

Malatya İlindeki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Değerlendirmesi
Evalutaon of Geographical Indication Products in Malatya Province

İrfan TAPAN

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, İstanbul,
Türkiye

Istanbul University Institute of Social Sciences, Department of Geography, PhD Student, İstanbul,
Türkiye

ORCID: 0000-0003-2925-9772| e-mail: nafrinapat.1989@gmail.com

Makale Bilgisi / Article Information

Cite as/Atıf: Tapan, İ. (2023). Malatya ilindeki coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi. *Fikriyat Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 41-64.

Makale Türü / Article Types: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Received: 19.02.2023 **Kabul Tarihi / Accepted:** 11.07.2023

Yayın Tarihi / Published: 14.07.2023

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Haziran/June 2023

Cilt/ Volume: 3 Sayı/ Issue: 1

Sayfa / Pages: 41-64

İntihal / İntihal: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi. / This article has been reviewed by at least two reviewers and confirmed to be plagiarism-free.

Yayıncı / Published by: Siirt Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi / Siirt University Faculty of Arts and Sciences

Etik Beyan / Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur (İrfan TAPAN). It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Öz

Coğrafi İşaretli Ürün (CİÜ) bir bölge veya yöreye özgü olan, bünyesinde bulunduğu yörenin özelliklerini barındıran, yörenin kültürel mirasını gelecek kuşaklara sürdürülebilir bir biçimde bırakabilen bölgesel veya yöresel işaretlerdir. Coğrafi işaretli ürünler tescillenerek koruma altına alınıp bölgenin tanınırlığı ve markalaşmasında önemli rol oynamaktadırlar. Malatya ilinde de coğrafi işaretli ürünler arasında markalaşmış Malatya Kaysısı bulunmaktadır. Ayrıca Malatya ilinde kaysı ile birlikte toplam 21 tane coğrafi işaretli ürün bulunmakta olup, bu ürünlerden 7 tanesi menşe geriye kalan 14 tanesi ise mahreç ürünüdür. Bu çalışmada Malatya ilinin coğrafi işaretli ürünleri, bu ürünlerin özellikleri, yararları, ekonomiye faydaları, turizm için önemi, yerel ve kırsal kalkınma faaliyetlerindeki rolü araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda doküman tarama yöntemi kullanılarak ikincil verilerden yararlanılmıştır. Toplanan veriler genel olarak Türk Patent Enstitüsü resmi sitesinden elde edilmiştir. Ayrıca birçok makale ve bildiri kitabı taraması da yapılarak bilimsel veriler kullanılmıştır. Toplanan verilerin analiz edilmesinde ise betimleyici bir analiz yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak ise Malatya ilinde coğrafi işareti tescil edilmiş ürünlerin genel özellikleri ayrı ayrı olarak derlenip bulgular kısmına dâhil edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Malatya, coğrafi işaretli ürün, kırsal kalkınma, gastronomi.

Abstract

Geographical Indications Product (GIU) are regional or regional signs that are unique to a region or region, contain the characteristics of the region in which it is located, and can leave the cultural heritage of the region to future generations in a sustainable way. Geographically marked products are registered and protected, and they play an important role in the recognition and branding of the region. In the province of Malatya, there is the branded Malatya Kaysısı among the geographically indicated products. In addition, there are 21 geographically marked products in total, including apricots, in Malatya, 7 of which are origin products and the remaining 14 are origin products. In this study, the geographically indicated products of Malatya province, the features of these products, their benefits, their benefits to the economy, their importance for tourism, and their role in local and rural development activities were investigated. For this purpose, secondary data was used by using document scanning method. The collected data were generally obtained from the official website of the Turkish Patent Institute. In addition, many articles and proceedings book were scanned and scientific data were used. A descriptive analysis method was used to analyze the collected data. As a result, the general characteristics of the products with registered geographical indications in Malatya were compiled separately and included in the findings section.

Keywords: Malatya, geographically indicated product, rural development, gastronomy.

Giriş

Patentler ve ticari markalar gibi diğer fikri mülkiyet hakları kategorilerinin aksine coğrafi işaretler için dünya çapında kabul edilmiş genelleyici bir tanım bulunmamaktadır (Bramley & Kirsten, 2007:49). Dünya Ticaret Örgütü coğrafi işareti bir ürünün kalite, itibar ya da diğer özelliklerinin kökeni ait olduğu coğrafyaya atfedilmesi olarak tanımlarken, Avrupa Birliği, kalitesi itibarı veya diğer özellikleri coğrafi kökeni ile bağlantılı bir ürün olarak tanımlamıştır (Demirci vd., 2019:267). Türk Patent Enstitüsü'nün yaptığı tanıma göre ise coğrafi işaretli ürün; tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretidir. Coğrafi işaret tescili ile kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen hammaddesi ile yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunması sağlanır (TPE, 2021a).

Coğrafi işaret benzerleri olan ürünlerden ayırt edici ve kendisine has olan özellikleriyle öne çıkan ve bulunduğu bölge ile özdeşleşen ürünlere verilen işaret olmasının yanında, coğrafi işaretler bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısını da ifade etmektedir (Dimara, Petrou & Skuras, 2004). Coğrafi işaret, tüketiciler nezdinde tanınmış ve ünlenmiş ürünlerin üretim metodlarının ve yerlerinin arantı altına alınmasını sağlayan işaretlerdir. Yöresel ürün üreticilerinin haksız rekabete maruz kalmamaları ve yöresel ürünleri sahtelerine karşı korumak için geliştirilmiş ve tüketiciyi yanlış bilgilendirmeye karşı koruyarak ülkesel anlamda bir koruma sağlamaktadır (Şimşek, 2020:317). Aynı şekilde coğrafi işaret onayı almış ürünler, ürün kalitesini, geçmişten getirdiği özellikler, bölgeden sağlanan ürünlerin hammaddesi ile bölgeye özgü özelliklerle bağlantılı olarak belirli bir popülerite kazanmış ürünlerin korunması sağlanır (Mertol ve Yaylacı, 2021, s. 313) Coğrafi işaret, tüketiciye ürünün nereden geldiğini ve ne tür özelliklere sahip olduğu ile geldiği bölgenin kültürü hakkında bilgi vermektedir. Giderek küresel bir ağ halini alan dünyada insanların yerel ürün ve kültürlerine olan ilgisi gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum tüm dünyada coğrafi işaret kavramının geniş alanlara yayılmasını ve bu işareti almış ürünlerin korunması sağlamıştır. Bu kapsamda yerel ürünlerin dünya ile buluşması sağlanarak farklı kültürlerin birbirini tanınması ve farklı kültürlerle karşı olan ilgi ve merakın artması sağlanmaktadır.

Dünya nüfusunun giderek artması ve yaşanan sosyoekonomik değişimler insan yaşamında da bir takım değişiklikler yapmıştır. Bu doğrultuda insanların ihtiyaçları, alışkanlıkları ve zevkleri yeniden şekillenmeye başlamış ve bunun sonucunda da insanların tüketim yapısında değişiklikler meydana gelmiştir. Tarım, gıda ve diğer ihtiyaçların üretiminde yoğun bir biçimde kullanılan teknolojiler, geleneksel ve yöresel ürünlerin talebi ve önemi artmıştır (Şahin & Meral, 2012, Yönet Eren & Ceyhun Sezgin, 2021:60-61). Talebin artmasıyla birlikte bir çok devlet ürettiği ürünü korumak ve ürününü üretilen diğer ürünlerden farklı kılmak için coğrafi işaret kavramını ortaya çıkarmışlardır.

Coğrafi işaretlemenin geçmişine bakıldığında M.Ö. Yunanistan'ın Thasos Adası'ndaki şarapların kalitesini belirlemek ve yine M.Ö. Mısır piramitlerinin yapımında kullanılan ve dayanıklı olan tuğlaların kökenini belirlemek için de kullanıldığı görülmektedir (Kan, 2011). Daha sonraki dönemlerde ise 12. yüzyılda İngiltere ve Orta Avrupa'da dokumacıların ürettikleri ürünlerin coğrafyasının belirtilmesi veya etiketlenmesi suretiyle kullanıldığı düşünülmektedir. Aynı şekilde koloniler arasında baharat ve benzer egzotik ürünlerin ticaretinin yapılmasını sağlamak amacıyla oluşturulduğu tahmin edilmektedir (Gökovalı, 2007, Oraman, 2015:79). ‘‘Coğrafi İşaretli Ürün’’ kavramının ise tam olarak nasıl ve nerede ortaya çıktığı konusu kesin olarak bilinmemekle birlikte ilk kez 1612 yılında İtalya'nın Parma Bölgesi'nde Parmesan Peyniri'ni korumak için bir kanunname yayınlanmış ve bu kanunnameyle birlikte Parmesan Peyniri'ne yalnızca Parma yöresinde üretilme izni verilmiştir (Kızıltepe, 2005 ve Keskin, 2019:10). Kavramsal olarak ise ilk kez 1803-1824 yılları arasında Fransa'da şarap üreticilerinin ürünlerini sahte şarap üreticilere karşı korumak için çıkardıkları ayaklanma sonucunda oluşturulan ‘‘*appellations of control*’’ sistemidir (Yürekli, 2015, s. 44). Dünyada Fransız Şarabı ve İtalyan Peyniri küresel çapta ün yapmış ve bu alanda markalaşmış ürünlerdir. Bu iki ülke aynı zamanda coğrafi işaret konusunda da dünyada ilk örneklerini hazırlayan ülkelerdir. Dünya üzerinde coğrafi işaretli ürünlerin tespit edilip tescillenecek koruma altına alınması ve sistemde kayıt altına alınmasına yönelik ‘‘ilk yasal düzenleme’’ ise 1992 yılında Fransız sisteminden ilham alınarak Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerde uygulanmaya başlanmıştır (Berard & Marchenay, 2006, s. 110). Uluslararası Coğrafi İşaretler Ağı'nın verilerine göre dünyada yaklaşık 60.000 bin coğrafi işaret alan ürün bulunmaktadır. 2018 yılında Avrupa Birliği'ne bağlı ülkelerde toplam 3.194 coğrafi işaretli ürün vardır. Bunların 1.432'si tarım ve gıda çeşidi iken geriye kalan 1.762'si ise şarap türlerinden

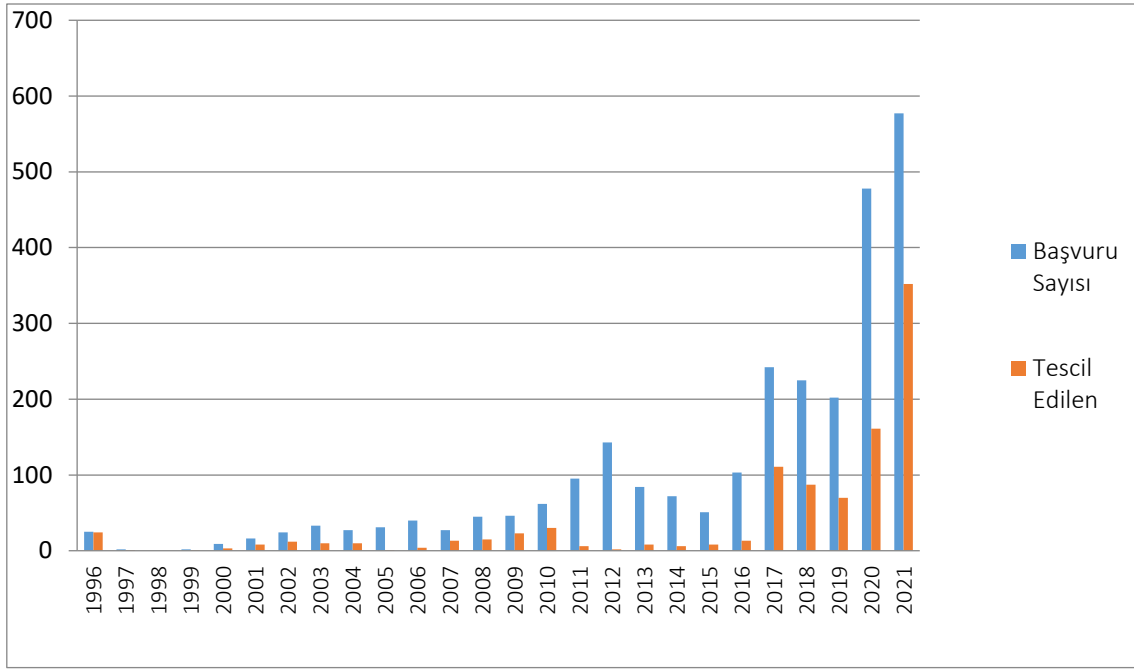
oluşmaktadır. Bu ürünlerden 1.937'si menşe iken, 1.199 tanesi mahreç, 58'si ise geleneksel üründür. Bu ürünlerin toplamı dünyadaki coğrafi işaretli ürünlerin %32'sine denk gelmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise toplam 1.000 adet coğrafi işaretli ürün bulunmakta olup dünyadaki coğrafi işaretli ürünlerin %10'na sahiptirler. Bu ülkelerde coğrafi işareti teşçillenmiş olan ürünler Avrupa Gıda Sisteminde kayıt altına alınmaktadır. Dünyada coğrafi işaret olarak markalaşmış ürünler Fransa'nın Champagne Köpüklü Şarabı, yine Fransa'nın Roquefort Peyniri ve İtalya'nın Toscano Zeytinyağı ile Parmesan Peyniri, Meksika'nın da Tequila İçkisi gibi çok tanınan coğrafi işaretli ürünlerdir.

Ülkemizde de 1995 yılında hazırlanan "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" ile coğrafi işaretli ürünler koruma altına alınmaya başlanmıştır. Ancak ülkemizde coğrafi işaret olarak kabul edilen ürünler AB'nin kabul ettiği ürünlerden farklıdır. Avrupa Birliği'nin kabul ettiği coğrafi işaretli ürünlerde, tarım ürünleri olmayan ürünler sistem dışında tutulup coğrafi işaret olarak kabul edilmezken, Türkiye'de el sanatları, endüstri ürünleri, hayvanlar, tarımsal ürünler, doğal ürünler ve maden ürünleri gibi ürünler de coğrafi işaretli ürün olarak kabul edilip tescillenerek koruma altına alınmaktadır.

Coğrafi işaretli ürün mahreç, menşe ve geleneksel ürün olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Coğrafi işaretli ürün bir yöre, bölge veya suruma özgü üretim, işlenme ve diğer işlemlerin yapılması için sadece coğrafi alan sınırlarında gerçekleşmesi menşe olarak adlandırılırken, bu ürünlerden en az birinin yöreye ait olması ve başka bölge veya yörede de üretilebiliyor olması mahreç olarak ifade edilmektedir (TPE, 2021a). Ülkemizde Eskişehir Lületaş, Diyarbakır Karpuzu, Antep Fıstığı, Aydın Kestanesi, Giresun Tombul Fındığı, Malatya Kaysısı, Ezine Peyniri birer menşe işaret iken, İnegöl Köfte, Şanlıurfa Çiğköftesi, Mardin Kaburga Dolması, Çorum Leblebisi, Mersin Cezeryesi ise önemli birer mahreç işaretidir. Coğrafi işaretli ürünler bazen bulunduğu bölgenin adıyla anılır ve bu şekilde markalaşır. Örneğin Malatya Kaysısı, Isparta Halısı, Washington Portakalı, Sarıyer Böreği gibi coğrafi işaretli ürünler bulunduğu bölgenin adıyla anılan ve markalaşmış ürünlerdir. Ülkemizde üretilen ürünlerin satıldığı pazarlarda bu ürünü tarif etmek için menşe ve mahreç işareti kapsamına girmeyen ancak geleneksel olarak üretildiği bölgede en az 30 yıl süreyle üretilen ve bu üretimi kanıtlanan ürünler ise geleneksel ürün olarak adlandırılmaktadır (TPE, 2021a). Geleneksel ürünlere örnek olarak baklava, lokum, hoşmerim, pastırma verilebilir.

1. Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gelişimi

Ülkemizde 10 Mart 2022 tarihi itibarıyla 352 ürün tescil edilerek coğrafi işaretli ürün listesine alınmıştır. Ancak AB'nin ülkemizde kabul ettiği yalnızca yedi coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bunun nedeni AB ile Türkiye'nin coğrafi işaret olarak kabul ettiği ürünlerin kapsama alanının farklı olmasıdır. Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlerin tescil edilmesinin amacı; yerel yönetimleri ve kırsal kalkınmayı desteklemek, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri korumak, turizme katkıda bulunmak ve ürün taklitçiliği ile mücadele edebilmektir. Ülkemizde söz konusu ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler, tüketici dernekleri, ürünün üretildiği yöreye ait olan kamu kuruluşları coğrafi işaretli ürün başvurusu yapabilmektedirler (Oraman, 2015:77). Türkiye'de doğal ürünler, tarım ürünleri, maden ürünleri, el sanatları, sanayi ürünleri ve hayvanlar coğrafi işaretli ürün kapsamına girmektedir. Ülkemizde coğrafi işaret olarak tescillenen ilk ürün 1996 yılında Sümer Halı markasına ait olan 25 adet dokuma halısıdır (Oraman, 2015, s. 79).

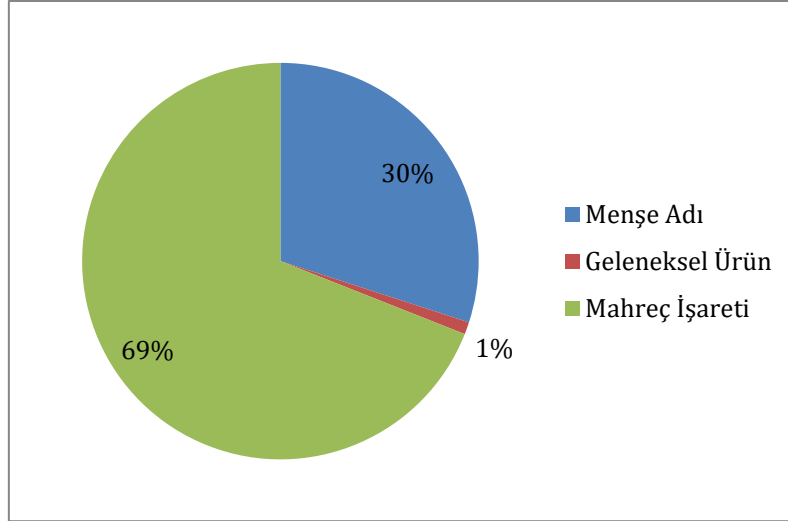


Kaynak: TPE, 2021b

Grafik 1: Türkiye’de CİÜ Başvuru Sayısı ile Tescil Edilen Ürünler (1996-2021)

Avrupa Birliği’nin coğrafi işaret olarak kabul ettiği ürünler ise Malatya Kaysısı, Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri, Aydın Kestanesi, Kastamonu Taşköprü Sarımsağı, Milas Zeytinyağı ve Bayramiç Beyazı’dır. Coğrafi İşareti tescil edilmiş olan bu ürünlerin yanında tescil başvurusu yapılmış ve AB Komisyonu tarafından incelemeler devam eden ürünler de bulunmaktadır. Bu ürünler; Afyon Sucuğu, Afyon Pastırması, İnegöl Köfte, Kayseri Sucuğu, Kayseri Pastırması, Kayseri Mantısı, Antep Fıstığı, Antep Lahmacunu, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Giresun Tombul Fındığı, Antakya Künefesi, Maraş Çöreği, Çağlayancerit Cevizi, Maraş Tarhanası, Gemlik Zeytini, Milas Yağlı Zeytini, Gaziantep Menengiç/Melengiç Kahvesi ve Araban Sarımsağı’dır. Ülkemizde coğrafi işaretli ürünlerin tescil edilmesi için 1996 yılından 2021 yılına kadar geçen sürede başvurusu alınan ve kabul edilen ürünler Grafik 1’de verilmiştir. 1996 yılında 25 tane coğrafi işaretli ürün bulunurken, 2021 tarihi itibarıyla bu sayı 1032 rakama ulaşmıştır. Ayrıca 2021 yılı içerisinde tescil başvurusu yapılmış ve inceleme süreci devam eden 772 adet ürün bulunmaktadır. Ülkemizde coğrafi işaretli ürün tescili başvurularında esas sıçrama 2017 yılından sonra gerçekleşmiştir. Bunun nedeni 2017 yılında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun yürürlüğe girmesidir. Bu kanunla birlikte ülkemizde de coğrafi işaretli ürün sayısı ciddi olarak artmaya başlamıştır. Örneğin 2016 yılında 103 tescil başvuru yapılırken, 2017 yılında 242 başvuru, 2020 yılında 478 ve 2021 yılında da 577 tescil başvurusu yapılmıştır. Aynı şekilde 2016 yılında 13 ürünün tescil başvurusu kabul edilirken, 2017 yılında 111, 2021 yılında ise 352 ürünün başvurusu kabul edilmiştir.

Ülkemizde 2021 yılında ülkemizde tescil edilen 1032 ürünün %69’u mahreç işareti, %30’u menşe işareti ve %1’i ise geleneksel üründür. Tescilli coğrafi işaretlerin ürün gruplarına göre dağılımına ise %24,7 (254 ürün) ile yemek ve çorbalar, %21,8 (224 ürün) ile meyve ve sebzeler ile mantar türleri, %19 (196 ürün) ile hamurlu ürün ve tatlılar oluşturmaktadır. En az orana sahip ürünler ise %0,1 (1 ürün) tütün ve %0,4 (4 ürün) dondurma çeşitleridir. Bu ürünleri %1,1 (11 ürün) ile alkollü içecek ve biralar, %1,2 (12 ürün) alkosüz içecekler, %1,3 (13 ürün) ile soslar ve tuz %1,3 (13 ürün) ile peynir ve tereyağları dışında kalan süt ürünleri oluşturmaktadır (Grafik 2).



Grafik 2: Türkiye’de CIÜ Türlerine Göre Tescil Oranı, 2021

Türk Patent Enstitüsü’nün 2021 verilerine göre ülkemizde coğrafi işaretli ürünlerin illere göre dağılımında en fazla Gaziantep ilinin coğrafi işaretli ürüne sahip olduğu belirlenmiştir. Gaziantep’te 80 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Gaziantep ilinden sonra ise Konya ili 46 ürün ile ikinci sırada, Şanlıurfa ve Afyon illeri ise 34 coğrafi işaretli ürünle bu illeri takip etmektedir. Ülkemizde tescil edilmiş ürünlerin tescil ettiren kişi ya da kurumlara göre dağılımına bakıldığında ise belediyeler ve sanayi odaları ön plana çıkmaktadır. Ülkemizde belediyelerin başvuru yaptığı 331 ürün tescillenirken, sanayi odalarının başvuru yaptığı toplam 327 ürün tescillenmiştir. Bu kurumları ticaret borsası, valilikler, kaymakamlık, diğer odalar, kooperatif, vakıf ve dernekler takip etmektedir. Tescil başvurusu en az kabul edilen kuruluşlar ise askeri okullar, bakanlık, kalkınma ajansları, gerçek veya tüzel kişiler, üniversiteler ve yurtdışı üretici birlikleridir.

2. Malatya İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Malatya, gerek çok kültürlü bir yapıya sahip olması gerekse de bölgede bir geçiş ikliminin bulunmasından dolayı önemli bir coğrafi mekân alanı olmuştur. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmasından dolayı şehirde çok kültürlü bir yapı bulunmaktadır. Şehirde Türk-Kürt-Arap kültürlerinin karışmasıyla kebab, kömbe, pestil, köfte gibi gastronomi alanında önemli ürünler oluşmuştur. Ayrıca bölgenin coğrafi yapısı ve konumunun İç Anadolu, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz bölgeleriyle bir kesişme noktasında bulunmasından dolayı bölge bir karasal iklim ile Akdeniz ikliminin bir kesişme noktası haline gelmiştir. Bu durum il topraklarında bir geçiş iklimi oluşturarak bölgede yetişen bitki türlerine çok çeşitlilik kazandırmıştır. Bu çeşitlilik de bölgede kayısı, ceviz, üzüm, kiraz, reyhan gibi coğrafi işaretli ürünlerin yetişmesine olanak sağlamıştır. İşte bu çok kültürlülük ve iklimsel çeşitlilik de ilde başta 21 coğrafi işaretli ürün olmak üzere pek çok ürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır. Türk Patent Enstitüsü’nün 2021 yılı verilerine göre Malatya ilinde toplam 21 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu 21 coğrafi üründen 7 tanesi menşe, 14 tanesi ise mahreç işaretli üründür (Tablo 1).

Tablo 1: Malatya İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

Coğrafi İşaretli Ürün	Tescil Yılı	Menşe Ürün	Mahreç Ürün	Ürün Grubu	Coğrafi Sınırı	Tescilleyen Kişi/Kurum
Malatya Kaysısı	2002	X		Meyveler	Malatya İli	Malatya Ticaret ve Sanayi Odası
Arapkir Köhnü Üzümü	2008	X		Meyveler	Arapkir ilçesinin köyleri	Arapkir Belediyesi
Dalbastı Kirazı	2017	X		Meyveler	Malatya İli	Yeşilyurt Belediyesi
Arapkir Mor Reyhanı	2017	X		Sebzeler	Arapkir İlçesi	Arapkir Belediyesi

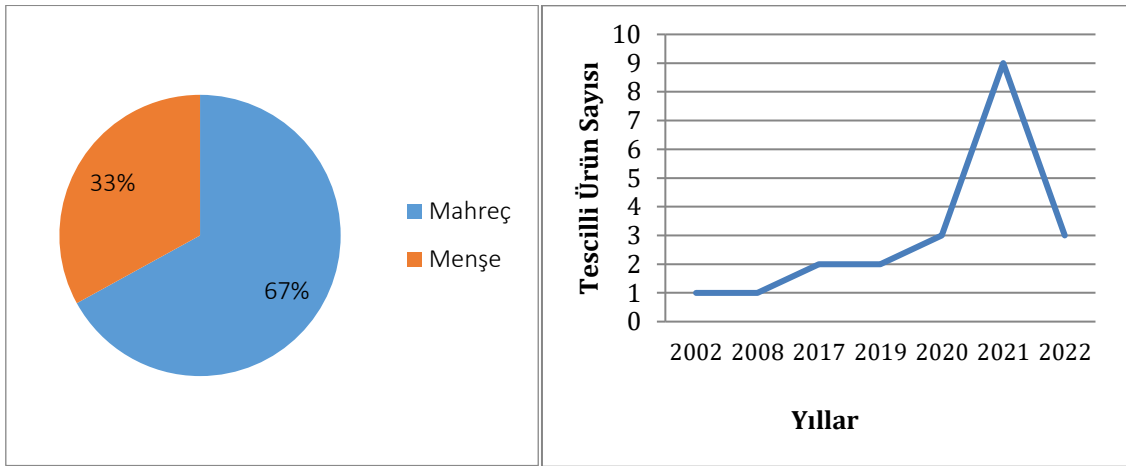
Hekimhan Cevizi	2019	X		Meyveler	Hekimhan İlçesi	Fırat Kalkınma Ajansı
Akçadağ Halısı	2019		X	Halılar ve Kilimler	Akçadağ Merkez, Kürecik ve Ören	Malatya İli Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarma Köftesi/Sarması	2020		X	Yemekler, Çorbalar	Yeşilyurt İlçesi	Yeşilyurt Belediyesi
B. Haşhaşlı Dut Pestili	2020		X	Çikolata Şekerleme	Battalgazi İlçesi	Battalgazi Belediyesi
Malatya Kay. Çekirdeği	2020	X		Meyveler	Malatya İli	Malatya Ticaret Borsası
Malatya Tandır Ekmeği	2021		X	Fırıncılık, Pastacılık	Malatya İli	Yeşilyurt Belediyesi
Malatya Kurabiyesi	2021		X	Fırıncılık, Pastacılık	Malatya İli	Yeşilyurt Belediyesi
Malatya Kâğıt Kebabı	2021		X	Yemekler, Çorbalar	Malatya İli	Malatya Sany. ve Tekn. İl Müdürlüğü
Analı Kızlı/Tiritli Köfte	2021		X	Yemekler, Çorbalar	Malatya İli	Yeşilyurt Belediyesi
Banazı Karası Üzümlü	2021	X		Meyveler	Yeşilyurt ve Akçadağ İlçeleri	Yeşilyurt Belediyesi
Malatya İçli Köfte	2021		X	Yemekler, Çorbalar	Malatya İli	Yeşilyurt Belediyesi
Akçadağ Kömbesi	2021		X	Fırıncılık, Pastacılık	Akçadağ İlçesi	Akçadağ Belediyesi
Arapkir Dolaması	2021		X	Yemekler, Çorbalar	Arapkir İlçesi	Arapkir Belediyesi
Arapkir Tandır Kebabı	2021		X	Yemekler, Çorbalar	Arapkir İlçesi	Arapkir Belediyesi
Malatya Köpük Pestili	2022		X	Çikolata, Şekerleme	Malatya İli	Malatya Ticaret Borsası

A.Manusa Dokuması	2022		X	Dokumalar	Arapkir İlçesi	Arapkir Belediyesi
Arapkir Pohmutu	2022		X	Çikolata, Şekerleme	Arapkir İlçesi	Arapkir Belediyesi

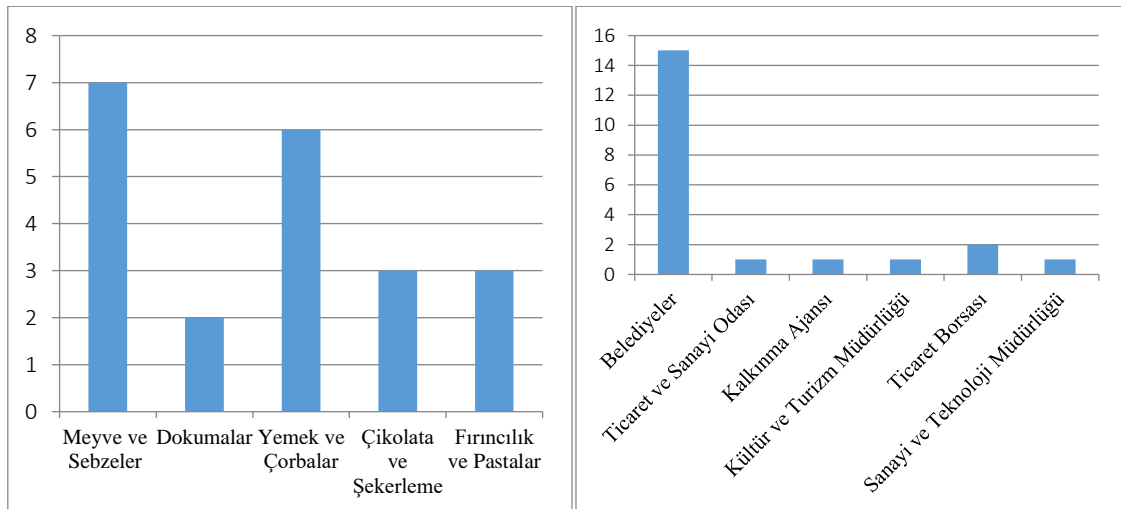
Kaynak: TPE, 2021b

Türk Patent Enstitüsü'nün verilerine göre Malatya ilinde coğrafi işaret olarak ilk tescil edilen ürün Malatya Kaysısı'dır. Ürün türü olarak bir menşе işaret olan Malatya Kaysısı aynı zamanda Avrupa Birliği'nin ülkemiz için tescil ettiği üçüncü ürün olup, tescillenen yedi üründen de bir tanesidir. Bu bakımdan ürünün ünü ülke sınırlarını aşarak hem il hem de ülke için bir marka ürün olmuştur. Bu ürün 2014 yılında Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'nın başvurusu sonucunda 2017 yılında Avrupa Birliği tarafından tescilli ürün listesine alınmıştır. Malatya'da 2008 yılında Arapkir Köhnü Üzümü ikinci sırada tescillenen coğrafi işaretli üründür. Bu ürünün tescil başvurusu Arapkir Belediyesi tarafından yapılmıştır. Ürün Arapkir ilçesine bağlı köylerde yetiştirilmektedir (Tablo 1). Malatya ilinde coğrafi işaretli ürünlerde esas sıçrama ise ülkemizdekine benzer şekilde 2017 yılından sonra gerçekleşmiş ve bu yıla kadar sayısı iki olan coğrafi işaretli ürün bu yıldan sonra 21'e yükselmiştir.

Malatya ilinde coğrafi işaretli ürünlerin %67'si mahreç ürün iken geriye kalan %33'de menşе işaretli üründür. Yıllara göre tescil sayısında ise 2021 yılında 9 ürünün tescil edilmesiyle birlikte keskin bir yükseliş göze çarpmaktadır. Grafik 4'te ise Malatya ilindeki tescilli ürünlerin ürün grubu ve bu ürünleri tescilleyen kurumlar verilmiştir. Ürün gruplarında meyve ve sebze ilk sırada yer alırken, yemek ve çorbalar ikinci sırada gelmektedir. Tescilli ürünleri tescil eden kurumlar da ise belediyeler açık ara farkla ilk sırada bulunmaktadır (Grafik 3).

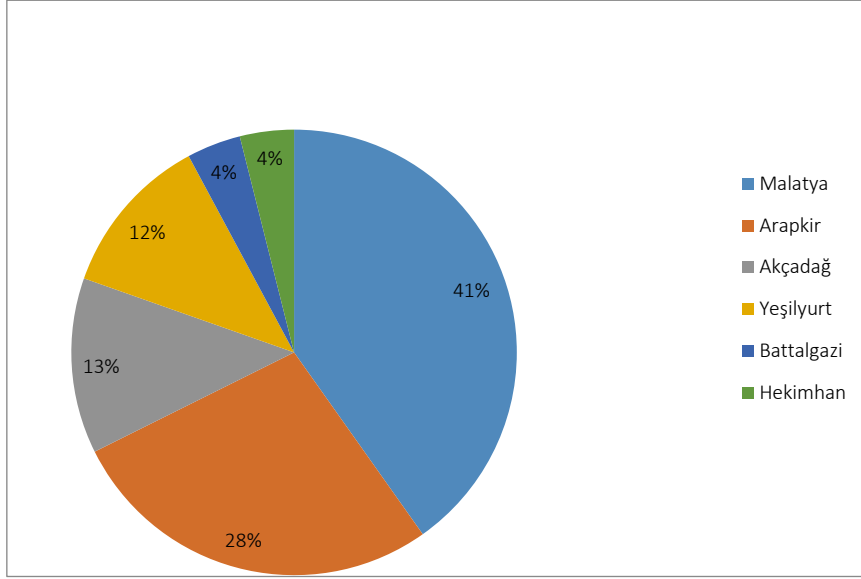


Grafik 3: Malatya İlindeki CİÜ, Ürün Türü ve Yıllara Göre Tescil Sayısı



Grafik 4: Malatya İlindeki CİÜ, Ürün Grupları ve Tecilleyen Kurumlar

Malatya'da bulunan coğrafi işaretli ürünlerin coğrafi sınırlarına bakıldığında; bu ürünlerin %41'i Malatya ili sınırlarında, %28'i Arapkir ilçesinde, %13'ü Akçadağ ilçesinde geriye kalan ürünlerin %12'si Yeşilyurt 4'ü ise Battalgazi ve Hekimhan ilçelerinde bulunmaktadır.



Grafik 5: CİÜ Malatya İli ve İlçelerine Göre Yüzdeleri Dağılım Oranı

2.1. Malatya Kayısı

Malatya'da üretilen kayısı çeşitlerinin başında Hacihaliloğlu gelirken son yıllarla birlikte şehirde Kabaası ve Soğancı kayısı çeşitleri de yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu kayısı çeşitlerinin yanında Hasanbey, Çöloğlu, Çataloğlu, Şekerpare, Yeğen, Hacıkız, Paşamışmiş ve Turfanda gibi önemli kayısı türleri bulunmaktadır. Bu kayısı türlerinden Hacihaliloğlu, Kabaası, Soğancı ve Çataloğlu kurutmalık kayısı olarak tüketilirken, geriye kalan türler ise sofralık kayısı olarak tüketilmektedir.



Fotoğraf 1: Bazı Kayısı Türleri ve Günkurusu

Malatya Kayısı kışın yaklaşık 50-60 gün arasında soğuk havaya ihtiyaç duyar. Çiçeklenme ve çağla döneminde meydana gelecek don olaylarından zarar görür. Kış mevsiminde soğuk hava, kurak bir ilkbahar ile güneşli ve sıcak bir yaz mevsimine ihtiyaç duyar. Kayısı ağaçları bahar ve sonbahar arasında

en az 5 ya da 6 kez sulanmalıdır. En iyi yetişme şartlarına sahip topraklar sıcak ve besin maddelerince zengin olan tınlı-kireçli topraklardır. Nemli ve taban suyu yüksek topraklarda yeterince oksijen alamayan kökler boğulur ve meyve vermesi güçleşir. Kayıların şekilleri Hacihaliloğlu, Kabaası ve Çataloğlu'nda oval, Soğancı ve Çöloğlu'nda yuvarlak, Hasanbey'de kalp şeklinde bir yapıya sahiptir. Kayısının rengi sarı olup, Haziran-Temmuz ayları arasında olgunlaşıp hasat edilerek islimlenir ve kükürtlenerak kurutulmaktadır. Günkurusu kayısı ise hasat edildikten sonra kükürtleme yapılmadan güneş önüne serilerek koyu kahve bir renk alır.

2.2.Arapkir Köhnü Üzümü

2008 yılında tescil edilen Arapkir Köhnü Üzümü asma kök ve sürgün sisteminden oluşmakta olup, üzüm salkımları asma ya da çardak adı verilen ve genellikle kuru ağaç dallarından yapılmış tahta bir sistemden sarkarlar. Fidan ekimi sonbahar veya ilkbahar aylarında yapılmakta olup, fidanın etrafı bel ya da çapa makinesi ile toprak işleme hareketi gerçekleşir. Üzüm üretimi eylül ayında yapılmakta olup, üzüm tanelerinin rengi mavimsi bir siyahı andırır. Üretilen üzümler sofralık, kurutmalık ve şaraplık olarak kullanılmaktadır. Arapkir Köhnü Üzümü'nün şekli yumurta, rengi siyah, tane iriliği büyük, çekirdek sayısı ise 2-3 tanedir. Arapkir yöresine özgü olan bu üzümün en iyi yetişme koşulları bulunduğu topraklar kahverengi topraklardır.



Fotoğraf 2: Arapkir Köhnü Üzümü

2.3.Dalbastı Kirazı

Malatya ilinin her bölgesinde yetişme olanağı bulabilen Dalbastı kirazı genellikle Yeşilyurt ilçesinde yoğunlaşmış olup adı bu ilçe ile özdeşleşmiştir. Dalbastı Kirazı fidan dikimi sonbaharda yaprak dökümünden itibaren, ilkbaharda ise ağaçlara su verilmesine kadar geçen devrede yapılabilir. Dikim öncesinde fidanlarda dikim budaması yapılır ve fidanlar aşı parselinden söküldükleri derinlikte dikilir. Dikimden sonra mutlaka can suyu verilir. Pazarlarda Napolyon Kızı olarak da satılan bu kiraz yaygın dallı ve dik bir gelişme göstererek yaklaşık 40 ile 50 yıl arasında ürün verebilmektedir. Bu meyve ağacı ilkbahar aylarında geç çiçek açmakta olup iri, geniş ve kalp şekline benzeyen meyveler verirler. Kiraz meyvesinin rengi ise olgunlaşma dönemlerinde kırmızı ve siyah renk arasında olup, tatlı bir tadı bulunmaktadır. Dalbastı Kirazının en iyi yetişme koşullarına sahip olduğu alanlar genellikle dağlık alanlar olup, killi-tınlı karakterli topraklarda, aşırı sıcaklık istemeyen nemli bir havada daha iyi yetişme olanağı bulur. Kiraz ağacının budama döneminde merkezi lider sistemi kullanılarak çam ağaçlarına benzer şekilde budama yapılır ve altta yer alan kenar dalları budanırken merkezdeki dallar budanmaz. Dalbastı Kirazı'nın köklerinin etrafında yer alan toprağın çapalanarak işlenmesi sayesinde toprak havalandırılır. Sulama işlemi için modern sulama teknikleri sayılan damlama ve fiskeleme sulama sistemi en uygun olanıdır.



Fotoğraf 3: Dalbastı Kirazı

2.4.Arapkir Mor Reyhanı

Arapkir Mor Reyhanı'nın yaprak yapısı yumuşak olup, renk olarak koyu mor renk hâkimdir. Çiçeklerinin kupa yaprakları mor, bordo ve koyu yeşil renktedir. Bu bitki Arapkir yöresine özgü olarak yetişmektedir. Arapkir yöresi dışında yetiştirilen bu reyhanın kendine özgü olan rengini kaybettiği tadının da değiştiği görülmüştür. Arapkir Mor Reyhan bitkisi, güneşte kurutulmaz ve üretiminde de herhangi bir sentetik gübre kullanılmaz. Ekimi mart ayında yapılmakta olup, hasat işleminden sonra ise mutlaka yeteri derecede sulama ve diğer bakım işleri yapılır.



Fotoğraf 4: Arapkir Mor Reyhanı

Reyhanın tohumları da Arapkir yöresine özgü olan özel tohumlardır. Uygun yetiştirme şartları 20 derece sıcaklıkta bir hafta ile bir buçuk hafta arasındadır. Üretim sezonu yaz mevsiminin sonu ile ilkbahar mevsiminin başlangıcıdır. İlkbahar mevsiminde ekim yapabilmek için yörede gerçekleşen son don olayının da geçmesi beklenmelidir. Arapkir Mor Reyhanı nemli toprağı sevdiği için haftada iki kez sulama işlemi yapılmaktadır. Ancak bu bitki fazla sulanırsa kökleri bozulur ve bitkinin yaprakları sararır, az sulandığında ise bitkinin yaprağı kurumaktadır.

2.5.Hekimhan Cevizi

Hekimhan Cevizi mart ortasından nisan ortasına kadar çiçek açma dönemi olup ekim ayında da hasadı yapılmaktadır. Çok çabuk gelişip büyüeyebilen bu bitki kasım ayının sonunda ve aralık ayının da başında yaprak dökmektedir. Yuvarlak şekilli yapıya sahip olan bu ceviz kabuktan da kolay bir şekilde

ayrıştırıldığı için bu yörede çok yoğun bir şekilde ekimi yapılmaktadır. Hekimhan ilçesinde tipik karasal iklim hüküm sürmesine rağmen özellikle cevizin iç olgunlaşma dönemi olan ağustos sonu ile eylül aylarında yüksek sıcaklıkların olmaması Hekimhan cevizinin kalite özelliklerinin ortaya çıkmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Kış aylarında -20 °C ile -25 °C'ye kadar dayanabilmektedir. Özellikle meyve gelişim döneminde aşırı sıcaklara karşı hassastır. Hızlı meyve gelişiminin olduğu dönemler ile hasat zamanı oluşan aşırı sıcaklıklar cevizde iç kararmalarına neden olmaktadır. Çiçeklenme döneminde oluşan aşırı sıcaklıklar ağaçların strese girmesine ve dişi çiçekte anormallikler oluşmasına neden olmaktadır. Ekstrem düşük ve yüksek sıcaklıklar Hekimhan Cevizinin yetiştiriciliğini olumsuz etkilemektedir.



Fotoğraf 5: Hekimhan Cevizi

2.6.Akçadağ Halısı

Osmanlı Devleti zamanından beri Akçadağ yöresinde üretimi yapılan Akçadağ Halısı geçmişte Malatya ilinin bir çok bölgesinde yapılmasına rağmen günümüzde Akçadağ ilçesine bağlı Merkez, Kürecik ve Ören mahallelerinde dokuması yapılmaktadır. Bu dokuma halısında kullanılan hakim renk tonu kırmızıdır. Kırmızı rengin içinde ise motiflerde lacivert ve siyah renk sıkça yer almaktadır. Akçadağ Halısında sıklıkla kullanılan motifler eli belinde olan bir kız, koç boynuzu, küpe şeker, su yolu, pıtırak dikensi bitkisi, el ve parmak motifi, göz-şeker motifi, akrep-nık motifi, damga-im motifidir. Halı yapımında kullanılacak yünler kuruduktan sonra taranır. En basit tarak düz, yassı bir ağaç üzerine çakılmış bir sıra çividen meydana gelir. Tarama işlemi liflerin paralel hale gelmesini sağlar. Bu yünü eğilmeye hazırlamak için yapılan bir işlemdir. Tarandıktan sonra yün önce elle fitil haline getirilir. Sonra kirman ya da iğ ile eğilir. Eğirme, yünün kullanılacağı şekle göre değişir. Akçadağ Halısında kullanılan yünler; az bükümlü, ince ve çift kattır. Yöre insanı kendi ürettiği yünden, kök boyalarla boyadığı ipleri kullanır. Halıların iskeletini oluşturan çözü de yün iplerden oluşmaktadır.

2.7.Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarma Köftesi/Sarması

Malatya ilinin bir diğer coğrafi işaretli ürünü olan Dalbastı Kirazının yapraklarından ve bulgurdan yapılan yöresel bir yemektir. Yapı malzemesi olarak kullanılan kiraz yaprakları nisan ve mayıs aylarında taze iken elle toplanır. Kullanılan kiraz yaprakları sabah havanın serin olduğu saatlerde toplanır. Toplanan yaprağın sağlam olmasına dikkat edilir. Toplanan yapraklar iğne ile ipe bağlanarak kurutulması için asılır. Ancak kurutma işlemi çin nemli gölgelik alanlar tercih edilir. Bu tür yerler genellikle evlerin çatıları veya çatı balkonlarıdır. Eylül ayı ile birlikte yaprakların kurtlanmaması için hava almayacak poşetlerle muhafaza edilir. Kış aylarında yemek yapılmadan önce suyun içine konularak ıslatılan kiraz yaprakları sarma işlemi için hazır hale getirilir. Bu coğrafi işaretli ürün geçmişte Malatya yöresinde Avrat Köftesi olarak da isimlendirilmekteydi.

2.8.Battalgazi Haşhaşlı Dut Pestili

Battalgazi Haşhaşlı Dut Pestili'nin tarihi Cumhuriyetin kuruluş yıllarına kadar dayanmakta olup, geçmişte yöre insanı bu coğrafi işaretli ürünü "bastık" olarak isimlendirmişlerdir. Yumuşak bir yapıya sahip olan bu pestilin yapımında dut pekmezi, haşhaş, süt, un, şeker, su, kayısı veya ceviz çekirdeği, fındık çekirdeğinin içi ve susam kullanılmaktadır. Pestili kurutma işlemi yapıldıktan sonra pestilin serili olduğu bez temiz bir alan üzerinde ters çevrilerek bezin arkası bir miktar suyla ıslatılır ve bu sayede pestil de üzerinde serili olduğu bez örtüsünden kolayca ayrılır. Daha sonra ise pestil arasına nişasta serpilerek pestil katlanır. Pestilin muhafaza edildiği yer rutubetsiz ve güneş ışığının doğrudan temas etmediği bir yer olmalıdır.



Fotoğraf 6: Battalgazi Haşhaşlı Dut Pestili

2.9.Malatya Kayısı Çekirdeği

Malatya Kayısı Çekirdeği 2020 yılında tescillenmiştir. Bu coğrafi işaretli ürünün coğrafi sınırları Malatya ili ile sınırlı kalmayıp Malatya'nın çevresinde yer alan Elazığ-Baskil, Sivas-Gürün, Adıyaman-Gölbaşı ve Kahramanmaraş-Elbistan ilçelerini de kapsamaktadır. Malatya Kayısı Çekirdeği'nin kabuk rengi açık veya kahverengi olup, hafif olarak da pürüzlü bir yapıya sahiptir. Kayısı çekirdeği, kayısının türüne bağlı olarak acı ve tatlı çekirdek olarak ikiye ayrılır. Acı çekirdek Zerdali ya da halk arasında bilinen ismiyle Ğudayı (Hudayi, Hüdayı) kayısı türünden elde edilmekte olup ilaç yapımında kullanılmaktadır. Üretim esnasında kayısıdan ayrıştırılan çekirdekler güneşin altına serilerek yaklaşık bir hafta güneş altında kurutulur. Daha sonra ise çekirdek kırma makineleri ile sert kabuktan ayrıştırılır ve iç kayısı çekirdeği kurutulmak amacıyla 2 veya 3 gün tekrar güneşin altına bırakılarak kurutulur. Daha sonra ise ambalajlanarak serin alanlarda muhafaza edilerek satışa çıkarılır.



Fotoğraf 7: Malatya Acılı Kayısı Çekirdeği ve İç Tatlı Çekirdek

2.10.Malatya Tandır Ekmeği

Bu coğrafi işaretli ürün; buğday unu, yaş maya, su ve tuz kullanılır ve hamurun üzerine çörek otu atıldıktan sonra tandırda pişirilerek ekme yapılır. Kuru ortamda 6 aya kadar muhafaza edilebilir. Un elenip üzerine sıcak su, tuz ve bir önceki günden ayrılan hamur mayası katılarak çok katı olmayan kıvamda bir hamur elde edilinceye kadar 2 saat yoğrulur. Yoğrulan hamur, hamur bezinin arasına konularak 5-6 saat bekletilerek mayalanması sağlanır. Mayalanmanın tamamlanması, özellikle kış aylarında asgari 7-8 saat kadar sürer. Mayalanmış hamur; 170 g'lık hamur yumaklarına ayrılır, ekme tahtasında el ve merdane yardımı ile açılır.

2.11.Malatya Kurabiyesi

Malatya Kurabiyesi günkurusu kayısının çekirdeğinin unu ve buğday ununun karışımının içine tereyağı ve pudra şekeri de eklenerek elde edilmektedir. Bu kurabiyenin üzerine kayısı çekirdeği serpiştirilerek fırında pişirilmekte olup altı aya kadar da muhafaza edilebilmektedir. Malatya Kurabiyesi 240 °C sıcaklığa ısıtılmış fırında hafif kızarıncaya kadar 15-20 dakika pişirilir ve fırından çıkartılıp oda sıcaklığında soğutulduktan sonra satışa sunulur.

2.12.Malatya Kâğıt Kebabı

Malatya Kâğıt Kebabı kuzunun kaburga tarağı, ön kol ve gerdan kısmında bulunan etlerin yağlı bir kâğıda sarılıp bakır bir kap içerisinde, meşe odununun közü ile ısıtılmış taş bir fırında pişirilmesiyle yapılır. Bu etin ısıtılmış fırında pişirilmesi yaklaşık olarak 12 saat sürmektedir. Malatya Kâğıt Kebabı yapımında, coğrafi sınır içerisinde yetiştirilen kuzuların eti kullanılır. Kullanılacak kuzu eti sabit bir havalandırma sağlanarak bir gün boyunca dinlendirilir. Kuzunun kaburga tarağı, ön kol kısmı ya da gerdanı parçalar halinde kesilir. Kuyruk yağı kuşbaşı olarak doğandıktan sonra kızgın ateşte pişirilir. Yağ erimeye başladıkça yanmaması için eriyen yağlar tencereden sürekli alınır ve başka bir kaba konulur. Daha önceden eritilmiş kuyruk yağı etlerin üzerine dökülür ve yağlı kâğıt ile etlerin etrafı hava almayacak şekilde sıkıca kapatılır. Yağlı kâğıtlara sarılmış olan porsiyonlar bakır kabın içerisine dizilir ve kabın ağzı kapatılır. Bakır kabın içindeki etler; önceden meşe odunuyla köz haline gelmiş tava yemeklerinin pişirildiği taş fırında 2 saat ateşe yakın tutulur ve daha sonra ateşten uzaklaştırılarak 10 saat kadar pişirilir. 12 saatlik pişme süresinde, her 45 dakikada bir bakır kabın yeri değiştirilir ve kuyruk yağının etin her alanına nüfuz etmesi için bakır kabın içerisinde bulunan yağlı kâğıt ters çevrilerek kontrol edilir.



Fotoğraf 8: Malatya Kâğıt Kebabı

2.13.Malatya Analı-Kızlı Köfte/Malatya Tiritli Köfte

Bu coğrafi işaretli ürüne analı kızlı denilmesinin sebebi yemek içerisinde yer alan ve anne denilen dolma köfteler ile kız denilen küçük köftelerin tirit suyu içerisinde pişirilmesindedir. Bu

yöresel yemek için bulgur, irmik, yağsız kıyma ve yumurta kullanılmaktadır. Ana malzemelerin iç harcını ise orta yağlı kıyma, kuru soğan, tereyağı, zeytinyağı, maydanoz, pul biber, karabiber ve tuz oluşturmaktadır. Yemeğin yapılışında geleneksel olarak dolma köfteleri anneler, küçük köfteleri ise kızlar yapar. Anne köfteleri ceviz büyüklüğünde, kız köfteleri ise misket büyüklüğünde yapılır ve tiritli su ile pişirilir. Tirit suyunda, nohut, domates ve biber salçaları, pul biber, kuru reyhan ve tuz bulunması, Malatya Analı Kızlı Köfte / Malatya Tiritli Köftesine ayırt edici özelliklerini verir.



Fotoğraf 9: Malatya Analı Kızlı Köfte/Malatya Tiritli Köfte

2.14. Malatya Banazı Karası Üzümlü

Banazı, Yeşilyurt ilçesine bağlı bir yöre olup, bağcılık anlamında Malatya ilinde önemli bir yere sahiptir. Malatya Banazı Karası Üzümlü salkım halinde koparılıp kurutulmuş üzüm olarak pazarlara sunulmaktadır. Bunun nedeni Banazı Karası Üzümlü'nün kabuğunun yüksek miktarda tane bulundurmasından dolayı tadı pek güzel olmayıp bu yüzden taze sofralık olarak tüketilmemektedir. Bu üzümün çiçeklenme dönemi haziran ayının başı olup, üzümün siyah rengini alması ağustos ayının ortasında, hasat dönemi ise eylül ayının ikinci yarısıdır. Malatya Banazı Karası Üzümlü genellikle susuz bir şekilde yetiştirilmektedir. Bununla birlikte sulu tarımla yapılan alanlarda ise yılda en fazla iki kez sulanmaktadır. Eğer fazla sulanırsa üzüm taneleri çatlar ve dökülür. Bu durum ise hasatta üretimin düşmesine neden olur.



Fotoğraf 10: Malatya Banazı Karası Üzümlü

2.15.Malatya İçli Köftesi

Malatya İçli Köftesi dış hamur ve iç malzemeden oluşur. Malatya İçli Köftesi bulgur, dana kıyma, tuz, su, kırmızı pul biber ve karabiber kullanılarak hazırlanmaktadır. Hazırlanan köfteler tuzlu suda haşlandıktan sonra köftelerin üzerine kızartılmış tereyağı dökülmektedir. Malatya içli köftesine salça eklenmediği gibi yağda da kızartılmaz. İçli köftenin iç malzemesini kıyma oluşturmakla birlikte halk arasında daha çok Hekimhan Cevizi ve susam kullanılmaktadır.



Fotoğraf 11: Malatya İçli Köftesi

2.16.Akçadağ Kömbesi

Akçadağ Kömbesi, kepekli esmer undan elde edilen hamurun yufka şeklinde açılıp iki parçaya ayrıldıktan sonra arasına harç konulup odun ateşinde pişirilmesi suretiyle üretilir. Akçadağ Kömbesinin iç harcı, kavurma veya kavurulmuş kıyma ile hazırlanır. Pişirmede, sac veya teşt olarak adlandırılan bakır leğen kullanılır.



Fotoğraf 12: Akçadağ Kömbesi

Kırsal alanlardaki köylerde kıymalık etle birlikte içlik malzeme olarak ıspanak, çökelek, ceviz kullanımının yanında bazen de sade şekilde ev sobalarının fırınlarında pişirilerek elde edilmektedir. Geçmişe oldukça eskiye dayanan bu geleneksel ve yöresel ürün geçmişten günümüze Akçadağ'da gerçekleştirilen Hıdırellez kutlamalarında sıkça tüketilmektedir.

2.17.Arapkir Dolaması

Arapkir Dolaması; kıyma, kuyruk yağı, pilavlık bulgur, ince bulgur, soğan, maydanoz, salça, pul biber ve karabiberden oluşan iç harcın, salamura üzüm yaprağına sarılıp bir süre pişirildikten sonra

üzerine tereyağında kavrulmuş salçanın ilave edilip pişirmenin tamamlanması suretiyle üretilen bir yemektir. Arapgir Dolaması geçmişte Arapgir yöresi ve çevre köylerde kuyruk yağının bulgurla yoğrulması ile hazırlandığı için eskiden bu yemeğe “*Kuyruk Dolması*” ismi veriliyordu. Arapgir Köhnü Üzümlü asmasının yaprakları bu yemeğin yapımında kullanılmaktadır. Yapılışı sarma yemeğinkine benzeyen bu yöresel yemekte içlik hazırlanıp asma yaprağına sarıldıktan sonra içinde kaynatılacak olan tencerenin altına bu yöreye özgü olan ve halk arasında “boccik” adı verilen keçinin kuyruk kısmı yerleştirilip daha sonra hazırlanan sarmalar bu tencerenin içine düzenli bir şekilde yerleştirilir. Bu işlem gerçekleştirildikten sonra tencerenin içerisine 2 su bardağı su ilave edilir ve ateşte pişmesi için 2 saat bırakılır. Bu işlemden yarım saat sonra ise dolamaların üzerine tereyağı ve salça dökülür. Dolama pişerken dağılmaması için tencerenin üzerine mutfakta kullanılan ağır bir taş konulur.

2.18.Arapgir Tandır Kebabı

Arapgir Tandır Kebabı; Malatya'nın Arapgir ilçesindeki Sarıçiçek Yaylası'nda doğal ortamda yetişen ve yerli halk arasında da “*cebiş*” ismi ile anılan 1 yaşındaki iğdiş edilmiş keçi yavrusunun (oğlak ve teke) karkas eti ile yapılmaktadır. Tandırdaki yakacak malzemesi olarak daha çok meşe ağacının odunu tercih edilmektedir. Kesilen oğlak veya tekelerin gövdeleri ortadan ikiye bölünerek kol ve kürek kemiği çıkarılır. Kol ve kürek kemiğinin çıkarılmasının nedeni etin tuzunu iyi alabilmesini sağlamaktır. Bu işlemden sonra et tuzlanır ve uzun şişler gövde boyunca ete geçirilir. Kaba ve uzun kaburga kemikleri et üzerinde iken et dövme demiri ile kırılır. Pişirme işleminin yapıldığı tandır, ateş tuğlasından örülmüş dikdörtgen şekilde bir ocaktır. Tandır içinde meşe odunu yakılır, odun köz haline gelinceye ve tandır tamamen ısınmaya kadar beklenir. Tandırın içine, boyu uzunluğunca tava konur. Et pişerken yağı ve suyu bu tava içinde muhafaza edilir. Böylece köz üzerine damlayan yağın alev alıp pişen eti yakması ve odun küllerinin ete yapışması engellenir. Gövde olarak hazırlanan et, ocak boyunca bulunan tespit demirine kanca ile asılarak yaklaşık 3-5 saat pişirilir.

2.19.Arapgir Manusa Dokuması

Geçmiş 19. yüzyıla kadar dayanan Arapgir Manusa Dokuması, yün ve pamuklu ipliklerle yollu ve nakışlı olarak jakar tezgâhlarda üretilen mekikli el dokumasıdır. Arapgir Manusa Dokumasında desenler için 20, çözgü için de 40 numara yün veya pamuk ipliği kullanılır. Dokumaların genişliği ve kalınlığı sabit değildir, dokumadan yapılacak ürüne uygun olarak değişir. Arapgir Manusa Dokuması; yastık, yorgan yüzü, çarşaf, sofrta takımı, aesenli gömlek, pijama, yazma, şalvar, başörtüleri, kuşak ve mahalli giyimde kullanılan çiçekli kumuşlar gibi pek çok ürünün yapımında kullanılır. Kullanım alanına göre en çok lacivert ve kırmızının yanı sıra turuncu, yeşil, mavi, kahverengi ve siyah renklerde dokunur. Dokumada kullanılan desenler; kemha, arap dudağı, kırmızı çiçekli, lacivert çiçekli, simsimi, ufak kareli, yılan eğrisi, sandıklı, kuşgözü, badem, badem dal çiçek, muş çiçek, altıparmak, beş parmak gibi desenlerdir.

2.20.Malatya Köpük Pestili

Malatya yöresinde halk arasında “*bastık*” olarak da bilinen köpüklü pestil buğday unu, üzüm pekmezi ve şeker kullanılarak yapılmaktadır. Malatya Yeşilyurt ve Battalgazi ilçelerinde yapımında daha çok dut pekmezi de kullanılmaktadır. Renginin beyaz olmasının sebebi yapımında buğday unununun kullanılmasıdır. Buğday unu pestil üzerinde kalıcı bir köpük oluşturur. Bu yüzden de ismi köpüklü pestil olarak kayıtlara geçmektedir.



Fotoğraf 15: Malatya Köpük Pestili

2.21. Arapkir Pohmutu/Pohmut

Arapgir Pohmutu / Pohmut; kış mevsiminde tüketilmek üzere Arapgir ilçesinde yetişen kurutulmuş dut, badem, Hekimhan Cevizi ile Malatya Kayısı Çekirdeği kullanılarak üretilen bir şekerlemedir. Arapgir Pohmutu'nun yapımına eylül ve ekim aylarında başlanılır. Yaz mevsiminin gelmesiyle birlikte Arapgir yöresinde yer alan dutların altlarına bir örtü çekilir ve yaz boyunca buranın üstüne düşen dutlar yaklaşık 20 gün güneş altında bırakılarak kurutulur. Kurutulma işleminden sonra dutlar öğütülerek parçacıklara ayrıştırılır. Ayrıştırma işleminden sonra Hekimhan Cevizi ile karıştırılıp yaklaşık 20 dakika ezilir. Daha sonra ise badem ve kayısı çekirdeği eklenir ve tekrar öğütülür. Bu işlemlerden sonra yağlarından arınan pohmut macun kıvamını alır ve pohmut yapma işlemi de tamamlanır.

3. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Ekonomi ve Kırsal Kalkınmaya Olan Etkisi

1990'lı yıllardan sonra Avrupa Birliği'nde yasal koruma altına alınan coğrafi işaretli ürünler buldukları ülkelere ekonomik anlamda önemli katkılar sağlamaktadır. Coğrafi işaret pazarının Avrupa Kıtası'nda yaklaşık 55-60 milyar Euro, dünyada ise yaklaşık 200 milyar dolarlık bir ticaret hacmine sahip olduğu düşünülmektedir (Doğanlı, 2020:529). Coğrafi işaretli ürünler yerel ekonomilere katkı sağlamaları bakımından önem arz etmektedir (Polat, 2017:17). Ürünlerin ayırt edici unsurları vasıtasıyla yerel ekonomiyi canlandırma (Kan vd., 2012:93), yörede bulunan ürünlerin kalitesinin korunmasında, üretici ve tüketicilerin haklarının korunmasında tercih edilmektedir. Böylece ürüne ve destinasyona olan ilgi ve talep artmakta, milli ve kültürel değerlerin tanıtılarak korunmasını sağlamak, tarımsal üretimde artış, yerel kalkınma ve istihdam sağlamanın (Polat vd., 2017:138) yanı sıra ürünlerde kırsal kalkınma, yöre adıyla markalaşma ve kalitenin korunması gibi birçok avantaj elde edilmektedir (Şahin, 2013:35). Korunan ürün kalitesi sayesinde ürüne sadık talep oluşturulması, yörede üretilen ürünlerin telef olmasının engellenmesi ve sağladığı istihdam ile köyden kente olan göçün engellenmesinde pozitif etki etmektedir (Gökövalı, 2007:156). Ülkelerin yerel ekonomilerine sağladığı katkılarının yanında kırsal kalkınma hareketlerine katkı sağlayarak, kırsal alanlardaki insanların ürettikleri ürünlerin tanıtılması ve markalaşmasını da sağlayarak büyük pazarlara ulaşmalarına imkân vermektedir. Ayrıca sürdürülebilir turizm açısından da kırsal kalkınmada önemli bir rol oynamaktadırlar. Coğrafi işareti tescillenmiş ürünler aynı zamanda istihdam yaratarak sürdürülebilir bir kalkınma için ülkelere ekonomik imkânlar sunmaktadır. Örneğin Malatya Kayısı dünyada markalaşmış ve ülkemizi Avrupa Birliği'nde coğrafi işareti tescil edilmiş ürünlerden bir tanesi olarak temsil etmesinin yanında, Malatya ilinde yaklaşık 250.000 kişiye istihdam sağlamaktadır (Saatçi, 2019:359). Malatya Kayısı her yıl ülke ekonomisine 400 ile 450 milyon dolar arasında katkı sağlamaktadır (Malatya Valiliği, 2021). Ekonomiye sağladığı bu büyük gelir sayesinde Malatya ilinde pek çok kişi istihdam edilmekte ve ilde kişi başına düşen gelir oranı da artmaktadır. Malatya'da yaklaşık 50 bin aile bu kayısı üretiminden istihdam sağlamaktadır. Hasat dönemi olan yaz aylarında hem Malatya yöre insanından hem de çevre illerden yaklaşık 40 bin

kişiye de ayrıca istihdam sağlamaktadır (www.aa.com, 2020). Aynı şekilde Malatya ilinin bir diğer coğrafi işaretli ürünü olan Dalbastı Kirazı yetiştiricileri 2018 yılında 2.5 milyon liralık ihracat gerçekleştirmişlerdir. Yeşilyurt ilçesinde yaklaşık 20 gün süren Dalbastı Kirazı'nın hasat döneminde her yıl yaklaşık 1.000 kişi istihdam edilmektedir.

Küreselleşmiş dünyada coğrafi işareti logusunu taşıyan ürünlerin hem pazarlarda hem de zincir marketlerde benzer ürünlere göre daha yüksek bir fiyata satıldığı bilinmektedir. Bu ürünlere talep olan üreticiler de coğrafi işaretli ürünlerin kaliteli ürün olduğu bilgisine sahip olduklarından rahatlıkla tercih etmektedirler. Örneğin Fransa'da peynirlerde coğrafi işaretli peynirler ile diğer peynirler arasındaki fiyat açığı %30 iken; şarap gibi özellikli bir üründe bu fark %230 gibi büyük ve önemli bir seviyeye ulaşmaktadır (Folkson, 2005 ve Tepe Balaban, 2016:58). Aynı şekilde Avrupa Komisyonu tarafından 1999 yılında tüketicilerin zihinlerinde coğrafi işaretli ürünleri güdülemek için Eurobarometer anketleri yapılmış ve bu anketlerde Avrupa Kıtası'ndaki tüketicilerden %43'ünün menşei etiketli ürünleri tüketmeye ve bu ürünler için de daha fazla ödeme yapmaya razı oldukları konusunda önemli sonuçlara ulaşılmıştır (Folkson, 2005).

Tüketiciler daha yüksek bir fiyatla coğrafi işaretli ürünler satın alması durumunda ülkelerin yerel ekonomisine ve yerel kültürüne de katkı sağlayacaklarına inanmaktadırlar (Teuber, 2011). Örneğin Avusturyalı tüketicilerin tükettikleri şarapların üretildiği coğrafyaları önemseyip daha fazla ödeme yapmayı kabul etmeleri (Cacic vd., 2011), ABD'nin Ohio eyaletinde bulunan tüketicilerin yerel üretim için en az %30 daha fazla ödeme yapmaya istekli olmaları (Darby vd., 2008) bu duruma örnek verilebilir.

Coğrafi işaretli ürünler geldikleri yörenin köklerini tanıtarak, emsallerinden farklılaşmayı sağlamaları itibari ile de marka kavramının temelini oluşturmaktadırlar. Coğrafi işaretli ürün, ayırıştırıcı olma özelliğinden dolayı yerel ve kırsal ekonomilerde canlanma sağlayıcı potansiyele sahiptir. Kırsal turizmin, TaTuTa, kültür, gatsronomi, yerel gelenekler, yayla turizmi, eko-turizm gibi alanların da gelişmesini sağlayıcı imkânları da bünyesinde barındırmaktadırlar (Doğanlı, 2020:526). Coğrafi işaret logusunu taşıyan ürünler, taşıdıkları logo sayesinde o ürünün nerede üretildiğini, üretildiği yörede ne kadar meşhur olduğu bilgisini yayarak, tüketicilerin bu ürüne yönelmesini sağlar ve ürünler arasında bir farklılaşma yaratarak coğrafi işaretli ürünün daha rahat pazarlanmasına olanak yaratır. Örneğin Malatya Kaysısı dünyaca ünlü olan ve bu alanda Malatya ili için çok önemli bir marka ve tanıtım aracı olarak kullanılarak, tüketicilere Malatya Kaysısı'nın üretildiği bölge hakkında da bilgi vermektedir. Aynı zamanda tüketicilerde bıraktığı tat sayesinde onların zihinlerinde önemli bir imaj olarak durur. Bu sayede Malatya ilinin de güçlü bir reklamı yapılmış olur. Yapılan bu reklam ise turizmin de canlanmasına ön ayak olur. Bu duruma örnek olarak ülkemizde Türk Hava Yolları (THY)'nin hem yurt içi hem de yurt dışına yaptığı seferler sırasında müşterilerine tatlı olarak Malatya kaysısı ikram etmesi kaysının tanınırlığını arttırmış ve buna paralel olarak da kaysısının kilogram başına düşen fiyatı da yükselmiştir.

Coğrafi işaretli ürünler özünde sürdürülebilir yöresel kalkınmayı amaçlayan ekonomik bir sistemdir (Doğanlı, 2020:527). Bir bölgede üretilen ürünlerin ünlenip, üretildiği bölgeyi tanıtmaları ve bu sayede de kırsal kalkınmaya destek olmasını sağlamak amacıyla üretilen ürünler o bölgenin adıyla anılmaktadır. Örneğin Malatya Banazı Karası Üzümlü, Arakir Köhnü Üzümlü, Arapkir Mor Reyhanı gibi ürünler bu şekilde üretilmiş ve üretildiği yörenin adıyla anılarak satılmaktadır. Burada amaç bu ürünün bölgesel ve küresel pazarlardan olan getirisini bu yörelere aktarılmasını sağlayarak bu yörelerdeki kırsal alanların refah düzeyini arttırmaktır. Tüketiciler arasında artan talep sayesinde üreticiler de gelir artışı, üretilen ürünün fiyatının yükselmesi, kırsal turizmin canlanması ve bu kırsal alanlarda yer alan köydeki insanların yeni iş imkânlarına kavuşmalarını sağlamaktadır. Örneğin Malatya ilinde 2010'lu yıllara kadar Malatya Kaysısının kurutulmuş hali kg başına 2-3 TL fiyat biçilirken, günkurusuna ise 4 TL fiyat biçilmekteydi. Ancak coğrafi işaretli ürün olarak ün kazanması ve özellikle de 2017 yılından sonra Avrupa Birliği tarafından coğrafi işaretli ürün olarak tescil edilmesinden beri kaysısının kilogram fiyatı da ciddi derecede yükselmiş ve 2021 yılında da kilosu 50 TL'ye bile alıcı bulmuştur. Bu örnekte de görüldüğü gibi coğrafi işaretleme ile birlikte ürünlerin artan ün ve bilinirliği sayesinde ürünün fiyatını da kat ve kat arttırmaktadır.

Bir yörede üretilen ürünün coğrafi işaret olarak tescil edilmesi, yörede üretimin desteklenmesine ve bu yörenin kırsal kalkınma bakımından da aşama kaydetmesinin önünü açılmaktadır. Ayrıca ürüne artan talep ve desteklemelerle birlikte daha geniş alanlarda yeni üretim sahaları oluşur. Bu durum yöredeki insanlar için yeni iş imkânı ve ev ekonomisi için yeni bir getiri sağlar. Örneğin 2021 yılında

Banazı Karası Üzümü'nün tescillenmesiyle birlikte Banazı yöresinde bu üzüm çeşidi için yeni ekim alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Aynı şekilde Dalbastı Kirazının tescillenmesiyle birlikte Yeşilyurt ilçesinde gerçekleştirilen üretim diğer ilçelere de sıçramış ve bahçelere kayısı meyvesine alternatif olarak kiraz ağaçları ekilmeye başlanmıştır. Örneğin 2012 yılına kadar Malatya Merkez'e bağlı olan Dilek Beldesi'nde (günümüzde Yeşilyurt ilçesine bağlı bir mahalle) çeşitli kayısı bahçelerinde kiraz ağaçlarının ekimine başlanmış ve bu sayede insanlar için ek bir gelir kaynağı oluşmuştur.

4. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Turizm ve Gastronomiyle Olan İlişkisi

Gastronomi; bir yiyecek ve içeceğin tarihsel sürecini tüm ayrıntılarıyla anlaşılmasını, uygulanmasını ve geliştirilerek sürdürülebilirliğin sağlanmasını amaçlayan bilim ve sanatsal katkıları barındıran bir bilim dalı olarak kabul edilmektedir (Deveci vd., 2013). Coğrafi işaretli ürünler sürdürülebilir gastronomi turizm hareketliliğinin motivasyon faktörü olan geleneksel üretimi, geleneksel yaşam kültürünü, kültürün sunduğu farklı lezzetleri, tarımsal, otantik, yerel yöresel yiyecek, içecek ve tatları koruyup, tanıtarak ve özellikle bölgenin turizm potansiyelini destekleyerek söz konusu destinasyona turist çekmede etkili olmakta ve buna bağlı olarak da söz konusu olan yörelerde yerel kalkınmaya destek sağlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Durlu vd., 2013:18). Özellikle yöresel yiyecekleri tadabilmek için bölgeye seyahat eden turistler açısından önemli hale gelen yiyecek içecek sektörü, turistlerin yeniden ziyaret etmelerini sağlayan ve bölgenin gelişimini destekleyen bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır (Sert, 2019:1621). Bölgeyi tekrar ziyaret ederek sadık müşteri oluşturmak (Arıkan vd., 2017:5) amacıyla turistik deneyim aracı olarak bölgenin gastronomi potansiyelinin kullanılması gerekmektedir (Jong vd., 2018:144).

Bazı Avrupa ülkelerinde gastronomi bölgesi olarak anılan destinasyonlara yönelik turist akışlarındaki hızlı artış (Sorcaru, 2019:103), gastronominin gelişmesi ile turizm imajının pozitif ilişki içerisinde olduğunun göstergesidir (Wang, 2015:67). Farklı kültürlerin sürdürülebilir olması ve turistik gelişimin anahtarı olan gastronomi, tatil seçiminde motive edici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesiyle turistler kısa süreli de olsa yerelleşmek adına (Westering, 1999:75) yüksek kalitede yerel ürünlerin bulunduğu destinasyonları tercih etmektedir (Gheorghe vd., 2014:12). Eşsiz lezzetleri tekrar deneyimlemek için aynı destinasyonlara geri dönüşlerin yaşandığı (Kivela ve Crotts, 2006:354) göz önüne alındığında, turist memnuniyetini arttırabilmek için tur rotalarını iyi bir şekilde planlamak gerekmektedir (Wu vd., 2017:1). Yol boyunca önemli tarihi ve turistik yerleri ön plana koymanın yanı sıra (Koorey, 2001:3) turistik destinasyonlarda rekabet gücü oluşturan gastronomi unsuruna da yer verilmesi önem arz etmektedir (Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares, 2011:63). Küreselleşen dünyada kültürel ve geleneksel ürünler gastronomi turizmi için önemli bir tanıtım ve reklam aracı olup turistlerde önemli bir damak tadı bırakarak, turistlerin bölgeye tekrar seyahat etmesinde önemli bir çekiciliktir. Bu amaçla Malatya Battalgazi ilçesinde bulunan Arslantepe Höyüğü ve Müzesi ile Eskimalatya Kalesi'nin yer aldığı rota üzerinde yapılan turizm turlarının iyi bir şekilde planlanarak gastronomi turizminin de entegre edilmesi gerekmektedir. Bu rota üzerinde bulunan kırsal alanlardaki mahallelerde yöresel yiyecek ve içeceklerin turistler için oluşturulacak mekânlarda pazarlanması turistlerde önemli bir damak tadı ve geri dönüş aracı olarak kullanılabilir. Gastronomi turizmi için önem taşıyan İçli Köfte, Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarması ve Köftesi, Kağıt Kebabı, Analı Kızıl/Tiritli Köfte ve Tandır Kebabı gibi coğrafi işaret kazanmış yiyeceklerin turistlerin beğenisine sunulması, turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmesinde önemli bir tanıtım aracıdır. Ayrıca Köpük Pestili, Haşhaşlı Dut Pestili ve Kayısı Çekirdeği gibi Malatya ilinin coğrafi işaretli ürünleri de turistlere hediyelik eşya olarak pazarlanıp turistlerin beğenisine sunulması bu ürünlerin tanıtımı içinde önemli bir proje olacaktır. Bir diğer örnekte ise Malatya'nın kırsal alanlarında Malatya Kaysısı'ndan üretimi yapılan Kayısı Reçeli ile bir yandan insanlara yeni bir gelir kaynağı oluşturulurken diğer yandan bu ürünü tüketen insanların zihinlerinde bırakılan tat sayesinde şehirde gastronomi turizmi de canlanmaktadır. Çünkü coğrafi işaretli ürünlerin bulunduğu bölgelerin imajı gastronomi turizmini tercih eden ziyaretçiler açısından oldukça önemli bir durumdur. Bu nedenle yerel değerlere ve yöresel yiyeceklere ilgi duyan ziyaretçilerin, ziyaret ettikleri bölgeden memnun ayrılmaları ve coğrafi işaretli ürünlerin endüstriyel alanlarda üretilerek tüketiciye kolaylıkla ulaştırılabilmesi gastronomi turizminin gelişimi açısından önemlidir (Işın ve Yalçın, 2020).

Sonuç

Coğrafi işaretli ürün bir yöre veya bölgeye özgü olan bir ürünün koruma altına alınıp tescil edilmesidir. Koruma altına alınan bu ürün geleneksel yönleriyle sürdürülebilir bir biçimde korunup doğallığı ve devamlılığı garanti altına alınarak gelecek kuşaklara bırakılır. Coğrafi işaret kavramı 1990'lı yıllardan sonra Avrupa Birliği'nin çıkardığı bir yasayla koruma altına alınmış ve zaman içinde tüm dünyaya yayılmıştır. Günümüzde dünya üzerinde en fazla Fransa ve İtalya coğrafi işaretli ürüne sahip olup ilk örneklerini de bu ülkeler vermiştir. Özellikle Fransa'nın Champagne Köpüklü Şarabı ile Roquefort Peyniri, İtalya'nın Toscano Zeytinyağı ve Parmesan Peyniri, Meksika'nın Tequila İçkisi, Güney Kore'nin Boseong Yeşil Çayı, Peru'nun Cusco Dev Beyaz Mısıru gibi gibi coğrafi işaretler dünyada ün yapmış ve markalaşmış önemli tanıtım ürünleridir. Türkiye'de de 1995 yılında çıkarılan bir yasa ile coğrafi işaretli ürünler koruma altına alınmaya başlanmış 1996 yılında Sümer Halı markasına ait olan 25 adet dokuma halısı tescil edilip coğrafi işaret logosu almayı başaran ilk ürünlerdir. Ülkemizde 1996 yılından 2017 yılına kadar coğrafi işaretli ürün konusunda pek bir ilerleme sağlanamamasına rağmen, 2017 yılında çıkarılan bir yasa ile coğrafi işaretli ürün sayısında ciddi bir artış yaşanmıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun resmi sitesinde Mart 2022 tarihi itibarıyla toplam 352 coğrafi işaretli ürün tescillenip koruma altına alınmıştır.

Çalışma sahası olan Malatya ilinde ise 2022 yılı itibarıyla toplam 21 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu coğrafi işaretli ürünler arasında ilk tescil edilen ürün ise Malatya Kaysısı olup aynı zamanda Avrupa Birliği tarafından da tescil edilmiş bir üründür. Malatya Kaysısı, Malatya şehrinin tanınırlığını arttıran önemli bir marka ve tanıtım aracıdır. Coğrafi işaretli ürünler ekonomik anlamda da bir gelir kaynağı olup, turizm hareketliliğinin canlanmasında da önemli bir araçtır. Bunun yanında kırsal kalkınmanın da önemli bir aracı olup, kırsal bölgelerde yeni iş imkânları oluşturup istihdam yaratarak kırsaldaki insanların ev ekonomisine ek bir gelir bırakmaktadır. Turizm alanında gastronomi turizminin oluşmasına zemin hazırlayarak bölgesel ve yöresel kalkınmanın sürdürülebilir bir biçimde ilerlemesini sağlamaktadır. Bununla birlikte coğrafi işaretler bölge için değer yaratarak, istihdamı sürdürmekte ve üretimde canlılığı yaratmaktadır. Ürünlerin kalitesini arttırarak fiyatların yükselmesinde ve üretimden elde edilen gelirin yükselmesinde rol oynamaktadır. Ayrıca bir yörede üretilen ürünün yer değiştirmesini önleyerek, farklı bölgelerde sahte ürünlerin ortaya çıkmasını engeller ve bu sayede ürünün de doğal halini koruması sağlayarak üreticilerin ürün taklitçiliğinde mücadele etmesinde önemli bir koruma aracı olur. Coğrafi işaretli ürünlerin bir başka yararı da kırsal nüfusun korunmasını sağlayarak bir bölgede oluşan göçün önüne geçer ve bazı yörelerde tersine göçü de hızlandırır. Özellikle kırsal bölgelerde altyapının güçlenmesini sağlayarak, kayıt dışı çalışmanın ve işsizliğin azaltılması, alınan vergilerde ve üretimde ise artış yaşanmasına yardımcı olur.

Kaynakça

- Arıkan, E., Çilesiz, E., & Arman, A. (2017). The impact of service fairness perception on intention to revisit: A research in Çanakkale. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(4), 1-6.
- Berard, L., & Marchenay, P. (2006). Local products and geographical indications: Taking account of local knowledge and biodiversity. *International Social Science Journal*, 58(187), 109-116.
- Bramley, C., & Kirsten, J. F. (2007). Exploring the economic rationale for protecting geographical indicators in agriculture. *Agrekon*, 46(1), 47-71.
- Cacic, J., Tratnik, M., Gajdos Kljusuaric, J., Cacic, D., & Kovacevic, D. (2011). Wine with geographical indication awareness of Croatian consumers. *British Food Journal*, 5(4), 66-77.
- Darby, K., Batte, M., Ernst, S., & Roe, B. (2008). Decomposing local: A conjoint analysis of locally produced foods. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(2), 476-486.
- Demirci, B., Sarıkaya, G. S., Turan, K., & Özyörük, Z. (2019). Eskişehir'de coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 265-275.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dmara, E., Petrou, A., & Skuras, D. (2004). "Agricultural policy for quality and producers" evaluations of quality marketing indicators: A Greek case study. *Food Policy*, 29(5), 485-506.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 525-541.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Folkesson, C. (2005). *Geographical indications and rural development in the EU*. London: School of Economics and Management, Lund University.
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*(2).
- Işın, A., & Yalçın, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi*, 8(4), 2507-2522.
- Jong, A. D., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., et al. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature of research areas, disciplines and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3, 131-146.
- Kan, M. (2011). Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada coğrafi işaretlerin kullanımı ve etkisi: Akşehir Kirazı araştırması. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Tez no:299687. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Ankara.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Keskin, H. (2019). Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri: Balıkesir ili örneği. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Tez no:581152. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Balıkesir.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kızıltepe, H. (2005). Coğrafi işaretler. *Yayımlanmamış uzmanlık tezi*. Türk Patent Enstitüsü. Ankara.
- Koorey, G. (2001). National cycle touring routes: Some thoughts on where go to from here. *3rd NZ Cycling Conference* (s. 1-6). Christchurch, Cycling Planning & Policy.

https://www.academia.edu/28446950/National_cycle_touring_routes_some_thoughts_On_wher_go_to_from_here.

- Lopez-Guzman, T., & Sanches-Canizares, S. (2011). Gastronomy, tourism and destination differentiation: A case study in Spain. *Review of Economics & Finance*(2), 63-72.
- Malatya Valiliği. (2021). *Ekonomi*. 3.26.2022 tarihinde Malatya Valiliği: <http://www.malatya.gov.tr/ekonomi> adresinden alındı
- Mertol, H., & Yaylacı, S. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 313-334.
- Nacak, P. (2018). Küreselleşen dünyada coğrafi işaretler. http://yucita.org/uploads/uluslararasıetkinlik/afyon2018/Kuresellesen_Dunyada_Cografisi_Isaretler.pdf (Dü.), *Coğrafi İşaretlerde Afyonkarahisar Buluşması, 4-5 Ekim 2018* içinde (s. 1-42). YÜCİTA. Afyonkarahisar.
- Oraman, Y. (2015). Tüürkiye'de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Özttürk, D., & Karakaş, G. (2017). Kayısı üretimi ve pazarlama sorunları: Malatya ili örneği. *Uluslararası AFRO-AVRASYA Araştırmaları Dergisi*(4), 113-125.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö., & Akpulat, N. A. (2017). Coğrafi işaretleme kapsamında Kocaeli gastronomik ürünlerin değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132-140.
- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-31.
- Saatçıl, G. (2019). Coğrafi işaretli yiyeceklerin tanıtım unsuru olarak yöresel yemekler kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Sert, A. N. (2019). The effect of local food on tourism: Gaziantep case. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 1611-1625.
- Sezen Doğancılı, O. (2020). GAP turlarında coğrafi işaretli ürünlerin kullanıma ilişkin içerik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 246-258.
- Sorcaru, I. A. (2019). Gastronomy tourism: A sustainable alternative for local ekonomik. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati Fascicle I Economics and Applied Informatics*, 25(1), 103-110.
- Şahin, A., & Meral, Y. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2, 88-92.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(15), 23-37.
- Şimşek, A. (2020). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin incelenmesi: Sivas mutfağı örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 317-327.
- Tepe Balaban, S. (2016). *Ekonomik açıdan coğrafi işaretler*. 04.02.2022 tarihinde [ankarabarusu.org.tr](http://www.ankarabarusu.org.tr): <http://www.ankarabarusu.org.tr/siteiler/ankarabarusu/frmmakale/2016-1/03.pdf> adresinden alındı
- Teuber, R. (2011). Consumers and producers expectations towards geographical indications empirical evidence for a German case study. *British Food Journal*, 113(7), 900-918.
- Türk Patent Enstitüsü ve Marka Kurumu. (2021a). *Coğrafi işaret nedir?* 03.13.2022 tarihinde <https://ci.gov.tr>: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafisi-i%C5%9Faret-nedir> adresinden alındı
- Türk Patent Enstitüsü Marka Kurumu. (2021b). *Tescil ve başvuru sayıları*. 03.13.2022 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr>: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> adresinden alındı

- Wang, Y. C. (2015). A Study on the Influence of Electronic Word of Mouth and the Image of Gastronomy Tourism on the Intentions of Tourists Visiting Macau. *Tourism*, 63(1), 67-80.
- Westering, J. v. (1999). Heritage and gastronomy: The pursuits of the "new tourist". *International Journal of Heritage Studiess*, 5(2), 75-81.
- Wu, X., Guan, H., Han, Y., & Ma, J. (2017). A tour route planning model for tourism experience utility maximization. *Advances in Mechanical Engineering*, 9(10), 1-8.
- www.aa.com. (2020). *Malatya'da ticaretin kalbi tarihi 'Şire Pazarı'nda atıyor*. 03.27.2022 tarihinde Gündem: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/malatyada-ticaretin-kalbi-tarihi-sire-pazarinda-atiyor/1965342> adresinden alındı
- www.dunya.com. (2016). *Avrupa ve Türkiye'nin coğrafi işaret politikası*. 03.19.2022 tarihinde <https://www.dunya.com/kose-yazisi/avrupa-ve-turkiyenin-cografisi-isaret-politikasi/336195>: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/avrupa-ve-turkiyenin-cografisi-isaret-politikasi/336195> adresinden alındı
- Yönet Eren, F., & Ceyhun Sezgin, A. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research İnstitute*, 2(1), 61-78.
- Yürekli, D. (2015). Coğrafi işaretlerin tescili ve uygulama sürecindeki sonuçların analizi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Tez no:419448. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Yazar, verilerin toplanmasında, analizinde ve raporlaştırılmasında her türlü etik ilke ve kurala özen gösterdiğini beyan eder.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makale tek yazarlı olarak hazırlanmıştır.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.