantin, Şili, Yeni Zelanda ve Avustralya'da yetiştirilir (Anlı, 2010: 154).

Cabernet Franc: Kökeni Bordeaux olarak kabul edilen bu çeşit Merlot ile harman yapılmaktadır. Cabernet Sauvignon çeşidinin akrabası olarak kabul edilen bu üzüm pembe şarap yapımında da kullanılır. Kaliforniya'da Napa ve Sonoma Vadileri'nde tek çeşit, Şili ve Arjantin gibi ülkelerde Cabernet Sauvignon ile harmanlanarak veya tek çeşit olarak değerlendirilir (Anlı, 2010: 152).

Petit Verdot: Fransa'daki Petit Verdot'ların büyük bir kısmı Bordeaux'daki Medoc bölgesinde yetiştirilir. Salkımlar ortalamanın altında boyutta, silindirik, uzun,

kanatlı ve gevşektir. Üzümler küçük, yuvarlak, koyu kırmızı-siyah renkte, kalın kabukludur ve geç olgunlaşır. Şarabının güçlü olması nedeniyle tek çeşit üretimden daha ziyade genellikle Bordeaux şaraplarının harmanına katılır (Wine Literature of the World, 2024). Ayrıca, Petit Verdot meşe fiçilerde olgunlaşmaya uygun olup, şarapları uzun süreler boyunca fiçilerde saklanabilir (Martínez-Gil vd., 2012: 1837).

Çal yöresinde yetiştirilen Boğazkere, Cabernet Sauvignon, Çal Karası, Merlot ve Öküzgözü çeşitlerine ait çekirdek, kabuk, salkım iskeleti ve yapraklardaki insan sağlığı açısından yararlı olduğu bilinen fenolik bileşik miktarları ile ilgili olarak yapılan araştırmaya göre, çekirdeklerin, kabuklara göre daha yüksek oranda antioksidan kapasite düzeyine sahip olduğu, en yüksek antioksidan kapasitesinin Öküzgözü çeşidinde bulunduğu, kabuk ve çekirdek bölümleri dikkate alındığında onu sırasıyla Cabernet Sauvignon, Boğazkere, Merlot ve Çal Karasının takip ettiği belirlenmiştir (Tahmaz ve Söylemezoğlu, 2019: 43,44).

Tablo13. Denizli’de üretilen şarapların hammaddesini oluşturan üzüm çeşitleri

Yerli Üzümler		Yabancı Üzümler	
Beyaz Şaraplık	Kırmızı Şaraplık	Beyaz Şaraplık	Kırmızı Şaraplık
Sultaniye, Narince	Çal Karası, Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası	Sauvignon Blanc, Chardonnay	Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Petit Verdot

2.8. İkinci Bölümün Genel Değerlendirmesi

Bu bölümde, bağcılık ve şarapçılık tarihi, üzüm üretim alanları, üretim süreçleri ve şarapçılık sektörünün Türkiye’deki mevcut durumu ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Özellikle, Denizli’nin şaraplık üzüm üretimindeki önemi vurgulanmış ve Denizli’de bulunan şaraphanelere topluca yer verilmiştir. Küresel iklim değişikliği, bağcılık üzerindeki riskler ve bağcılık coğrafyasında meydana gelebilecek değişiklikler bu sektör için büyük önem taşımaktadır. Türkiye’nin bağcılık tarihindeki köklü geçmişi ve zengin üzüm çeşitliliği, Türkiye’deki bağcılığın temelini oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, küresel ve ulusal düzeyde şarap üretimi ve tüketimi arasındaki dengesizlikler, sektörün sürdürülebilir kalkınmasını etkileyebilecek önemli bir unsurdur. Denizli’nin yüksek kaliteli şaraplık üzüm üretim potansiyeli, bölgesel ekonomik büyüme

için fırsatlar sunarken, iklim değişikliğinin olası etkileri ve artan uluslararası rekabet göz önünde bulundurularak stratejik planlamaların yapılması gerektiği açıktır. Ayrıca, organik bağcılık uygulamaları ve katma değerli ürünlerin üretimi, sürdürülebilir bir kalkınma modeli oluşturmak adına önemli fırsatlar sunmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye’de ve özellikle Denizli’de bağcılık ve şarapçılık sektörlerinin gelecekteki büyümesi için mevcut doğal, tarihsel ve kültürel kaynaklardan yararlanılması, sektördeki sorunların etkin bir şekilde ele alınması ve sürdürülebilir bir üretim modeli benimsenmesi gerekmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DÜNYA'DA VE TÜRKİYEDE ÖNOTURİZM VE BAĞ ROTALARI

Dünya önoturizmini iki ana başlık altında inceleyebiliriz. Bunlardan birincisi şarap üretiminin eski ve köklü geleneklere sahip olduğu Eski Dünya, diğeri ise şarap ve şarapçılıkla görece daha yakın bir zamanda tanışmış olan Yeni Dünya coğrafyasıdır.

3.1. Eski Dünya ve Önoturizm

Kıta Avrupa'sının daha sıcak bölgelerini oluşturan Akdeniz havzasında şarap ve bağcılık eski ve köklü geleneklere sahiptir. Avrupa Birliği'nin en büyük asma (üzüm) sahalarına sahip ilk dört ülkesi İspanya (%30), Fransa (%25), İtalya (%19) ve Portekiz'dir (%6). Bu ülkeleri Romanya, Yunanistan ve Almanya takip etmektedir (Eurostat, 2017).

Bu ilk dört ülke aynı zamanda bağ rotaları konusunda da ön plana çıkmaktadır.

3.1.1. İspanya

İspanya, dünyanın en büyük şarap üreticisi ve ayrıca dünyanın en çok turist ağırlayan ülkelerinden biri olarak dünya çapında en rekabetçi şarap turizmi destinasyonlarından biri olma potansiyeline sahiptir (Moreno-Melgarejo vd., 2021: 87).

İspanyol şarap turizminin ilk rotaları sadece şaraphanelerin yerlerini gösteren bir haritadan ibaretti. İlk kilometre taşlarından biri, 1970'lerde La Rioja'da turistik rotaların tasarlanmaya başlanmasıdır. Ardından diğer İspanyol şarap üretim bölgeleri de bunu takip etmeye başlamıştır (Martínez-Falcó vd., 2023: 174).

1994 yılında kurulan İspanyol Şarap Şehirleri Birliği (Asociación Española de Ciudades del Vino, ACEVIN), ülke genelinde 60'tan fazla şarap üreten kasabayı bir araya getirmektedir. Birliğin ana amacı, kültürü ve şarap turizmini yerel kalkınma stratejisi olarak teşvik etmek, istihdam ve zenginlik yaratmaktır (Moreno-Melgarejo vd., 2021: 90). ACEVIN, çeşitli şarap rotalarını uygulanabilir bir gerçekliğe dönüştürmek için gerekli eğitim ve metodolojiyi sağlayan ilk dernek olmuştur. Bu çalışmalar belirli bir coğrafi bölgedeki çeşitli şaraphaneler arasında yüksek düzeyde koordinasyon sağlamak için sağlam bir temel oluşturmuştur. Daha sonra, bu şarap rotalarına turistik ürün statüsü kazandırma çabaları sarf edilmiştir. Bu çabalar, farklı rotalar arasında koordinasyon mekanizmaları geliştirmeyi ve şarap üretim geleneğine odaklanarak İspanya'nın kültürel çekiciliğini artıracak kaliteli bir ürün yaratmayı amaçlamıştır (López-Guzmán vd., 2009: 424).

2000 yılında, İspanyol hükümeti, turizm ürünlerinin kalitesini artırmayı amaçlayan İspanyol Turizminin Kalitesi için Entegre Planı sundu. Bu plan, daha fazla turizm çeşitliliği sağlamak amacıyla "İspanya'nın Şarap Rotaları" (Wine Routes of Spain - WRS) gibi turizm ürünlerinin yaratılmasını ve geliştirilmesini öngörmüştür. Planda öngörüldüğü üzere, bir Şarap Rotası, bir şarap üretim bölgesinin mevcut ve potansiyel turizm kaynakları ve hizmetlerinin, otantiklik ve deneysel anlayış temelinde, aynı tematik konsept altında entegrasyonunu ifade eder. İspanya'nın Şarap Rotaları ürünü, İspanyol şarap üreticilerinin ulusal ve uluslararası imajını geliştirmeye ve aynı zamanda turistlerin şaraphaneden yaptıkları alışverişler yoluyla şarap satışlarını artırmaya yardımcı olmuştur (Martínez-Falcó vd., 2023: 174).

İspanya'daki şarap rotalarının sayısı her geçen gün artmaktadır. 2009 yılında toplam 19 rota mevcutken (López-Guzmán vd., 2009: 425), Eylül 2010 itibariyle, resmi olarak "İspanyol şarap rotaları" statüsünde toplam 22 rota bulunmaktadır. Bunlardan 13'ü sertifikalı, dokuzu ise sertifikasyon sürecindedir:

Sertifikalı rotalar: Bullas, Cava Del Penedès, Jumilla, La Mancha, Marco de Jerez, Montilla-Moriles, Navarra, Rías Baixas, Ribeiro, Rioja Alavesa, Somontano, Tacoronte-Acentejo ve Utiel-Requena (López-Guzmán vd., 2011: 378).

Sertifikasyon sürecindeki rotalar: Acoden-Daute-Isora, Alicante, Bierzo, Campo de Borja, Condado de Huelva, Lleida, Ribera Del Duero, Ribera Del Guadiana ve Rioja (López-Guzmán vd., 2011: 378).

2022 yılı itibariyle İspanya'daki şarap rotalarının sayısı 34'e yükselmiştir (Martínez-Falcó vd., 2023: 175). İspanya Şarap Rotalarının resmi internet sitesine göre bu sayı 2024 tarihi itibariyle 37'dir (Wine Routes of Spain, 2024).

Bu şarap rotalarından başlıcaları şu şekildedir.

Ribera del Duero Şarap Rotası: Ribera del Duero Şarap Rotası, Burgos, Segovia, Soria ve Valladolid'in, Duero Nehri boyunca eşlik ettiği kuzey ovasında, 115 km uzunluğundaki şarap yetiştirme koridoru boyunca 100'den fazla kasabayı birbirine bağlayarak ilerler. Tinto Fino (Tempranillo) üzümüyle ünlüdür. Bölge, nefes kesici manzaralar, tarihi köyler ve modern şaraphaneler sunar. Ribera del Duero damgasını taşıyan 900'den fazla marka, 8.000 bağcı ve 270'ten fazla şaraphane bulunmaktadır (Wine Routes of Spain, 2024).

Rías Baixas Şarap Rotası: Bu rota Galicia bölgesinde yer almakta olup, Albariño üzümünden yapılan beyaz şaraplarıyla ünlüdür. Bu rota, Atlantik Okyanusu'nun etkisiyle oluşan benzersiz mikroklimaları keşfetme fırsatı sunar. Şarapları yalnızca bölgeye özgü

üzüm çeşitleri ile yapılmakta olup, yetiştirme yöntemlerinde geleneksel tekniklere bağlı kalmaktadır (Wine Routes of Spain, 2024).

Rioja Alavesa Şarap Rotası: Bask bölgesinde Álava eyaletinin güneyinde yer alan Rioja Alavesa, orijinal orta çağ kasabalarının cazibesini hala koruyan 15 belediyeden oluşur. 12.000 nüfusa sahip olan bu bölge, 13.500 hektarlık üzüm bağlarına ve her yıl Rioja Kaliteli Sertifikalı 100 milyon şişe şarap üreten yaklaşık 400 şaraphaneye sahiptir.

Rioja Alavesa, yeraltı şaraphaneleri, aile şarap mahzenleri ve çağlar boyunca varlığını sürdüren eski şaraphaneler ile günümüzün en yenilikçi mimari projeleri arasındaki karşıtlıkların deneyimlenmesini sağlamaktadır. Tempranillo üzümlerinin baskın olduğu bu bölgede hem geleneksel hem de modern şarap üretim yöntemleri görülmektedir. Bu rotada yer alan bazı şaraphaneler de ilginç mimarileriyle ilgi odağı olmaktadır (Wine Routes of Spain, 2024).

Şekil 11. Rioja Alavesa Şarap Rotasında İlginç Mimarisi ile Dikkat Çeken Marqués de Riscal Şaraphanesi (Kuruluş: 1858)



Kaynak: rutadelvinoderiojaalavesa.com, 2024

Marco De Jerez Şarap Rotası: Endülüs’de yer alan ve Sherry (Jerez) şarabının anavatanı olan bu bölge, zengin kültürü ve tarihi ile ünlüdür. 3.000 yıllık şarapçılık geleneğine sahip olan Marco de Jerez bölgesinde 7.000 hektardan fazla üzüm bağları bulunmakta olup, kendine özgü üretim yöntemleri geliştirilmiştir. Bölgenin özel iklimi sek şarapların elde edildiği Palomino üzümü ve tatlı şaraplar için kullanılan Pedro Ximénez ve Moscatel üzümlerinin yetişmesine elverişlidir (Wine Routes of Spain, 2024).

Somontano Şarap Rotası: Aragon bölgesinde yer almaktadır. Çeşitli üzüm türleri ve modern şarapçılık teknikleri ile bilinir. Şaraphaneler genellikle Pirene Dağları'nın eteğinde konumlanmıştır. Somontano'nun doğal güzellikleri arasında, milyonlarca yıl boyunca nehirler, yağmur ve rüzgâr tarafından şekillendirilen derin

kanyonlar ve kayalıklarla Sierra y los Cañones de Guara Doğa Parkı bulunmaktadır. Bu yönüyle, doğa severler ve macera sporları tutkunları tarafından da tercih edilmektedir. Barbastro ve Alquézar ziyaret edilecek yerler arasında yer almaktadır (Wine Routes of Spain, 2024).

Madrid Şarap Rotası: Bu bölgede 12.000 dönüm üzüm bağı bulunmakta olup, bunların 8.900 dönümü orijinal üretim adıyla işaretlenmiştir. Madrid Şarapları üretim adı 1990 yılında oluşturulmuş olup, İspanya'da tanınan 94 üretim adından biridir. Bu üretim adı, dört alt bölgeden oluşmaktadır: Arganda, Navalcarnero, San Martín de Valdeiglesias ve Şubat 2019'dan beri El Molar. Bu bölgede 5.000 hektolitreten fazla şarap ihraç edilmekte olup, üretimlerinin %30'u Avrupa Birliği ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin'e ihraç edilmektedir. Bu rotanın yüzden fazla paydaşı bulunmakta olup, giderek daha yerleşik bir turizm seçeneği haline gelmektedir. Bu rotada temalı rotalar, şarap tadımları, atölyeler, üzüm bağlarında piknikler gibi şarapla ilgili birçok etkinlik sunulmaktadır (Wine Routes of Spain, 2024).

Bu rotalar, İspanya'nın farklı bölgelerindeki zengin şarap kültürünü keşfetmek ve yerel gastronomi ile birleşen deneyimler yaşamak için fırsatlar sunar. Her rota, bölgenin kendine özgü şarap çeşitlerini, üretim tekniklerini ve kültürel mirasını tanıma imkânı sağlar (Wine Routes of Spain, 2024).

3.1.2. Fransa

Fransa'da 10.000'den fazla şarap turizmi mahzeni ve 31 şarapla ilgili tematik alan/müze bulunmaktadır ve bu yerler 2016 yılında 10 milyondan fazla şarap turisti ağırlamıştır. 2016 yılında Fransa'da şarap turistlerinin toplam harcaması yaklaşık 5,2 milyar euro olarak tahmin edilmektedir. Fransız şarap turistlerinin %18'i ilk olarak Bordeaux bölgesini, %17,2'si Champagne bölgesini ve %16,9'u Alsace bölgesini ziyaret etmektedir. Belçikalı ve İngiliz şarap turistleri Fransa'daki şarap turizminin ana destekçileridir (uluslararası ziyaretçilerin neredeyse yarısı), ancak özellikle Asya'dan gelen yeni müşteriler bu aktiviteye artan bir ilgi göstermektedir (Haller, 2021: 89).

Fransız şarap endüstrisinin dünya pazarlarında "Yeni Dünya" şaraplarının güçlü rekabeti ile karşılaşması nedeniyle 2007 yılında, Tarım ve Turizm Bakanları, şarap turizmi hakkında bir rapor hazırlamakla görevlendirilmiştir. Odaklandığı konu "Turizm şarap üreticisine ne kazandırabilir ve bunun tersi de geçerli midir?" olan bu rapor, Paul Dubrule tarafından yazılmıştır. Fransa turizminin lideri ve dünyanın ilk otel grubu olan "Accor" grubunun kurucu ortaklarından biri olan Dubrule o dönemde, şarap turizmine

hem turizm ekonomisi hem de şarap ekonomisi açısından yaklaşmıştır. Dubrule bu raporu hazırlarken bir turizm uzmanı olarak, bunu şarap sektörünü kurtarmak için bir rehber metin olarak değil, Fransa için turizm fırsatlarının bir incelemesi olarak ele almıştır. Kaliforniya'daki Napa Vadisinden esinlenerek, özellikle turizm yoluyla şarap için yeni yerel dağıtım kanallarını geliştirmeyi düşünmüştür (Germal-Medalle ve Hannin, 2021: 183).

Turistlerin bağları ziyaret etmesi bugüne özgü bir olgu olmayıp, 15. yüzyılda, genç Avrupa elitleri düzenli olarak Bordeaux, Burgonya ve Champagne'yi "Grand Tour"un bir parçası olarak ziyaret ederdi. 19. yüzyıldan bu yana, gezginlerin şarap kültürü ve bağ manzaralarına olan merakı sürekli olarak artmıştır. Bu nedenle 2007 yılı, Fransa'da şarap turizminin doğuşunu işaret etmese de devletin en üst düzeylerinde, ulusal bir şarap turizmi arzını yapılandırma, iletişim kurma ve pazarlamanın acil ihtiyacına ikna olduğu yıl olarak dikkat çekmektedir. On üç yıl sonra, şarap turizmi Fransa'nın turizm stratejisinin merkezinde yer almakta, özellikle Fransız Dışişleri Bakanlığı tarafından yönetilen bir "mükemmeliyet merkezi", 2000 yılında kurulan "şarap turizmi" grubu ve Atout France tarafından desteklenen www.visitfrenchwine.com web sitesi aracılığıyla tanıtılmaktadır. Bu şarap turizmi grubu içinde Fransız turizm ve şarap endüstrisinden paydaşlar bir araya gelmiş olup, bu ortaklar Fransız şarap turizminin geliştirilmesine yönelik olarak gönüllü ve kolektif bir yaklaşımla çalışmaktadır (Germal-Medalle ve Hannin, 2021: 184).

Fransız üzüm bağlarının geçmişi yüzyıllara, bazı bölgelerde ise birkaç bin yıla dayanmaktadır. Bu şarapların şöhreti, teruarların [Toprak, iklim ve topoğrafik özellikleriyle şarabın kalitesini ve stilini belirleyen, ona karakteristik özellikler katan bölgedir (Bayram vd., 2016: 35).] ve üzüm çeşitlerinin bolluğundan kaynaklanmaktadır. Buldukları bölgenin jeolojik, iklimsel ve insani özelliklerini taşıyan bu şaraplar, Fransa'nın turistik ve kültürel mirasının bir parçasıdır (Man ve Slave, 2022: 269).

Fransa'nın önde gelen şarap rotaları şunlardır:

Loire Vadisi: Manzaraları ve şatolarıyla UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Loire Vadisi, dünyaca ünlü üzüm bağlarına sahiptir. 1.000 km'lik şarap rotası, görkemli şatoları, tarihi anıtları ve prestijli şarap bölgelerini gözler önüne sermektedir. Loire Nehri boyunca 900 km'lik bir bisiklet yolu da ziyaretçilerin bölgeyi keşfetmesini daha zevkli hale getirmektedir (www.visitfrenchwine.com, 2024).

Beş üzüm çeşidi, üzüm çeşitlerinin neredeyse çoğunu kapsar:

- Siyahlarda: Cabernet franc (%52); siyah Gamay (%16).

- Beyazlarda: Melon (%39); Chenin (%27); Sauvignon (%20) (Man ve Slave, 2022: 270).

Champagne: Champagne bölgesi karmaşık bir üretim yapısına sahiptir. Üzüm ve meyve suyu satın alan ve şarap üreten birkaç büyük şirket vardır. Bunlar arasında dünyanın en iyi bilinen markalarının çoğu yer almaktadır. Buna ek olarak, şirketlere ya da kooperatif üreticilerine üzüm satan yaklaşık 15.000 üzüm yetiştiricisi vardır. Bu yetiştiricilerin yaklaşık 4.760'ı aynı zamanda küçük ölçekli şarap üreticisidir ve ürünlerini çoğunlukla yerel olarak satmaktadır (Charters ve Menival, 2011: 104). Champagne dünya çapında ünlü köpüklü şarapları ile bilinir. Champagne bağları, yamaçları, evleri ve şarap mahzenleri UNESCO Dünya Mirası listesinde yer almaktadır. 450 km'lik yürüyüş ve bisiklet parkuru üzüm bağlarının ve büyük göllerin arasından geçmektedir (www.visitfrenchwine.com, 2024).

Bölge dört ana bölgeye ayrılmıştır. Bağcılık açısından en iyi bilinen iki bölge, kendi adını taşıyan şehrin çevresindeki Montagne de Reims ve Epernay'ın güneyindeki Cote des Blancs'tır. Buna ek olarak, Epernay'den Paris'e doğru 70 kilometre uzanan Marne Vadisi bulunmaktadır. Dördüncü bölge olan Aube ise çok daha güneyde, Reims'e yaklaşık 125 kilometre uzaklıktadır ve şampanya turizmi rotasına çok daha az entegre olmuştur (Charters ve Menival, 2011: 104).

Bölgenin üzüm çeşitleri Pinot noir (%39), Pinot meunier (%33) ve Chardonnay'dir (%28). Mekanik hasat yasaktır, geleneksel usullere göre üretim yapılmaktadır. Champagne bölgesinde bağlar da şaraphaneler de Fransa ölçeğine göre küçüktür (Man ve Slave, 2022: 271).

Alsace: Alsace Şarap Rotası (Route des Vins d'Alsace), Fransa'nın en ünlü ve en eski şarap rotalarından biridir. 1953 yılında açılan bu rota, yaklaşık 170 km uzunluğunda olup, Strasbourg'dan Colmar'a kadar uzanır ve 70'ten fazla kasaba ve köyden geçer. Bu rota, ziyaretçilere Alsace bölgesinin güzel manzaralarını, tarihi köylerini ve ünlü şaraplarını keşfetme fırsatı sunar. Alsace bağları, Vosges Dağları tarafından okyanus etkilerinden korunan tepelerde bulunur ve bol güneş ışığı alır. Bu durum, üzüm kalitesine ve çeşitliliğine olumlu etki yapar. Alsace bağları, yaklaşık 100 kilometre uzunluğunda ve 15,000 hektar alan kaplar. Şarap rotası aynı zamanda toplumsal etkinliklere de ev sahipliği yapmaktadır. Nisan'dan Ekim'e kadar çok sayıda yerel köyde üzüm hasadı festivali kutlanmakta ve ardından ünlü Noel pazarları kurulmaktadır (visitfrenchwine.com, 2024).

Beyaz şarap üretilen tipik üzüm çeşitleri Riesling, Pinot Gris, Gewurztraminer, Muscat d'Alsace, Sylvaner, Pinot Blanc, Klevener'dir. Bu listeye, köpüklü olmasıyla öne çıkan Crémant d'Alsace ve birkaç üzüm çeşidinin karışımı olan Edelzwicker eklenmelidir. Pinot Noir, bölgedeki tek kırmızı veya roze üzüm çeşididir (Man ve Slave, 2022: 272).

Burgundy: 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası listesine dahil edilen Burgundy (Bourgogne) üzüm bağlarını yürüyerek, bisikletle veya at sırtında keşfetmek mümkündür. Pinot Noir ve Chardonnay üzüm çeşitlerinin üretimine çok uygun olan Bourgogne bağları, dünyanın en ünlüleri arasında yer alan çok çeşitli şaraplar sunmaktadır (www.visitfrenchwine.com, 2024). Buradaki üzüm bağları 30.600 hektar alana yayılmış olup, 3.947 çiftlik ve 101 adet bölgeye özgü şarap çeşidi bulunmaktadır (Man ve Slave, 2022: 272).

Bordeaux: Fransa'nın en ünlü şarap bölgelerinden biridir ve dünya çapında tanınan şaraplarıyla ünlüdür. Bordeaux şarap bölgesi, tarihsel olarak 8. yüzyıla kadar uzanır ve zamanla dünyanın en prestijli şarap üretim bölgelerinden biri haline gelmiştir. Bölge, özellikle kırmızı şaraplarıyla ünlüdür ve Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc gibi üzüm çeşitleri burada yaygın olarak yetiştirilir. Ayrıca, beyaz şarap üretiminde kullanılan Sauvignon Blanc, Sémillon ve Muscadelle gibi üzüm çeşitleri de bulunur. Bağ alanları 121.496 hektar alana yayılmış olup, 9.863 çiftlik bulunmaktadır. Bölgeye özel 57 adet tescilli şarap çeşidi bulunmaktadır. Bazı şarapları dünyanın en prestijli şarapları arasındadır: Pétrus, Yquem, Mouton Rothschild, Cheval Blanc, Laffite-Rothschild, Latour, Margaux (Man ve Slave, 2022: 274).

Bordeaux, çeşitli alt bölgelere ayrılmıştır ve her biri kendine özgü şarap stilleriyle bilinmektedir. En bilinen alt bölgeler arasında Médoc, Saint-Émilion, Pomerol, Graves ve Sauternes bulunmaktadır. Médoc, güçlü ve tanenli kırmızı şaraplarıyla ünlüdür. Saint-Émilion ve Pomerol, daha yumuşak ve meyvemsi kırmızı şaraplar üretmektedir. Graves, hem kırmızı hem de beyaz şaraplarıyla tanınmaktadır. Sauternes ise tatlı beyaz şaraplarıyla ünlüdür. Bu farklı şarap bölgeleri Bordeaux Şarap Rotası boyunca önemli durakları oluşturmaktadır. Bordeaux bağlarında 6.000 şato, tarihi köyler, orta çağ şehirleri, arkeolojik alanlar ve Antik Roma kiliseleri bulunmaktadır (www.visitfrenchwine.com, 2024).

Bordeaux şarap rotası boyunca birçok şarap turu ve tadım etkinliği düzenlenmektedir. Bu turlar genellikle yerel rehberler eşliğinde yapılmakta olup, ziyaretçilere üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ve tarihi şatoları keşfetme imkânı

sunmaktadır. Örneğin, Saint-Émilion'da yapılan bir tur, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan bu tarihi köyü ve çevresindeki üzüm bağlarını keşfetme fırsatı sunmaktadır. Médoc bölgesinde yapılan turlar ise ünlü şatoları ve onların prestijli şaraplarını tanıtmaktadır (www.visitfrenchwine.com, 2024).

3.1.3. İtalya

İtalya'da şarap turizmi hareketi 1993 yılında ilk kez düzenlenen "Cantine Aperte" (Açık Şaraphaneler) etkinliği ile başlamıştır. Hareket, başlangıçta 25 şaraphane ile başlamışken, 2015 yılına gelindiğinde halka kapılarını açan 21.000 şaraphaneye ulaşmıştır ve ziyaretçi sayısı birkaç yüz kişiden, 4 ila 6 milyona yükselmiştir (Colombini, 2015: 35). Şarap turizmi ile ilgilenen iki ulusal organizasyon, 1.000 şaraphaneyi içeren Movimento del Turismo del Vino (Şarap Turizmi Hareketi) ve şarap bölgelerindeki kasabalara atıfta bulunan Associazione Nazionale Città del Vino'dur (Ulusal Şarap Şehirleri Derneği). Çalışmalarını ciddiyle sürdüren bu iki organizasyon İtalya'nın tüm bölgelerinde faaliyet göstermektedir (Colombini, 2015: 30).

Şarap Rotalarının kuruluşu, şarap rotalarını kaliteli şarapların üretildiği coğrafi alanlarda oluşturulan güzergahlar olarak tanımlayan 1999 tarihli 268 sayılı Ulusal Kanun ile gerçekleşmiştir. Kanun, şarap yetiştirilen alanları ve şaraphaneleri, kültürel ve doğal kaynaklar da dahil olmak üzere, değerlendirmeyi ve turistlerin bunlardan faydalanmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Şaraba adanmış bir bölgenin tipik tanımlaması, çeşitli Şarap Rotalarının oluşturulmasına yardımcı olmuş ve son zamanlarda bölgenin kendine özgü yiyeceklerini de içermeye başlamıştır. Sonuç olarak, birçoğu artık Şarap ve Yiyecek Rotaları (WFRs) olarak adlandırılmaktadır. İtalya'da 161 adet şarap ve yiyecek rotası bulunmakta olup, bunların 131 adedi şarap başat rotalardan oluşmaktadır (Asero ve Patti, 2009: 10).

İtalya'da şarap üretimi 4 bölgeye ayrılmıştır. Bunlar Kuzey, Orta, Güney İtalya ve Sicilya ile Sardunya'dan oluşan Adalar bölgeleridir. Bu dört bölgede 2009 itibariyle toplam 3.909 şaraphane bulunmaktadır. 2000 yılında bu sayının 1.903 olduğu dikkate alındığında şaraphane sayısının arttığı görülmektedir. Bölgelere göre önde gelen üretim merkezi ve şaraphane sayısı Kuzey (1.951) - Piemonte (605), Orta (1066) - Toskana (749), Güney (594) - Campania (218), Adalar (298) - Sicilya (215) şeklindedir. Bu bölgelerde toplam 26.281.324 hektolitre kaliteli şarap üretilmektedir (Asero ve Patti, 2009: 8).

Tüm listeler Toskana'yı İtalya'nın birinci şarap destinasyonu olarak kabul etmektedir. Travellers' Choice Award 2012, The WAYN Award 2013 (WAYN - "where are you now" cümlesinin baş harflerinden oluşan tatil ve gezi temalı sosyal paylaşım sitesi) ve seyahatle ilgili büyük sosyal medya platformları Toskana'yı dünya çapında birinci sırada değerlendirmektedir (Colombini, 2015: 32).

Toskana, şarap turistlerine en çok değer verdikleri dört çekiciliği sunmaktadır: Güzel manzara, yüksek kültür, lezzetli yemekler ve iyi şaraplar. İyi veya yüksek kalitedeki oteller, kır pansiyonları ve restoranlardan oluşan ağ, il genelindeki şehirlerde, kasabalarda ve köylerde sektörü desteklemektedir. Çok sayıda antika fuarı, sanat festivalleri, konserler ve diğer kültürel etkinlikler, Toskana ile ilişkilendirilen ünlüler (Prens Charles'tan Sting'e kadar), lüks alışveriş ve lüks outlet alışverişi (Gucci, Prada ve Cavalli) Toskana'nın üstünlüğünü pekiştirmeye yardımcı olmaktadır (Colombini, 2015: 32).

Toskana Orta İtalya'da bir bölge olup, bu bölge içinde Floransa, Pisa, Siena gibi tarihi ve kültürel kimlikleri ön plana çıkmış illerle birlikte 10 adet şehir bulunmaktadır. Bu geniş ve renkli coğrafyaya yayılmış 25 adet şarap rotası bulunmaktadır (Manola ve Koltsikoglou, 2020: 33,34).

Toskana'nın yedi bölgesi UNESCO koruması altındadır ve Dünya Mirası Alanı olarak belirlenmiştir: Bunlar; Floransa'nın tarihi merkezi (1982), Pisa Katedrali meydanı (1987), San Gimignano'nun tarihi merkezi (1990), Siena'nın tarihi merkezi (1995), Pienza'nın tarihi merkezi (1996), Val d'Orcia (2004) ve Medici Villaları ve Bahçeleri'dir (2013) (UNESCO World Heritage Convention, 2024).

UNESCO Kültür Mirası Listesinde bulunan Val d'Orcia ile birlikte Chianti Toskana'nın önemli şarap bölgeleridir. Siena'ya oldukça yakın bir mesafede olan Val d'Orcia bölgesi, sahip olduğu doğal güzelliklerle tanınmaktadır. Ülkenin en değerli şarap üretim merkezlerinden biri olan bölgede çok kaliteli şaraplar üretilmektedir. Şato tarzında şaraphanelerinin yanı sıra bölgenin doğal güzelliğini tamamlayan etkileyici köy ve kasabalar, çiftlik evleri ve zeytinlikler de bulunmaktadır (Colombini, 2015: 32).

Toskana'nın en ünlü şarap bölgesi olan Chianti, Floransa ile Siena toprakları arasına konumlanmış olup, bölgenin doğal güzellikleri içinde yer alan şaraphanelere ev sahipliği yapmaktadır. Göz alabildiğine yemyeşil toprakların hâkim olduğu bölgede, pek çok şirin kasaba ve tarihi manastır bulunmaktadır. Kırmızı şarabıyla ünlü Chianti bölgesi gerek iklim şartları gerekse karakteristik özellikler taşıyan üzümleri ile en önemli şarap çeşitlerinden biri olmayı başarmıştır. Şarap gelenekleri, Chianti'nin topraklarını dünya

çapında ünlü bir yer haline getirmiştir. Chianti Bölgesi, orta çağ şehirlerine, romantik üzüm bağlarına ve tepelik manzaralara geziler için ideal bir üs konumundadır. Her küçük kasabada turistler, şarap mahzenlerini, kaleleri ve çiftlikleri keşfetme fırsatına sahiptir ve kaliteli şarapları tatma imkânını bulabilirler. Floransa'dan gelen gezginler için bağcıların diyarına ulaşmanın en kolay yolu, Toskana bölgesinde yer alan Impruneta'dır. Burada Santa Maria Bazilikası (Basilica di Santa Maria) ve Finans Müzesi (Museo del Tesoro) gibi birçok anıt bulunmaktadır. Impruneta'da sonbaharda Şarap Festivali ve Aziz Luka Sergisi gibi iki uluslararası etkinlik düzenlenmektedir. Bu rotanın ana unsurları, üzüm bağları, zeytin ağaçları ve tepeler ile vadilerden oluşan eşsiz manzaralardır ve ziyaretçilere tarih, gelenek, folklor ve tatma konularında hem duygusal hem de deneyimsel bilgi sunar (Manola ve Koltsikoglou, 2020: 34).

3.1.4. Portekiz

Portekiz 1974 yılında diktatörlükten demokrasiye geçmiş ve 1986 yılında Avrupa Birliğine üye olmuştur. Portekiz'de irili ufaklı binlerce üzüm bağı bulunmakla birlikte, Port şarabı hariç, ülke genelinde üretilen şarapların kalitesi ancak 1990'lardan itibaren önemli ölçüde artmış ve Portekiz'de şarap turizmine giderek daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Portekiz'in Avrupa Birliği'ne katılmasından sonra Turizm Kalkınma Planları hazırlanmış olmakla birlikte bu belgelerde şarap turizmi açıkça zikredilmemiştir. Portekiz'in şarap turizmine daha fazla yatırım yapmasını teşvik eden unsurlardan biri, 1993 yılında farklı Avrupa şarap üretim bölgeleri arasındaki iş birliğini teşvik etmek amacıyla başlatılan Avrupa Birliği'nin Dionysos programına katılımı olmuştur (Dimitrovski vd., 2019: 304, 305). Bu projenin, bağcılığın teşviki yoluyla fakir şarap üretim bölgelerinin desteklenmesi, uzman bilgi birikiminin kullanımı, şarap turizminin teşviki, şarap rotalarının geliştirilmesi, kaliteli hizmetlerin oluşturulması ve pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi gibi birçok hedefi vardı (Dimitrovski vd., 2019: 305).

Bölgesel İş Birliği Programı, şarap turizmine yatırım yapmak isteyenlere mali destek sağlayan bir ulusal hükümet düzenlemesi getirdi. Söz konusu düzenleme, Portekiz'deki birçok şarap bölgesinin şarap rotaları oluşturmasını başarıyla teşvik etti (Dimitrovski vd., 2019: 305). Bu programın yürürlüğe konmasıyla Portekiz'de hangi bölgede hangi turizm türüne öncelik verileceği saptandı ve 1996 yılından başlayarak 2017 yılına kadar 17 adet şarap rotası oluşturuldu. 1996 yılında oluşturulan ilk şarap rotasının (Rota do Vinho do Porto) 49 üyesi vardı. 2017 yılına gelindiğinde toplam 17 rotada tam 419 üye bulunmaktadır.

Tablo 14. Portekiz'in En Fazla Üye Sayısına Sahip İlk Üç Rotası (2017)

Rotalar	Başlangıç	İlk yıldaki üye sayısı	Üye sayısı (2008)	Üye sayısı (2016)	Merkez	Koordinatör Kurum	İnternet Adresi
Rota do Vinho do Alentejo	1997	24	48	76	Évora	Comissão Vitivinícola Regional Alentejana	https://www.vinhosdoalentejo.pt/pt/rota-dos-vinhos/rota-dos-vinhos-do-alentejo/
Rota do Vinho do Porto	1996	49	51	67	Peso da Régua e Porto	Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto	https://www.ivdp.pt/pt/rota-enoturismo/rota-dos-vinhos-do-douro-e-do-porto/
Rota dos Vinhos Verdes	1997	30	67	62	Porto	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	https://rota.vinhoverde.pt/pt/rota-dos-vinhos-verdes

Kaynak: (Dimitrovski et al., 2019) 308.

Ulusal düzeyde, şarap rotaları Portekiz Şarap Rotaları Derneği (ARVP- Association of Wine Routes in Portugal) bünyesinde organize edilen Portekiz'de, şarap turizmi diğer turizm türleri için ilginç bir tamamlayıcı olarak öngörülmekte ve şarap rotaları da genel olarak ziyaretçileri çekmek için ilginç araçlar olarak değerlendirilmektedir (Dimitrovski vd., 2019: 311).

Portekiz'in şarap rotaları Vinho Verde, Tras-os-Montes, Porto-Douro, Dão, Bairrada, Beira, Lisboa, Tejo, Alentejo, Peninsula de Setúbal, Algarve, Açores, Madeira ve Tavora E Varosa'dır (Akdağ ve Oyan, 2020: 2789). Bunlar içinde Portekiz'in en önemli şarap üretim bölgelerinden biri olan Douro Vadisi (Rota do Vinho do Porto) Portekiz'in kuzeyinde bulunmakta olup, Douro Vadisi'nin doğal ve kültürel miras kaynakları, ona turizm gelişimi için büyük bir potansiyele sahip benzersiz bir karakter kazandırmaktadır. Bu benzersizlik, UNESCO tarafından Dünya Mirası Alanı olarak tespit edilmesinde belirleyici bir faktör olmuştur (Correia vd., 2019: 204). Bölgenin UNESCO dünya mirası listesine girmesi yatırımcılar ve yerel girişimciler arasında çekiciliğini artırmıştır. Bunun neticesinde bölgenin turizm aktiviteleri (nehir turları, tarihi manzaralı tren yolculukları, çeşitli konaklama birimleri, port şarabı rotası, şarapla ilgili etkinlikler ve tadımlar gibi) ve turist sayısı artmakla birlikte, bölgedeki turistleri tutmada hâlâ zorluk yaşanmaktadır ve ortalama kalış süresi 1,5 geceyi geçmemektedir (Correia vd., 2019: 208).

3.1.5. İsviçre

İsviçre 18. yüzyıldan beri bir turizm merkezi olup, dağları, vadileri, gölleri ve nehirlerinin güzel manzaraları, toplu taşıma sistemi, peynir ve saat gibi ürünleriyle dünya çapında ünlüdür. Bu durumun tam aksine, İsviçre'de üretilen şaraplar ülke dışında pek bilinmemektedir. Bunun başlıca nedeni üretimin 14.628 hektarlık üzüm bağları ile sınırlı olması ve nispeten yüksek üretim maliyetleri (ve dolayısıyla fiyatlar) nedeniyle üretimin %1'inin ihraç edilmesidir (Hungerbühler, 2024: 190).

İsviçre'nin şarap coğrafyası, Alplerin ve rakım farklılıklarının etkisiyle kendine özgü özelliklere sahip çeşitli bağ alanlarının oluşmasına neden olmuştur. Bundan dolayı çok sayıda şarap türüyle karşılaşılmaktadır. İsviçre'de şarap üretiminde genel olarak iki iş modeli vardır. Aile şarap imalathaneleri küçük ölçekli olup, üretimlerinin çoğunu doğrudan nihai tüketicilere satmaktadır. Kooperatifler/büyük şarap imalathaneleri ise satışlarını çoğunlukla süpermarketler aracılığıyla yapmaktadır. İsviçre şarap pazarında ithal ürünler yerel ürünlerle rekabet halindedir. Bu nedenle İsviçreli şarap üreticilerinin rekabet edebilmek için kaliteye ve ürün farklılaştırmasına odaklanmaları gerekmektedir. 2022 yılı şarap üretimi 1 milyon hl olan (Inoue, 2023: 293) İsviçre'nin ürettiği şarapların büyük kısmı iç piyasada tüketilmekte olup, tüketimin karşılanamayan miktarı ithal edilmektedir (Masset ve Weisskopf, 2019: 507).

Chasselas (beyaz) ve Pinot Noir (kırmızı) başta olmak üzere çok çeşitli yerel ve uluslararası üzüm türleri yetiştirilmektedir. İsviçre'nin önde gelen şarap rotaları şunlardır:

Lavaux Bağ Terasları (UNESCO Dünya Mirası): Lavaux, Fransa ile İsviçre arasında yer alan Cenevre (Leman) Gölü kıyısında, Vaud kantonunda Lausanne şehrinin yakınında yer almaktadır. Lousanne ve Vaud Kantonu, mutfağının çeşitliliği ve kalitesiyle ünlü bir gastronomi ve şarap bölgesidir. Bölge, çok sayıda "toques" (restoran ödülleri) ve Michelin yıldızına sahiptir. Lausanne şehri 2018 yılında Büyük Şarap Başkentleri Küresel Ağı'na (GWC) katılmıştır. [Büyük Şarap Başkentleri Küresel Ağı (Great Wine Capitals Global Network-GWC), dünya çapında önemli şarap üretim merkezlerini bir araya getiren uluslararası bir organizasyondur. Bu ağ, şarap sektöründeki en iyi uygulamaların paylaşılması, şarap turizminin teşvik edilmesi ve üye bölgelerde ekonomik büyümenin desteklenmesi amacıyla 1999 yılında kurulmuştur. GWC, şarap üretimiyle birlikte kültürel, ekonomik ve turistik iş birliklerini geliştirmeye yönelik akademik ve sektörel çalışmalara da katkı sağlamaktadır. GWC'nin temel amaçları, şarap sektöründe faaliyet gösteren farklı bölgeler arasında bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik

etmek, şarap üreticileri, turizm profesyonelleri ve akademisyenler arasında iş birliklerini artırarak şarap turizmini daha sürdürülebilir hale getirmek, şarap endüstrisini yerel ve küresel düzeyde destekleyerek ekonomik büyümeyi artırmak, üye şehirlerde şarap üretimi ve tüketimi ile ilgili geleneksel ve modern yöntemleri tanıtarak kültürel farkındalık oluşturmaktır. Bu organizasyona üye olan şehirler şunlardır: Adelaide (Avustralya), Bilbao-Rioja (İspanya), Bordeaux (Fransa), Cape Town (Güney Afrika), Hawke's Bay (Yeni Zelanda), Lausanne (İsviçre), Mainz-Rheinhessen (Almanya), Mendoza (Arjantin), Porto (Portekiz), San Francisco-Napa Valley (ABD) and Valparaíso-Casablanca Valley (Şili), Verona (İtalya) (GWC, 2025).]

Lavaux 800 hektarlık bir alana yayılmış İsviçre'nin en ünlü şarap bölgesidir. Bağ teraslarının güzel manzarası ile bilinen bölgenin şarapta öne çıkan üzüm çeşidi Chasselas'tır. Bağ teraslarının geçmişi 11. yüzyıla kadar giden ve 2007 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilen Lavaux (UNESCO, 2025), şarap turizmi açısından en çok ziyaret edilen bölgedir. Etkinlik olarak şarap tadım turları, üzüm hasadı etkinlikleri ve yürüyüş rotaları sunulmaktadır (myswitzerland.com, 2025).

La Côte Şarap Rotası: La Côte şarap bölgesi Cenevre Gölü kıyısında, Vaud kantonunda, Lausanne yakınlarında bulunan, üzüm bağları, dağlar, kırsal alanlar ve şirin kasabalar içeren bir bölgedir. Cenevre Gölü'nün iklimiyle olgunlaşan üzümlerinden kırmızı ve beyaz şaraplar üretilmektedir. Yaklaşık 2.000 hektarlık üzüm bağını kapsayan La Côte, Cenevre Gölü Bölgesi'ndeki en büyük şarap üretim bölgesidir. Bölge turistler ve şarap severler için popüler bir destinasyondur. Burada yetiştirilen üzüm çeşitlerinden bazıları Chasselas, Gamay, Pinot Blanc, Pinot Gris, Pinot Noir ve Sauvignon Blanc'dır.

La Côte şarap rotası 50 kilometreden daha uzun olup, Mont Blanc, Alpler ve Cenevre Gölü'nün güzel manzaralarını sunmaktadır. Rota boyunca yürüyerek ya da bisikletle seyahat etmek mümkün olup, yol boyunca güzel manzaralar, kaliteli şaraplar ve gurme yiyecekler turistlere eşlik etmektedir. Bağ Rotası boyunca bulunan konuk evleri, gurme lokantalar ve kır lokantaları yürüyüşçülere dinlenme ve güçlerini toplama olanakları sağlamaktadır (winetourism.com, 2025).

Valais Şarap Rotası (Route des Vins du Valais): Rhône Vadisi, Valais kantonunda yer almaktadır. Rhône Nehri'nin sağladığı mikro iklim sayesinde yüksek rakımlı bağcılık uygulamaları gelişmiştir. Deniz seviyesinden 1.100 m yükseklik ile Avrupa'nın en yüksek bağ bölgesidir. Önemli üzüm çeşitleri, Petite Arvine, Cornalin, Humagne Rouge'dur. Yaklaşık 5.000 hektar ile İsviçre'nin en büyük şarap üretim bölgesidir. Bölgede yaklaşık 20.000 üretici, 500 şaraphane bulunmaktadır (Johnson ve

Robinson, 2013: 246). 65 km uzunluğundaki Valais Şarap Yolu, bağlar arasında bisiklet ve yürüyüş rotaları sunmaktadır. Bağ evleri ve butik şaraphanelerde bölgeye özgü şarap tadımları yapılabilmektedir (myswitzerland.com, 2025).

Cenevre Şarap Rotası (Route du Vin de Genève): Cenevre kantonu 1.400 hektarlık bağ alanı ile İsviçre'nin üçüncü büyük üzüm üretim bölgesidir. Bölgede yetiştirilen üzüm çeşitleri Chasselas, Gamay, Pinot Noir'dir. 150'den fazla şarap üreticisini kapsayan bir rota olup, şarap bağlarında piknik etkinlikleri, bisiklet turları ve butik otellerde konaklama imkânı sunulmaktadır (geneve.com, 2025).

Ticino Şarap Yolu (Strada del Vino Ticino): İsviçre'nin güneyinde, İtalya sınırında yer almaktadır. Önde gelen üzüm çeşidi Merlot'dur. İsviçre'nin İtalyanca konuşulan bölgesinde bulunur ve Akdeniz iklimine sahip tek şarap bölgesidir. Şarap rotası, Lugano Gölü ve Maggiore Gölü gibi doğal güzelliklerle iç içedir. Şarap festivalleri, tarihi bağ evleri ve aile işletmesi şaraphaneleri ile tanınmaktadır (myswitzerland.com, 2025).

3.2. Yeni Dünya ve Önoturizm

Yeni Dünya şarapçılığı, Avrupa dışındaki bölgelerde üretilen şarapları tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Bu bölgeler, Amerika kıtası, Güney Afrika, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkeleri içerir (Aleixandre vd., 2016: 389). Bu terim, genellikle Eski Dünya şarapçılığı ile karşılaştırıldığında daha yenilikçi ve deneysel üretim tekniklerini ifade eder (López ve Szolnoki, 2021: 8).

3.2.1. Amerika Birleşik Devletleri

Dünyanın dördüncü büyük şarap üreticisi olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), yüzyılı aşkın bir süredir şarap turizmi alanında faaliyet göstermektedir. 2020 yılı itibarıyla ABD'de 10.476 şarap imalathanesi bulunmaktadır. Bunların 8.922'si tesislerinde şarap üretmek için federal lisansa sahip imalathanedir. 1.554'ü ise sanal şarap imalathaneleri olarak kabul edilir ki bunların şarap üretmek için lisanslı bir şarap imalathanesi veya özel ezme tesisi ile sözleşme yapması gerekmektedir. Her tür şaraphane kendi üzüm bağlarına sahip olabileceği gibi üzüm veya dökme şarap da satın alabilir. ABD'de elli eyalette şarap üretimi gerçekleştirilmektedir ve Kaliforniya 4.615 şarap imalathanesi ile tüm ABD şarabının %81'ini üretmektedir (Thach, 2021: 364).

ABD'de şarap turizmi için federal bazda çok az fon sağlanmaktadır. Bu nedenle, çeşitli ulusal, eyalet ve bölgesel şarap birliklerinin yanı sıra bireysel şarap imalathaneleri, turistleri çekmek için ABD şarap imalathanelerini kendi imkânları dahilinde tanıtmaktadırlar. Bu şarap birliklerinin en büyüklerinden birisi de Kaliforniya Şarap Enstitüsü'dür. Merkezi San Francisco'da bulunan enstitünün 1.000'den fazla üyesi bulunmaktadır. Enstitü, üyelik aidatları ve hibeler yoluyla finanse edilmekte olup, hem eyalet hem de uluslararası düzeyde şarap üreticilerinin sözcülüğünü yapmaktadır. Misyonu ise "şarabı sorumlu bir şekilde üretme, tanıtmaya ve tadını çıkarma yeteneğini geliştiren kamu politikalarını başlatmak ve savunmaktır". Şarap Enstitüsü ayrıca Kaliforniya şarabının yurt dışında tanıtılmasına yardımcı olan ve böylece Kaliforniya eyaleti için şarap turizmine katkı sağlayan uluslararası bir pazar geliştirme departmanına sahiptir. Buna ek olarak, araştırma ve eğitim programları da sunmaktadır. Şarap Enstitüsünün finanse ettiği bir araştırma 2015 yılında 23,6 milyon turistin Kaliforniya şarap imalathanelerini ziyaret ettiğini, yıllık turizm harcamalarında 7,2 milyar dolar yarattığını ve 57,6 milyar dolarlık ekonomik etki sağladığını göstermiştir (Thach, 2021: 365).

1800'lü yılların ikinci yarısından itibaren üzüm üretimi hızla artan Kaliforniya eyaleti ABD'nin en çok üzüm yetiştirilen bölgesidir. Özellikle **Napa ve Sonoma Vadisi** ile bilinmektedir. Kaliforniya, dünya standartlarında kaliteli şaraplar üretmesiyle ünlüdür. Bu başarının merkezinde Napa'nın önde gelen bir şarap üretim bölgesi olarak geliştirilmesi yer almaktadır (Hira ve Swartz, 2014: 49).

Napa Vadisi dünya piyasalarına yeni giren şarap üreticileri açısından uluslararası şarap yarışmalarının tanınırlığı artırmak açısından ne kadar önemli olduğunu da göstermektedir. Napa'da şarap turizminin gelişmesi açısından 1976'daki Paris Şarap Tadımı büyük bir öneme sahiptir. Çünkü Kaliforniya şaraplarına dünya çapında ilgi ve güvenilirlik kazandırmış, dünyanın Kaliforniya şaraplarına bakışını değiştirmiştir. Sektöre yeni giren bir yarışmacının bu öngörülemez başarıyı sembolik olarak bir kapı açmış, yeni gelişen ve gelişmekte olan şarap turizmi bölgeleri için ulaşılabilir bir ilerleme modeli olmuştur. Napa'nın başarısı aynı zamanda San Francisco ve Oakland'a kolay erişim sağlayan konumundan ve eğlence endüstrisinin rolünden kaynaklanmaktadır (Singh ve Hsiung, 2016: 435).

Napa Vadisi özellikle Cabernet Sauvignon üretimiyle tanınmaktadır. Sonoma, Napa'ya kıyasla daha geniş bir yelpazede üzüm çeşitliliği sunmakta olup, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Zinfandel çeşitleri üretilmektedir (Johnson ve

Robinson, 2013: 294). Bu bölgelerin her birinde yaklaşık 400 şaraphane bulunmakta olup, şaraphanelere rehberli geziler düzenlenmektedir. Bunun dışında gastronomi turları, bisiklet ve balon gezileri yapılmaktadır. Ayrıca spa ve wellness merkezleri bulunmaktadır (www.visitnapavalley.com).

3.2.2. Arjantin

Şarap, Arjantin'in turizm potansiyelini artıran ve ülkenin imajını güçlendiren önemli bir unsurdur. **Mendoza**, Arjantin'in en büyük şarap üretim bölgesidir ve Malbec üzümü ile tanınır. And Dağları'nın eteklerinde yer alan bu bölge, yüksek rakımlı bağları ve benzersiz teruar özellikleri ile dikkat çeker. Bu nedenlerden dolayı Arjantin'de şarap turizmini geliştirmek için en önde gelen bölge Mendoza'dır (Schlüter ve Norrild, 2015: 72).

Arjantin'de şarap yetiştiriciliği on altıncı yüzyılda, And Dağları bölgesine gelen ve dini amaçlar için şaraba ihtiyaç duyan Cizvitler ile başlamıştır. On yedinci yüzyılda Mendoza'nın da içinde bulunduğu Cuyo bölgesinde şarap üretimi ulusal ekonomiyi etkileyecek kadar büyümüştür. Yetiştirilen en eski üzümler İspanya'dan gelmiştir. Mendoza eyaleti Güney Amerika'nın en önemli şarap yetiştirme merkezi olarak kabul edilmektedir (Schlüter ve Norrild, 2015: 73). 19. yüzyılda İtalyan göçmenler tarafından bu çöl bölgesine getirilen şarap üretim yöntemleri sayesinde üzüm bağları burada gelişebilmiştir. Günümüzde şarap üretimi, ulusal şarap üretiminin %70'ini ve şişelenmiş şarap satışlarının yaklaşık %85'ini oluşturmaktadır. Kimliği şarapla sıkı sıkıya bağlı olan bölge, ziyaretçilerine turizm ve şarap sektörlerinin çeşitli şarap turizmi projelerini ziyaret etme fırsatı sunmaktadır. Mendoza'da şarap turizminin geliştirilmesi, UN Tourism'in (Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü) Şarap Turizmi Geliştirme Prototipi metodolojisi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu metodoloji üç ana soruya odaklanmaktadır. İlk olarak, benzer ürünlerden farklılaşma araştırılmış, daha sonra birlikte çalışmaya alışık olmayan kişileri bir araya getirerek yenilikçi bir yaklaşım hedeflenmiş ve üçüncü olarak da değer yaratmaya odaklanılmıştır (Vos, 2019: 136).

Şarap üreticileri, 1990'lı yıllarda yerli ve yabancı sermayenin gelişiyle yapılan yatırımlar sonucunda şarap üreticiliğinin büyümesine paralel olarak, dünyanın çeşitli yerlerinde şarap imalathanelerinin sadece üretim tesisi olmaktan çıktığını ve şarap dünyasına ilişkin farkındalığı arttırmak için eğlence tesisleri ve bilgilendirme hizmetleri eklediklerini fark etmişlerdir. Bunun sonucunda pek çok şarap imalathanesi kapılarını halka açmış ve aynı zamanda şarap rotasının ilk adımları atılmıştır. Sekiz katılımcı eyalet

arasında Mendoza eyaleti inisiyatif olarak şarap turizminin geliştirilmesi ve tanıtımından sorumlu ajanslar oluşturmuştur. Mendoza aynı zamanda halka açık en fazla şarap imalathanesine (%65) sahip eyalettir (Schlüter ve Norrild, 2015: 74). Mendoza'nın bağcılık ve turizm sektörlerinin büyümesinde önemli bir adım, Mendoza'nın 2005 yılında Büyük Şarap Başkentleri Küresel Ağı'na dahil edilmesidir (Schlüter ve Norrild, 2015: 74).

Şarabı turizm için sembolik bir ürüne dönüştürme vizyonu 1990'ların sonunda 'Los Caminos del Vino' (Şarap Yolları) markası ile ortaya çıkmıştır. İlk adımlar, konuyla ilgilenmeye başlayan bazı şarap imalathaneleri ve tur operatörleri ile turizm planının ana eksenini şarap turizmi olarak belirleyen Mendoza şehri ile atılmıştır. 2002 yılında Bodegas de Argentina (Arjantin Şarap İmalathaneleri Örgütü), ülkenin farklı bağcılık bölgelerinde turistlere hizmet veren şarap imalathanelerinden oluşan Ulusal Şarap Turizmi Komisyonu'nu kurarak, sadece bağcılıkta değil, turizm, gastronomi ve faaliyetle ilgili tüm alanlarda mikro ve küçük işletmelerin girişimci tutumunu teşvik etmeyi amaçlamıştır. 2013-2018 yılları arasında şarap turizmi %23'lük bir büyüme göstermiş ve bir önceki on yıla göre %100 artış kaydetmiştir. Turizme açık şarap imalathanelerinin sayısı ise 146'sı Mendoza'da olmak üzere toplam 245 olup, Mendoza'nın ulusal liderliğini teyit etmektedir (Fidel, 2021: 259).

Şarap turizmini tüm yıl boyunca canlı tutabilmek amacıyla tasarlanan hizmet ve ürünler özellikle aşağıdakileri içermektedir (Schlüter ve Norrild, 2015: 74):

Geleneksel turlar: Üzüm bağları ve şaraphane ziyareti, şarap tadımı yapılmaktadır.

Özel turlar: Üzüm bağlarında araç turu, şaraphane ziyareti, bir önolog tarafından seçilen bir şarabın peynir ve pişmiş et eşliğinde tadımı gibi etkinlikleri içermektedir.

Hasat programı: Şubat, Mart ve Nisan aylarında mevcut olan bu program, bir agronomist eşliğinde üzüm bağlarında bir tur ve ardından bir şarap tadımını içermektedir.

Budama programı: Bir tarım uzmanı eşliğinde gerçekleştirilen bu tam günlük etkinlik Ağustos ve Eylül aylarında mevcut olup, üzüm bağları turuna ek olarak bir şarap tadımı da sunulmaktadır.

Şarap tadım kursları: Bir önologun eğitmenliğinde tadım teknikleri dersleri verilmektedir.

Şarapla yemek pişirme kursları: Kursların düzenlendiği şarap imalathanelerinin şarapları kullanılarak yemeklerin nasıl pişirileceği öğretilmektedir.

Şarap harmanlama kursu: Şarap imalathanesini ziyaret ettikten sonra ziyaretçi kendi şarabını yaratma bilgisine sahip olmaktadır.

Mendoza eyaletine her yıl, özellikle şarap kültürü tarafından (hasat festivalleri, şarap imalathaneleri ziyaretleri ve şarap rotaları) cezbedilen üç milyon turist gelmektedir (Lacoste ve Aruj, 2021: 75).

Ayrıca, turistik cazibe merkezleri oluştururken manzara ile mimari tasarımın uyumuna da özen gösterilmektedir. Latin Amerika'daki bazı bağ bölgelerinde olduğu gibi Mendoza'da doğal manzaralar ile mimari tasarımın uyumlu bir şekilde bütünleştiği görülmektedir. Mendoza'da manzara ve mimarinin uyumuna, mimar Eliana Bormida'nın estetik yapıları örnek teşkil etmektedir. Benzer örnekler Uruguay ve Şili'de de bulunmakla birlikte, Mendoza şarap turizmi, yeni şaraphane mimarisini üzüm bağı manzaralarıyla bütünleştirmektedir (Pastor, 2021: 68).

3.2.3. Şili

Şili 2023 yılı itibariyle (5 yıllık ortalama üretim rakamlarına göre 12,2 milyon hl) yaklaşık 10 milyon hektolitrelık şarap üretimiyle güney yarım kürenin en büyük şarap üreticisi ülkelerinden biridir (International Organisation of Vine and Wine, World Wine Production Outlook, 07.11.2023).

Şili önoturizmin gelişmesi açısından birçok avantaja sahiptir. Ülke doğal, kültürel ve insani faktörleri kapsayan bir şarap kültürüne sahiptir. Potansiyel teruarlar ve şarap türleri açısından çeşitliliğe sahip olan ülkede, teknolojik ve mimari açıdan daha gelişmiş modern şarap imalathanelerinin yanı sıra tarihi geçmişe sahip çok sayıda geleneksel şarap imalathanesi de bulunmaktadır. 'Certified Sustainable Wines of Chile' tarafından sertifikalandırılmış elliden fazla sürdürülebilir üzüm bağı bulunmaktadır; bu yönüyle de çevre dostu ziyaretçiler için önemli bir cazibe merkezidir. Ayrıca, ülkenin coğrafyası, makul hava ve kara ulaşımı ve genel olarak iyi organize olmuş turizm endüstrisi nedeniyle, Şili'deki şarap turizmi gastronomi turizmi, doğa turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi (kayak, golf, trekking, sörf vb.), agroturizm ve astronomi turizmi gibi diğer faaliyetlerle kolayca tamamlanabilme kapasitesine sahiptir (Figueroa B. ve Rotarou, 2018: 9, 10).

Şili'de şarap satış iş modelini genişletmek için 1990'larda şarap rotaları ortaya çıkmaya başlamıştır. Colchagua Vadisi, Şili'deki en başarılı şarap rotalarından biridir ve uluslararası alanda tanınmaktadır. Bu şarap rotasında oteller, restoranlar, müzeler, plajlar ve kırsal cazibe merkezleri bulunmaktadır. Şili'nin şarap turizmi endüstrisini

genişletmeye başlamak için gerekli kaynaklara ve temel yetkinliklere sahip olduğu kabul edilmektedir. Örneğin, (1) şili şarapları dünyaca ünlüdür, (2) sektör proaktif hükümet desteği sayesinde hizmetlerini tasarlama esnekliğine sahiptir, (3) hükümet şarap rotalarına yapılacak yatırımlar için fon sağlamaya başlamıştır ve (4) yüksek düzeyde şarap turizmi tanıtımı yapılmaktadır (Torres vd., 2021: 2).

Wines of Chile'ye (şili'deki bağcılık üreticilerini temsil eden özel bir dernek) göre, şu anda şili'de sunulan on altı şarap rotası bulunmaktadır. Ortak hedefler doğrultusunda sektördeki diğer acentelerle kurulan bu gönüllü ortaklıklar şunlardır (Figueroa B. ve Rotarou, 2018: 7):

(a) Kuzey Bölgesi: Huasco Vadisi, Elqui Vadisi, Limarí Vadisi ve Choapa Vadisi;

(b) Orta Bölge: Aconcagua Vadisi, Casablanca Vadisi, Maipo Vadisi, San Antonio Vadisi, Cachapoal Vadisi, Colchagua Vadisi (bu son iki vadi Rapel Vadisi içinde yer almaktadır); ve

(c) Güney Bölgesi: Curicó Vadisi, Maule Vadisi, Itata Vadisi, Bío-Bío Vadisi, Malleco Vadisi ve Osorno Vadisi.

şili'nin bazı popüler şarap rotaları ise şunlardır (Kunc, 2009: 326, Hojman ve Hunter-Jones, 2012: 16):

Maipo Vadisi: Santiago'ya yakınlığı ile bilinir ve şili'nin en eski ve en prestijli şarap üretim bölgelerinden biridir. Concha y Toro, Santa Rita ve Cousiño Macul gibi ünlü şarap imalathaneleri burada bulunmaktadır.

Colchagua Vadisi: şili'nin en ünlü şarap rotalarından biridir. Apalta ve Santa Cruz gibi bölgelerde yüksek kaliteli kırmızı şaraplar üretilmektedir.

Casablanca Vadisi: Beyaz şarapları ile ünlüdür. Özellikle Sauvignon Blanc ve Chardonnay üretimi ile tanınmaktadır.

Aconcagua Vadisi: Hem kırmızı hem de beyaz şarap üretimi ile bilinmektedir. Errazuriz gibi ünlü şarap imalathaneleri burada yer almaktadır.

Bío-Bío Vadisi: Daha serin bir iklime sahip olan bu bölge, Pinot Noir ve Chardonnay üretimi için idealdir.

Destinasyonlar itibariyle, toplam ziyaretçiler içinde Maipo Vadisi %26, O'Higgins Bölgesi (Cachapoal ve Colchagua Vadileri) %15 ve Valparaíso Bölgesi (Aconcagua ve Casablanca Vadileri) %13 paya sahiptirler. Bu destinasyonlar bir milyona yakın ziyaretçi çekmektedir (Aguilera, 2021: 305,306).

3.2.4. Avustralya

Avustralya'da asmanın tarihi 18. yüzyıla uzanmaktadır. Avustralya'ya ilk asmalar 1788 yılında Brezilya ve Ümit Burnu'ndan getirilmiştir. Sydney Cove'daki ilk ekimler için sıcaklık ve nem sorunu oluşmuş ve bu ilk asmalar asla gelişmemiştir. 1825 civarında James Busby bağcılıkla ilgilenmeye başlamış ve 1831'de Avrupa'dan 650 çeşit asma toplamıştır. Bunlarda 362'si sağlam bir şekilde Avustralya'ya ulaşmış ve Sydney'deki Botanik Bahçelerine dikilmiştir. Koleksiyonun bir kopyası Hunter Vadisi'ndeki mülküne dikilmiş ve daha sonra New South Wales, Victoria ve Güney Avustralya'nın çeşitli bölgelerine çelikler gönderilmiştir. Avustralya'nın eski asmalarının birçoğunun geçmişi orijinal Busby koleksiyonuna dayanmaktadır. Hunter Vadisi (dünyaca ünlü bir şarap bölgesi), 1828 yılında kurulan Wyndham Estate ile Avustralya'daki ilk ticari bölgedir. 1850 yılına gelindiğinde Avustralya'nın tüm eyaletlerinde ticari üzüm bağları kurulmuş ve verimli hale gelmiştir (UWEA, 2024).

2019 yılı itibariyle Avustralya'nın toplam bağ alanları 146.244 ha'a ulaşmış olup, Aralık 2023 itibariyle dünyanın en büyük beşinci şarap ihracatçısı ülkesidir. 621 milyon litre şarap ihraç ederek, 1,86 milyar USD ihracat geliri elde etmiştir. Toplam üzüm üretim miktarı 1,32 milyon ton, şarap üretimi 964 milyon litredir. Türlerine göre üretilen üzüm çeşitleri Shiraz (%26), Chardonnay (19%), Cabernet Sauvignon (11%), Sauvignon Blanc (7%), Merlot (5%) şeklindedir. Üretilen şarapların %54'ü kırmızı, %46'sı beyaz şaraptır. Bağ alanların büyük kısmı Güney Avustralya (%52), New South Wales (%24) ve Victoria (%15) bölgelerinde bulunmaktadır. 65 şarap bölgesinde 2.156 şaraphane mevcuttur (Wine Australia, 2024).

Uluslararası bir perspektiften bakıldığında, 2013 yılı Avustralya şarap turizmi endüstrisinin tanınması, gelişmesi ve evrimi açısından önemli bir dönüm noktasını temsil etmektedir. 2013 yılında Tourism Australia (Avustralya'da ülke düzeyinde turizmin yönetim organı), Avustralya'nın 15 kilit turizm pazarının davranışlarını araştıran bir çalışma yaptırmıştır. Bulgular, “yemek ve şarabın” ardından “dünya standartlarında güzelliğin” tatil kararı vermede en önemli faktörler olduğunu göstermiş, ancak aynı zamanda ilginç bir boşluğu da ortaya çıkarmıştır: Avustralya'ya gitmemiş olanların sadece %26'sı burayı “iyi yemek ve şarap” ile ilişkilendirirken, bu rakam ülkeyi ziyaret etmiş olanlar arasında dramatik bir şekilde %60'a yükselmiştir (Sigala, 2021: 271). Dolayısıyla, her ne kadar yemek ve şarap uluslararası turistlerin Avustralya'da unutulmaz bir deneyim yaşamasına katkıda bulunan başlıca faktörler olsa da yalnızca Avustralya'yı

ziyaret etmiş olanların bunu bilmesi nedeniyle Avustralya bu pazar potansiyelinden faydalanma kapasitesinden yoksun kalmıştır. Bu sorunu çözmek için 2013 ve 2014 yıllarında Tourism Australia, Avustralya'nın dünyanın en çarpıcı yerlerinde gösterime sunulan sırasıyla iki kampanya (“There's nothing like Australia” - Avustralya gibisi yok - ve “Restaurant Australia”) düzenlemiştir. Bu hükümet girişimini, ödüllü şarap imalathaneleri tarafından başlatılan bir kooperatif girişimi (Ultimate Winery Experiences of Australia UWEA olarak adlandırılan) izlemiştir (Sigala, 2019: 105).

Tourism Australia ve Eyalet Turizm Örgütleri tarafından desteklenen UWEA, şarap ve turizm endüstrileri arasında olduğu kadar özel kuruluşlar ve hükümet organları arasında da iş birliği modelleri oluşturarak Avustralya için gıda ve şarap turizminin uluslararası potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik çabaları geliştirmeyi amaçlamaktadır. UWEA'nın ilk amacı, Restaurant Australia kampanyasının temel mesajlarını desteklemek ve Avustralya şarap endüstrisine sunduğu fırsatı optimize etmektir. UWEA, ortaklıklar kurarak, ülke genelinde olağanüstü yemek ve şarap deneyimlerinden sorumlu ürünleri, mekanları ve insanları öne çıkarıp sergileyerek Avustralya'yı önde gelen bir şarap destinasyonu olarak konumlandırmak suretiyle uluslararası ziyaretleri artırmayı hedeflemeye devam etmektedir (Sigala, 2021: 271).

UWEA'nın Avustralya'nın beş eyaletine yayılmış 12 ünlü şarap bölgesinde 23 üyesi bulunmaktadır. Üyeler arasında dünyaca ünlü şarap imalathaneleri de bulunmaktadır: Swan Vadisinde Mandoon Estate; Yarra Vadisinde De Bortoli; Barossa Vadisinde Jacob's Creek, St Hugo ve Seppeltsfield; Adelaide Hills'de The Lane ve Penfolds Magill Estate; McLaren Vadisinde d'Arenberg (Sigala, 2019: 104).

Avustralya'da şarap rotaları Avrupa'da olduğu gibi geliştirilmemiştir. Bölgesel ve yerel devlet kurumları, şarap deneyimlerinin daha geniş bir turizm temasının parçası olduğu ve diğer deneyimlerle birleştirildiği turistik rotalar geliştirmiştir. Bu rotalar genellikle geniş bölgeleri kapsamakta, sıklıkla birden fazla şarap bölgesini bir araya getirmekte ve böylece bir turist bu rotayı “tamamlaması” bir günden bir aya veya bir yıla istediği kadar zaman alabilmektedir. Rotalar uzun mesafeleri ve çok sayıda yerel tedarikçiyi kapsamakta ve herkesin kendi güzergahını kendi tercihlerine, zaman kısıtlamalarına, eşlik eden kişilere ve/veya ziyaret bağlamına/durumuna göre kişiselleştirmesine ve özelleştirmesine olanak tanımaktadır. Örneğin, Güney Avustralya'da, Güney Avustralya Turizm Komisyonu (turizm tanıtımından sorumlu eyalet hükümet organı), güzergahlarına şarap deneyimleri ve şarap turizmi sağlayıcılarını dahil eden şu iki rotayı oluşturmuştur (Sigala, 2021: 272, southaustralia.com, 2024):

The Epicurean Way: Güney Avustralya'nın dört ikonik bölgesini (McLaren Vale, Adelaide Hills, Barossa Valley ve Clare Valley) kapsayan önde gelen yemek ve şarap turu rotasıdır. Turistler, tarihi modern incelikle birleştiren ortamlarda ödüllü şefler tarafından hazırlanan yerel ürünlerle Avustralya'nın en iyi şaraplarının ve en iyi mutfak deneyimlerinin tadını çıkarma fırsatına sahiptir.

The Explorer's Way: Adelaide'den Darwin'e uzanan 3000 kilometrelik yolculuk, ziyaretçileri Güney Avustralya'nın ünlü şarap bölgelerinden biri olan Clare Vadisi'nden geçirdikten sonra etkileyici Flinders Sıradağları'na ve taşraya götürmektedir. Explorer's Way, Avustralya'nın güzel manzaralı taşrasını Clare Valley'de kaliteli bir şarap deneyimi ile birleştirmektedir.

Avustralya'nın, dünya çapında tanınan başlıca şarap rotaları ve bu bölgelerin önemli özellikleri şu şekildedir ("Wine Regions of Australia" Wine Australia, 2024, Tripadvisor, 2024):

Barossa Vadisi (Güney Avustralya): Barossa Vadisi, Avustralya'nın en ünlü şarap bölgelerinden biridir. Şiraz şarapları ile ünlüdür ve bölge, tarihi şarap imalathaneleri ve modern tesisler arasında güzel bir denge sunmaktadır.

Öne çıkan etkinlikler arasında bölgedeki şarap imalathanelerinde farklı şarapları tatma fırsatı sunan şarap tadım turları, üzüm bağlarının ziyaret edilerek şarap üretim süreçlerinin öğrenildiği bağ gezileri, yerel yemekler ve şarap tadımı yapılan Barossa Vintage Festivali gibi yiyecek ve şarap festivalleri bulunmaktadır.

Yarra Vadisi (Victoria): Yarra Vadisi, serin iklim şarapları ile ünlü olup, özellikle Pinot Noir ve Chardonnay şarapları ile bilinir. Melbourne'e yakınlığı ile de popüler bir destinasyondur.

Öne çıkan etkinlikler arasında şarap ve yerel lezzetlerin birleştiği gastronomi turları, üzüm bağlarını havadan keşfetme fırsatı sunan sıcak hava balonu turları, yerel sanat galerileri ve el sanatları pazarlarının yer aldığı sanat ve kültür etkinlikleri bulunmaktadır.

Margaret River (Batı Avustralya): Margaret River, hem kırmızı hem de beyaz şarapları ile ünlüdür. Cabernet Sauvignon ve Chardonnay, bölgenin öne çıkan şarapları arasındadır.

Öne çıkan etkinlikler arasında bölgedeki şarap imalathanelerinde düzenlenen peynir eşleştirme etkinliklerini içeren şarap ve peynir tadımı, sahil yakınında bulunan üzüm bağlarında yapılan şarap tadımı ve sörf etkinlikleri, şarap ve müziği bir araya getiren Margaret River Gourmet Escape gibi müzik ve şarap festivalleri bulunmaktadır.

Hunter Vadisi (New South Wales): Hunter Vadisi, Avustralya'nın en eski şarap bölgelerinden biri olup, Semillon şarapları ile ünlüdür.

Öne çıkan etkinlikler arasında şarap yapım süreçlerinin öğrenildiği atölye çalışmaları, bölgenin doğal güzelliklerini keşfetmek için düzenlenen sıcak hava balonu turları, yerel şarap ve yemeklerin tadımına imkân sağlayan Hunter Valley Wine and Food Festival gibi yiyecek ve şarap festivalleri bulunmaktadır.

Adelaide Hills (Güney Avustralya): Adelaide Hills, serin iklim şarapları ve pitoresk manzaraları ile bilinir. Sauvignon Blanc ve Pinot Noir, bölgenin öne çıkan şaraplarıdır.

Öne çıkan etkinlikler arasında Şarap imalathaneleri etrafında bulunan lüks bağ evlerinde konaklama imkânları, yerel restoranlar ve şarap imalathanelerinde düzenlenen şarap ve yiyecek eşleştirme etkinlikleri, yerel sanat galerileri ve el sanatları pazarlarını ziyaret etme fırsatı sunan sanat turları bulunmaktadır.

3.2.5. Güney Afrika

Coğrafi keşifler başladıktan sonra Hollandalılar tarafından Hindistan ve Güneydoğu Asya'ya uzanan deniz ticaret yolları için Güney Afrika'da gemilerin ihtiyaçlarını karşılayacak bir ikmal noktası kurulmuştur. 1650'li yıllarda Hollanda Doğu Hindistan Şirketinin Cape Town'a yerleşmesiyle birlikte, Jan van Riebeeck önderliğinde ilk üzüm bağları dikilmiştir. Öncelik, Vereenigde Oost-Indische Compagnie (VOC) - Hollanda Doğu Hindistan Şirketi gemilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için buğday, meyve ve sebze yetiştirmeğe verilmiştir. İlk şarap üretimi ise 1659 yılında gerçekleşmiş, asıl gelişme 1688'de Huguenot adı verilen Fransız Protestan göçmenlerinin bölgeye gelmesiyle yaşanmıştır. Bu göçmenler, kendi ülkelerinden getirdikleri bilgi ve deneyimle, Güney Afrika'da şarapçılığın temelini atarak sektörü geliştirmiştir. Simon van der Stel, 1679 yılında Cape Colony'nin valisi olarak atanmış ve Constantia adlı ünlü şarap çiftliğini kurmuştur. Constantia şarapları, 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa'da büyük bir üne kavuşmuş ve birçok kraliyet ailesi tarafından tercih edilmiştir (Estreicher, 2014: 504-513).

Güney Afrika şarap endüstrisi, 19. yüzyılda filoksera (bir tür asma bitine bağlı hastalık) salgını ve İngilizlerin Boer Savaşı gibi zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Ancak, 20. yüzyılın başlarında toparlanarak yeniden yükselişe geçmiş, 1990'larda apartheid rejiminin sona ermesiyle Güney Afrika dünya pazarlarına tekrar açılmış ve

şarap sektörü uluslararası düzeyde büyük bir ivme kazanmıştır. Günümüzde, Güney Afrika, dünya şarap pazarında önemli bir yere sahiptir (Estreicher, 2014: 523-530).

Güney Afrika'da 2023 yılı şarap üretiminin 9,3 mhl olacağı tahmin edilirken, bu rakam 2022 yılına kıyasla %10, son 5 yıllık ortalamaya göre ise %8'lik bir düşüşe işaret etmektedir. Hasat çeşitli mantar hastalıkları baskısından etkilenmiştir (International Organisation of Vine and Wine, 2023).

1999 yılında kurulan Wines of South Africa (WoSA), ürünlerini ihraç eden tüm Güney Afrikalı şarap üreticilerini temsil eden tamamen kapsayıcı bir kuruluştur. WoSA'nın veri tabanında Güney Afrika'nın tüm önemli şarap ihracatçıları kapsayan 500'den fazla üretici bulunmaktadır. Kâr amacı gütmeyen bir şirket olarak kurulmuştur ve herhangi bir üretici veya toptancı şirketten tamamen bağımsızdır. Hükümet tarafından bir İhracat Konseyi olarak tanınmasına rağmen herhangi bir devlet dairesinden de bağımsızdır (wosa.co.za, 2024). Misyonu Güney Afrika markasını inşa ederek Güney Afrika şarap endüstrisinin küresel başarısına katkıda bulunmaktır. İş kapsamı içerisinde; önemli uluslararası pazarlarda Güney Afrika şaraplarının imajını ve itibarını geliştirmek, yeni ihracat pazarlarının geliştirilmesine yardımcı olmak, ihracatçıları arasında kapasite geliştirmeye yardımcı olmak, Güney Afrika şarap turizminin geliştirilmesini kolaylaştırmak bulunmaktadır (wosa.co.za, 2024).

Şarap turizmi, ülkenin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle Cape Town ve çevresindeki bağcılık bölgeleri, şarap rotalarıyla ünlüdür. Bu rotalar, şarap tadımı, bağ gezileri, gurme yemekler ve lüks konaklama seçenekleriyle turistleri cezbetmektedir. Güney Afrika'da çeşitli şarap rotaları oluşturulmuştur. Bunlar arasında en ünlüleri Stellenbosch, Franschhoek, Paarl, Constantia, Hemel-en-Aarde şarap rotalarıdır. Stellenbosch şarap rotası en eskisi olup 1971 yılında kurulmuştur (Bruwer, 2003: 425,426).

Stellenbosch Şarap Rotası: Ülkenin en eski ve en ünlü şarap rotalarından biridir. Stellenbosch kasabası ve çevresindeki üzüm bağlarıyla ünlüdür.

Franschhoek Şarap Rotası: Fransız göçmenlerin yerleşim yeri olan bu bölge, gurme yemekler ve butik şarap üretimiyle tanınmaktadır.

Paarl Şarap Rotası: Drakenstein Dağları eteklerinde yer alır ve hem şarap tadımı hem de doğa yürüyüşleri için popülerdir.

Constantia Şarap Rotası: Cape Town'a yakın olan bu rota, 17. yüzyıldan beri şarap üretilen tarihi Constantia Vadisi'nde yer almaktadır.

Hemel-en-Aarde Şarap Rotası: Overberg bölgesinde, Hermanus yakınlarında bulunan bu rota, soğuk iklim şaraplarıyla bilinmektedir.

Bu rotalarda gerçekleştirilen turistik etkinlikler arasında şarap tadımı, bağların ve şarap üretim tesislerinin rehberli turlarla gezilmesi, ünlü şefler tarafından hazırlanan yerel ve uluslararası mutfaklardan örnekler sunulması, bağlar arasında ve çevredeki doğal alanlarda yürüyüş ve bisiklet turları, yılın belirli dönemlerinde düzenlenen müzik ve kültürel etkinliklerle zenginleştirilen şarap festivalleri bulunmaktadır (wosa.co.za, 2024).

3.3. Türkiye’de Önoturizm ve Bağ Rotaları

Türkiye'nin şarap rotaları, antik dönemden günümüze kadar bağcılık ve şarapçılık kültürünün sürdüğü farklı bölgelerde gelişmiştir. Özellikle Batı ve Orta Anadolu'da yer alan bazı bölgeler hem yerel üzüm çeşitleri hem de şarap üretim teknikleri açısından büyük öneme sahiptir. Türkiye’de halen aktif olarak faaliyet gösteren üç adet bağ yolu bulunmaktadır. Bunlar Trakya, Urla ve Çal bağ rotalarıdır.

3.3.1. Trakya Bağ Rotası

Türkiye'nin ilk bağ rotası projesi olan Trakya Bağ Rotası, Trakya Turizm İşletmecileri Derneği'nin (TTİD) girişimleri ile Trakya Kalkınma Ajansı ve Tekirdağ, Şarköy, Gelibolu ve Kırklareli bölgelerinde faaliyet gösteren 12 butik şarap üreticisinin desteği ile 2013 yılında oluşturulmuştur. Trakya Bağ Rotası hem gününbirlik tur imkânları hem de konaklama alternatifleri sunmaktadır. Trakya Bağ Rotası bünyesinde dört farklı rota bulunmaktadır. Bunlar, Tekirdağ (dört şarap üreticisi), Şarköy (üç şarap üreticisi), Kırklareli (üç şarap üreticisi), Gelibolu (iki şarap üreticisi) rotalarıdır. Ayrıca, söz konusu bağların bir kısmı butik otel olarak da hizmet vermektedir. Bu şekilde şarap turistlerine konaklama imkânı da sunulmuş olmaktadır (Akdağ, 2015: 5).

Bu dört rotaya daha sonra beşinci bölge olarak Edirne de eklenerek rotaya dahil üretici sayısı 15'e yükselmiştir. Bu projenin amacı, bir taraftan bölge turizmini canlandırıp, geliştirmek, diğer taraftan toplumsal ve ekonomik olarak bölgeye katkıda bulunmaktır (Akman ve Akdağ, 2024: 22).

Şekil 12. Trakya Bağ Rotası



Kaynak: Trakya Bağ Rotası.com, 2024

Bölgede üretilen başlıca üzüm çeşitleri Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Syrah, Zinfandel, Öküzgözü, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Grenache, Mourvedre, Petit Verdot, Cabernet Franc olup (<https://www.trakyabagrotasi.com/>), Trakya bağ rotasındaki şarap imalathaneleri büyük bir ziyaretçi potansiyelini barındıran İstanbul'a çok yakındır. Trakya'da her bir bölgenin kendine özgü teruar özelliği vardır ve bu da üzüm bağlarında ve tabii ki üretilen şaraplarda hoş bir çeşitlilik yaratmaktadır. Mutfak zenginliğinin şarap ve turizmle birleşimi, Trakya Şarap Rotası'nın gelişmeye devam etmesi ve ulusal ve uluslararası ziyaretçiler için çekici hale gelmesi için iyi bir neden oluşturmaktadır. Bölge, güzel bir manzara, yürüyüş turları için birçok rotanın yanında Lutuka, Tekirdağ Köftesi, Ciğer Sarma, Kaçamak, Damat Paçası, Akıtma, Bulgurlu Ekşimikli Kol Böreği, Dızmana, Otlu Sini Pidesi, Pırasa Böreği, Kandilli Mantı, Mısır Unu Dolması, Zennik, Pirese, Kalle, Ayva Kallesesi, Erik Aşısı, Zerde, Nişasta Helvası, İrmik Dolması, Hoşmerim, Hakuk, Cizleme, Gaziler Helvası gibi yöresel yemeklerle eski bir şarap kültürü sunmaktadır (Dündar Arıkan, 2018: 527).

3.3.2. Urla Bağ Yolu Rotası

Urla Yarımadası'na adını veren Urla, İzmir'in otuz ilçesinden biridir. İzmir kent merkezine 35 km uzaklıktaki Urla, doğusunda Güzelbahçe ve Seferihisar, batısında Çeşme, kuzeybatısında Karaburun ilçeleri ile çevrelenmiştir. Kuzeyinde ve güneyinde ise Ege Denizi yer alır (Zoğal ve Emekli, 2018: 192). 2023 yılı nüfus verilerine göre nüfusu 77.599'dur (TÜİK, 2024).

On iki İon kentinden biri olan Klazomenai'nin kalıntıları Urla'da bulunmakta olup, bölgenin tarihi MÖ 4. binyıla kadar uzanmaktadır. Kazılarda bulunan Klazomenai'ye özgü kuşak bezemeli amforalar zeytinyağı ve şarap depolanmasında ve taşınmasında kullanmıştır, bu da MÖ 6.yy'da kentin dış ticaretinin gelişmiş olduğunun kanıtıdır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

Urla Bağ Yolu, 2013'te bölgedeki şarap üreticilerinin bir araya gelmesiyle hayata geçirilmiş, özgün bir turizm rotasıdır. Bu proje, şarap turizmini canlandırmak ve Urla'nın tanıtımına katkı sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Urla'da artan şarap üreticisi sayısı, ortak bir çabanın gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bağ evleri ve şarap işletmeleri bir araya gelerek, bölgenin potansiyelini daha iyi değerlendirmek için bir dernek kurmuşlardır. Avrupa Birliği, İzmir Kalkınma Ajansı ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'nden alınan desteklerle, Urla Bağ Yolu'nun tanıtımı için önemli adımlar atılmıştır. Basılı materyaller, internet siteleri ve mobil uygulamalar sayesinde rota, hem yerli hem de yabancı turistlere ulaşmıştır. Urla Bağ Yolu, sadece Türkiye içinde değil, uluslararası arenada da tanıtılmıştır. Katıldığı fuarlarda bölge, gastronomi turizmi destinasyonu olarak öne çıkarılmıştır. Urla Bağ Yolu'nun oluşturulmasında Trakya Bağ Rotası örnek alınmıştır. Urla Bağ Yolu, bölgeye gelen turist sayısını artırarak turizm sezonunu 3-4 ay daha uzatmıştır. Dernek ilk başta yedi işletme olarak kurulmuştur (Kasaroğlu vd., 2021: 187). Günümüz itibariyle bu sayı sekizdir (Urla Bağ Yolu.com, 2024).

Şekil 13. Urla Bağ Yolu Rotası



Kaynak: Urla Bağ Yolu Derneği, 2024

Bu işletmelerden sadece birinde konaklama imkânı sunulmakta olup, işletmeler şato tipi butik üretim yapmayı tercih etmektedirler. Şato şarapçılığı kendi üzümlerinden kendi şaraplarını üretmeyi ifade etmektedir. Butik üretimde ise bilinçli olarak belli bir seviyenin (yıllık 15.000 şişe ile 300.000 şişe arasında) üzerine çıkılmamaktadır (Akman ve Akdağ, 2024: 26,28).

Bölgede üretilen başlıca üzüm çeşitleri Tempranillo, Boğazkere, Narince, Şiraz, Viognier, Bornova Misket, Foça Karası, Urla Karası, Kalecik Karası, Grenache, Sauvignon Blanc, Nero D'avola, Gayduara, Beyazkere, Pinot Noir olarak belirtilmektedir (Urla Bağ Yolu.com, 2024).

3.3.3. Çal Bağ Yolu Rotası

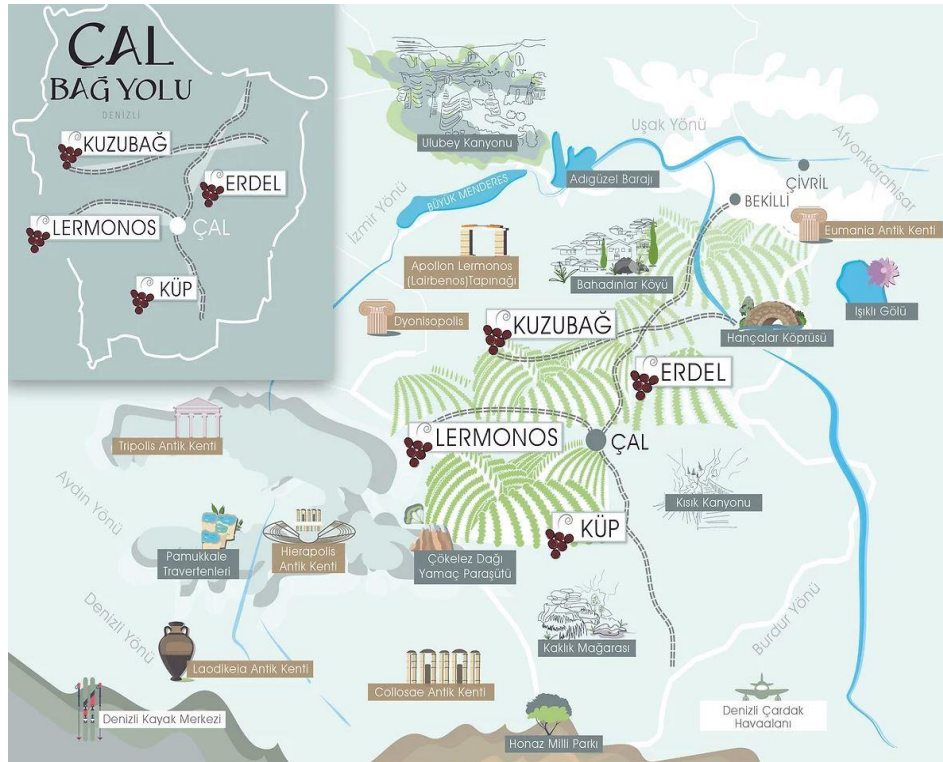
Çal, Ege Bölgesi'nde yer alan Denizli ilinin, bağcılık ve şarapçılıkta gelişmiş bir ilçesidir. Çal Çağatay Türkçesinde "Yüksek Yer" anlamına gelmekte olup ilçenin rakımı 850 m'dir. 858 km² alana sahip olan Çal İlçesi Denizli İl merkezine 65 km uzaklıktadır. Çevre illerden; Uşak'a 87 km, Burdur'a 150 km, Aydın'a 191 km, Muğla'ya 211 km

Afyon'a 220 km, Manisa'ya 271 km ve İzmir'e 289 km mesafededir (Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). İlçenin nüfusu ise 17.919'dur (TÜİK, 2023).

Kültürel ve tarihi açıdan oldukça zengin olan ilçede, geniş üzüm bağları, Apollon Lermonos Tapınağı, Kısık Kanyonu, Ağlayan Kaya Şelalesi, Kayı Pazarı Cami Minaresi, Mahmut Gazi Türbesi (T.C. Çal Kaymakamlığı, 2024) ve UNESCO somut olmayan kültürel miras listesine girmiş olan ve sekiz asırdır devam eden Sudan Koyun Atlatma ve Çoban Bayramı (Mezkit Saban, 2020: 184) gibi tarihi, kültürel ve doğal değerler bulunmaktadır. Tarihi ve bağcılık geçmişi binlerce yıl önceye dayanan Çal'ın yaklaşık 8 km kuzeybatısında şarap ve bağcılık ile özdeşleştirilen Dionysos'un kenti Dionysopolis yer almaktadır.

Çal Bağ Yolu dört üreticinin katılımıyla 2022 yılının Mart ayında çalışmalarına başlamıştır. Çal'da toplam on adet şaraphane bulunmaktadır. Bekilli ve Güney ilçeleri ile birlikte Denizli'deki şaraphane sayısı 15 olup (TADAB, 2024), Türkiye şarap üretiminin yaklaşık %30'luk kısmı gerçekleştirilmektedir (Çal Bağ Yolu, 2024).

Şekil 14. Çal Bağ Yolu Rotası



Kaynak: Çal Bağ Yolu, 2024

Çal Bağ Yolu'nun faaliyetleri Çal Bağ Yolu Derneği tarafından yürütülmektedir. Bu derneğin dört üyesi aynı zamanda Çal Bağ Yolunun da köşe taşlarını oluşturan, Küp Şarapçılık, Kuzubağ, Lermanos ve Erdel firmalarıdır.

Şekil 15. Çal Bağ Yolu Rotası Yol Tabelası



Kaynak: Çal Bağ Yolu, 2024

Çal Bağ Yolunun oluşturulması ile birlikte yöreye has bir üzüm çeşidi olan Çal Karasının da marka değeri artmaya başlamıştır. Çal Karası üzümü 07.12.2020 tarihinde menşe işareti olarak tescillenmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024). Türkiye’de üretilen şaraplık üzümün yaklaşık %10’unu Çal Karası üzümü oluşturmaktadır. Çal bölgesinden adını alan bu zarif üzüm düşük tanen profili, yumuşak içimi ve aromatik yapısı ile yüksek bir potansiyele sahiptir (Çal Bağ Yolu, 2024).

Şekil 16. Çal Karası ve T.C. Çal Belediyesinin Logosu



Kaynak: Çal Bağ Yolu, 2024 - Çal Belediyesi, 2024

Üzüm bu bölge için o kadar önemlidir ki Çal Belediyesinin logosunda dahi üzüm bulunmaktadır. 2024 yılı 6-7-8 Eylül tarihlerinde Çal Bağ Bozumu Kültür ve Sanat Festivali düzenlenmiş olup, bu tip etkinlikler aracılığıyla bölgenin tanıtımı amaçlanmaktadır.

Şekil 17. 6-7-8 Eylül 2024 Çal Bağ Bozumu Kültür ve Sanat Festivali Afişleri



Kaynak: Çal Bal Yolu, 2024

15.12.2023 tarihinde Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesinde Bağ Yolu Turizmi Konferansı düzenlenmiştir. Söz konusu konferansta bağ rotalarının tarihsel gelişimi, turizme ve bölge ekonomilerine katkıları ve Çal Bağ Yolu Rotası hakkında bilgiler verilmiştir.

Şekil 18. 15.12.2023 Bağ Yolu Turizmi Konferansı Afışı



Kaynak: Murat Madenciler, Denizli, 2024

Bu çalışmada Denizli çevresinde yer alan Güney, Çal ve Bekilli gibi bağcılık konusunda ileri gitmiş ve şarap üretim tesislerinin bulunduğu bölgelerin bağ rotası

oluşturulması ile ilgili olarak sundukları fırsatlar, bağ rotası oluşturulması ve tanıtımı konusunda yapılan çalışmalar, yapılan çalışmaların etkileri ve yeterliliği, geliştirilmesi gereken hususlar ve karşılaşılan zorluklar hakkında saptamalar yapılmasının yanında, benzer Şekilde bağ rotası oluşturma çalışmalarına da katkıda bulunulması amaçlanmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Denizli İli içerdiği doğal ve kültürel zenginlikleriyle alternatif turizm türleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Denizli'nin en az kıyı bölgelerde yer alan turizm destinasyonları kadar cazip olabilmesi ve turizmden elde ettiği geliri arttırabilmesi sahip olduğu bu potansiyeli iyi değerlendirebilmesine bağlıdır.

Bugün dünyada ve ülkemizde alternatif turizm türleri arasında şarap ve bağ rotaları turizmi yükseliştir. Değişiklik arayışı içinde olan turistler şarap üretilen çeşitli ülkeleri ziyaret etmektedirler.

Denizli'nin içinde bulunduğu Antik Phrygia Bölgesi, kaliteli şarap üretmesiyle ün kazanmıştır. Bu bölgenin kendine has coğrafi özellikleri onu üzüm yetiştiriciliği için ideal kılmaktadır. Denizli, Anadolu'nun en eski üzümlerinden Çal Karası'nın anavatanıdır. Bekilli, Güney, Çal İlçeleri ve çevresinde son yıllarda şarap üzümcülüğü gelişmiş ve aile işletmelerinde yapılan şarapçılık büyük kapasiteli bir sektör haline gelmiştir. Bu durum yerel ekonominin canlanmasına yardımcı olurken, Denizli'de alternatif turizmin gelişmesi yolunda bir potansiyel sunmaktadır.

Alternatif turizmin itici gücü olarak bağ rotaları bölgesel kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Bunun başlıca nedenleri, bağ rotalarının ticareti teşvik etmesi, bölgesel turizm potansiyelini artırması ve üreticilere ulaşım kolaylığı sağlamasıdır. Turizm açısından bakıldığında, bağ rotaları bölgedeki önemli tarihi ve arkeolojik mekanların tanıtılmasına ve ziyaret edilmesine katkıda bulunmakta, yerel halk tarafından korunan geleneksel yaşam tarzlarının keşfedilmesini de mümkün kılmaktadır. Bu aktiviteler dolayısıyla, ziyaretçilerin bölgede kalma ve dolaşma süreleri uzamaktadır. Böylelikle, bağ rotaları bölgedeki turizm ve ticaret gelirinin artmasına olumlu yönde etki etmekte, üreticiler ve tüketiciler arasındaki erişimi kolaylaştırmakta, üreticinin ürünlerini kolayca ve daha az maliyetle tüketiciye ulaştırmasını sağlamakta, çevresel ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir. Bağ rotalarının açılması, köylerin ekonomik ve çevresel kalkınmasına, ekolojik dengenin korunmasına, köylülerin yaşam kalitesinin de artmasına katkıda bulunmaktadır.

Bu araştırmada; bağcılıkta, şarap ve üzüm üretiminde önemli bir yere sahip olan destinasyonlarda bağ rotalarının oluşturulmasının turizme ve bölgesel kalkınmaya

sağladığı yararlar dikkate alınarak Denizli'nin Çal İlçesinde oluşturulan Çal Bağ Yolu Rotası ele alınmıştır.

Bu araştırma sonucunda Denizli çevresinde yer alan Güney, Çal ve Bekilli gibi bağcılık konusunda ileri gitmiş ve şarap üretim tesislerinin bulunduğu bölgelerin bağ rotası oluşturulması ile ilgili olarak sundukları fırsatlar, bağ rotası oluşturulması ve tanıtımı konusunda yapılan çalışmalar, yapılan çalışmaların etkileri, yapılan çalışmaların yeterliliği, geliştirilmesi gereken hususlar ve karşılaşılan zorluklar hakkında saptamalar yapılması, ayrıca benzer şekilde bağ rotası oluşturma çalışmalarına da katkıda bulunulması amaçlanmaktadır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Denizli örneği üzerine hazırlanan bu yüksek lisans tezi, bölgenin bağ rotaları ve şarap turizmi potansiyelini değerlendirerek hem turizm hem de bölgesel kalkınma açısından önemli katkılar sunmaktadır. Araştırma, Denizli ilinde bağ rotalarının oluşturulmasının bölge ekonomisine ve turizm sektörüne sağlayacağı faydaları ele alarak, yerel üreticilerin desteklenmesi ve ekonomik gelirlerin artırılmasını hedeflemektedir. Üzüm bağları ve şarap üretimi açısından büyük bir potansiyele sahip olan Denizli'nin, bu çalışmayla birlikte yerel kalkınma politikalarına değerli bir kaynak sağlanması amaçlanmaktadır.

Dünya genelinde giderek önem kazanan şarap turizmi, Türkiye'nin turizm çeşitlendirme stratejileri açısından dikkate değer bir alan olarak değerlendirilmektedir. Denizli gibi tarihi ve doğal zenginliklere sahip bir bölgenin bu alandaki potansiyelinin değerlendirilmesi, ulusal ve bölgesel turizm stratejilerinin geliştirilmesine yönelik önemli bir katkı sunabilir. Çalışma, Denizli'nin mevcut turizm portföyünü genişletmek ve şarap turizmi aracılığıyla bölgeyi uluslararası düzeyde tanıtmak için bir fırsat yaratmaktadır.

Bu çalışma yerel kültür ve tarihin korunmasına yönelik anlamlı bir çaba olarak öne çıkmaktadır. Bağcılık ve şarap üretimi geleneğinin antik dönemlerden günümüze kadar süregelen zengin mirası, bu bölgenin kimliğini oluşturan önemli bir unsurdur. Bu bağlamda mevcut çalışma, bu kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasının hem turistik cazibeyi artıracığı hem de bölgenin kimliğini güçlendireceği görüşünü desteklemektedir.

Çalışmada ayrıca, sürdürülebilir turizm perspektifine dikkat çekilmektedir. Organik bağcılık, düşük karbon ayak izine sahip üretim süreçleri ve çevresel duyarlılıkla gerçekleştirilen bağ yolları projelerinin, bölgenin doğal dengesini korurken turistik

çekiciliği artırabileceği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, çalışma yalnızca ekonomik kazanç sağlamayı değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirliğe katkıda bulunmayı da hedeflemektedir.

Son olarak, Denizli özelinde bağ rotaları üzerine yapılmış ilk araştırmalardan biri olması, bu tezin özgünlüğünü ve bilimsel katkısını artırmaktadır. Bu durum hem akademik literatüre hem de uygulayıcılara rehberlik edecek bir çalışma ortaya koyma açısından tezi değerli kılmaktadır. Sonuç olarak, Denizli'nin şarap turizmi potansiyelini ortaya koyan bu çalışma, ekonomik, kültürel ve çevresel kalkınmaya yönelik somut adımlar atılmasına olanak sağlamakta, turizmin çeşitlenmesi ve yerel kalkınmanın desteklenmesi açısından önemli bir rehber niteliği taşımaktadır.

4.3. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada Denizli ili Çal ilçesi bağ rotasının turizmin gelişmesine ve bölgesel kalkınmaya etkilerini incelemek amacıyla bir dizi araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, nitel yöntemlerin kullanıldığı bir yaklaşım benimsenmiştir. Nitel araştırmalarda, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemler kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 41). Bu kapsamda, literatür taraması, katılımcı gözlem, görüşme ve saha çalışması yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma yöntemine ilişkin detaylar aşağıda açıklanmıştır.

4.3.1. Literatür Taraması

Literatür taraması nitel araştırma için teorik çerçeveyi belirlemek ve kurmak için gereklidir (Merriam, 2009: 70). Bu nedenle araştırmanın ilk aşamasında, bağ turizmi, şarap üretimi, gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınma üzerine daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Bu literatür taraması, araştırmanın teorik altyapısını oluşturmuş ve çalışmanın bilimsel çerçevesinin belirlenmesine katkı sağlamıştır. Literatür taraması sırasında hem ulusal hem de uluslararası akademik yayınlar, kitaplar, makaleler ve raporlar gözden geçirilmiştir.

Literatür taramasının, belli bir konuyla ilgili önemli düşünceleri ve araştırmaları birleştiren ve sentezleyen bir yönü olup, araştırmacının görevi taranan literatürü kolay anlaşılır bir anlatıma dönüştürmektir (Merriam, 2009: 75). Bu bağlamda, çalışmanın konusu gereği özellikle bağ rotalarının turizm sektörüne ve yerel ekonomilere etkilerini ele alan yayınlar detaylı bir şekilde incelenerek bunların anlaşılır bir şekilde çalışmaya dahil edilmesine özen gösterilmiştir.

4.3.2. Katılımcı Gözlem

Araştırmacının diğer insanlarla birlikte fiilen aynı ortamda etkileşimde bulunarak yaptığı gözleme katılımcı gözlem denir (Kozak, 2021: 86). Çal Bağ Yolu Rotasında yapılan gözlemler, katılımcı gözlem yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı olarak Çal Bağ Yolu 07.09.2024, 22.11.2024 ve 09.12.2024 tarihlerinde bizzat ziyaret edilerek, bölgedeki üzüm bağları, şarap üretim tesisleri, tadım odaları ve diğer turistik noktalar yerinde gözlemlenmiştir. İlk ziyaret 6-8 Eylül 2024 tarihleri arasında 27. Çal Bağ Bozumu Kültür ve Sanat Festivali sırasında yapılmıştır. İkinci ve üçüncü ziyaretler firma yetkilileri ile yapılan görüşmeler için gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte bölgedeki turistlerin davranışları, işletme sahiplerinin tutumları ve bağ yolunun genel yapısı ile ilgili gözlemler yapılmıştır. Katılımcı gözlem sayesinde, sadece teorik bilgiler değil, aynı zamanda pratikte gözlemlenen durumlar da çalışmaya dahil edilmiştir. Bu yöntem, Çal Bağ Yolu'nun turistik çekicilik unsurlarını anlamak ve analiz etmek açısından oldukça faydalı olmuştur.

4.3.3. Görüşme

Görüşmenin temel amacı sorular sorarak katılımcının bakış açısını öğrenmektir (Patton, 2018: 341). Görüşmeler üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmelerdir (Kozak, 2021: 82). Sağladığı esneklik nedeniyle çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tercih edilmiştir. Görüşmeler sırasında kullanılan sorular, araştırmanın amacı doğrultusunda önceden hazırlanmış, ancak esneklik sağlanarak görüşmeler sırasında detaylandırılmaya açık bırakılmıştır. Sorular tüm katılımcılara aynı sırada sorulmuş ve yanıtları kayıt altına alınmıştır. Bu yöntem, hem işletme sahiplerinin bölge turizmi ile ilgili bilgi ve görüşlerini öğrenmek hem de yerel halkın bakış açısını anlamak için önemli bir araç olmuştur.

Çalışmada, Çal Bağ Yolu'nda faaliyet gösteren dört işletme ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde, işletme sahiplerinin bağ turizmi konusundaki deneyimleri, bağ yolu turizmine ilişkin düşünceleri, işletmelerinin karşılaştığı fırsat ve zorluklar gibi konular ele alınmıştır.

Yöneltilen sorular Duran vd. (2018) ve Akman ve Akdağ (2024) tarafından daha önce geliştirilen sorulardan yararlanılarak geliştirilmiş ve yapılan çalışmalarla son şekli verilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılara aynı sırada sorulan sorulara aşağıda yer verilmiştir.

“Bağ Rotalarının Turizmin Gelişmesine ve Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Denizli Örneği” konulu yüksek lisans tezi kapsamında Çal Bağ Yolu Derneği üyesi üreticilere yöneltilen sorular:

1. Şaraphanenizin bulunduğu bağ rotasının ismi nedir?
2. Şarap üretimine ne zaman ve nasıl başladınız?
3. Şarap üretiminde ağırlıklı olarak hangi tür üzümleri kullanıyorsunuz?
4. İhtiyaç duyduğunuz üzümlerin tamamını kendi bağlarınızdan mı karşılıyorsunuz?
5. Bağ alanlarınızın büyüklüğü ne kadar?
6. Yıllık üretim kapasiteniz ne kadar ve bunun ne kadarını kullanıyorsunuz?
7. Satışlarınız yurt içi ve yurt dışı olarak nasıl bir dağılım gösteriyor?
8. Uluslararası alanda aldığınız ödüller var mı, varsa hangi yıl hangi ödüller aldınız?
9. Ödüllü şaraplarınızın olması işlerinize nasıl yansdı?
10. Şaraphanenizin diğer üreticilerden farkı nedir?
11. Çal Bağ Yolu projesi nasıl doğdu?
12. Çal Bağ Yolu’nu oluştururken yurt içi ya da yurt dışından örnek aldığınız bir rota ya da bir bölge oldu mu?
13. Çal Bağ Yolu projesinden beklentileriniz nelerdir?
14. Bu proje bölgenin kalkınmasında etkili olabilir mi? Nasıl?
15. Bu projeye bölgedeki diğer şarap üreticilerinin de katılımını bekliyor musunuz?
16. Yörenizde bu projeyi geliştirirken sahip olduğunuz avantajlar ve karşılaştığınız zorluklar nelerdir?
17. Çal Bağ Yolu Rotasının tanıtımı ile ilgili olarak neler yapılmaktadır. Gelecekte ne tür tanıtımlar yapmayı düşünüyorsunuz?
18. Bu tür projelerin turizmin gelişmesine katkıda bulunduğunu düşünüyor musunuz, açıklar mısınız?
19. Bu proje ile birlikte yöreye gelen turist sayısında artış oldu mu?
20. Şaraphanenizde önoturistlere hangi hizmet ve olanaklar sunulmaktadır?
21. Şaraphanenizde gelen ziyaretçilere şarap ile ilgili ne tür bilgiler verilmektedir?
22. Gelen ziyaretçiler yurt içi ve yurt dışı olarak nasıl bir dağılım göstermektedir?
23. Gelen ziyaretçilerin yaş ve eğitim durumları hakkında neler söyleyebilirsiniz?
24. Projenin geliştirilmesi sırasında devlet kurumlarından ilgi ve destek gördünüz mü? Ne tür iş birlikleri geliştirildi? Bunun yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
25. Bölge halkının projeye yaklaşımı nasıl oldu? Projenin gelişerek devamı konusunda bölge halkının desteği mevcut mu?

26. Şaraphane bünyesinde ayrıca bir konaklama imkânı var mıdır? Çal Bağ Yolu Rotası için gelen turistlerin konaklayabileceği tesisler bulunmakta mıdır? Bu konuda bölgenizin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
27. Sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz? Sektör ile ilgili beklentileriniz nelerdir?
28. Gelecekte yeni yatırımlar yapmayı düşünüyor musunuz?

Tablo 15. Nitel Çalışma Kapsamında Görüşülen Katılımcıların Listesi

Katılımcı	Katılımcı Ünvan	Görüşme Yeri / Yöntemi	Görüşme Tarihi	Süre Dk.
Asım ALTINTAŞ	Küp Şarapçılık, Firma sahibi ve Yetkilisi	Şaraphane, Çal / Görüşme	22.11.2024	85
Zeynep KUŞÇU	Lermonos Gıda, Müdür	Firma, Çal / Görüşme	22.11.2024	32
Aslı KUZU	Kuzubağ Tarım, Firma hissedarı ve Yetkilisi	İstanbul / Çevrimiçi	23.11.2024	64
Halil KUZU	Erdel Gıda, Firma sahibi ve Yetkilisi	Şaraphane, Çal / Görüşme	09.12.2024	65

Görüşmelerin üçü yüz yüze, biri çevrimiçi olarak yapılmıştır. Yapılan tüm görüşmeler ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Ardından, ses dosyaları incelenmiş ve görüşmelerin deşifreleri araştırmacı tarafından yapılarak görüşülen her kişiye ait anlatı metinleri oluşturulmuştur.

4.3.4. Saha Çalışması

Çalışmanın bir diğer önemli unsuru, saha çalışmasıdır. Çal Bağ Yolu'nda gerçekleştirilen saha çalışmaları sırasında, bağ rotasında bulunan işletmeler, üzüm bağları ve şarap üretim tesisleri yerinde görülerek gezilmiş ve incelenmiştir. Bölgedeki fiziksel yapılar, çevresel faktörler, turistik altyapı ve hizmetler gözlemlenmiştir. Bu çalışmalardan elde edilen veriler, turistik deneyimlerin daha kapsamlı bir şekilde analiz edilmesine olanak tanımıştır.

4.3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada kullanılan veriler, gözlemler, görüşme kayıtları ve literatür taramasından elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. Görüşmelerden elde edilen nitel veriler, betimsel analiz ve içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve araştırma temaları ortaya çıkarılmıştır.

Betimsel analizin amacı elde edilen bulguların özgünlüğüne bağlı kalınarak, hatta katılımcı ifadelerinden doğrudan alıntı yapılarak verilerin düzenlenmesi ve yorumlanmasıdır. Okuyucuların çalışmada yer verilen insanların duygu ve düşüncelerini hissedebilmelerini sağlamak için yeterli betimleme ve doğrudan alıntılara yer verilmelidir (Patton, 2018: 503). Bu çerçevede çalışma içeriğinde katılımcıların düşüncelerinin anlaşılmasını sağlamaya yönelik olarak doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

İçerik analizi hangi kavramların baskın olduğunu belirlemek için metnin tekrar eden kelimeler veya temalar açısından taranması anlamına gelmektedir. İçerik analizi yoluyla bulunan temel anlamlara temalar denir (Patton, 2018: 453). Temalar ortak bir fikir oluşturmak için bir araya getirilmiş geniş bilgi birimleridir (Creswell, 2020: 188). İçerik analizinde benzerlik taşıyan veriler belirli temalar çerçevesinde bir araya getirilmekte ve bunlar okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlenerek yorumlanmaktadır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Ektem ve AYTEKİN, 2020: 7). İçerik analizleri genellikle görüşme dökümleri, günlükler ve belgeler gibi metinlerin analizinde kullanılmaktadır (Patton, 2018: 453).

Bu araştırmada içerik analizi verileri belirli temalar çerçevesinde bir araya getirerek anlaşılabilir bir biçime dönüştürme amacıyla tercih edilmiştir. Araştırmada katılımcı görüşmeleri iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı temalandırılmış ve araştırmacılar tarafından uzlaşmaya varılmıştır. Ortaya çıkarılan temaların uygunluğu hakkında da ayrıca uzman görüşüne başvurulmuş, yapılan değerlendirmenin ardından görüş birliğine varılmıştır.

Katılımcı gözlem sırasında elde edilen bulgular ortaya çıkarılan temalar çerçevesinde ilgili alanlara dercedilmiştir. Ayrıca, literatür taraması sırasında elde edilen bilgiler ile saha çalışmasından elde edilen veriler karşılaştırılarak araştırmanın sonuç kısmında bir sentez oluşturulmuştur.

Literatür taraması sırasında sadece akademik ve güvenilir kaynaklara başvurulmuş, saha çalışması sırasında ise sistematik bir gözlem ve veri toplama süreci izlenmiştir. Saha veri toplama çalışmaları 07.09.2024 tarihinde başlamış, 22.11.2024-09.12.2024 tarihleri arasında katılımcı firmalar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin analizinde tarafsız bir yaklaşım benimsenmiş ve elde edilen bulgular doğrudan aktarılmıştır.

Sonuç olarak araştırma yöntemi, Denizli'nin Çal Bağ Yolu Rotasının potansiyelini ortaya koymak ve bağ turizminin bölgeye olan etkilerini analiz etmek için çok boyutlu bir yaklaşım sunmaktadır. Literatür taraması, saha çalışması, katılımcı gözlem ve görüşme gibi farklı yöntemlerin bir arada kullanılması, araştırmanın hem kapsamlı hem de detaylı bir çerçeveye oturmasını sağlamıştır. Bu yöntemler sayesinde, Denizli'nin şarap turizmi potansiyeline ilişkin hem teorik hem de pratik bilgiler elde edilerek çalışma zenginleştirilmiştir.

4.4. Araştırma Kapsamında Yöneticileri ile Görüşme Yapılan Çal Bağ Yolu Derneğine Üye İşletmeler

4.4.1. Küp Şarapçılık

Küp Şarapçılık 1959 yılında Hasan Altıntaş tarafından Bekilli'de kurulmuştur. Başlangıç kapasitesi 700 litrelik bir küp olan ve klasik şaraplar ile işe başlayan firma 1972 yılında kapasitesini 200.000 litreye çıkarmıştır. Aynı yıl vişne şarabı keşfedilerek, 1980 yılında ilk Küp Vişne Mistel Şarabının üretimine başlanmış olup, 1982 yılında Tekel tarafından düzenlenen Birinci Uluslararası Tekirdağ Şarap Yarışmasında madalya kazanmıştır. Daha sonraki yıllarda madalyalar kazanmaya devam eden firma ekolojik tarım çalışmaları ile de yakından ilgilenmiştir. Firma ilk organik şarabını 2003 yılında piyasaya sunmuş olup, bu şarabın üretildiği bağlar, fabrika ve üretimin her aşaması uluslararası sertifika kuruluşu tarafından organik üretim için sertifikalandırılmıştır. Üretimde miktarın yanı sıra kaliteye de odaklanan Küp Şarapçılık kaliteli ürün çalışmaları çerçevesinde 2010 yılında meşe fiçilerde şarap üretimine başlamıştır (Küp Şarapçılık, 2024).

İkinci kuşaktan Asım Altıntaş ve üçüncü kuşaktan Hasan Çağlar Altıntaş yönetiminde faaliyetine devam eden firma 2019 yılında tesislerini yenileyerek kapasitesini artırmıştır. 750 dekar bağ alanına ve 8,5 milyon litre tank hacmine sahip olan firma kapasitenin yaklaşık %60'ını kullanmaktadır. Firma standart nitelikteki

şaraplardan, butik ve değerli şaraplara kadar geniş bir skalada dikey üretim tarzında faaliyet göstermektedir. Üretimde Boğazkere, Öküzgözü, Kalecik Karası, Çal Karası, Sultaniye, Narince, Emir gibi yerli türlerin yanında Cabernet Sauvignon, Merlot, Şiraz, Cabernet Franc, Sauvignon Blanc, Chardonnay gibi yabancı üzüm türleri de kullanılmaktadır (A. ALTINTAŞ, Sözlü Görüşme, 22.11.2024).

Şekil 19. Küp Şarapçılık, Fabrika, Tadım Salonu, Bağlar



Kaynak: Küp Şarapçılık, 2024

4.4.2. Lermonos Gıda

Firmanın kurucusu Prof. Dr. Hürriyet Yılmaz ilk 2000 yılında Çal'dan bağ alarak üzüm yetiştirmeye başlamıştır. Zamanla bağ alanlarını büyüten Hürriyet Yılmaz bir kadın girişimci olarak kendi bağlarından şarap yapma fikrini hayata geçirmek istemiştir. Bu amaçla 18 yıl önce bölgede kurulan fakat değişik ekonomik nedenlerle yedi yıl boyunca aktif olarak çalıştırılmayan eski Vehbi Bey Şarapçılık işletmesi satın alınarak Lermonos ünvanıyla 2021 yılında şarap üretimine başlanmıştır. Firmanın ismi bölgedeki Apollon Lermonos tapınağını da tanıtmak üzere Lermonos olarak belirlenmiştir. 350 dekarlık kendi bağlarından kaliteli şarap üretimine odaklanan firma 930 bin litrelik kapasitesinin 400 bin litresi ile üretimine devam etmektedir. Üretimde kullanılan üzümlerin %60'ı anlaşmalı müstahsillerden tedarik edilmektedir. Lermonos, Çal Bağ Yolu'na dahil dört işletme arasında kapsamlı bir restorana sahip olan tek işletme olup, restoran salı, cuma, cumartesi ve pazar günleri hizmet vermektedir.

Firma butik tarzda üretim yapmakta olup, üretimde kullanılan üzümler organik sertifikalı bağlardan elde edilmektedir. Şarap yapımında yerli türlere önem verilmekte olup, kırmızı şarapta Öküzgözü, Boğazkere, Çal Karası, beyaz şarapta Sultaniye ve Narince üzümlerinin yanı sıra, Avrupa kültürünü yansıtan Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Şiraz gibi üzümler de kullanılmaktadır (Z. KUŞÇU, Sözlü Görüşme, 22.11.2024).

Şekil 20. Lermonos, Restoran, Tadım ve Satış Yeri



Kaynak: Murat Madenciler, Denizli, 2024

4.4.3. Kuzubağ Tarım

Kuzubağ, Denizli'nin Çal ilçesine bağlı Hançalar Köyü'nde, Salih ve Aslı Kuzu öncülüğünde 2021 yılında kurulan bir aile şaraphanesidir. Bağcılık faaliyetlerine 2007 yılında başlayan Kuzubağ, günümüzde 350 dekarı yetişmiş, 150 dekarı yetiştirmekte olan toplam 500 dekarlık bağ alanına sahiptir. Üretimde kullanılan üzümlerin bir kısmı da anlaşmalı müstahsilden temin edilmektedir. Üretimde Merlot, Cabernet Sauvignon, Çal Karası, Öküzgözü, Şiraz, Sauvignon Blanc, Sultaniye gibi üzüm çeşitlerini kullanan Kuzubağ, 2021 yılında tamamlanan modern şaraphanesinde üretim yapmaktadır.

Yıllık 250.000 şişelik üretim kapasitesine sahip olan firma yılda 150.000 şişelik üretim yapmaktadır. Bölgenin bağ ve şarap potansiyelini ortaya çıkarmayı amaçlayan firmanın Çökelez Dağı manzarası eşliğinde tadım yapabilecek bir tadım salonu bulunmaktadır. Kuzubağ, Çal Bağ Yolu'nun en yeni şaraphanelerinden biri olarak, bölgenin önde gelen üreticileri arasında yer almakta ve kaliteli şaraplarıyla tanınmaktadır (A. KUZU, Sözlü Görüşme, 23.11.2024).

Şekil 21. Kuzubağ Tadım Salonu, Şarap Fıçıları, Üzüm Bağları



Kaynak: Murat Madenciler, Denizli, 2024

4.4.4. Erdel Gıda

Erdel firması, 2005 yılında Denizli'nin Çal ilçesine bağlı Hançalar Köyü'nde Halil ve Hüseyin Kuzu tarafından kurulmuş bir işletmedir. Yaklaşık 200 dekarlık bağ alanına sahip olan firma adını Büyük Menderes havzasındaki bölgeden almaktadır. Kuruluş amacı, kendi bağlarındaki üzümleri katma değerli ürünlere dönüştürmek ve yöre bağcılığını kalkındırmaktır. Erdel, Çal Bağ Yolu projesinin kurucu üyelerinden biri olarak, bölgenin bağcılık ve şarap üretimi potansiyelini kültürel ve doğal zenginliklerle birleştiren önemli bir önoturizm destinasyonu oluşturmayı amaçlamaktadır.

Yıllık 1.700 ton üretim kapasitesine sahip olan firma kalite odaklı bir anlayışı benimseyerek üretimini gerçekleştirmektedir. Şaraphanenin yanında bulunan ahşap çardakta yazın açık havada, kışın ise soba başında tadım olanağı sunulmaktadır. Öküzgözü, Şiraz karışımı üzümlerden iyi sonuçlar elde eden firma üretimde bir kısmını anlaşmalı müstahsillerden temin ettiği Çal Karası, Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası gibi yerli üzümlere önem vermekte, Şiraz, Cabernet Sauvignon, Merlot gibi yabancı üzümler de kullanılmaktadır (H. KUZU, Sözlü Görüşme, 09.12.2024).

Şekil 22. Erdel Fabrika, Şaraphane, Tadım ve Satış Yeri



Kaynak: Murat Madenciler, Denizli, 2024

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Denizli'nin Çal Bağ Yolu Rotası kapsamında şarap turizminin bölgesel kalkınmaya etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ancak araştırma sırasında bazı kısıtlarla karşılaşmış ve bu durum, çalışmanın kapsamını belirli açılardan sınırlamıştır. Çalışmanın kısıtları şu şekilde sıralanabilir:

Çalışma kapsamında sadece Çal Bağ Yolu'ndaki dört şaraphane işletmesiyle görüşme yapılabilmektedir. Ancak ziyaretçiler, turist rehberleri, belediye yetkilileri, mülki amirler, kamu kuruluşları, yerel halk ve turizm müdürlükleri ile görüşmeler yapılamamıştır. Bu durum, turizmin tüm paydaşlarını kapsayan bir perspektifin oluşturulmasını engellemiştir.

Araştırma kapsamında, bağ yolu rotasını ziyaret eden turistlerin algılarını ve deneyimlerini anlamaya yönelik bir anket çalışması yapılamamıştır. Bu eksiklik, ziyaretçilerin bağ yolu rotasından nasıl etkilendiği ve genel memnuniyet düzeyleri hakkında doğrudan veri elde edilmesini sınırlamıştır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde bölgedeki turistik faaliyetlerin yoğunluk düzeyinin sınırlı olması ve tüm yıla yaygın gözlem yapılamaması turizm faaliyetlerinin yıl boyunca nasıl değiştiğini anlamayı zorlaştırmıştır.

Katılımcı gözlem yöntemi, araştırma sürecinde önemli bir veri toplama aracı olmasına rağmen, yalnızca araştırmacının gözlemlediği durumları içermesi nedeniyle, gözlemlenemeyen ancak önemli olabilecek diğer faktörler çalışmaya dahil edilememiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR VE YORUMLAR

5.1. Araştırma Sonucunda Ortaya Çıkan Temalar

Çal Bağ Yolu Rotasını oluşturan firmalarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen cevapların ortaya çıkardığı temalara göre yapılan saptamalara aşağıda yer verilmiştir (Açıklamalar firma isimleri belirtilmeksizin, her bir firma için A, B, C, D harfleri verilerek yapılmıştır.).

5.1.1. İşletme Dinamikleri ve Üretim

Görüşülen firmaların tamamı aile işletmesi şeklinde faaliyet göstermektedir. Yatırım, kapasite artırımı gibi önemli kararlar aile içinde alınmaktadır. Şarap üretimi A firması dışındaki diğer firmaların ikincil iştiğal konusunu oluşturmaktadır. D firmasının yetkilisi esas inşaat işiyle uğraştığını belirterek *“Aslında kâr etmek için kurulmuş bir şirket değil. Yani aile şirketiyiz işte. Yeğenlerimize iş olsun, çevremize, köylümüze iş olsun diye 8-10 kişi çalışıyor.”* şeklinde bir ifadeyle aile şirketi olduklarını vurgulamıştır. Yapılan görüşmeler sırasında da kararların aile içinde alındığı, yönetimde, birinci, ikinci ve üçüncü kuşaktan aile üyelerinin etkin olduğu gözlemlenmiştir.

Üretim büyüklüğü açısından bakıldığında, A firması büyük, D firması orta, B ve C firmaları daha küçük ölçekli üretime sahiptirler. Firmaların tamamı üretimlerinde buldukları bölgede yetiştirilen üzümleri kullanmaktadırlar. Firmaların kendi bağları bulunmakla birlikte üreticiden de ayrıca alım yapmaktadırlar. Kullanılan üzümler çoğunlukla kırmızı şarapta Çal Karası, Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası, Cabernet Sauvignon, Merlot, Şiraz, beyaz şarapta Sultaniye, Narince, Sauvignon Blanc, Chardonnay gibi türlerden oluşmaktadır.

Tüm firmalar üretimde kaliteye önem verdiklerini ifade ederlerken, B, C ve D firmaları organik tarıma vurgu yapmışlar, B ve C firmaları bu konuda sertifikalarının bulunduğunu, D firması ise belgeleri olmamasına karşın üzüm yetiştiricilerinin organik tarım ilkelerine göre üretim yapmalarına dikkat ettiklerini belirtmiştir. C firması yetkilisi organik sertifikaya sahip olduklarını *“Hastahklarla mücadele ederken kullandığımız ilaçlar daha organik bazlı. Organik sertifikamız var. Her yıl denetime geliyorlar. O denetim sonucunda bize bir sertifika veriyorlar.”* şeklinde ifade etmiştir.

B ve C firmaları butik tarzda üretime yönelirken, D firması butik üretimin yanında fason üretim de yapmaktadır. A firması büyük kapasitesinin bir kısmı ile orta kalitede

şaraplar üretirken diğer taraftan da butik üretim şaraplara da yer vermektedir. A firmasının yetkilisi bu durumu *“En tabandan en üste doğru şarap üretiyoruz biz. Yani en ucuz ürün de var, en pahalı şarap da var. Dikey bir üretim tarzımız var.”* şeklinde belirtmiştir. Bölgenin üzümlerinden üretilen şaraplar ulusal ve uluslararası yarışmalarda dereceler almıştır. Bu başarılar bölge üzümlerinin ve bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır. Yapılan ziyaretlerde alınan ödüllerin işletmelerin görünür yerlerinde sergilendiği gözlemlenmiştir.

5.1.2. Destinasyon

Çal Bağ Yolu Rotası Denizli'nin Çal ilçesinde geliştirilmektedir. Çal doğal güzelliklere sahip, ağırlıklı olarak şaraplık üzüm bağlarının bulunduğu bir bölgedir. C katılımcısı diğer bir bağ rotası olan Urla ile mukayese ederek *“Her şeyden önce her yerin bağ olması en temel özelliği Çal'ın. Bağ yolu yapıyorsanız zaten ortamda şaraphanelerin ve bağların olması lazım. Bu her yerde yok, mesela Urla'ya gidiyorsunuz, bağ göremiyorsunuz. Yani bambaşka meyve ağaçları görüyorsunuz, sonra arada biraz bağ. Çok dağınık, Urla biraz şehir gibi. Oysa Çal bağ, şaraphane ve köylerden başka hiçbir şeyin olmadığı çok mistik bir yer. Ruhu olan, kafa dinlemeye müsait bir yer. Bölgenin en büyük şansı ve artısı coğrafyası, havası, manzaralarıdır.”* ifadeleriyle bölgenin güzelliğinden bahsetmiştir. Görüşmeler ve keşif için bölgeye yapılan ziyaretler sırasında doğanın çok güzel olduğu, uçsuz bucaksız uzanan üzüm bağlarının Avrupa'daki benzerlerini aratmayacak derecede pastoral ve etkileyici manzaralar sunduğu gözlemlenmiştir.

Geleneksel olarak tarımla iştil edilmiş, bağcılık geçmişi binlerce yıl geriye giden bölgenin turistik bir destinasyon olarak bilinirliği Çal Bağ Yolu projesinin hayata geçirilmesi ile artmıştır. B katılımcısı bu durumu *“Pamukkale'ye gelenler ya da Antalya'ya gelenler artık bağ yolunda gezmeye, buraya da gelmeye başladı. Buraya gelip Pamukkale'ye gidenler oluyor. Turistik açıdan bir değer ortaya çıkmaya başladı.”* şeklinde dile getirmiştir. Festival zamanı bölgeye yapılan ziyarette il dışından şarap tadımı için gelen ziyaretçilerle karşılaşmıştır.

Çal ana ulaşım arterlerinin üzerinde bulunmadığı için ziyaretçi trafiği kısıtlı kalmaktadır. Bugüne kadar bir tarım bölgesi olması nedeniyle turistik bir alt yapıya da sahip değildir. D katılımcısı bu durumla ilgili olarak *“Burada problemler var, tabii eksiklikler devam ediyor. Bölgenin hiç oteli olmaması bizim dezavantajımız. Çünkü çok kapalı bir bölge. Yani bir transit yolu üzerinde değiliz. Yani buraya insanların ancak özel*

olarak gelmesi gerekiyor.” şeklinde saptamada bulunmuştur. Bölgeye giden yolların bakımlı olmakla birlikte, Çal’a yaklaştıkça yolun çift şerit gidişten tek şeride düştüğü, bölgenin ana arter üzerinde yer almadığı ve turistik konaklama imkânının bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Bölge göç vermekte, nüfusu azalmaktadır (A katılımcısı). Köylerde ikamet edenler genelde yaşlı nüfus olup, memur ve tüccarlar ilçe merkezinde ikamet etmektedir (C katılımcısı).

Türkiye’nin önde gelen şaraplık üzüm üretim merkezlerinden biri olan bölgede on adet şaraphane bulunmaktadır (TADAP 2024). Bu şaraphaneler bölge ekonomisi için önemli bir role sahiptir. Bölge göz alabildiğine uzanan üzüm bağları ile etkileyici bir doğal güzelliğe sahiptir. Manzara olarak Toskana vadisini andıran bölge binlerce yıllık bağcılık geçmişinin izlerini taşımaktadır (D katılımcısı). Antik dönemde şarap tanrısı olarak bilinen Dionysos’un adını taşıyan Dionysopolis antik kenti ve etkileyici bir manzaraya sahip olan Apollon Lermonos Tapınağı da bu bölgede bulunmaktadır (B katılımcısı). Bölge aynı zamanda yakın tarihimizden kültürel öğeleri de barındırmaktadır. Bununla ilgili olarak D katılımcısı *“Benim köyüm olan Hançalar daha önce nüfusu 4.500’e kadar çıkmış bir yer. Önemli bir ticaret merkeziydi Hançalar. Bu bölgedeki ticaretin merkezi olan Kayı Pazarı’ndan sonraki en büyük merkez burasıydı. Aslında Kayı Pazarı’ndan çıkan bütün kervanlar, İzmir, Balıkesir tarafına gidenler hepsi Hançalar köprüsünü kullanarak bizim buradan geçirdi. Böyle bir geçiş noktasında olduğu için hayvanların ihtiyaçlarına bağlı olarak semercilik, nalbantlık, demircilik gibi zanaat kolları çok gelişmiş vaziyetteydi. Bunun yanında pekmezcilik, pestilcilik, tahincilik, helvacılık, leblebicilik, kepenekçilik ile ilgili geçmişimiz var. Testicilik gibi toprak işçiliği de var burada aslında. Çal’a gelen kaymakamlar da yöresel ürünlere çok önem verdiler. Mesela Süller’de halı tezgâhları var.”* saptamalarını yapmıştır.

Su yönünden çok zengin olmayan bölgede şaraplık üzüm türleri fazla sulama istemeyen aromatik yapılarıyla bölge coğrafyası ile uyum içindedir (A, D katılımcıları). Fakat küresel iklim değişikliğinin etkisiyle zaman zaman bağlar hastalıklara maruz kalabilmekte, üretim düşebilmektedir (B katılımcısı). Üzümünden elde edilen kazancın düştüğü dönemlerde üretici bağlarını sökebilmektedir. Bunun gibi faktörler bölgede bağlık alanları tehdit etmektedir (D katılımcısı).

5.1.3. Çal Bağ Yolu Rotası

Çal Bağ Yolu Rotası, Çal ilçesinin doğal güzellikleri, bağcılık geleneği ve şarap üretim potansiyelini değerlendirmek amacıyla hayata geçirilmiş bir projedir. Bu rota hem yerel halkın kalkınmasına hem de bölgenin turizm potansiyelinin artırılmasına yönelik bir girişim olarak ortaya çıkmıştır. Çal Bağ Yolu projesi, bölgedeki dört şarap üreticisinin ortak bir çalışması olup, Çal'ı ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmayı hedeflemektedir. Nitekim B katılımcısı bununla ilgili olarak *“Çal Bağ yolu projesi, bölgede faaliyet gösteren dört şarap üreticisinin ortak çalışmasıyla bölgenin üzümlerini ve bölge şarapçılığının değerini ortaya koymak ve bağcılığı geliştirmek, bölgeye özgü turizm oluşturmak felsefesiyle ortaya konulmuştur. İleriki hedef daha fazla üretici ile birlikte Denizli'ye yeni turistik destinasyon kazandırmak, bölgedeki şarapçılığı ve üzüm kalitesini daha yukarı taşımak, yurt içinde ve yurt dışında Çal platosunun öne çıkmasını sağlamaktır.”* demiştir.

Çal Bağ Yolu olarak Mart 2022'de faaliyete geçilmekle birlikte, kurulma fikri daha önceki yıllara dayanmaktadır. Başlangıçta daha fazla şaraphane ile bir rota oluşturulması planlanmış, ancak üretim tesislerinin bağ rotası kriterlerine göre düzenlenmesi gerekmesi (tadım salonu, satış standı oluşturulması, işletmenin ziyaretçiler tarafından gezilebilecek şekilde düzenlenmesi vb.), tanıtım ve organizasyonlar için finansal destek sağlanması gerekliliği gibi hususlar nedeniyle tüm firmaların katılımı sağlanamamıştır. Çal Bağ Yolu Derneği çatısı altında faaliyet gösteren mevcut üyeler, Bağ Yolu Kriterlerini karşılayan ve katılmak isteyen tüm firmalara kapılarının açık olduğunu belirtmektedirler (A, B, C, D katılımcıları). Az üyeli bir sistem idari açıdan kolaylık sağlamakla birlikte projenin daha küçük çaplı kalmasına neden olmaktadır.

Bu proje kapsamında, ziyaretçilere şaraphaneleri gezme, üzüm bağlarını görme, yerel şarapların tadına bakma ve satın alma imkânı sunulmaktadır. A katılımcısı genel olarak sunulan hizmetleri *“Şarap satışı, şarap tadımı yapılması, işletme, üzüm ve şarap hakkında bilgi verilmesi olanaklarımız var. Ziyaretçiler talep etmese bile kendilerine bu işletmenin özelliği anlatılıyor. Tadım istendiğinde bu sefer üzümlerin ve şarabın nasıl tadılması gerektiğini öğreniyorlar. Beşli tadım aldıklarında o 45 dakika, 1 saat kadar sürüyor.”* şeklinde anlatmaktadır. Yapılan ziyaretlerde de işletmelere ait tadım salonlarının bulunduğu, bunlara ek olarak B firmasının bünyesinde restoran hizmetlerinin mevcut olduğu gözlemlenmiştir.

Çal Bağ Yolu Rotası, bölgedeki dört ana şarap üreticisinin iş birliğiyle geliştirilmiş olup, bu şaraphaneler bölgenin turizme kazandırılması konusunda hemfikirdir. Bu süreçte, yurt içinde Trakya Bağ Yolu ve ağırlıklı olarak Urla Bağ Yolu, yurt dışında Toskana Vadisi gibi örneklerden esinlenilmiştir. C katılımcısı *“İlk örnek aldığımız rota Urla’ydi. Çünkü şu an aktif ve sağlıklı çalışan tek rota Urla. Trakya’da bir rota var, bir haritaya baktığınızda nereden nereye gideceğinizi tahmin edebiliyorsunuz ama birlikte hareket edilen bir durum şu an bildiğim kadarıyla yok. Urla Bağ Yolunu direkt örnek aldık, hatta onlarla görüştük birçok kez. Nasıl yapmalıyız, nelere dikkat etmeliyiz, uygulama nasıl olmalı gibi konular hakkında sorduk, öğrendik. Onlar da bilgilerini bizimle paylaştılar. Çal Bağ Yolunun çıkacak olmasından çok memnun oldular.”* diyerek rotanın hazırlık aşaması hakkında bilgi vermiştir. D katılımcısı da Toskana ile mukayese ederek, Toskana’nın avantajının ve farkının daha bakımlı olmaktan kaynaklandığını ifade etmiştir. *“Tarihi, tarımı, bağcılığı, bağ yolu ve turizmi birlikte işletebilirsiniz bugün İtalya’da Toskana gibi yerlerin avantajları var. Yapıları çok korunmuş, Roma döneminden kalan yapılar olmasına rağmen eski gibi değiller. (...) Yani onların şehirleri çok daha bakımlı. Bizde biraz bu sıkıntılı, köyler harabe gibi terk edilmiş.”* Bölgeye yapılan ziyaretlerde ilçe merkezi ve köylerinin turistik potansiyelinin yüksek olduğu, çevre düzenlemelerinin yapılması, bağlar arasında ve çevredeki doğal alanlarda yürüyüş ve bisiklet turları vb. aktiviteler eklenmesi halinde daha cazip hale gelecekleri kanısına ulaşılmıştır.

Çal Bağ Yolu projesi, gelir kaynağı büyük ölçüde bağcılık olan bölge ekonomisine geçim kaynaklarını çeşitlendirerek önemli katkılar sunmayı hedeflemektedir. Bağ yolu rotası sayesinde bölgeye gelen turistlerin yerel ekonomiye katkısı olmaktadır. Bu bağlamda, bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler ve tarihi zenginlikler turistik bir cazibe unsuru olarak sunulmaktadır (A, B, C, D katılımcıları).

Şaraphaneler arasında kurulan iş birlikleri, bölgedeki işletmelerin tanıtımını güçlendiren bir etken olarak vurgulanmıştır. C firmasının röportajında, *“Birbiri ile ticari bağı olmayan dört üreticinin birlikte hareket etmesi, bölgeye gelen turistlerin farklı şaraphaneleri de ziyaret etmesini sağlıyor.”* ifadesi kullanılmıştır. Yapılan görüşmelerde dört işletmenin de uyumlu bir şekilde rota faaliyetlerini sürdürdükleri gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, Çal Bağ Yolu Rotası, bölgenin üzüm bağları ve şaraphanelerini turistik bir cazibe merkezine dönüştürmeyi hedefleyen, yerel kalkınmayı ve ekonomik faydayı artırmayı amaçlayan, ulusal ve uluslararası bağ rotalarından esinlenerek

geliştirilmiş bir projedir. Bu rota hem bölge halkı hem de şarap üreticileri için bir tanıtım ve kalkınma fırsatı sunmaktadır.

5.1.4. Turizm

Çal Bağ Yolu projesi, turizm teması çerçevesinde hem bölge halkı hem de şarap üreticileri için ekonomik ve kültürel fırsatlar yaratmayı hedefleyen bir girişim olarak tanımlanmıştır. Röportajlarda, bu projeye bölgenin turizm potansiyelinin artırılması ve yerli-yabancı turistlerin bölgeye çekilmesinin amaçlandığı vurgulanmıştır. C firmasının görüşmesinde, *“Çal Bağ Yolu projesinden ana beklentimiz, burayı turistik bir cazibe merkezi haline getirmek ve insanları bu bölgeye çekmektir.”* ifadesi yer alırken, bu bağlamda turistlerin bağları ve şaraphaneleri ziyaret ederek hem şarap tadımı hem de kültürel bir deneyim yaşadıkları belirtilmiştir. Bölge ziyaretlerinde işletmelerin altyapısının önoturizm kapsamında hizmet vermeye uygun oldukları gözlemlenmiştir.

B firmasının röportajında, projenin bölgeye gelen turistlerin sayısında belirgin bir artış sağladığı ifade edilmiştir. *“Çal Bağ Yolu projesi kapsamında gerek yurt dışından gerekse yurt içinden bir sürü ziyaretçi çektik, neredeyse bölge nüfusu kadar ziyaretçi geldi.”* ifadesiyle, bu turistik faaliyetlerin bölgenin tanınırlığını artırdığı vurgulanmıştır. Ayrıca, bu ziyaretçilerin sadece şaraphaneleri değil, aynı zamanda bölgedeki doğal güzellikleri ve kültürel değerleri de keşfettiği aktarılmıştır. Çal bölgesinin hem doğal yapısı hem de şarapçılık kültürü sayesinde turistlerin ilgisini çeken bir destinasyon haline geldiği ifade edilmiştir.

A firması görüşmede, bölgeyi ziyaret eden turistlerin daha özgürlükçü olduklarını, araştırmayı sevdiklerini, turlarla hareket etmeyen kişiler olduklarını belirtmiştir. *“Bağ yolu veya entegre şarapla ilgili gezen insanlar paket turizme dahil olmazlar. Daha özgürlükçüdür onlar. Biraz daha farklı yapıları, keşfetmeye dönük ve internetten çok araştırıyorlar.”* Bağ Yolu Rotasını bölge dışından ziyaret edenlerin günlük 10-15 kişi olabildiği, hafta sonları ziyaretçi sayısının arttığı, bu sayının 70'e kadar çıkabildiği ifade edilmiştir. A katılımcısı gelen turistin profilini *“Bize gelenler genellikle orta yaş gibi, yani 40 yaş, 50 yaş gibi. Eğitim seviyeleri de yüksek. Yeme içme amacıyla restorana gidenlerin daha genç olduğunu tahmin ediyorum.”* şeklinde ifade etmiştir. Aynı zamanda, gelen ziyaretçilerin projenin tanıtımına etki ettiği belirtilmiştir. B katılımcısı *“Üniversite mezuniyetlerinin 30. yılı için gelenlerin de olduğunu, bunu yanında gençlerin de geldiğini”* ifade etmiştir. C katılımcısı gelenlerin daha çok 30-50 yaş aralığında kişiler

olduğunu, D katılımcısı da orta yaşın üzerinde eğitim seviyesi yüksek kişilerin geldiğini belirtmişlerdir.

D katılımcısı tarafından, turizmin Çal Bağ Yolu projesinin en önemli unsurlarından biri olduğu ve turistlerin bölgedeki şaraphaneleri gezerek şarap üretim süreçlerini yakından gördüğü, üzüm üreten bölgelerde bağ yolu rotalarının oluşturulması gerektiği, bunun bölgeye olan ilgiyi artırdığı, gelen turist sayısında artış olduğu belirtilmiştir. Gelen turist sayısındaki artışın fabrikadan yapılan satış miktarından da anlaşıldığı, *“Fabrikadan yani buradaki satışlarımız bağ yolu sayesinde belki 3-4 katına çıkmıştır. Mesela bölgeye gzmeye gelen insanlar bizi ziyaret ettiğinde tadım yapıp şarap alıyor. Yani ziyaretçi sayısı da yıldan yıla artıyor. Eskiden bu bölgeye çok nadir turist gelirken şimdi sadece şarap tatmaya gelen turistler var. Bazen gruplar geliyor.”* şeklinde ifade edilmiştir. Katılımcıların beyanlarına göre Çal Bağ Yolu'nun faaliyete geçtiği 2022 yılından bu yana yıllık ortalama ziyaretçi sayısı 20.000 olup, Çal Bağ Yolu Derneğine göre 2024 yılı 9 aylık ziyaretçi sayısı yaklaşık 15.000'dir. Yapılan görüşmelerde gelen ziyaretçi sayılarının kesin olmadığı ifade edilmektedir. A katılımcısı *“Adisyonlardan, fişlerden saptamaya çalışıyoruz. İnsanları tek tek sayamayız. Bununla ilgili makinalar da var. Bir cihaz varmış galiba ama artık onunla ilgili bir konuşacağız.”* şeklinde açıklama yapmıştır.

Sonuç olarak, Çal Bağ Yolu projesi, turizm temasıyla bölgenin doğal, kültürel ve ekonomik değerlerini ön plana çıkararak, yerel kalkınmayı destekleyen ve tanıtım aracı işlevi gören bir girişim olarak değerlendirilmiştir. Proje, turistlere bir yandan şarap tadımı ve bağ gezisi deneyimi sunarken, diğer yandan bölgenin turistik bir cazibe merkezi haline gelmesine katkı sağlamaktadır.

5.1.5. Satış ve Pazarlama

Çal Bağ Yolu Rotasının tanıtımı ve pazarlanması Çal Bağ Yolu Derneği üyelerince finanse edilmektedir. D katılımcısı bu durumu *“Her ay belli bir para ödüyorum mecburen. Çünkü bir işletme çalışıyor, o da bir tanıtım yapıyor. Bağ yolunun danışmanı var, onun için bir ödemesi var. Sosyal medya tanıtımları var, bunun için her ay belli bir ücret ödüyorum.”* şeklinde açıklamaktadır. A katılımcısı da *“Bağ yolu için birincisi web sayfamız var, instagramımız var. Yani sosyal medyayı kullanıyoruz burada. Artı gelen ziyaretçilerimiz tanıtım için en etkin onlar.”* şeklinde gelen ziyaretçilerin de tanıtımda etkili olduklarını belirtmektedir.

B katılımcısı Çal Bağ Bozumu Festivali'nin tanıtımında etkili olduğunu “*Orada Çal Bağ Yolu olarak bir standımız vardı. Tabii ki reklam amaçlı, artık bu bağ bozumu festivallerine şarap vesaire götürmek yasak olduğu için orada böyle bir stant açtık bu sene. Geçen sene de burada kendimizin düzenlediği resitaller, müzikli eğlenceler oldu.*” şeklinde belirtmiştir. C katılımcısı bunlara ek olarak, tanıtımlarda alkollü içki düzenlemelerine dikkat ederek, fuarlarda, tadım etkinliklerinde Çal Bağ Yolunu tanıttıklarını, yüz yüze iletişime önem verdiklerini ifade etmiştir. “*Onun dışında tüm fuarlarda atölyeler yapılıyor Çal Bağ Yolunu anlatan. Çal Bağ Yolu tadımları yapılıyor. Sponsor oluyoruz bu tip etkinliklere. Bizim böyle kendimizi yüz yüze anlatabilmemiz gerekiyor. Çok fazla mecrada bulanamadığımız için o yüzden bunları yaptık.*”

Çal Bağ Yolunun bilinirliğinin artmasıyla birlikte bölgeyi esas alan turların sayısında da artış gözlemlenmektedir. Özellikle yabancı turistlerin bölgeye olan ilgisi artmaya başlamış, kasım ayında bir grup Alman turist bölgeyi ziyaret etmiştir (denizlihaber.com 2024). B katılımcısı “*Buraya biz Çal Bağ Yolu projesi kapsamında gerek yurt dışından gerek de yurt içinden neredeyse Çal'ın nüfusu kadar ziyaretçi çektik. Amerika'dan bile buraya rezervasyonlu, rehberle beraber turistler geldi. Şu anda halen mesela hem fabrikamıza hem de fabrikamızın bulunduğu Selcen köyüne her hafta Antalya'dan Alman turistler geliyor. Hem onları yöre halkı ile tanıştırıyoruz hem de Lermonos ve diğer fabrikalarla beraber şaraphanelerimizi tanıtıyoruz. Türk şaraplarını tanıtıyoruz.*” ifadesiyle projenin Çal'ın tanıtılmasına büyük katkı sağladığını, gelen turistler sayesinde hem yurt içinde hem de yurt dışında bölgenin tanındığını, ayrıca şaraphanelerinin ve şaraplarının da tanıtıldığını belirtmiştir.

Çal Bağ Yolunun tanıtımına yönelik olarak yapılan çalışmalar aynı zamanda projenin paydaşı olan firmaların tanınmasına da olumlu yönde etki etmiştir. Bu proje üreticilerin ürünlerini daha geniş kitlelere tanıtımlarına olanak sağlamıştır. C katılımcısı projeden birinci amaçlarının Çal'ın tanıtılması, bilinmesi ve daha çok kişinin Çal'a gelmesi olarak belirtirken, kendi tesislerini gezenlerin de gördükleri ortamdan, organizasyondan, tesisin kendisinden etkilendiklerini, bunun da şarapla ilgili algıyı yükselttiğini belirtmiştir.

A katılımcısı “*Türkiye dünyada büyüklük olarak üzüm üreten beşinci ülke evet ama ürettiği üzümü artı değer şarap olarak değerlendiren belki son sıralarda. Türkiye'de bağcılık, şarap biraz daha popüler hale gelecek çünkü zaten yok. Yok hükmünde yani kişi başına şarap tüketimi 82 milyon kişide 64 milyon litre. Bir şişe ortalama. Buna ülkemize gelen 60 milyon turistin içtiği de dahil. Belki o 64 milyon litrenin 20 milyon litresi orada*

tüketiliyor. Avrupa Birliği'nde en az şarap tüketen ülke İngiltere, tüketimleri en az 11 litre yani 16 şişe bizde bir şişe. Türkiye'de net olarak bakıldığında 16 milyon insan 40 milyon litre şarap tüketiyor. O da kişi başına 3 litre yapar ki o da yüksek bir miktar değil. Bana göre para kazanmak isteyen birisi bu işe yatırım falan yapmaz. Verdiğiniz emeğe göre kazancı düşük olan sektörlerden birisi. Çünkü buna yapacağınız yatırımlar çok uzun vadeli, geriye dönüşü de zor ve riskli.” şeklindeki ifadeleriyle Türkiye'nin zengin üzüm üretiminin katma değeri düşük şekilde değerlendirildiğine, Türkiye'deki şarap pazarının dünya emsallerine göre çok küçük olduğuna, bu nedenle tüketimdeki küçük artışların bile pazar için büyüme anlamına geleceğine, sektöre yatırım yapmanın riskli olduğuna dikkat çekmektedir.

Kişisel menfaat için değil, yörenin kalkınması için kurulan işletmenin sürdürülebilirliğine yatırım yapıldığını *“Aslında kâr etmek için kurulmuş bir şirket değil, ... köyümüz kalkınsın gelişsin diye yapılmış bir yatırımdır. Kârdan alıp da kendimize ayırdığımız bir para yok. İşletme bünyesinde kaldı. İşletme bünyesinde kalıp sürekli sermaye artırıyoruz. Yatırıma döndürüyoruz. Yatırım yapıyoruz.”* şeklinde ifade eden D katılımcısı yüksek maliyetler nedeniyle yurt dışına ihracat yapmanın da çok zor olduğunu (*“Amerika'ya bir küçük parça olarak gönderdik ama onda da fiyat rekabeti yapamıyoruz. Çünkü Türkiye'de maliyetler Türk parası üzerinden arttığı için dolara böldüğümüzde dolar çok yüksek çıktı. Dolar düşük kaldığı için karşılığı yüksek çıkıyor. Onun için de dünyayla rekabet etme şansımız çok zor.”*), bu zorluğu yurt dışında olmayan kendilerine has kaliteli yerli üzümlerden yapılmış şaraplarla aşmaya çalıştıklarını (*“Çünkü bizim yerli ürünlerimiz onlar da yok. Mesela biz yurt dışına sürekli Öküzgözü Şiraz karışımımızı gönderiyoruz. Biz artık Öküzgözü, Şiraz uzmanı gibi olduk. Firma olarak nereye gönderdiysek hep altın madalya ile geldik.”*) belirtmektedir.

Tanııtımda etkili olan bir diğer husus yurt içinde ve yurt dışındaki yarışmalarda alınan ödüller olmaktadır. Tüm katılımcıların ödüllü şarapları bulunmaktadır. Yapılan ziyaretlerde alınan ödüllerin işletmelerde görünür yerlerde sergilendiği, ödüllü şarapların şişelerinin üzerinde de alınan ödüllere yer verildiği gözlemlenmiştir.

A katılımcısı projenin aynı zamanda ürün ve satış kanallarının çeşitliliğini artıracığını *“Yapılan her güzel işin bölgeye katkısı olacak, üretimi çeşitlendirecek. Yani tek başına üzüm şarap değil, diğer ürünleri de tetikleyecek. Örneğin bizim mağazamızda Çal Kadın Kooperatifinin ürettiği veya kontrol ettiği ürünler satılıyor. Onları çeşitlendireceğiz biz şimdi. Kekiği de satılıyor, kuru üzümü de var, pekmezi de var ve*

bunlar çeşitlenecek. Bir müddet sonra üretim tarzları da gelişecek.” şeklinde ifade etmiştir.

Çal Bağ Yolunun paydaşları olan firmalar rotanın tanıtılması için sosyal medya, fuar, festival, tadım etkinlikleri gibi kanalları kullanırken, rotanın ziyaret edilmesi ile de kendileri, sektörleri ve bölge açısından yeni satış ve pazarlama kanalları açılmakta olup, kendi kendini besleyen bir yapıya doğru gidilmesi açısından bölgeye sürekli ziyaretçi çekilmesi önem arz etmektedir.

5.1.6. Bölgesel Kalkınma

Çal Bağ Yolu projesi, bölgesel kalkınma açısından önemli bir girişim olarak tanımlanmıştır. Görüşmelerde, bu projenin bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlamak amacıyla hayata geçirildiği ifade edilmiştir. Çal ilçesinin bağcılık ve şarap üretimi üzerine kurulu olan temel ekonomik yapısı, Çal Bağ Yolu projesiyle daha da güçlendirilmekte ve bölgenin potansiyeli ön plana çıkarılmaktadır.

C katılımcısının röportajında, projenin bölgesel kalkınmaya katkısı *“Bu proje, bölgenin kalkınmasına en büyük katkıyı sağlayacak tek adaydır. Çal zaten bağcılık ve tarım üzerine kurulu bir bölge ve bu tür bir turizm projesiyle hem üreticiler hem de yöre halkı fayda sağlıyor”* şeklinde ifade edilmiştir. Bu bağlamda, bölge ekonomisinin temelini oluşturan bağcılık faaliyetlerinin desteklenmesi ve şaraphanelerin turistik faaliyetlerle entegre edilmesinin kalkınmaya olan etkisi vurgulanmıştır.

B katılımcısı ile yapılan görüşmede Çal Bağ Yolu projesinin, bölgeye turist çekerek ekonomik hareketlilik sağladığı *“Gerek yurt içinden gerek yurt dışından birçok ziyaretçi çekildi. Bu ziyaretçiler bölgenin ekonomisine katkı sağlıyor. Çal Bağ Yolunun, Çal ilçesinin ve buradaki bağcılığın Türkiye'ye ve yurt dışına duyulmasını istiyoruz. Bölgedeki hem üreticilerin hem bölge yöre halkının hem de biz şarap firmalarının kalkınmasını sağlamak istiyoruz.”* şeklinde belirtilmiştir. Yöreye sağlanan doğrudan katkı *“Biz burada bölge halkına istihdam da sağlıyoruz. Yani restoranda kızlarımız çalışıyor, yöre halkından insanlar çalışıyor. Fabrikalarda, üreticilerde olduğu gibi güzel bir istihdam sağladık ve zaten yöre halkının çoğu da üzüm üreticisi olduğu için memnunar.”* şeklinde ifade edilmiştir.

A katılımcısı röportajında, projenin yerel halk için yarattığı ekonomik fırsatlara dikkat çekmiştir. Görüşmede, *“Bölgesel kalkınmanın olayın dışından proje üreterek, para bazlı veya yardım bazlı uzun süreli olması biraz zor. Halkın içinden bu fırsatı değerlendirecek ve halkı da işin içine sokacak şekilde yapmak lazım. Birisi bu potansiyeli*

görüp gelir bir yere bir restoran veya bir tadım yeri vb. yapabilir ama halkın da bunun içine müdahil olması lazım.” ifadeleriyle bölge halkının projenin sunduğu fırsat alanlarına girmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda ev pansiyonculuğunun da bir fırsat olduğu, ancak birtakım engellere takıldığı “Şu anda otel yok, pansiyon yok. En büyük sıkıntılar bunlar ama hiç kimse de mesela hemen bir pansiyonculuk yapayım diyemiyor. Kriterleri ağır, sürekli değişiyor. Şurada ev var mesela, değiştir onu pansiyona olmuyor. Çelik çatı lazım.” şeklinde ifade edilmiştir.

A firması Çal ve çevresinin daha çekici olması gerektiğini “Belli bir disiplin içinde bölgeyi kapsayacak bir şey gelişince diğerleri de gelişmek zorunda kalıyor. Ama bu bir kültür meselesi tabii. Bir Şirince örneği var. Bir yapılaşma olduğu gibi muhafaza edilmiş, biblo gibi bir köy. Şimdi orası ayrı bir yer ama burayı da Çal Bağ Yolu ile bu şekilde renklendireceğiz.” şeklinde ifade etmekte olup, bunun için halkın işin içine dahil edilmeye çalışıldığı “Halk biraz geriden geliyor. Onları da bu işin içine sokmaya çalışıyoruz biz. Bu köyü bilen yoktu, şimdi günde 10 tane araba geliyor. Şarap fabrikasını soruyor. Bir müddet sonra biz o kahveyi ona adapte edeceğiz. İşte gidin orada közde ücretsiz kahvenizi için diyeceğiz. Halkla iç içe girmesini sağlayan bir sürü projemiz var. Tabii bu tek başına değil, birlikte yapacağımız bir şeyler. Yeni yeni katılanlar da buna dahil olacak. Çok basit kriterlerimiz var zaten temizlik. Başka bir şey yok yani.” şeklinde belirtilmektedir. Bu ifadelerden projenin kalkınmayı sadece ekonomik anlamda değil, aynı zamanda çevresel ve kültürel anlamda da olumlu yönde etkileme potansiyeli taşıdığı anlaşılmaktadır.

D katılımcısı, apelasyona [(Şarap terminolojisinde, tanımlanmış bir üretim bölgesinde, belirlenmiş üzümlerle, belirli koşullar altında denetimli olarak üretilen şarapların aldığı resmi tescil olarak ifade edilir. Şarabın bağdan başlayarak şişelemeye kadar geçen her aşamada izlendiğini, düzenli bir şekilde denetlenerek tanımlandığını belirtir (IWSA, 2024).] ve tanıtıma dikkat çekerek, projenin yöreye yeni yatırımcı çekeceğini “Bölgenin tanıtımı çok önemli, bölge tanındıkça üzümünün kaliteli olduğu ortaya çıkacak. Bölgemizde bağcılık gelişecek. Daha denetimli üretimler artacak. Bu sayede belki apelasyonu ileride Çal bölgesi için pilot bölge olarak uygulatacağız. Bağcılık çok kıymetli bir ürün haline gelirse insanlar da yatırım yapmaya başlar. İnsanlar buraya daha çok gelecek, burası daha da kalkınacak, büyüyecek. Bunların hepsi Bağ Yolu sayesinde olacak, onunla başladı ve devam edecek.” şeklinde ifade etmektedir.

Sonuç olarak, Çal Bağ Yolu projesi, bölgesel kalkınma açısından çok yönlü katkılar sunmaktadır. Proje, bölgeye ekonomik hareketlilik getirmekte, bağcılık ve

şarapçılığın değerini artırmakta, yerel halk için yeni fırsatlar yaratmakta ve Çal ilçesinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasını sağlamaktadır.

5.2. Çal Bağ Yolu Rotasının Oluşturulması ve Sürdürülmesi Sırasında Karşılaşılan Zorluklar

5.2.1. Konaklama ve Turizm Altyapısı Eksiklikleri

Bölgede otel veya pansiyon gibi konaklama olanaklarının bulunmaması, turist çekmeyi zorlaştırmakta, turistlerin bölgede uzun süre vakit geçirmesini engellemekte, deneyimlerini sınırlamaktadır. Kaliteli şaraplara eşlik edecek sınırlı sayıda restoranın bulunması ve mevcut restoranların kapasitesinin yetersizliği rotayı gezmeye gelen önoturistlerde memnuniyetsizlik yaratmakta, turizm potansiyelinin tam olarak değerlendirilememesine neden olmaktadır. Ayrıca, bölgeyi ziyaret eden turistlere hitap edecek profesyonel turizm hizmetleri sınırlıdır.

A katılımcısı: *“Çal’da konaklayacak yer yok. Şu anda otel yok, pansiyon yok.”*

“Şu anda bir şarapçının restoranı var, restoran yetmiyor. En büyük sıkıntı o. (Ziyaretçi) geri dönmek zorunda kaldım, yemek yiyemedim diyor. Denizli’den veya İzmir’den geldi, tekrar yemek yemeye Denizli’ye gitmek canı istemiyor.”

B katılımcısı: *“Misafirlerimiz konaklamak istiyorlar ama şu anda Çal’da konaklayacak herhangi bir yer yok. Herkes bize soruyor sizin konaklamanız var mı? Ya da restorana gelenler oluyor, biz kalacağız, konaklamak istiyoruz diye (...) onları maalesef geri çevirmek zorunda kalıyoruz. Konaklama olsa buranın potansiyeli gerçekten bir artış gösterir.”*

C katılımcısı: *“Kalacak yer yok. (...) Yani biz üzerimize düşeni yaptık. Yani ben oraya otel yapılmasından sorumlu insan olmamalıydım. Ama oldum. Yani ben derken bu dört işletmeyi birden söylüyorum.”*

“Bir restoran ihtiyacı çok fazla. Her şeyden önce (ihtiyaç) bu restoran, konaklama değil bence. Bölge çok iyi şarap yapıyor ve onun yanına tabii ki çok iyi bir yemek lazım. Bence restoran en anlamlısı.”

D katılımcısı: *“Burada problemler var. Tabii eksiklikler devam ediyor. Bölgenin hiç oteli olmaması, bölgede otel yatırımlarının olmaması bizim dezavantajımız. Eskiden bu bölgeye çok nadir turist gelirken şimdi sadece şarap tatmaya gelen turistler var. Bazen gruplar geliyor. Tabii bunların hepsi tesisle ilgili. Burada yatılı bir konaklama, güzel konaklama tesisleri olsa bu eminim çok daha hızlı artar veya restoranlar olsa. Restoran*

ve konaklama konusunda eksikiz. Şu anda onları tamamlamaya çalışıyoruz, ancak henüz yeterli değil.”

5.2.2. Yerel Katılım Eksikliği

Projenin ilçe merkezindeki esnaflar ve memurlar tarafından olumlu karşılanmasına rağmen köy halkının projeye katılımı sınırlı kalmıştır. Bölge halkının projeye pasif yaklaşımı ve yeterince ilgi göstermemesi, kısa vadede sonuç beklemesi, bağ yolu rotasını aktif olarak deneyimlememesi toplumsal destek eksikliği yaratmakta ve iş birliği imkânlarını kısıtlamaktadır.

A katılımcısı: “Şimdi şöyle pek yanaşmıyorlar şu anda hiçbir şeye, olumlu veya olumsuz. Mesela biz festivalde şarap fabrikalarına tur düzenledik. Minibüs kiraladık, koyduk. Yani yöre halkı da gelsin diye. Dokunsun ne oluyor, ne gidiyor diye. Ama pek katılım olmadı. Yani her zaman burası açık diyoruz biz. Mesela köyden de daha bazıları gelmedi, görmedi yani. Gelin diyoruz çay kahve içelim, gezdirelim. Herkes kendi kabuğunda biraz izliyor şu anda.”

C katılımcısı: “Eğitim ve gelir seviyesi biraz daha yüksek olan insanlar ilçe merkezinde yaşamayı tercih ediyorlar. Çal ilçesindekilerin Çal Bağ Yolu’ndan memnun olduğunu duyuyorum. Köyler, yaş ortalaması herhalde altmış beş, yetmiş olan, genç olmayan kişilerle (...) kahvelerde günlerini geçiren insanlarla dolu. Köydeki insana bizim bir katkımız, oraya herhangi bir etkimiz oluyor mu? Yok tabii ki.”

D katılımcısı: “Bölge halkının desteği en azından köstek olmamak. Ancak projenin uzun soluklu bir işlem olduğunu anlamakta zorluk çekiyorlar.”

5.2.3. Turistik Hizmet Verecek İş Gücü Yetersizliği

Bölgede turizm sektöründe hizmet sunacak personel temininde zorluklarla karşılaşmaktadır.

A katılımcısı: “Kalifiye eleman bulmak biraz zor tabii. Gelecek birisi Denizli’den gelip gidiyor mesela. (...) Gelen turiste hizmet veren, 3 senedir eğitim verdiğimiz birisi ayrılıyorum dedi, gitti. Şimdi birisine eğitim veriyoruz. Tabii hafta sonu cumartesi pazar açık. Köyden bir kızımız var lise mezunu, o anlatacak. Onları eğitmeye çalışıyoruz, anlatmaya çalışıyoruz.”

5.2.4. Tanıtım Eksikliği ve Tanıtımla İlgili Sınırlılıklar

Çal bölgesi Türkiye’deki şarap meraklıları ve turistler arasında yeterince tanınmamaktadır. Türkiye’deki bazı toplumsal algılar ve alkollü ürünlerin tanıtımı ile

ilgili yasal düzenlemeler, bağ yolunun pazarlanması faaliyetlerinde dikkatli davranılmasını gerektirmekte, şarap üreticilerini tanıtım konusunda başka arayışlara itmektedir.

A katılımcısı: *“İçki kültürüyle ilgili bir eğitim yok Türkiye’de. Yani kim, nasıl, ne zaman, nerede içeceğini bilmiyor. Bırakın şarap içmeyi, suyu nasıl içeceğimizi bilmiyoruz biz. Çünkü suyun da tadımı vardır. Tabii her şeyin bir tadı vardır, tadımı vardır. O yüzden yolumuz biraz uzun bizim.”*

“Ulusal Şarap yarışmasını da bin bir zorlukla yapıyoruz. Bu sene bahar tadımı yapamadık. Şimdi şehirde yapılacak. Şarabı bir otele göndereceğiz, otelde alkollü içki ruhsatı var. Göndereceğimiz şarapları o otele fatura edeceğiz. Profesyonel insanlar gelecek yani restoran sahipleri, sommelierler (şarap ve yemek uyumu konusunda kapsamlı bilgiye sahip uzman) gibi. Tabii o ayrı bir ekip, tadıyor şarabı, puanlama yapıyor. Bizim şaraplarımız da var ama biz onun arkasına geçip şarapla ilgili bilgi veremeyeceğiz. Profesyonel insanlara dahi bu benim Çal’da üretilmiş Çal Karası şarabımdır diyemeyeceğim. Yani geldiğimiz nokta bu.”

B katılımcısı: *“Çal Bağ Bozumu Festivalinde Çal Bağ Yolu olarak reklam amaçlı bir standımız vardı. Artık bu bağ bozumu festivallerine şarap vesaire götürmek yasak olduğu için orada böyle bir stant açtık bu sene.”*

C katılımcısı: *“Biz Bağ Yolu tanıtımı için açıkçası her şeyi yaptık yapabildiğimiz çerçevede. Çünkü yasal olup olmaması da çok önemli. Şarap reklamı yapmak yasal değil gibi detaylar var.”*

D katılımcısı: *“Çok önemli bir yerde ve çok bakir bir yerdeyiz. Yani burası çok işlenmiş bir yer değil. Çal bölgesi Türkiye’nin şaraplık üzümünün çok hatırı sayılı bir yerini yapıyor, üretiyor. Ama Çal’ı sorsan daha son iki senedir insanlar öğrenmeye başladı. Çal’ı sorduğunda kimse bilmiyor.”*

5.2.5. Devlet Politikaları ve Bürokratik Engeller

Şaraphanelerin bağlar içinde yer alması gerektiği halde, bu alanların sanayi tesisi olarak görülmesi nedeniyle izin süreçlerinde zorluklar yaşanabilmektedir. Tarım politikalarının bağıcılık gibi geleneksel üretim alanlarını yeterince desteklememesi bağ alanlarını tehdit etmektedir.

A katılımcısı: *“Burayı mesela açarken izinler falan zor. Tarımsal üretim yerinde bir sanayi tesisi kurmak olarak görüyorlar. Organize bölgeye yapın deniyor. Şaraphane organize bölgede olur mu hiç? Tüm dünyada bağların içindedir.”*

D katılımcısı: *“Bir dönem oluyor üzüm çok para etmiyor. Herkes bağları söküyor. Cevizi teşvik ediyor. Ceviz dikiyorlar. Bademi teşvik ediyor. Hiç bağı teşvik etmiyor. Yani tarım hiç bağı teşvik etmiyor. Halbuki burası binlerce yıldır bağcılık ile yaşayan bir yer. İşte 3.500 yıllık üzüm çekirdeği bulundu. Yani burada binlerce yıllık bir bağcılık tarihi olan bir yerde bağ yerine suya ihtiyacı olan ürünler yapıyorlar. İşte ceviz yapıyorlar. Seracılığa destek veriyorlar. Büyük Menderes'teki suyla veya Adıgüzel Barajındaki suyla tarım yapmak cinayettir. Sanayiden toplanıp gelen su olduğu için bu su kirlidir. (...) Yeraltı suyumuz da çok zengin değil, yeterli bir su yok. Onun için de burada yapılacak şey, cevizi teşvik etmek yerine şaraplık üzüm üretimi ve sofralık şaraplık üzüm üretmesi gerekiyor. Bunun tabii devlet tarafından politika yapılmaması. Bizim zorluğumuz budur. Yani bir devlet politikası haline gelmesi gerekiyor aslında bu işin. Burada bağcılık istasyonu vardı mesela, kapattın, kapandı gitti.”*

5.2.6. İklim Değişikliği ve Tarımsal Zorluklar

İklim değişikliğine bağlı olarak bağlarda görülen hastalıklar (küf, mantar vb.) ve hava koşullarının üzüm üretimini olumsuz etkilemesi üretimde dalgalanmalara neden olarak işletmenin sürdürülebilirliğini zorlaştırmaktadır.

B katılımcısı: *“Çünkü son yıllarda bağlarda çok fazla iklim değişikliğine bağlı şeyler oluyor. Küf, mantar hastalıklar oluşabiliyor. İki sene önce mildiyö hastalığıyla uğraştı çiftçiler. Yağmur yağdı, güneş açtı. Bir anda ısındı hava. Sonra tekrar bir anda bozdu ve nem oldu. O nemden kaynaklı hastalıklar üzümlere zarar verdi.”*

5.2.7. Uyumluluk ve İş Birliği Sorunları

Şarap üreticilerinin proje başında bir araya gelerek iş birliği yapmaları zaman almıştır. Bu süreçte, proje felsefesine uyum sağlayacak iş ortaklarını seçmek ve turizm rotası oluşturmak başlıca zorluklardan olmuştur. İşletmelerin de fiziki koşullarının hazırlanması gerekmiştir. Bölgede üreticilerin bir kısmının kendi istekleri ile dışarıda kalmaları neticesinde proje yeterince büyümemiştir. Diğer üreticilerin bağ yolu projesine katılmaktan çekinmesi veya projenin başında finansal konular nedeniyle ayrılmaları bölgedeki tüm şaraphanelerin ortak hareket edememesine yol açmıştır.

C katılımcısı: *“Çal Bağ Yolu projesi aslında çok eski bir proje. Yani bu çok eskiden beri konuşulan bir proje. (...) Ama bir türlü hayata geçemedi. Çünkü bağ yolu yapmak tabii bağ, şaraphane ile olmuyor. Tesis ona göre adapte etmeniz gerekiyor. Ona göre insanlar çalıştırmanız gerekiyor. Çok farklı bir konsept. (...) Biz tüm şaraphaneleri*

davet ediyor, çalışıyorduk, konuşuyorduk hep beraber. Bu yolda kalabalık başladık aslında. Elenerek gidildi. Kendileri, ben çıkıyorum, bana bu uydu bu uymadı diye düşüncelerini söylediler. Sonuçta 4 şirket kaldı. Herkes buraya tabii ki devam etmeliydi. Çünkü aslında ne kadar kalabalık olsa o kadar iyi.”

D katılımcısı: “Yaklaşık 8-10 sene önce de biz bununla ilgili toplantılar yaptık. İstedik ki Çal'daki bütün üreticilerle beraber bu işi kuralım, örgütlü olalım. Ama başarılı olamadık. Sonra işte 3 yıl oldu herhalde biz tekrar bu işe başladık. Yine 6-7 üretici başlamıştık. 2-3 üretici daha sonra biz ayrılmak istiyoruz dediler. Daha kuruluş aşamasında oldu bu. Gelmediler yani. Her ay belli bir para ödüyoruz mecburen. Çünkü bir işletme çalışıyor, o da bir tanıtım yapıyor. Sosyal medya tanıtımları var, bir ödemesi var. Bunun için her ay belli bir ücret ödüyoruz. Tabii bunu da ödemek istemedi insanlar. Her şey hazır istiyor bazı arkadaşlar. Onun için de girmediler.”

5.2.8. Finansal Zorluklar

Şarap fiyatlarının yüksek maliyetlerden dolayı artması, talebi olumsuz etkileyen bir unsur olmuştur. Restoran, tadım yeri ve otel gibi yeni tesislerin maliyetlerinin yüksek olması ve ekonomik krizler yatırım planlarının ertelenmesine yol açmıştır. İşletmelere getirilen yüksek teminat talepleri ve buna bağlı mahkeme süreçlerinin işletmeye mali yükler oluşturması faaliyetleri güçleştirmektedir.

C katılımcısı: “Sektörün birkaç yıl içinde biraz daha toparlanmasını bekliyoruz açıkçası. Son 2 yıl, yani özellikle son bu yıl, 2024 yılı iyi geçmedi kimse için. Şarap satışlarında çok ciddi oranda düşüş var, fiyatlar çok arttı, ithal ürünlerle fiyatlarımız arasında çok uçurum olmaya başladı. Şarapların bir kısmı yüksek alkollü içkilerin fiyatlarına yaklaştı. Tabii bu insanları etkiliyor, almıyorlar. Maliyetler çoğu sektörde olduğu gibi yüksek. Bir iki yıl daha tutunabilirsek -tutunacak bir şekilde- daha keyifli bir şekilde iş yapabileceğimiz günlerin başlayacağını umuyorum.”

D katılımcısı: “Mesela 40 bin metrekaare bağ oteli yapmakla ilgili bir projemiz var ama faaliyete geçiremiyoruz. Çünkü maliyetler çok yüksek. Ekonomik krizden dolayı şu anda beklemede.”

“Gelecekte şarapçılık nasıl olur derseniz, böyle devam edersek zor. İthalatı serbest bırakmaları, kolaylaştırmaları, sıfır gümrük ithalat yapmaları tabii bizi çok etkiliyor. Bir de üretime karşı olmaları. Yani üretimi istememek, karşı olmaktan çok istememek. Yol açmak yerine yol kapatmak. Yani üretim isteyen devlet yardımcı olur, yol açarsınız. Ama burada yol açmıyorlar. Tam tersine. İşte en son teminat istediler bizden.

4 milyon TL bizim teminatımız var. Biz mahkemelik olduk TAPDK ile kazandık davayı. Sonra yürütmeyi durdurma aldık. Sonra yürütmeyi durdurmaya kaldırdılar. Şimdi Anayasa Mahkemesine gitmesiyle ilgili davayı mahkemeye verdik. Anayasa Mahkemesi'ne gitti. Şu anda Danıştay Anayasa Mahkemesi'ne taşıdı davayı.”

5.2.9. Destinasyonun Coğrafi Konumu

Çal bölgesinin transit yollar üzerinde olmaması ziyaretçi trafiğini kısıtlamaktadır.

D katılımcısı: *“Çok kapalı bir bölge. Yani bir transit yolu üzerinde değiliz. Yani buraya ancak insanların özel gelmesi gerekiyor. Bağ yoluna gelen insanlar geçerken uğradım diyen insanlar değil. Aslında meraklı olup da gelen insanlar oluyor.”*

5.3. Çal Bağ Yolu Rotasının Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

Çal Bağ Yolu Rotasının bölgenin kalkınmasına olan katkıları rotanın paydaşı olan firmaların beyanları ve bölgedeki gözlemlerimiz dikkate alınarak değerlendirilmiş, ulaşılan sonuçlara üç başlık altında aşağıda yer verilmiştir:

5.3.1. Bölge Ekonomisine Katkıları

Araştırmaya katılan tüm firmalar rotanın bölge ekonomisini olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. A firması kadın kooperatiflerinin ürünlerinin tanıtımı ve satışı gibi girişimlerle yerel üretimin desteklendiğini belirtirken, iki şaraphane de 2025 yılında el sanatları da dahil olmak üzere yerel ürün satışlarına başlanacağını ifade etmiştir. Bölgedeki üzümü işleyerek bölgenin tarımsal üretiminin katma değerli hale gelmesini sağlayan şaraphanelerin satışları bağ rotası ziyaretlerinden olumlu yönde etkilenmektedir.

Bağ rotası, ziyarete gelen turistlerin yöreye özgü badem, pekmez, kekik, kuru bamya vb. ürünler de almak istemeleri nedeniyle hem ilçe merkezine hareketlilik getirmiştir hem de yöresel ürünlere olan talebi artırmıştır.

Çal Bağ Yolu Rotası turizmin gelişmesine sağladığı katkı ile aynı zamanda iş gücüne duyulan ihtiyacın artmasına da neden olmuştur. Bu yönüyle istihdam yaratma kapasitesine de sahiptir. Şaraphanelerde imalatta istihdam edilen iş gücünden ayrı olarak, ürün satışında, şarap tadımında, restoranda vb. alanlarda gelen turiste hizmet verilmesine yönelik olarak yeni iş imkânları ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan turistlerin yöresel yemekleri, ürünleri ve el sanatlarını deneyimleme yönündeki taleplerini iş fırsatına çevirecek yerel girişimciler de çıkabilecektir.

Bölgedeki turizm hareketliliğinin çoğalmasi ile birlikte yeme-içme ve konaklama alanlarında yapılacak yatırımlar bölgedeki ekonomik fırsatları artırarak nüfusun göç etmesini engelleyebilecektir. Çal'ın 1927 yılı nüfus verilerine göre 42.175 olan nüfusu 2022 yılı verilerine göre 17.889'a gerilemiştir (TÜİK, 2022). 1990'dan 2022 yılına kadar nüfusu sürekli olarak gerileyen ilçenin Çal Bağ Yolu'nun faaliyete geçtiği 2022'de 17.889 olan nüfusunun, faaliyetlerinin hızlandığı 2023'te %1,7 artarak 17.919'a ulaşması ilginç bulunarak not edilmiştir.

Ayrıca bölgenin adının duyulması ile birlikte genel olarak arazi fiyatlarının ortalamasının üzerinde artması bölgeyi kıymetli hale getirmiştir. Bu durum yerel halkın yaşadığı coğrafyaya bakışını değiştirmiş, bölgenin gelişeceğine dair kuvvetli bir kanaat oluşmuştur.

5.3.2. Bölgenin Sosyal ve Kültürel Yapısına Sağladığı Katkılar

Çal Bağ Yolu Rotası, bölgenin sosyal ve kültürel yapısına çok yönlü katkılar sağlamaktadır. Aynı zamanda kendileri de bağ sahipleri olarak Çal Bağ Yolu Rotası paydaşları, bağıcılığın korunmasına ve modern tekniklerle yapılmasına, toprağın ağır zirai ilaçlarla kirletilmemesine, yörenin üzümü olan Çal Karası başta olmak üzere Öküzgözü, Boğazkere gibi yerli türlerin üretimine gösterdikleri özen sayesinde bağıcılık kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadırlar. Bundan sonraki faaliyetlerde Çal Bağ Yolu Rotası kapsamında yöreye özgü gastronomik değerlerin ve geleneksel el sanatları ürünlerinin de sunulması hedeflenmektedir. Bu yönde yapılacak çalışmalar yöresel kültürel değerlerin yaşatılmasına büyük katkı sağlayacaktır.

Ayrıca, bağ yolu projesi, bölgeye gelen ziyaretçiler aracılığıyla yerel kültürün tanıtılmasına katkı sağlamıştır. Ziyaretçilerin tadım etkinlikleri, bağ gezileri ve düzenlenen festivallere katılımı, bölgenin kültürüne olan ilgiyi artırmıştır. Özellikle bölgenin üzüm çeşitlerinden üretilen şarapların ulusal ve uluslararası alanda ödüller alması Çal'ın kültürel kimliğini güçlendirmiştir.

Şaraphaneler, sosyal yaşam alanı olarak bölge halkına ve ziyaretçilere hizmet etmektedir. Özellikle Çal ilçe merkezinde yaşayan nüfus açısından Çal Bağ Yolu bünyesinde faaliyet gösteren işletmeler insanların sosyalleşme ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Bu sayede burada yaşayan insanlar yöreyle bütünleşme imkânına sahip olmaktadır.

Bağ yolu, bölgedeki üreticiler arasında dayanışmayı ve iş birliğini güçlendirmiştir. Proje kapsamında bir araya gelen üreticiler, ortak hedefler doğrultusunda çalışarak hem

bireysel hem de kolektif kalkınmayı desteklemiştir. Bu iş birliği, bölgenin kültürel birikimini korumak ve tanıtmak için yapılan faaliyetlerde etkili olmuştur.

Sonuç olarak, Çal Bağ Yolu Rotası, sosyal dayanışmayı artıran, yerel kültürü güçlendiren ve bölge halkının yaşam kalitesini yükselten bir proje olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda rota, bölgenin sosyal hayatının gelişmesine ve kültürel mirasının daha geniş kitlelere ulaştırılmasında önemli bir katkı sağlamaktadır.

5.3.3. Bölgenin Tarihi ve Doğal Varlıklarının Korunmasına ve Sürdürülebilirliğe Yönelik Olarak Sağladığı Katkılar

Çal Bağ Yolu Rotası, bölgenin tarihi varlıklarının, Çal bölgesinin binlerce yıllık bağcılık geçmişinin ve eşsiz doğal yapısının korunmasına ve tanıtılmasına önem vermektedir. Bölgede yetiştirilen üzümlerden elde edilen şarapların uluslararası yarışmalarda aldıkları ödüller bölgenin uluslararası platformlarda tanınmasını sağlamakta, şarapçılık konusundaki prestijini artırmaktadır. Ayrıca, yerel üzümlerin korunması ve üretim süreçlerinde bölgenin özgün tarımsal değerlerinin ön plana çıkarılması, yerel biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliğine önemli katkı sağlamaktadır.

Çal Bağ Yolunu oluşturan paydaşların bağcılık faaliyetlerinde organik üretim konusunda gösterdikleri hassasiyet tarihi binlerce yıl geriye giden bağların sürdürülebilir yöntemlerle işlenmesine olanak tanımıştır. Bölgenin bin yıllara dayanan bağcılık geçmişi, kültürel bir miras olarak ziyaretçilere sunulmaktadır.

Şarap tanrısı Dionysos'a atfen kurulmuş ve bu yönüyle bölgenin bağcılık geçmişini de vurgulayan Çal yakınlarındaki Dionysopolis antik kenti ile güzel bir manzaraya sahip olan Apollon Lermonos tapınağı gibi kültür varlıkları da Çal Bağ Yolu Rotası sayesinde ilgi çekmeye başlamıştır. Böylelikle, Çal'ın doğal dokusunu bozmadan gerçekleştirilen bu proje, bölgedeki antik yapılar ve doğal güzelliklerin turizme entegre edilmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda proje, yalnızca turistik bir rota veya bir kalkınma aracı olmanın ötesinde, bölgenin tarihi ve doğal mirasını geleceğe taşıyan bir köprü görevi görmektedir.

Bölgede sulama olmaması daha aromatik üzüm elde edilmesini sağlamaktadır. Bu yönüyle şaraplık üzüme yönelik bağcılık yörenin coğrafi yapısıyla da uyumludur. Bölgede çok sulama isteyen zirai bitkilerin yetiştirilmesi yerine yerel üzüm çeşitlerinin değerlendirilmesi ve bölgenin doğasına uygun üretim yapılması sürdürülebilir kalkınmayı desteklemektedir.

Sonuç olarak, Çal Bağ Yolu Rotası, sürdürülebilir tarım uygulamaları, çevresel koruma, bölgesel ekonomiye katkıları, sosyal kalkınma ve kültürel mirasın korunması gibi birçok açıdan örnek teşkil eden bir proje olarak öne çıkmaktadır. Bu yaklaşım, yalnızca bölgenin bağcılık faaliyetlerini desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda tüm yerel ekosistemin sürdürülebilirliğini sağlama yolunda önemli bir adım niteliğindedir.

5.4. Çal Bağ Yolu Rotasının Bölgede Turizmin Gelişmesine Etkisi

Çal Bağ Yolu Rotasının bölgede turizmin gelişmesine olan etkisi rotanın paydaşı olan firmaların beyanları ve bölgedeki gözlemlerimiz dikkate alınarak değerlendirilmiş, ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Çal Bağ Yolu, bölgedeki şarap üreticilerinin ortak çabalarıyla hayata geçirilmiş bir projedir. Amaç, Çal platosunun üzüm çeşitlerini ve şarapçılık kültürünü tanıtmak, bağcılığı geliştirmek ve bölgeyi bir turizm destinasyonu haline getirmektir. Rotanın oluşturulması sırasında Trakya Bağ Yolu ve Urla Şarap Rotası gibi yurt içi örneklerden esinlenilmiş, dünya genelindeki bağ yolu uygulamaları da dikkate alınmıştır.

Çal Bağ Yolu ağırlıklı olarak yurt içinden, az sayıda da yurt dışından ziyaretçi çekmeyi başarmıştır. Katılımcıların beyanlarına göre Çal Bağ Yolu'nun faaliyete geçtiği 2022 yılından bu yana yıllık ortalama ziyaretçi sayısı 20.000 olup, Çal Bağ Yolu Derneğine göre 2024 yılı 9 aylık ziyaretçi sayısı yaklaşık 15.000'dir. Şaraphane ziyaretleri, şarap tadımları ve bağ gezileri gibi deneyimlerle, ziyaretçiler şarap üretim süreçlerini öğrenmekte, bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini keşfetme fırsatı bulmaktadır. Çal Bağ Yolu'nun tanıtımı sayesinde bölgeye olan ilgi ve gelen turist sayısı artmıştır. Bölgedeki şaraphanelerin düzenli olarak turist ağırlamaya başlamalarıyla turizm geliri oluşmaya başlamıştır. Turistlerin bölgeye olan yoğun ilgisi şaraphaneleri yeni hizmetler sunmaya teşvik etmiştir. Halihazırda tek bir şaraphane bünyesinde restoran bulunmakta iken, diğer iki üretici de kendi restoranlarını açmayı planlamaktadır. Ayrıca gelen turistlerin konaklama ihtiyacı işletmeleri bu yönde düşünmeye itmektedir.

Çal Bağ Yolu, bölgenin tarım ve şarapçılık geçmişini modern bir turizm deneyimiyle birleştirerek, sürdürülebilir bir turizm modeli sunmuş ve bölgesel kalkınmayı destekleyen önemli bir örnek olmuştur. Çal Bağ Yolu olmadan bölgedeki turizmin bu düzeyde gelişmesi oldukça zor görünmektedir. Çünkü bağ rotası, yalnızca bir şarap üretim ve satış ağını değil, aynı zamanda bölgenin tanıtımını yapan ve ziyaretçilere bütüncül bir deneyim sunan bir yapı oluşturmuştur. Şarapçılık kültürü, tarihi mekanlar,

bağ gezileri ve tadım etkinlikleri gibi çeşitli turistik unsurların bir araya gelmesi, bölgeye olan ilgiyi artırmıştır. Bağ rotası sayesinde, Çal gibi doğal ve tarihi değerler açısından zengin ancak turistik altyapısı sınırlı olan bir bölge hem yerel hem de uluslararası düzeyde tanınmaya başlamıştır.

Çal Bağ Yolu, bölgede turizmin geliştirilmesine yönelik atılacak adımların bireysel çabalarla sınırlı kalmasının önüne geçerek organize bir şekilde tanıtım yapılmasını sağlamıştır. Örneğin, bölgede şarap üreten işletmelerin tek başlarına turist çekme potansiyelleri sınırlı olabilirdi; ancak bağ rotası, birden fazla şaraphaneyi, tarihi mekanları ve yerel kültürü kapsayan bir deneyim sunduğu için ziyaretçilere cazip bir rota yaratmıştır. Ayrıca, rota üzerindeki işletmelerin iş birliği yaparak bir turizm destinasyonu oluşturması, bölgeyi yalnızca tarım ve şarap üretimiyle anılan bir yer olmaktan çıkarıp, kültür ve gastronomi turizmi için cazip bir hale getirmiştir.

Bağ rotasının oluşturduğu turistik hareketlilik, bölgenin ekonomisine ciddi katkılar sağlarken, restoran, konaklama ve yerel ürün satışları gibi bağlantılı sektörlerin gelişmesi için de fırsatlar sunmaktadır. Bağ rotasının varlığı, bu tür bir entegrasyonu mümkün kılmış, turistik ziyaretlerin devamlılığına, bölgedeki tarihi ve kültürel mekanların tanıtılmasına ve yörenin bir turistik çekim noktası haline gelmesine katkıda bulunmuştur.

Sonuç olarak, bölgedeki turizm potansiyelinin değerlendirilmesini sağlayan bağ rotası, turizmi tek bir eksen etrafında birleştirerek bir katalizör görevi görmüş ve bölgenin çekim gücünü önemli ölçüde artırmıştır. Çal Bağ Yolu ile birlikte artan turistik faaliyetler, bölge ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunma, bölgenin kültürel zenginliklerinin fark edilmesine imkân tanıma, bölgenin tanınırlığını artırma ve Çal'ın yalnızca bir tarım merkezi değil, aynı zamanda bir kültür ve turizm destinasyonu olma yolunda önemli adımlar atılmasını sağlamıştır.

5.5. SWOT Analizi

Yukarıda belirtilen hususların topluca değerlendirilmesine imkân veren ve Çal Bağ Yolu Rotası ile ilgili olarak geliştirilecek stratejilere yardımcı olabilecek SWOT analizine aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 16. Çal Bağ Yolu Rotası ile İlgili SWOT Analizi

S ÜSTÜNLÜKLER	W ZAYIFLIKLAR
<p>Benzersiz Şarapçılık Kültürü: Çal bölgesi, Çal Karası gibi yerel, Öküzgözü gibi yerli üzüm çeşitlerinin üretimiyle dikkat çekmekte ve uluslararası şarap yarışmalarında ödüller alarak bölgesel şarapçılık kültürünün tanıtımını yapmaktadır.</p> <p>Tarihi ve Kültürel Miras: Rota, antik dönemden bugüne gelen bağcılık mirasıyla bölgenin kültürel zenginliğini harmanlayarak ziyaretçilere eşsiz bir deneyim sunmaktadır.</p> <p>Turizm ve Ekonomi İş Birliği: Şarap üreticileri arasındaki iş birliği ve koordinasyon, turistler için bütüncül bir deneyim sağlamak ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir.</p> <p>Turizm Potansiyeli ve Doğal Güzellikler: Çal'ın doğal güzellikleri ve tarım alanları, rota boyunca ziyaretçilere görsel ve fiziksel bir çekim merkezi yaratmaktadır.</p>	<p>Altyapı Eksiklikleri: Turistik altyapı, özellikle konaklama, restoran ve ulaşım olanakları, gelen turistlerin beklentilerini tam anlamıyla karşılayamamaktadır.</p> <p>Coğrafi Konum ve Ulaşılabilirlik: Yörenin ana ulaşım arterlerinin üzerinde bulunmaması ulaşımı zorlaştırmakta ve ziyaretçi sayısının kısıtlı kalmasına yol açmaktadır.</p> <p>Yetersiz Tanıtım ve Pazarlama: Ulusal ve uluslararası düzeyde, Çal Bağ Yolu'nun bilinirliği sınırlıdır. Ürün olarak şarap tanıtımındaki sıkı düzenlemeler, sosyal medya ve dijital platformlardaki tanıtımlarda mevzuata uygunluk açısından kontrollü ve dikkatli olunmasını gerektirmektedir.</p> <p>Bölgedeki Diğer Üreticilerin Projenin Dışında Kalmaları: Tüm üreticilerin projeye dahil olmaması rotanın tüm potansiyelinin açığa çıkarılamamasına ve bölgenin yararına olabilecek iş birliklerinin kurulamamasına neden olmaktadır.</p> <p>Sınırlı Yabancı Turist Çekimi: Bölgeye gelen ziyaretçilerin büyük çoğunluğu yerli turistlerden oluşmakta ve yabancı turist sayısı sınırlı kalmaktadır.</p>
O FIRSATLAR	T TEHDİTLER
<p>Gastronomi Turizminin Yükselişi: Türkiye'de ve dünyada artan gastronomi turizmi ilgisi, Çal Bağ Yolu gibi özgün rotalar için büyük bir fırsat oluşturmaktadır.</p> <p>Yerel ve Uluslararası Deneyimlerden Yararlanma: Yurt dışı ve yurt içi örneklerden öğrenilen deneyimler, Çal Bağ Yolu'nun daha etkili bir model oluşturmasına yardımcı olabilecektir.</p> <p>Bölgenin Sunduğu Yatırım Fırsatları: Bölge sunulan turistik hizmetler açısından bakir durumdadır. Bölgenin sunduğu fırsatların yatırıma dönüşmesi turizm faaliyetlerini destekleyebilecektir.</p> <p>Kültürel Mirasın Korunması ve Tanıtılması: Yörenin çevre düzenlemesinin yapılması, tarihi yapıların ve antik dönem kalıntılarının turizmle bütünleştirilmesi bölgenin tanınmasına katkıda bulunabilecektir.</p>	<p>İklim Değişikliği: Bağcılık için uygun iklim koşullarının değişmesi, üzüm verimliliğini ve şarap kalitesini olumsuz etkileyebilecektir.</p> <p>Ekonomik Zorluklar: Yüksek üretim maliyetleri ve ekonomide yaşanabilecek olumsuzluklar yerel üreticileri ekonomik olarak zor duruma düşürebilecektir.</p> <p>Bölgeye Yeni Ziyaretçi Çekilememesi: Bölgede yeni yatırım yapılmaması ve ziyaretçilerin bölgeyi kanıksamaları nedeniyle tekrar ziyaret etmemeleri bölgenin turistik bir destinasyon olarak cazibesini kaybetmesine neden olabilecektir.</p> <p>Çevresel Koşulların Değişmesi: Asmalara gelebilecek hastalıklar, deprem gibi doğal felaketler, erozyon, çevre kirliliği gibi faktörler bağ rotasının başarısını ve sürdürülebilirliğini tehdit edebilecektir.</p>

Bu çerçeveden bakıldığında bölgenin sahip olduğu şarapçılık kültürü, zengin tarihi ve kültürel mirası, paydaşı olan işletmeler arasındaki koordineli çalışma ve pastoral güzelliklere sahip eşsiz coğrafyası Çal Bağ Yolu Rotasının güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Diğer taraftan turistik altyapı noksanlıkları, ana ulaşım arterlerinin üzerinde bulunmaması, bilinirliğinin sınırlı olması, bölgedeki şaraphanelerin bir kısmının projeye iştirak etmemeleri, bölgeye gelen yabancı turist sayısının azlığı rotanın zayıf yönleridir. Alternatif turizm arayışları, bağ yolu konusunda yurt içinde ve yurt dışındaki örneklerin sundukları deneyimler, bölgenin sahip olduğu yatırım potansiyeli, yörenin çevre düzenlemeleri ile daha ilgi çekici hale dönüşebilecek olması Çal Bağ Yolu için fırsatlar sunarken, iklim koşullarında meydana gelebilecek bozulmalar, yaşanabilecek doğal felaketler ve ekonomik olumsuzluklar, bölgenin cazibesini yitirerek yeni ziyaretçi çekilememesi, bağ alanlarının gittikçe azalması gibi faktörler bağ rotasının başarısına ve sürdürülebilirliğine karşı oluşabilecek tehditlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çal Bağ Yolu Rotası üzerine yapılan bu çalışma, Denizli ilinin turizm potansiyelini artırma ve bölgesel kalkınmayı destekleme yönündeki önemli bir adımı temsil etmektedir. Çal Bağ Yolu rotası yıllara yayılan uzun bir hazırlık ve bekleme süreci sonrasında böyle bir proje oluşturmanın bölgeye ve turizme fayda sağlayacağına inanan dört vizyoner girişimcinin çabaları sonrasında hayata geçmiştir. Başlangıçta çok daha fazla sayıda işletme ile harekete geçilmesi düşünülmekte iken, bazı işletmelerin şaraphaneleri ile ilgili bazı gereklilikleri yerine getirememeleri ve finansal destek verememeleri gibi nedenlerle proje dört firma tarafından yürütülmüştür. Projenin Mart 2022'den itibaren uygulanmaya başlanması ile birlikte yöreye yıllık tahmini 20.000 ziyaretçi çekilmesi mümkün olmuş, bugüne kadar ağırlıklı olarak zirai geçim kaynaklarına sahip olan yöre halkı turizmle tanışma fırsatı bulmuştur.

Tanıtımı ağırlıklı olarak sosyal medya, festival ve etkinlikler ile burayı ziyarete gelenlerin sosyal medya paylaşımlarıyla yapılan Çal Bağ Yolu'nun yöreye kazandırdığı ziyaretçiler aynı zamanda bölgenin sosyal ve ekonomik hayatına da canlılık getirmiştir. Bölgenin bilinirliğinin artması, panoramik bağ alanlarının yarattığı güzel manzaralar ile kültürel ve tarihi zenginliğinin de fark edilmesini sağlayarak bölgeye değer katmıştır.

Bölgeye ağırlıklı olarak yerli ziyaretçiler gelmektedir. Orta yaş ve üzeri, eğitim seviyesi yüksek kişilerle birlikte, zaman zaman gençlerin de bölgeye ilgi gösterdiği katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Bu konudaki saptamalar ziyaretçi sayısı ve profilini belirlemeye yönelik bir sistem henüz kurulmadığı için kesinlik arz etmemektedir.

Bölgeyi ziyarete gelenlerin sayısının artması karşısında bölgenin sunduğu imkânlar yetersiz kalmıştır. Bu çerçevede bölgenin en başta gelen noksanlıkları konaklama ve restoran hizmetleridir. Bölgede turistik bir konaklama imkânının olmadığı, sadece bir işletmenin restoranının olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca Çal ana ulaşım arterleri üzerinde bulunmadığı için, ulaşımı özel araçla zor olmamakla birlikte, özel olarak ziyaret edilmesi gereken bir konumdadır. Bu yüzden bölgeyi ziyarete değer kılmak önem kazanmaktadır. Çal ve köylerinin de bir bağ yolu rotası için yurt içi ve yurt dışı örneklerine göre daha bakımsız olmalarının yerel cazibeyi olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca bölgede bağ alanları da tehlike altındadır. İklim değişikliği ve bunun yol açtığı meteorolojik olaylar ile hastalıklar bağların verimini düşürebilmekte ve üretici bağlarını sökebilmektedir. Türkiye'nin de bağ alanlarının gittikçe azaldığı düşünüldüğünde bu konuda gereken hassasiyet gösterilmeli, bağcılıkta modern yöntemler

ve organik üretim önceliklendirilmelidir. Bölgenin menşe tescilli üzümü Çal Karasının yanı sıra bölge için apelasyon uygulaması da düşünülmelidir.

Bölgenin turistik bir yapıya kavuşmakla ilgili eksiklikleri aynı zamanda bu yönde yapılacak yatırımlar için de fırsatlar sunmaktadır. Çal Bağ Yolu Derneğinin üyeleri bu konuda yöre halkının harekete geçmesini tercih etmekte, kendilerinin tüm eksiklikleri tek başlarına giderme misyonuna sahip olmamaları gerektiğine inanmaktadırlar. Buna rağmen gelecek yıllar için başta restoran olmak üzere, otel gibi yatırımlar yapılması da düşünülmektedir.

Çal Bağ Yolu Derneği üyeleri kapılarının bölgedeki diğer üreticilere her zaman açık olduğunu, Çal Bağ Yolu'na dahil olmak için başta temizlik olmak üzere temel kurallara uymanın yeterli olduğunu ve yeni katılımlara sıcak baktıklarını ifade etmektedirler.

Yukarıda Çal Bağ Yolu Rotası ile ilgili araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak makro ve mikro düzeyde mevcut durum ortaya konulmaktadır. Çalışmanın sonuçları, Çal Bağ Yolu'nun şarap turizmi ve gastronomi alanında güçlü bir cazibe merkezi olabileceğini göstermektedir. Ancak bu potansiyelin etkin bir şekilde değerlendirilmesi için stratejik adımlar atılması gerekmektedir.

Çal Bağ Yolu Rotasının Denizli ilinin turizm potansiyeline katkıda bulunabilmesi ve önemli bir değer haline gelebilmesi için aşağıda somut öneriler ortaya konmakta ve stratejiler şeklinde sıralanmaya çalışılmaktadır. Öte yandan bu önerilerin, mevcut veya oluşturulması düşünülen bağ rotalarına dönük olarak öneriler, bağ rotalarında yer alan veya yer alacak olan işletmelere dönük öneriler ve akademik çalışmalar için bilimsel çalışmalara dönük öneriler olarak üç farklı başlıkta ele alınması mümkün olacaktır.

Makro Öneriler (Bağ Rotalarına Yönelik Öneriler)

-Markalaşma ve tanıtıma önem verilerek, Çal Bağ Yolu'nun bir marka kimliği ile ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtılması gerekmektedir. Bu doğrultuda sosyal medya kampanyaları, profesyonel video ve fotoğraf içerikleri, influencer iş birlikleri gibi modern pazarlama yöntemleri kullanılmalıdır. Tanıtım faaliyetleri kapsamında ulusal ve uluslararası düzeyde bilinen, önemli kişilerin yörede bulunması-konaklaması sağlanmalıdır. Ayrıca, Avrupa ve Kuzey Amerika gibi pazarlarda düzenlenen turizm ve gastronomi fuarlarında bölgenin tanıtımının yapılması küresel bir marka değeri yaratılmasına katkıda bulunacaktır.

-Geleneksel bağ bozumu festivalleri, Çal Bağ Yolu'nun marka bilinirliğini artırmak için önemli bir araçtır. Bu festivallerde bağcılık atölyeleri, gastronomi

deneyimleri ve müzik programları gibi aktiviteler düzenlenerek katılım cazip hale getirilmelidir.

-Yörenin konaklama ihtiyacını karşılamak, yerel halkın turizmden faydalanmasını sağlamak, turizm kapasitesini artırmak ve turistlerin otantik bir deneyim yaşamalarını mümkün kılmak amacıyla yerel halkın katılımı ile ev pansiyonculuğu teşvik edilmelidir. Bu kapsamda yerel halkın evlerini pansiyon olarak kullanabilmesi için devlet destekleri ve eğitim programları organize edilmesi gerekmektedir. Ev pansiyonculuğu, turistlere bölgenin kültürünü ve geleneklerini daha yakından tanıma fırsatı sunarken bölge halkına da ek gelir sağlayacaktır.

-Yerel halkın turizm gelirlerinden doğrudan faydalanabilmesine ve bölgedeki turizm faaliyetlerine aktif olarak katılabilmesine yönelik olarak yerel girişimciler için destek ve kredilerin sağlanması gerekmektedir. Yerel girişimcilerin desteklenmesi bağlamında KOSGEB (T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ve AB (Avrupa Birliği) kredi destek paketlerinin yerel halk tarafından etkin kullanımına yönelik iyileştirmeler gerçekleştirilmeli ve yerel halk bu konuda bilinçlendirilmelidir.

-Rotanın altyapısının güçlendirilmesi, turistlerin bölgeyi kolayca gezebilmelerini sağlamak için fiziksel işaretleme tabelaları ve dijital navigasyon sistemleri geliştirilmelidir. QR kodları ile üzüm çeşitleri, şarap üretim süreçleri ve bölgenin tarihçesi gibi bilgiler sunularak zenginleştirilmiş bir deneyim sağlanabilecektir. Bölgeyi ziyaret edecek yabancı turistler dikkate alınarak bilgilendirme ve içeriklerin İngilizce olarak da hazırlanması faydalı olacaktır.

-Bir bağ yolunun vazgeçilmez unsurlarından biri olarak bağ alanlarının korunması gerekmektedir. Bu amaçla yerel halkla iş birliği halinde bağcılık faaliyetleri teşvik edilerek bağ alanlarının azalması engellenmeli, bağların korunması ve yenilerinin ekilmesi için sürdürülebilir bağcılık projeleri geliştirilmelidir.

-Türkiye'nin genellikle kurutarak ihraç ettiği üzüm ürünlerinin şaraba dönüştürülerek pazarlanması, katma değeri ve ekonomik kazancı büyük ölçüde artırabilecektir. Bu kapsamda şarap üretiminin artırılması, butik şarap markalarının oluşturulması ve uluslararası pazarlarda satışı hedeflenmelidir. Dünya şarap ihracatındaki düşük payımızın artırılması için uluslararası standartlara uygun üretim ve pazarlama çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Böylelikle hem tarımsal ürün kazancımız hem de uluslararası alanda bağ turizmi bilinirliğimiz artacaktır.

-Bölgeye apelasyon sisteminin getirilmesi birçok fayda sağlayacaktır. Çal Bağ Yolu için coğrafi işaretleme ve apelasyon sistemi uygulanması, bölge şaraplarının özgünlüğünü ve kalitesini garanti altına alacak, üretilen şarapların menşe kontrolü sağlanarak uluslararası pazarda daha yüksek bir değer kazanması mümkün olacaktır. Apelasyon, şarapların belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini garanti altına aldığı için tüketicilerin güvenini ve marka değerini artırarak, bölgedeki şarapların dünya çapında tanınan bir marka haline gelmesine ve turistlerin bölgeyi daha çok ziyaret etmesine katkıda bulunacaktır.

-Çal Bağ Yolu üzerindeki köylerin görüntülerinin iyileştirilmesi, bakımlı ve estetik bir görünüme kavuşturulması bölgenin cazibesini artıracaktır. Bu nedenle köy halkının turizmin faydaları konusunda bilinçlendirilmesi ve güzelleştirme çalışmalarına katılımlarının sağlanması gerekmektedir. Bu sayede köylerin bakım ve düzenleme çalışmaları sürdürülebilir hale gelecektir. Köylerdeki tarihi dokunun korunması, geleneksel mimarinin ön plana çıkarılması ve çevrenin temiz tutulması turistler için görsel bir cazibe yaratacak, çiçeklerle renklendirilmiş yollar ve köy meydanları, ziyaretçiler için eşsiz fotoğraf noktaları oluşturacaktır. Buna yönelik olarak eğitim programlarının düzenlenmesi, yerel yönetimlerin köy halkı ile iş birliği yapması gerekmektedir.

-Yerel halk, belediyeler ve Sivil Toplum Kuruluşları arasında iş birliği yapılarak hem köylerin yaşam kalitesini artıracak hem de turizm açısından daha cazip bir ortam yaratılabilecek bölgeye yönelik örneğin, el sanatlarının öğretilmesini ve yaşatılmasını amaçlayan sosyal sorumluluk projelerinin geliştirilmesi faydalı olacaktır.

-Bağcılık faaliyetlerine katılarak ekolojik bir deneyim yaşamak isteyen gönüllüler için köylerde barınma imkânı verilerek, bölgenin daha geniş kitlelere ulaşması, yöre halkı ile gönüllüler arasında kültürel bir etkileşim sağlanması mümkün olabilecektir. Bu çerçevede bağ yolu ile TATUTA [(Tarım, Turizm, Takas) Türkiye'de ekolojik tarımı destekleyen, kırsal turizmi teşvik eden ve gönüllü iş gücüne dayalı sürdürülebilir bir tarım modeli sunan bir programdır. Türkiye'de Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği tarafından yürütülen bu proje, çiftçiler ile gönüllüler arasında bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik etmektedir. Programın temeli olan gönüllü bilgi ve tecrübe takası, ekolojik tarımla geçinen çiftçi ve işletmeleri, bu konuda bilgili, deneyimli veya ilgi sahibi kişilerle arazide bir araya getirerek bilgi ve tecrübe değiş tokuşunu sağlamaktadır. Ekolojik üretimin teknik, pazarlama, sosyal, çevresel boyutlarında bilgi/ilgi sahibi kişiler bu ziyaretlerde bilgi, deneyim ve/veya işgüçlerini paylaşırken, onların yiyecek, içecek ve

barınma ihtiyaçları ev sahibi tarafından karşılanmaktadır (Buğday Derneği, 2025).] sistemi bir araya getirilerek gönüllüler için şarap bağlarında çalışma programları oluşturulmalı, deneyimlerini belgeleyen sertifika programları tasarlanmalıdır. Üniversitelerle iş birliği yapılarak tarım ve turizm öğrencilerinin gönüllü olarak katılımı teşvik edilmelidir.

-Dünya örneklerinde görüldüğü üzere bağ rotası boyunca yapılacak şarap ve yerel lezzetlerin birleştiği gastronomi turları, üzüm bağlarını havadan keşfetme fırsatı sunan sıcak hava balonu turları, bisiklet gezileri, ayrıca yerel sanat galerileri ve el sanatları pazarlarının yer aldığı sanat ve kültür etkinlikleri, müzik ve bağ bozumu festivalleri gibi bölgeye ilgiyi artıracak organizasyonların yapılması turistik faaliyetlerin gelişmesine ve yöre halkının fayda sağlamasına katkıda bulunabilecektir.

-Turizm acenteleri ile temasa geçilerek, acentelerin gezi programlarına Çal Bağ Yolu Rotasını dahil etmeleri ve rehberlik hizmetlerinin sunulması sağlanmalıdır.

-Pamukkale ve Laodikeia'yı görmeye gelen turistlerin Çal Bağ Yolu'na yönlendirilmesi için Pamukkale, Laodikeia ve Çal Bağ Yolu'nun tek bir tur paketi olarak sunulması sağlanabilir. Tur operatörleri ve acentelerle iş birliği yapılarak, bu destinasyonların birbirini tamamlayıcı bir rota olarak tanıtılması, turistlerin Çal Bağ Yolu'na yönlendirilmesini kolaylaştıracaktır. Bu üç destinasyon arasında ilişkiyi güçlendirmek amacıyla dijital ve fiziksel ortak tanıtım kampanyaları düzenlenebilir. Pamukkale ve Laodikeia'da bulunan bilgilendirme merkezlerinde Çal Bağ Yolu'nun haritaları, broşürleri ve tanıtım materyalleri turistlere ulaştırılabilir. Pamukkale ve Laodikeia'dan Çal Bağ Yolu'na düzenli servis araçları veya tur otobüsleri sağlanarak ulaşım engellerinin azaltılmasıyla turistlerin Çal Bağ Yoluna erişimi kolaylaşacak ve ziyaret oranları artacaktır.

-İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya gibi büyük şehirlerden kısa süreliğine tatil arayışındaki aileler ve doğa turizmi tutkunları, gastronomi ve şarap meraklıları Çal Bağ Yolunda geçirilecek iki günlük bir tatil için cezbedilebilir. Bu amaçla sosyal medya platformlarında Çal Bağ Yolunun doğasını, bağbozumu deneyimlerini vurgulayan içeriklere sahip hedefli reklam kampanyaları düzenlenebilir. Büyük şehirlerde bulunan havalimanları ve otogarlar gibi yoğun lokasyonlarda, Çal Bağ Yolunun tanıtımını yapan QR kodlu broşürler ve görseller kullanılabilir. Bu kampanyalarla cezbedilen hedef kitle için Çal Bağ Yolu'nu kapsayan iki günlük turlar düzenlenebilir. Hafta sonu, bağ bozumu etkinlikleriyle başlayıp bölgedeki butik şarap üreticilerinde tadım seanslarıyla devam

eden bölgenin peynir, zeytinyağı ve yerel şaraplarıyla uyumlu menülerin sunulduğu restoranların yer aldığı bir program hazırlanabilir.

Bu çerçevede **Ek 1.**'de Denizli ve çevresi için oluşturulan iki günlük tarihi ve turistik bir gezi planına yer verilmiştir. Bu plan, Denizli'nin tarihi, doğal ve bağ turizmi unsurlarını birleştirerek hem kültürel hem de gastronomik bir deneyim sunmaktadır.

-Bağ yollarının tek bir ulusal organizasyon veya yönetim kurumu altında birleştirilmesi, sorunların ortak bir platformda çözülmesini sağlayabilir. Böyle bir organizasyon, mevcut çalışan rotaları (Çal Bağ Yolu, Trakya Bağ Yolu, Urla Bağ Yolu) ve ileride oluşturulacak yeni rotaları koordine ederek verimli bir yönetim mekanizması sağlayacaktır. Bu ulusal organizasyon sayesinde, tüm bağ yolları için ortak pazarlama stratejileri geliştirilerek tüm rotaların ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtılmasına öncülük edilebilecektir. Bağ yollarını etkileyen altyapı eksiklikleri, tanıtım yetersizlikleri veya yasal sorunlar gibi konuları ele almak için bu organizasyon bir çözüm platformu olarak hareket edebilir. Her bağ yolu için spesifik sorunları ele alan alt komiteler kurulabilir. Ulusal bir organizasyon, bağ yollarında çalışan rehberler, üreticiler ve turizm profesyonelleri için standartlar belirleyebilir ve sertifikasyon programları düzenleyebilir. Bu, tüm bağ yollarında kaliteli ve tutarlı bir deneyim sunulmasını sağlayacaktır. Bağ yolları arası veri paylaşımı ve ortak analizler yapılarak turizm trendleri ve ziyaretçi profilleri konusunda daha detaylı bilgiler elde edilebilir. Bu veriler, pazarlama stratejilerinin ve altyapı yatırımlarının daha etkili olmasına katkı sağlayacaktır.

Bağ yollarını ulusal bir çatı altında birleştirme vizyonu, sadece Çal Bağ Yolu'nu değil, tüm Türkiye'deki bağ turizmi potansiyelini yükseltmeyi hedeflemektedir. Bu yapı yerel ve uluslararası ziyaretçilere kaliteli, bütünleşmiş ve sürekli gelişen bir bağ turizmi deneyimi sunabilir.

-Bir bağ yolu rotasında bulunması gereken temel unsurlar, firmalar ile yapılan görüşmeler doğrultusunda ve genel bağ turizmi literatürü dikkate alınarak aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Tablo 17. Bir Bağ Yolu Rotasında Bulunması Gereken Temel Unsurlar

Unsur	Açıklama
1. Üzüm Bağları	Bağ yolu rotasının en temel unsuru, bölgenin coğrafi özelliklerine ve iklimine uygun üzüm bağlarının varlığıdır. Bu bağlar, yerel ve uluslararası üzüm çeşitlerini kapsayacak şekilde çeşitlendirilmelidir. Üzüm bağlarının düzenli bakımı ve estetik bir görünüme sahip olması, ziyaretçiler üzerinde olumlu bir izlenim bırakır.
2. Şarap Üretim Tesisleri	Şarap üretim tesisleri, şarap yapım süreçlerini ziyaretçilere tanıtmak ve tadım etkinlikleri düzenlemek için önemlidir. Ziyaretçiler, şarap yapım aşamalarını izleyerek bu sürece dair bilgi sahibi olabilir ve şarap tadımı yapabilirler.
3. Tadım Odaları ve Satış Noktaları	Şarap tadımına uygun ortamlar yaratılmalıdır. Tadım odaları, estetik ve konforlu bir şekilde tasarlanmalı; şarapların satışı için düzenlenmiş alanlarla birleştirilmelidir.
4. Gastronomik Deneyimler	Bölgeye özgü yemeklerin sunulduğu restoranlar, şarapla uyumlu yemek menüleri hazırlayarak ziyaretçilere eşsiz bir gastronomik deneyim sunmalıdır. Yerel mutfak ve şarap uyumu vurgulanmalıdır.
5. Konaklama İmkânları	Ziyaretçilere butik otel, bağ evleri veya köy evleri gibi konaklama seçenekleri sunulmalıdır. Bu tesisler, bağ manzarası sunan otantik ve konforlu bir deneyim sağlamalıdır.
6. Yerel Tarih ve Kültür Entegrasyonu	Bölgenin tarihi ve kültürel mirası, bağ yolu deneyiminin bir parçası olarak ziyaretçilere sunulmalıdır. Örneğin, antik dönem bağcılığına dair kalıntılar veya şarapla ilişkilendirilen mitolojik hikâyeler paylaşılabilir.
7. Etkinlikler ve Şenlikler	Bağ bozumu festivalleri, tadım etkinlikleri, şarap üretim atölyeleri gibi etkinlikler düzenlenerek turistler için interaktif deneyimler oluşturulmalıdır.
8. Çevresel ve Sürdürülebilir uygulamalar	Organik bağcılık ve sürdürülebilir üretim yöntemleri benimsenmelidir. Karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik uygulamalar, turistik deneyimi desteklerken bölgenin ekolojik dengesinin korunmasını sağlar.
9. Rehberlik ve Eğitim Hizmetleri	Profesyonel rehberler tarafından yönetilen turlar, ziyaretçilere bağcılık, şarap yapımı ve bölgenin diğer özellikleri hakkında bilgi sağlayarak deneyimi zenginleştirir.
10. Erişim Kolaylığı ve İşaretleme	Bağ yoluna erişim kolaylaştırılmalı, yol boyunca yönlendirme tabelaları ve haritalar sağlanmalıdır. Ulaşım altyapısı, turistlerin rahat seyahat edebilmesine olanak tanıyacak şekilde düzenlenmelidir.
11. Bölgesel El Sanatları ve Hediyeelik Eşya Satış Noktaları	Yerel halkın el sanatları ve şarap temalı hediyeelik eşyaları sergilenecek alanlar yaratılarak turizm gelirleri artırılabilir.

Bu unsurlar, bağ yollarının çekiciliğini artırarak bölgesel kalkınmaya ve turizmin çeşitlenmesine katkı sağlar.

Mikro Öneriler (İşletmelere Yönelik Öneriler)

-Şarap üretimiyle uğraşan tüm üreticilerin Çal Bağ Yoluna üye olmaması rotanın kapsayıcılığını ve çekiciliğini sınırlayarak bölgesel bir markalaşma sürecini zorlaştırmaktadır. Ayrıca, üyelik dışı kalan üreticiler, Çal Bağ Yolunun sunduğu tanıtım ve turizm avantajlarından yararlanamamaktadır. Uluslararası uygulamalara bakıldığında bağ rotalarında bulunan şaraphanelerin sayıca fazla olduğu görülmektedir. Üreticilerin Çal Bağ Yoluna katılımıyla, rotanın kapsayıcılığı, iş birliği, dayanışma artacak ve destinasyonun turistik cazibesi güçlenecektir.

-Yerel gastronomik değerlerin tanıtılmasına ve yöresel ürünlerin sunumuna önem verilmelidir. Bağlarda şarap tadımı sırasında yerel peynirler, zeytinyağları, üzüm pekmezi gibi yöresel gastronomik ürünlerin sunulması turistlerin deneyimlerini zenginleştirir. Bu ürünlerin satışı için “yöresel pazar alanları” oluşturularak yerel üreticiler için de bir satış kanalı açılması bölge için faydalı olacaktır.

-Bağ yolunda eksikliği duyulan hususlardan bir tanesi restoran ihtiyacı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle gastronomi turizmi ile entegre olmuş yeni restoranların açılması bölgenin turistik cazibesini artıracaktır. Bu restoranlar yüksek kalite standartlarında şarap tabanlı menüler sunarak gastronomi turizmine katkı sağlamalıdır. Restoran menüleri, bölgedeki şaraplarla eşleştirilecek şekilde düzenlenmeli ve gastronomi uzmanlarından destek alınmalıdır.

-Gelen ziyaretçi sayısını ve profilini tespit etmeye yönelik olarak gereken altyapının kurulması gerekmektedir. Böylelikle işletmenin ve bağ yolunun ziyaretçi sayılarını sağlıklı bir şekilde saptamak mümkün olacaktır. Ayrıca mümkün olduğunca Çal Bağ Yolu'na gelen turistlerin demografik yapısı, tüketim tercihleri ve memnuniyet düzeyleri üzerine düzenli anket çalışmaları yapılmalıdır. Bu veriler, turizm stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

-Restoranlarda yerel malzeme ve tarım ürünlerinin kullanılmasına önem verilmelidir. Bölgenin yerel ve ünlü çeşitleri menülerde öne çıkarılabilir. Bu uygulama restoranlara özgünlük kazandırırken, yerel tarıma destek sağlayacaktır.

-Yüksek kalitede hizmet sunulmasına önem verilmelidir. Şarap tadım rehberliği, müşteri deneyimi ve iletişim gibi alanlarda şaraphane çalışanlarına yönelik eğitim programları düzenlenmelidir. Profesyonel bir hizmet, turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etme oranlarını artıracaktır.

-Bir şaraphanede yer alması gereken unsurlar, bağ yolu turizmi gereklilikleri doğrultusunda şu şekilde sıralanabilir:

Tablo 18. Bağ Yolu Rotasındaki Bir Şaraphanede Bulunması Gereken Özellikler

Unsur	Açıklama
1. Tadım Salonu	Şaraphaneler, ziyaretçilere ürünlerini tanıtmaları için profesyonel ve estetik bir tadım alanına sahip olmalıdır. Bu alan, şarapların doğru sıcaklıkta ve şık sunumlarla tadılmasına olanak sağlamalıdır.
2. Üretim Alanı Turu	Ziyaretçilere şarap üretim süreçlerini gösterebilecek bir üretim alanı oluşturulmalıdır. Bu turlar sırasında, bağ bozumu, fermantasyon ve fıçıda dinlendirme aşamaları gibi süreçler detaylı şekilde tanıtılabilir.
3. Sürdürülebilir Üretim	Organik ve sürdürülebilir üretim uygulamalarını vurgulayan bir şaraphane, çevre bilinci taşıyan turistler için cazibe yaratır. Üretim aşamalarında çevreye duyarlı teknolojiler kullanılmalı ve bu yaklaşım şeffaf şekilde paylaşılmalıdır.
4. Ürün Satış Alanı	Şarapların yanı sıra, şaraba eşlik edebilecek yerel ürünlerin (peynir, zeytin, reçel vb.) satıldığı bir mağaza, turistlerin deneyimlerini tamamlamalarına olanak tanır.
5. Gastronomik Deneyimler	Yerel mutfak ve şarap uyumunu tanıttacak bir restoran veya yemek alanı bulunmalıdır. Bu alan, bölgeye özgü tariflerle turistlere unutulmaz bir gastronomi deneyimi sunar.
6. Eğitim ve Workshop Alanları	Şarap tadımı, şarap eşleştirme ve şarap yapımı gibi workshop'lar için uygun alanlar yaratılmalıdır. Bu aktiviteler, turistlerin şarap hakkındaki bilgilerini artırır ve interaktif bir deneyim sağlar.
7. Manzaralı Açık Alanlar	Üzüm bağları manzarasına karşı oturma alanları veya yürüyüş parkurları oluşturulmalıdır. Bu alanlar, ziyaretçilerin çevrenin doğal güzelliklerini keşfetmesine imkân verir.
8. Etkinlik ve Organizasyon İmkânı	Bağ bozumu festivalleri, düğün, toplantı gibi organizasyonlar için kiralanabilir mekanlar sunulmalıdır. Bu tür etkinlikler şaraphanenin hem tanıtımını hem de gelirlerini artırır.
9. Yerel Kültür Entegrasyonu	Şaraphanenin bulunduğu bölgenin tarihine ve kültürüne dair unsurlar, ziyaretçilerin ilgisini çekmek için sergilenebilir. Örneğin, yöresel şarap üretim tekniklerine dair bilgi panoları veya objeler kullanılabilir.
10. Erişim ve Misafir Karşılama	Kolay ulaşılabilir bir konum, iyi işaretlenmiş yollar ve samimi bir karşılama ekibi ile ziyaretçilere olumlu bir ilk izlenim sunulmalıdır.

Bu özellikler, şaraphaneyi bir cazibe merkezi haline getirerek, bağ yolu rotasında önemli bir durak olmasını sağlayabilir.

Araştırmacılara Öneriler

Bu çalışmadan elde edilen deneyimler ve karşılaşılan kısıtlar doğrultusunda, gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik şu öneriler geliştirilmiştir:

-İlerleyen çalışmalarda, sadece şaraphanelerle değil, turistler, yerel halk, kamu yetkilileri, turizm rehberleri ve diğer paydaşlarla da görüşmeler gerçekleştirilmelidir. Bu, bağ yolu turizmi ile ilgili daha geniş bir bakış açısı sunacaktır.

-Bağ yolu rotasını ziyaret eden turistlerle anket çalışmaları yapılmalı, ayrıca çeşitli paydaşlarla odak grup çalışmaları düzenlenerek daha kapsamlı veriler elde edilmelidir.

-Araştırmalar, bağ bozumunun yapıldığı dönemleri de kapsayacak şekilde farklı mevsimlerde gerçekleştirilmelidir. Bu, bölgedeki turizmin yıl içindeki değişimlerini anlamaya katkı sağlayacaktır.

-al Bağ Yolu Rotasının diğer bağ yolları ile karşılaştırılmasını içeren çalışmalar yapılmalıdır. Bu tür araştırmalar, Denizli'nin bağ turizmi potansiyelini ulusal ve uluslararası bağlamda değerlendirmeye olanak taniyacaktır.

-Bağ yolu rotasının yerel ekonomiye ve sosyal yapıya etkilerini inceleyen detaylı analizler yapılarak özellikle, yerel halkın turizm faaliyetlerinden nasıl etkilendiği ve ekonomik faydaların nasıl dağıldığı araştırılmalıdır.

Sonuç olarak, al Bağ Yolu Rotasının Denizli'nin turizm potansiyeline katkısını en üst düzeye çıkarmak için, yerel yönetim, akademi ve işletmeler arası etkin bir iş birliği sağlanmalıdır. Bu neriler doğrultusunda atılacak adımlar, bölgenin turizmde ne çıkmasına ve sürdürülebilir kalkınmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Aguilera, G. R. (2021). "Wine Tourism in Chile", In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (297–308), Cajamar Caja Rural.
- Ağaoğlu, Y. S. (1999). *Bilimsel ve Uygulamalı Bağcılık: Asma Biyolojisi*, Kavaklıdere Eğitim Yayınları, Ankara.
- Akdağ, G. (2015). "Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 3–11.
- Akdağ, G., Oyan, S. (2020). "Farklı Şarap Destinasyonlarını Ziyaret eden Turistlerin Mukayesesi: Portekiz ve Türkiye Şarap Rotaları (Comparison of Tourists Visiting Different Wine Destinations: Portuguese and Turkey Wine Routes)", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2785–2801. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.738>
- Akkuş Mutlu, S. (2019). "Eskiçağda Şarabın Dini, Siyasi ve Ekonomik Açıdan Değeri", *İğdir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (19), 115–136.
- Akman, E. E., Akdağ, G. (2024). "Şarap Rotalarının Niteliksel Karşılaştırılması: Trakya Bağ Rotası ve Urla Bağ Yolu Örneği", *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1).
- Akmeşe, K. A., Cihangir, İ. S. ve Akmeşe, H. (2023). "Yöresel Gastronomik Ürünlerin Gastronomi Turizmine Kazandırılması Sürecinde Kadın Kooperatiflerinin Tutumları: Denee Kadın Kooparetifi Üyeleri Üzerine Bir Araştırma", *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 205–225.
- Alaeddinoğlu, F., Türker, N. (2016). "From Wine Production to Wine Tourism Experience: the Case of Anatolia, Turkey", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 25. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.40>
- Aleixandre, J. L., Aleixandre-Tudó, J. L., Bolaños-Pizarro, M. ve Aleixandre-Benavent, R. (2016). "Viticulture and oenology scientific research: The Old World versus the New World wine-producing countries", *International Journal of Information Management*, 36(3), 389–396. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.01.003>
- Altaş, A., Cumhuri, Ö. (2021). "Bir Bilim Dalı Olarak Önoloji (Oenology as a Science)", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 185–202. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.784>
- Altıntaş, A. (2024). Küp Şarapçılık, Sözlü Görüşme, (22.11.2024).
- Andelić, S., Garabinović, D., ve Šormaz, G. (2019). "A review of wine and wine tourism presence in the scientific papers in journals in the field of tourism", *Ekonomika Poljoprivrede*, 66(4), 1055–1090. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj1904055A>

- Anlı, R. E. (2010). *Şarap Tadımı*, İnkılap, İstanbul.
- Arfini, F., Bertoli, E., Donati, M. ve Mancini, M. C. (2002). “The wine routes: analysis of a rural development tool”, *In Communication Au Colloque: Les Systèmes Agroalimentaires Localisés: Produits, Entreprises Et Dynamiques Locales*, Gis-Syal, 1–18.
- Asero, V., Patti, S. (2009). “From Wine Production To Wine Tourism Experience: The Case Of Italy”, *Aawe Working Paper*, (52), 1–17.
- Aydın, Ç. (2024). “Kastamonu Turizmi Destinasyon Yönetiminin Toplum Temelli Turizm Perspektifinden İncelenmesi”, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 519-537.
- Aydoğan Aydoğdu, M. M. (2017). “Azerbaycan ve Türkiye Mutfak Kültürünün Tarihi Birlikteliği ve Mevcut Durumunun Belirlenmesi”, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15–25.
- Bakkaloğlu, Z. (2023). “Türkiye'deki Bağ ve Şarap Rotalarına Dair Bir Yolculuk”, *Gastronominin Disiplinlerarası Yolculuğu*, 59–93, Kriter Yayınevi, İstanbul.
- Balık, İ. (2020). “Selçukludan Günümüze Uzanan Bir Tarihi Miras Çal Kayı Pazarı”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 156–172.
- Başar, G., Yıldız, E.M. ve Başar, E. (2021). Resim Sanatında Antik Yunan mitolojisi ve Dionysos. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(78), 3348-3360. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2902>
- Barat, T., Bucak, T. (2022). “Gastronomi Turizmi Kapsamında Geleneksel Üzüm Pekmezi Üretimi: Çal İlçesi Üzerine Bir İnceleme”, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 227–250. <https://doi.org/10.32572/guntad.1004948>
- Bayram, M., Kayalar, M., Kaya, C. ve Topuz, S. (2016). Şarapta Fenolik ve Aroma Bileşikleri Üzerine ‘Teruar’ın Etkisi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (13), 35-46.
- Bruwer, J. (2003). “South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product”, *Tourism Management*, 24(4), 423–435. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00105-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00105-X)
- Bucak, T., Erdoğan Aracı, Ü. (2013). “Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203–216.
- Buğday Derneği (2025) <https://www.bugday.org/blog/latest-event/> 12.01.2025
- Bulut, H., Derin, Z. (2021). “İzmir Yeşilova Höyük Kemik Endüstrisi Üzerine Tekno-Tipoloji”, *Türkiye Bilimler Akademisi Arkeoloji Dergisi*, 135–152. <https://doi.org/10.22520/tubaar2021.29.007>

- Buzrul, S. (2013). *Türkiye'nin Şarap Sektörü*, 8. Bağcılık ve Teknolojileri Sempozyumu, Konya. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4548.7522>
- Cabaroğlu, T. (2023). “Türk Şarapçılığının Durumu ve Sorunları”, *Bahçe*, 52 (Özel Sayı 1), 269–275.
- Charters, S., Menival, D. (2011). “Wine Tourism in Champagne”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(1), 102–118. <https://doi.org/10.1177/1096348010384597>
- Colombini, D. C. (2015). “Wine tourism in Italy”, *International Journal of Wine Research*, 29. <https://doi.org/10.2147/IJWR.S82688>
- Correia, A. I., Cunha, R., Matos, O. ve Fernandes, C. (2019). “Wine Tourism Experiences and Marketing: The Case of the Douro Valley in Portugal”, In M. Sigala & R. N. S. Robinson (Eds.), *Wine Tourism Destination Management and Marketing* (Vol. 68, 203–220), Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00437-8_14
- Correia, R., Brito, C. (2016). “Wine Tourism and Regional Development”, In *Wine and Tourism*, (27–39).
- Cresswell, J. W. (2020) *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev. Bacanak, A.), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Cumhuriyet. (2024). <https://www.cumhuriyet.com.tr/tarim/uzum-ureticisi-ciftcinin-isi-allaha-kaldi-2203949> (08.08.2024).
- Çal Bağ Yolu. (2024). <https://www.calbagyolu.com> (30.10.2024).
- Çal Bağ Yolu. (2024). https://www.instagram.com/p/C_ikjNcIIhB/?img_index=1 (06.09.2024).
- Çal Bağ Yolu. (2024). https://www.instagram.com/calbagyolu/p/CoPL7otrXNv/?img_index=1 (06.09.2024).
- Çal Bağ Yolu. (2024). www.calbagyolu.com/cal (30.10.2024).
- Çal Bağ Yolu. (2024). <https://www.calbagyolu.com/calkarasi> (30.10.2024)
- Çolakoğlu, Z. (2024). *Maya Büyüsü: Şarap, Lezzet ve Duygusal Deneyimler*, Karakarga Yayınları, İstanbul.
- Decanter.com (2024). <https://www.decanter.com/learn/winemaking-the-facts-2-54064/4/> (07.06.2024).
- denizlihaber.com (2024). <https://www.denizlihaber.com/denizli/cal/alman-turistler-cal-bag-yolu-turizm-rotasi-icin-geldi/> (22.11.2024).

- Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024) <https://denizli.ktb.gov.tr/> (08.09.2024).
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). “Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3, 29–34.
- Dimitrovski, D., Rachão, S. ve Joukes, V. (2019). “Life Cycle of Wine Routes: Northern Portugal’s Perspective”, In M. Sigala & R. N. S. Robinson (Eds.), *Wine Tourism Destination Management and Marketing*, (Vol. 50, 303–326), Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00437-8_20
- Dündar Arıkan, A. (2018). “The Role Of Local Food In Culinary Tourism Development A Case Study On The Thrace Wine Route”, In *8th Advances In Hospitality and Tourism Marketing and Management (Ahtmm) Conference*, Bangkok, Thailand.
- Erciyas, N., Yılmaz, İ. (2021). “Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye’deki Mevcut Durum”, *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91–108.
- Eren, F. Y., Sezgin, A. C. (2021). “Coğrafi İşaretli Yöresel Ürünlerin Destinasyonlar Açısından Önemi: Kapadokya Bölgesi Örneği”, *Journal of tourism research institute*, 2(1), 61-78.
- Eser, S. (2021). *Olimpus'un Tanrıları*, In Tolga Fahri Çakmak (Ed.), *Turist Rehberleri İçin Genel Mitoloji: Cilt 1 (178–237)*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Estreicher, S. K. (2014). “A Brief History of Wine in South Africa”, *European Review*, 22(3), 504–537. <https://doi.org/10.1017/S1062798714000301>
- Eurostat. (2017). Area under vines, 2015, Statistics Explained. Retrieved from [File:Area under vines, 2015 \(%\)-Fig1.png - Statistics Explained](File:Area under vines, 2015 (%)-Fig1.png - Statistics Explained) (17.10.2024).
- Fidel, G. (2021). “Wine Tourism in Argentina”, In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (257–268), Cajamar Caja Rural.
- Figueroa B., E., Rotarou, E. S. (2018). “Challenges and opportunities for the sustainable development of the wine tourism sector in Chile”, *Journal of Wine Research*, 29(4), 243–264. <https://doi.org/10.1080/09571264.2018.1532880>
- Geneve.com (2025). <https://www.geneve.com/en/see-do/outdoor-wellness/vineyards-the-countryside> (13.01.2025).
- Gerbál-Medalle, F., Hannin, H. (2021). “Wine Tourism in France”, In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (183–195), Cajamar Caja Rural.
- Getz, D., Brown, G. (2006). “Critical Success Factors For Wine Tourism Regions: A Demand Analysis”, *Tourism Management*, 27(1), 146–158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.002>

- Great Wine Capitals Global Network (2025). <https://www.greatwinecapitals.com/> (12.01.2025).
- Gündoğan, G., Yankı, M. (2021). *Türkiye Önoturizm Rehberi: Oenotourism Guide To Turkey*, (1. basım), Alfa, İstanbul.
- Güner, E. M. (2023). *Urla Yarımadası'nda Bağcılık ve Şarapçılık: Tarihi Gerçekler*, Su Yayınevi, İstanbul.
- Gür, Ö. S. (2015). *Antik Dünyada Günlük Yaşam*, Antalya Rehberler Odası.
- Gürdamar, E. (2021). “Erken Cumhuriyet Döneminde Şarapçılığın Gelişimi ve Tekel İdaresi'nin Kalkınma Yolundaki Arayışları”, *Tarih Okulu Dergisi*, (50), 83–107.
- Güzel Şahin, G., Ünver, G. (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2 (2015) 63-73.
- Hall, C. M., Mitchell, R. ve Sharples, L. (2003). “Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development”, In *Food Tourism Around The World*, (25–59). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5503-3.50005-1>
- Haller, C. (2021). “The Chair in Wine Tourism: Innovative Collaboration between Education, Research and Practice”, In López, R. C. & Szolnoki, G. (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (87–99), Cajamar Caja Rural.
- Harari, Y. N., (2016). *Sapiens: Hayvanlardan Tanrılara*, Kolektif Kitap, İstanbul.
- Hira, A., Swartz, T. (2014). “What Makes Napa Napa? The Roots Of Success In The Wine Industry”, *Wine Economics and Policy*, 3(1), 37–53. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2014.02.001>
- Hojman, D. E., Hunter-Jones, P. (2012). “Wine Tourism: Chilean Wine Regions and Routes”, *Journal of Business Research*, 65(1), 13–21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.009>
- Hungerbühler, M. (2024). “Ellen Wallace: Wine Hiking Switzerland: Explore the Landscape of Swiss Wines” HELVETIQ Sàrl, Lausanne, Switzerland, 2022, 328 pp., ISBN: 978-3907293867, *Journal of Wine Economics*, 19(2), 190–192. doi:10.1017/jwe.2023.4
- Hunt, E. (2020). “Napa Valley Tourism, California, USA: The History, Wine Tour, Environmental Tour”, *Sonittec Ltd*, 3.
- Hürriyet Seyahat. (2010). <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/osmanli-yadig-ri-egri-tatli-sarabin-yurdu-tokaj-15409335> (04.12.2024).

- İlkay Yılmaz, E. A. (2020). “Özel İlgi Turizminde Şarap Turizmi”, *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 83–94.
- Independent Türkçe. (2023). <https://www.indyturk.com/node/657006> (09.08.2024).
- Inoue, T. (2023). “Enotourisme in Switzerland-Producer Initiatives and Policies”, *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 15(3), 291-320. <https://doi.org/10.1515/tw-2023-2011>
- International Organisation of Vine and Wine. (2024). World Wine Production Outlook, 07.11.2023, <https://www.oiv.int/index.php/what-we-do/statistics> (02.04.2024).
- International Organisation of Vine and Wine. (2024). State Of The World Vine And Wine Sector In 2023, https://www.oiv.int/sites/default/files/2024-04/OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf (01.12.2024).
- International Wine and Spirits Academy IWSA. (2024). <https://www.iwsa.com.tr/fermente-distile/apelasyon-nedir.html> (01.11.2024).
- İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024). <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210592/klazomenai-urla.html> (25.08.2024).
- İzmir Ticaret Odası (2024) Üzüm Sektörü Araştırma Raporu, Ekim 2022, <https://api.izto.org.tr/storage/SectoralReport/original/Ekk22kZdvWrEzcBe.pdf> (02.04.2024).
- Jones, G. V., Alves, F. (2012). “Impact of climate change on wine production: a global overview and regional assessment in the Douro Valley of Portugal”, *International Journal of Global Warming*, 4(3/4), Article 49448, 383. <https://doi.org/10.1504/IJGW.2012.049448>
- Johnson, H., Robinson, J. (2013). *The World Atlas Of Wine (7th ed.)*, Octopus.
- Karacaoğlu, S., Yolal, M., ve Birdir, K. (2016). “Toplum Temelli Turizm Projelerinde Katılım ve Paylaşım: Misi Köyü Örneği”, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 103-124.
- Kasaroğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T. ve Kömürcü Sarıbaş, S. (2021). “Ulusal Alanyazında Şarap Turizminin Değerlendirilmesi ve Türkiye Şarap Turizminde Yeni Bir Ürün Olarak Bağ Rotaları: Urla Bağ Yolu Örnek Olay İncelemesi”, *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 172–194.
- Kaya, Z. (2017). “Şarap üretimi ve Kalite”, *Aydın Gastronomy*, 1(2), 17-30.
- Kesici, M. (2012). “Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 33-37, 2012, 33–37.

- Kocaadam, B., Acar-Tek, N. (2016). “Ekmek, Bira, Şarap ve Yoğurdun Orijinleri ve Tarihsel Süreçleri”, *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 44(3), 272–279.
- Kozak, M. (2021). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kunc, M. H. (2009). “Forecasting the Development of Wine Tourism: A Case Study in Chile”, *International Journal of Wine Business Research*, 21(4), 325–338. <https://doi.org/10.1108/17511060911004905>
- Kuşçu, Z. (2024). Lermonos Gıda, Sözlü Görüşme, (22.11.2024).
- Kuzu, A. (2024) Kuzubağ Tarım, Sözlü Görüşme, (23.11.2024).
- Kuzu, H. (2024) Erdel Gıda, Sözlü Görüşme, (09.12.2024).
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B. ve Sezgin, A. C. (2018). “Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi”, *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2, 78–85.
- Küp Şarapçılık. (2024). <https://kupsarap.com/galeri> (30.12.2024).
- Küp Şarapçılık. (2024). <https://kupsarap.com/marka-hikayesi> (01.11.2024)
- Lacoste, P., Aruj, A. (2021). “Anthropology, Culture and Wine Tourism at the Vendimia National Grape Harvest Festival (Mendoza, Argentina)”, In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (75–86), Cajamar Caja Rural.
- López-Guzmán, T., Sánchez Cañizares, S. M. ve García, R. (2009). “Wine Routes in Spain: A Case Study”, *Tourism Original Scientific Paper*, 57(4), 421–434.
- López-Guzmán, T., Rodríguez-García, J., Sánchez-Cañizares, S., ve José Luján-García, M. (2011). “The development of wine tourism in Spain”, *International Journal of Wine Business Research*, 23(4), 374–386. <https://doi.org/10.1108/17511061111186523>
- Man, C. M., Slave, C. (2022). “The Wine Routes in France”, In *International Scientific Conference ERAZ - Knowledge Based Sustainable Development*, 8th International Scientific ERAZ Conference – ERAZ 2022 – Conference Proceedings (269–275). Association of Economists and Managers of the Balkans, Belgrade, Serbia. <https://doi.org/10.31410/ERAZ.2022.269>
- Manola, M., Koltsikoglou, G. (2020). “Cultural Experimental Wine Routes In Italy – Tuscany”, *Journal "Sustainable Development, Culture, Traditions"*, 1c, 30–35. <https://doi.org/10.26341/issn.2241-4002-2020-1c-sv-4>
- Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P. ve Sánchez-García, E. (2023). “Wine tourism in Spain: The economic impact derived from visits to wineries and museums on wine routes”, *Investigaciones Turísticas*, (25), 168. <https://doi.org/10.14198/INTURI.21219>

- Martínez-Gil, A. M., Garde-Cerdán, T., Zalacain, A., Pardo-García, A. I. ve Salinas, M. R. (2012). “Applications of an oak extract on Petit Verdot grapevines. Influence on grape and wine volatile compounds”, *Food Chemistry*, 132(4), 1836–1845. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2011.12.016>
- Masset, P., Weisskopf, JP. (2019). “Producing and Consuming Locally: Switzerland as a Local Market”, In: Alonso Ugaglia, A., Cardebat, JM., Corsi, A. (eds) *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics*. Palgrave Macmillan, Cham, 507-522. https://doi.org/10.1007/978-3-319-98633-3_27
- McGovern, P. E. (2007). *Ancient Wine: The Search for the Origins of Viniculture* (4. print., 1. paperback print), Princeton Univ. Press.
- Merriam, S.B. (2009). *Qualitative research a guide to design and implementation*, San Francisco, CA, John Wiley Press.
- mevzuat.gov.tr (2024). 22.12.2016 tarih ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6769.pdf> (07.08.2024).
- Mezkit Saban, G. (2020). “Somut Olmayan Kültürel Miras: Aşağıseyit Sudan Koyun Atlatma ve Çoban Bayramı”, *Türkiyat Mecmuası*, 30(1). <https://doi.org/10.26650/iuturkiyat.657852>
- Milićević, S., Đorđević, N., ve Kraguljac, V. (2024). “Wine Tourism and Sustainable Rural Development”, *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja-TISC* (Vol. 8, No. 1, 419-428).
- Moreno-Melgarejo, A., Lacalle Muñoz de Cuerva, L. ve Mattera, M. (2021). “Wine Routes of Spain—A Tourism Trend?/Spanische Weinstraßen – ein Tourismus Trend?”, In J. Rüdiger, D. Wagner, A. Dreyer, & A. F. Stöckl (Eds.), *Forschung und Praxis an der FH Wien der WKW. Kulinarischer Tourismus und Weintourismus*, (Vol. 41, 87–98), Springer Fachmedien, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33226-6_9
- myswitzerland.com (2025). Lavaux Bağ Terasları, <https://www.myswitzerland.com/en/destinations/lavaux-vineyard-terraces/> (13.01.2025).
- myswitzerland.com (2025). Ticino, <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/summer-autumn/oenotourism/wine-region-ticino/> (13.01.2025).
- myswitzerland.com (2025). Valais, <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/summer-autumn/oenotourism/wine-region-valais/> (13.01.2025).
- Özcan, Y. (2023). *Bu Topraklarda Şarap*, Alfa Yayınları, İstanbul

- Özdemir, G., Dülger Altın, D. (2019). “Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1–14.
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*, (M. Bürün ve S.B. Demir, Çev. Ed.), Pegem Akademi, Ankara.
- Puckette, M., Hammack, J. (2018). *Wine Folly: The Master Guide (Magnum edition)*, Penguin Random House.
- Sadık, C. (2021). *Uygarlığın Ayak İzleri: Krallar ve Tanrılar*, Epsilon, İstanbul.
- Sağır, M., Satar, Z. ve Güleç, E. (2012). “Gümüşlük Milas İskeletleri ve Anadolu Klasik-Helenistik Dönem Toplumlarının Sağlık Profili”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 52(1), 29–42.
- Sarıışık, M., Özbay, G. (2015). “Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2). <https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss218417>
- Sayın, Ç. (2023). “Toplum Temelli Turizm ve Yerel Yönetimler”, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (10), 1-19.
- Scarpato R. (Ed.). (2002). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies*, Routledge.
- Schlüter, R. G., Norrild, J. (2015). “Enotourism in Argentina: The Power of Wine to Promote a Region”, In A. Panosso Netto & L. G. G. Trigo (Eds.), *Tourism in Latin America*, Springer International Publishing.
- Sigala, M. (2019). “Building a Wine Tourism Destination Through Coopetition: The Business Model of Ultimate Winery Experiences Australia”, In M. Sigala & R. N. S. Robinson (Eds.), *Wine Tourism Destination Management and Marketing*, (Vol. 43, 99–112). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00437-8_8
- Sigala, M. (2021). “Wine Tourism in Australia”. In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (269–282), Cajamar Caja Rural.
- Singh, N., Hsiung, Y. (2016). “Exploring critical success factors for Napa’s wine tourism industry from a demand perspective”, *Anatolia*, 27(4), 433–443. <https://doi.org/10.1080/13032917.2016.1160414>
- Soltekin, O., Altındışli, A. ve İşçi, B. (2021). “İklim Değişikliğinin Türkiye’de Bağcılık Üzerine Etkileri”, *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 58(3), 457–467. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.882893>
- South Australia. (2024). <https://southaustralia.com/travel-blog/epicurean-way-road-trip>, <https://southaustralia.com/travel-blog/explorers-way-road-trip> (03.08.2024).

- Sönmez Ektem, I., Özer Aytekin, K. (2020). “Eğitim Alanındaki Metafor Araştırmalarında Eğilimler: Bir İçerik Analizi Çalışması”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 1–38. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.734592>
- Sözcü. (2024). <https://www.sozcu.com.tr/sarapta-arz-talep-sorunu-ureticiyi-vurdu-p30240> (08.08.2024).
- Sun, W., Chen, X., Feng, S., Bi, P., Han, J., Li, S., Liu, X., Zhang, Z., Long, F. ve Guo, J. (2024). “Effect of sequential fermentation with indigenous non-Saccharomyces cerevisiae combinations and Saccharomyces cerevisiae on the chemical composition and aroma compounds evolution of kiwifruit wine”, *Food Chemistry*, 460(Pt 3), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2024.140758>
- Sümbül, A., Yıldız, E. (2022). “Türkiye’de Yetiştiriciliği Yapılan Sofralık, Kurutmalık ve Şaraplık Üzümlerin Üretim Projeksiyonu”, *Erciyes Tarım ve Hayvan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 17–22. <https://doi.org/10.55257/ethabd.1095080>
- Şengül, S. (2017). “Türkiye’nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375–396.
- TADAB (2024). Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı <https://www.tarimorman.gov.tr/TADAB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi> (02.04.2024).
- TADAB (2025). Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı <https://pdtadb.tarimorman.gov.tr/webUibList.aspx> (12.01.2025)
- Tahmaz, H., Söylemezoğlu, G. (2019). “Denizli–Çal Yöresinde Yetiştirilen Şaraplık Üzüm Çeşitlerinin Farklı Dokularında Fenolik Bileşik İçeriklerinin Belirlenmesi”, *Bahçe*, 48(1), 39–48.
- Tasci, A., Semrad, K. ve Yılmaz, S. (2013), “Community Based Tourism Finding The Equilibrium in COMCEC Context: Setting the Pathway for the Future”, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Community_Based_Tourism_Finding_the_Equilibrium_in_the_COMCEC_Context%E2%80%8B.pdf (20.12.2024).
- Tastehungary.com (2018). <https://tastehungary.com/journal/tokaji-aszu-the-story-of-the-worlds-oldest-sweet-wine/#centuries-of-history-and-the-dom-perignon-of-tokaji-aszu> (04.12.2024).
- T.C. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı (1990). *Standart Üzüm Çeşitleri Kataloğu*, Ankara.
- Türk Gıda Kodeksi (2009). *Şarap Tebliği (2008/67)*, Resmî Gazete (27131).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı TÜRK GIDA KODEKSİ ŞARAP TEBLİĞİ (TEBLİĞ NO:(2008/67)

https://www.tarimorman.gov.tr/TADAB/Belgeler/Alkoll%C3%BC%20%C4%B0%C3%A7kiler/%C4%B0lgili%20Mevzuat%20D%C3%BCzenlemeleri/sarap_t_eblig.pdf (02.04.2024).

- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Tarım Ürünleri Piyasaları – Ocak 2021 <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2021-Ocak%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/%C3%9Cz%C3%BCm,%20Ocak-2021,%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasala%20Raporu.pdf> (02.04.2024).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Tarım Ürünleri Piyasaları – Temmuz 2022 <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2022-Temmuz%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/33-%C3%9CZ%C3%9CM%20T%C3%9CP%20TEMMUZ%202022.pdf> (02.04.2024).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Tarım Ürünleri Piyasaları – Haziran 2023 <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2023-Temmuz%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/%C3%9CZ%C3%9CM%20T%C3%9CP%20HAZ%C4%B0RAN%202023-TEPGE.pdf> (02.04.2024).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Tarım Ürünleri Piyasaları <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Menu/27/Tarim-Urunleri-Piyasaları> (02.04.2024).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Standart Üzüm Çeşitleri Kataloğu 1990 https://kutuphane.tarimorman.gov.tr/pdf_goster?file=f1400d83d784ffa3ebb3c59da2e82fdf#book/ (13.05.2024).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2024). Bağ Hastalıkları ve Zararlıları ile Mücadele https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Belgeler/Uretici_Bilgi_Koseleri/Dokumanlar/bag.pdf (01.12.2024).
- T.C. Çal Belediyesi (2024). <https://cal.bel.tr/> (11.11.2024).
- T.C. Çal Kaymakamlığı (2024). <http://www.cal.gov.tr/ilcemiz> (10.09.2024).
- Thach, L. (2021). “Wine Tourism in the USA”, In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (363–376), Cajamar Caja Rural.
- The Guardian. (2017). <https://www.theguardian.com/science/2017/nov/13/evidence-of-worlds-earliest-winemaking-uncovered-by-archaeologists> (01.12.2024).

- Torres, J. P., Barrera, J. I., Kunc, M. ve Charters, S. (2021). “The dynamics of wine tourism adoption in Chile”, *Journal of Business Research*, 127(1), 474–485. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.043>
- Trakya Bağ Rotası. (2024). <https://www.trakyabagrotasi.com/> (19.10.2024).
- tr.investing.com (2024). <https://tr.investing.com/news/economy/avustralyada-sarap-fazlas-arttkca-uzum-baglar-sokuluyor-93CH-2737952> (09.08.2024).
- Tripadvisor (2024). Balloon Rides in Australia, <https://www.tripadvisor.com/Attractions-g255055-Activities-c61-t213-Australia.html> (03.08.2024).
- Tripadvisor (2025). Misi Köyü, Bursa, https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g297977-d8409278-Reviews-Misi_Village-Bursa.html (12.01.2025)
- TRT Haber.com (2023). <https://www.trthaber.com/haber/yasam/denizlide-3500-yillik-uzum-cekirdegi-kalintisi-bulundu-794891.html> (22.03.2024).
- TÜİK (2024). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2023 <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684> (20.10.2024).
- TÜİK (2024). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr> (01.04.2024).
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). Denizli Çal Karası Üzümü, Coğrafi İşaretler Portalı (ci.gov.tr). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38547> (07.08.2024).
- Ultimate Winery Experiences Australia (UWEA). (2024). “Wine in Australia”; in <https://www.ultimatewineryexperiences.com.au/wine-in-australia/> (02.08.2024).
- UNESCO. (2024). <https://www.unesco.org/en/creative-cities> (04.12.2024).
- unesco.org.tr (2024). <https://www.unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO-> (04.12.2024).
- UNESCO World Heritage Convention. (2024). <https://whc.unesco.org/en/list/> (30.09.2024).
- UNESCO (2025). Lavaux Bağ Terasları, <https://whc.unesco.org/en/list/1243/> (13.01.2025).
- UN Tourism (2024). <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (11.07.2024).
- Urla Bağ Yolu (2024) <https://urlabagyolu.com/saraphanelerimiz/> (25.08.2024)
- Urla Bağ Yolu (2024) <https://urlabagyolu.com/uzum-baglari-2/> (25.08.2024)

- Urla Bağ Yolu Derneği (2024) <https://urla.org.tr/place/urla-bagyolu-dernegi/> (20.10.2024)
- Üzülmez, M. (2021). “Yöresel Mutfak ile Destinasyon ve Gastronomi Turizmi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir İnceleme”, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.51525/johti.934718>
- Vicente Elías Pastor, L. (2021). “Vineyard Landscapes and Wine Museums as Wine Tourism Resources”, In Raúl Compés López & Gergely Szolnoki (Eds.), *Sustainable and Innovative Wine Tourism: Success Models From All Around The World*, (63–74), Cajamar Caja Rural.
- Visit French Wine.com (2024). <https://www.visitfrenchwine.com/> (01.07.2024).
- Visit French Wine.com (2024). <https://www.visitfrenchwine.com/en/vineyard/visit-the-alsace-vineyards-wine-tourism> (01.07.2024).
- Visit Napa Valley. (2024). www.visitnapavalley.com (11.07.2024).
- Vos, K. (2019). “The Development of Wine Tourism in Atypical Wine Regions: the Challenge of Multistakeholder Cooperation?”, *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, 24(2), 127–142. <https://doi.org/10.18778/1641-4233.24.08>
- Wine Australia. (2024). <https://www.wineaustralia.com/market-insights/australian-wine-sector-at-a-glance> (02.08.2024).
- Wine Australia. (2024). <https://www.wineaustralia.com/market-insights/regions-and-varieties> (03.08.2024).
- Wine Literature of the World. (2024). <http://www.winelit.slsa.sa.gov.au/grapeswines.htm> (03.08.2024)
- Wines of South Africa. (2024). <https://www.wosa.co.za/Wine-Country/Wine-Tourism/Wine-Routes/> (07.08.2024).
- Wine Routes of Spain. (2024). <https://wineroutesofspain.com/en/wine-routes/> (26.05.2024).
- Winetourism.com (2025). La Côte Bağ Rotası, <https://www.winetourism.com/wine-appellation/la-cote/> (13.01.2025).
- Yıldırım, A. E. tarimdunyasi.net (2023). <https://www.tarimdunyasi.net/2023/08/29/uzumde-zor-bir-sezon-yasaniyor/> (08.08.2024).
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (11. baskı: 1999-2018), ODTÜ, Ankara.

- Yıldırım, F. (2019). “Batılı Seyyahların Gözüyle Tuna Havzasında ve Rumeli’de Folklor (15-19. Yüzyıllar)”, In A. Aksın, Y. Haykır, ve F. Yıldırım (Eds.), *Tarih Yolunda Bir Ömür: Ergün Öz Akçora Armağanı*, (1. baskı, 331–374), Hiperyayın.
- Yordam, S., Düşmezkalender, E. (2019). “Toplum Temelli Turizm: Lavanta Kokulu Köy Örneği”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1211-1227.
- Yurtoğlu, N (2019). “Cumhuriyet Dönemi’nde Türkiye’de Üzüm Yetiştiriciliği ve Üzüm Politikaları (1923-1960)”, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 19(39), 715–758.
- Zengin, B., Erkol Bayram, G. (2015). “Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, In *15. Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara.
- Zoğal, V., Emekli, G. (2018). “Urla’da (İzmir) İkinci Konutların Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 189-204.

EKLER

Ek 1. Denizli ve Çevresi İçin Oluşturulan İki Günlük Tarihi ve Turistik Gezi Planı

1. Gün: Denizli Şehir Merkezi ve Pamukkale

Sabah

Kahvaltı: Denizli merkezde yöresel bir kahvaltı.

Pamukkale Travertenleri:

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan beyaz travertenleri ve antik havuzları keşfetme.

Hierapolis Antik Kenti ziyareti: Tiyatro, hamam ve nekropolü inceleme.

Cleopatra Havuzu: Sıcak termal sularında yüzerek rahatlama.

Öğlen

Öğle Yemeği: Denizli ve çevresindeki restoranlarda yerel Ege mutfağını deneyimleme (örneğin, Denizli kebabı ve tahinli pide).

Öğleden Sonra

Laodikeia Antik Kenti: Denizli'ye yakın antik bir Roma yerleşimi olan Laodikeia'da kazı alanlarını ve sütunlu caddeleri gezme.

Akşam

Çal Bağ Yolu'na Varış:

Denizli'nin Çal ilçesine doğru yola çıkış.

Yerel bağlarda gün batımında şarap tadımı ve üretim süreci hakkında bilgi alma (örneğin, Çal Karası şaraplarının tadımı).

Konaklama: Çal'da butik bir otelde konaklama.

2. Gün: Çal Bağ Yolu ve Doğa Keşfi

Sabah

Sabah Yürüyüşü ve Kahvaltı:

Çal'da doğa yürüyüşü ve yerel ürünlerle yapılan bir kahvaltı.

Ekşi Höyük çevresinde kısa bir gezi.

Bağ Gezileri:

Çeşitli üzümünün yetiştirildiği bağlarda gezinti.

Şarap üreticileriyle birebir sohbet ve şarap yapımı hakkında atölye çalışması.

Öğlen

Öğle Yemeği: Otantik özellikler taşıyan bir köyde veya bir şaraphanenin restoranında şarap eşliğinde geleneksel yemekleri deneyimleme (örneğin, gözleme, keşkek, kuru bamya, şarap eşliğinde yerel mezeler).

Öğleden Sonra**Apollon Lairbenos Tapınağı:**

Antik döneme ait bu tapınakta tarihi atmosferi keşfetme.

Tapınağın yer aldığı tepede manzara eşliğinde fotoğraf çekimi.

Çal Bağ Bozumu Kültür ve Sanat Festivali Alanı (uygunsa):

Eğer program festival tarihlerine denk gelirse, festivale katılım.

Akşam

Güney Şelalesi: Denizli'nin doğal güzelliklerinden biri olan şelalede dinlenme ve piknik havasında vakit geçirme.

Dönüş: Denizli şehir merkezine dönüş veya otel konaklaması.

İstanbul'dan uçakla gelinmesi halinde havaalanından araç kiralarak Kaklık Mağarasından başlayarak yukarıdaki program ikinci gün birinci günle yer değiştirerek de uygulanabilir.