Kokla

Tat

Hisset

Gör

Duy

TRC1 BÖLGESİ

GASTRONOMİ

TURİZM STRATEJİ PLANI

GAZİANTEP | ADIYAMAN | KİLİS

İpekyolu Kalkınma Ajansı

Silkroad Development Agency

TRC1 Bölgesi
Gastronomi
Turizm Strateji Planı

Ekim, 2019

TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı, İpekyolu Kalkınma Ajansı işbirliği ile
Kentsel Strateji tarafından hazırlanmıştır.

İçindekiler

Yönetici Özeti

Giriş

Yöntem
1.Çalıştay: 3 Kent, 3 Sektör
2.Görüşmeler: İşletmeler ve Kişiler
3.Değerlendirme: İKA Yönetimi ve Kentsel Strateji

A. Kavramsal Çerçeve

10 Temel Tanım
10 Temel Trend
10 Başarılı Örnek

B. Değerlerimiz

Değerler

C. Stratejik Çerçeve

Stratejilerin Arka Planı
Tespitler
Fırsatlar
Stratejiler

D. Eylemsel Çerçeve

Eylemler (15 Eylem, 55 Proje)
Eylem Matrisi
2023 Eylem Planı

E. Ortak Projeler

F. Ürün Tasarımları

Sonsöz

Ortak Harekete Çağrı

YÖNETİCİ ÖZETİ

TRC1 BÖLGESİ GASTRONOMİ TURİZM STRATEJİ PLANI

Günümüzde, gastronomi ve gastronomi turizmi diğer sektör ve kaynakları etkileyen, kent, bölge deneyimini çekici hale getiren ve bunların gelişmesinde itici güç olan sektör olmaya başlamıştır.

Yeni trend, **gastronomi turizmi ile hedeflenenin yalnızca ekonomik büyüme değil, toplumsal, çevresel ve kültürel boyutlarının da ele alındığı yeni bir yaklaşımdır**.

Gastronomi turizmi, ziyaretçilerin yalnızca, yemek ve kültür ilişkisini değil, **yaşamın farklı boyutlarını içeren kapsamlı harekettir.** O nedenle, gastronomi hareketleri ülkelerin ve kentlerin gündemindedir. Gündemin on temel konusu ise gastronomi turizminin gelişmesini kapsama alanını ve etkisini değiştirmeye yönelik belirlenmektedir.

Gündem; Yeni Trendler

- Tüketim Alışkanlıklarının Değişmesi,
- Geleneksel Üretim İle Gıda Teknolojilerinin Buluşması,
- Yeni Nesil Şeflerin Toplumu Etkilemesi,
- Sosyal Gastronomi Hareketinin Yaygınlaşması,
- Yereli Geliştiren Mutfak Hareketi,
- Sağlık İçin Gıda Üretimleri ve Yemek Menüleri,
- Yerinde ve Mevsiminde Tüketim,
- Etik Değerler, Yerel Lezzetler,
- Yeni Nesil Girişimciler,
- Topluluk Mutfakları.

İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA), bu gündemi yakalamak ve bölgenin kalkınmasını sağlamak üzere Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın Kalkınma Öncelikli Hedefleri olan öncelikli 4 temayı, Gastronomi Turizmi için öncelikli gündem konusu yapmış ve planın hedeflerini söz konusu hedeflerle uyumlu tasarlamıştır.

- **Üretim**
- **Sanayi**
- **Teknoloji**
- **İstihdam**

Ayrıca, **Birleşmiş Milletler, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri**nden 5 hedefi kapsamı içine almıştır.

- Açlığa Son
- İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme
- Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı
- Sorumlu Üretim ve Tüketim
- İklim Eylemi
- Hedefler İçin Ortaklık

Bu nedenle, TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı hikayesi **HAREKET ve DEĞİŞİM** temaları üzerine kurgulanmıştır. **Bölge kentlerinin bireysel ve kurumsal başarılarının; ortak değerler, ortak gelecek, ortak vizyon yaklaşımı ile DEĞİŞİM dinamiklerini dikkate alarak bölgesel bir HAREKET haline getirecek kapsayıcı temala**r belirlenmiştir.

TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı temaları ise 5 strateji ve eylemi gerçekleştirmek üzere öncelikli ele alınmıştır.

- Hareket
- Bölgesel
- Değişim
- Yeni Nesil
- Kolektif

TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı, farklı yöntem ve içerik ile hazırlandı. Planın temel hedefi bölgesel işbirliği çerçevesinde ortak değerleri, ortak geleceğimize taşımaktır.

Bu çalışma ile değişime açık, yenilik yaratan ve özellikle yeni nesli içine alan bir gastronomi strateji planı hazırlandı. Planın hazırlanma nedeni, ortak coğrafyada kaynaklarımızı birleştirip, ortak projeler gerçekleştirmektir.

Plan hazırlama aşamasında Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerindeki gastronomi turizmi ile ilgili öncü işletmeler, bireyler ve kurumlarla katılımcı ortamlarda tartışıldı, görüşmeler yapıldı ve özellikle uluslararası deneyimler araştırıldı.

Öncelikle TRC1 Bölgesi kentleri Gaziantep, Adıyaman ve Kilis için hazırlanan çalışmanın, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Mardin, Şırnak, Siirt illerini kapsayacak biçimde, İKA, DOĞAKA, KARACADAĞ ve DİKA arasında geliştirilebilecek ortak projeler için de örnek olması amaçlanmıştır.

Hedef, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yılı 2023'te kısa vadeli hedeflere, 2030 yılında ise Birleşmiş Milletler, Küresel Hedeflerine ulaşmaktır.

Çalışma, gastronomi turizmi kapsamına dahil işletmeler, kurumlar, yeni nesil girişimciler ve diğer kişi ve kurumların kullanımı için hazırlanmıştır.

TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı Raporu 6 bölümden oluşmaktadır.

Giriş

Plan raporu katılımcı toplantılarla hazırlanmıştır. Katılımcı toplantılarda önerilerin alınması ve ortaklaştırılması için farklı yöntemler kullanılmıştır. Plan hazırlama sürecinde;

- Çalıştay (kamu, özel ve sivil toplum temsilcileri)
- Görüşmeler (esnaf, işletmeler, kişiler)
- Değerlendirme (İKA) yapılmıştır. Tüm görüş ve öneriler plan raporuna yansıtılmıştır.

A. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde, ulusal ölçekte gastronomi kavramı, trendler ve başarılı örnekler, incelenmiş ve alınan dersler bölgesel gastronomi hareketi olarak ele alınmıştır.

- 10 Temel Tanım
- 10 Temel Trend
- 10 Başarılı Örnek
- Örneklerden Alınan 10 Ders

B. Değerlerimiz

Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinin yeme-içme ürünleri, doğa ve kültür değerlerinin öne çıkanları bu bölümde görünür hale getirilmiştir.

- Üçü Bir Arada
- Beşi Bir Yerde
- Lezzetin Kodları
- Değerler ve Renkler
- Formlar ve Renkler
- TAT Haritası

C. Stratejik Çerçeve

Planın ana omurgasını oluşturan stratejik çerçeve, tema ve stratejileri ile kapsayıcı bir şekilde belirlenmiş, eylem ve projelerin genel çatkısını oluşturmuştur. **HAREKET** ve **DEĞİŞİM** ana temaları üzerine kurgulanan stratejiler, İKA Mali Destek Programı önceliklerini de dikkate alarak hazırlanmıştır.

- Ana Temalar (değişim ve hareket)
- Strateji Adımları ise 5 söylem ve 5 tema ile belirlenmiştir.

1- Tekil Davranışlardan Ortak **HAREKET**e,
2- Kentsel Mutfaklardan **BÖLGESEL** Yemek Kültürüne,
3- Kalıplaşmış Menülerden **DEĞİŞEN** Mutfaklara,
4- Alaylı Ustalardan **YENİ NESİL** Şeflere,
5- Bireysel Başarılardan **KOLEKTİF** Başarılara

D. Eylemsel Çerçeve

Eylemsel Çerçeve bölümünde, stratejilere ulaşmak için 15 eylem alanı ve 55 proje tanımlanmıştır. Tanımlanan eylem ve projeler Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinde, gastronomi sektörü ile ilgilenen herkesi kapsamaktadır.

Eylemlerin ortak noktası **GELENEKSEL** ve **YENİ NESİL** arasında köprü kurması, bireysel davranışlardan ziyade, kolektif davranışları içermesidir.

E. Ortak Projeler

Plan raporu kapsamında önerilen 55 proje içinden 10 ortak proje detaylı olarak ele alınmıştır. Seçilen projelerin temel özelliği bölgeyi kapsayıcı olması ve ortak hareket üzerine mesajlar sunmasıdır. Ayrıca, gelişen trendler, yeni nesil ekonomiler de dikkate alınarak, gelecek neslin beklentilerini de içermesi proje başlıklarının belirlenmesinde önemli olmuştur.

1. Ortak Hareket
2. Bölgesel Mutfak
3. Ortak Mutfak
4. ROTA
5. Üretici Ağı
6. Değişen Menü
7. Lezzet Her Yerde
8. PaylAŞ
9. Standart, Eğitim, Sertifikasyon
10. Yeni Nesil Girişim

F. Ürün Tasarımları

Bu bölümde ise özellikle bölgesel gastronomi hareketinin kurumsal kimliğini oluşturacak ürün örnekleri tasarlanmıştır.

Özetle, **TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı (GTSP) gastronominin yalnızca yeme-içme ile tarih-kültür ilişkisi çerçevesinde ele alınmasından ziyade çok kapsamlı ve boyutlu değerlendirilmesi yönünde stratejiler ve eylemler bütünü ortaya koymaktadır.**

Yeni nesil, sosyal, döngüsel, moleküler gastronomi ile gıda girişimciliği gibi planın kavramsal çerçevesinde detaylıca ele alınan konular, gastronominin hem bilimsel hem de ekonomik ve sosyal boyutlarının önemini ve gelecek için yaratacağı etkileri önemli kılmaktadır.

Değişime açık, yenilik yaratan özellikle yeni nesli içine alan GTSP'nin ilgili paydaşlarla müzakere edilmesi, Eylemsel Çerçeve kapsamında sunulan 55 proje önerisinin ve 2023 hedeflerinin kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları tarafından benimsenmesi ve dikkate alınması söz konusu çalışmanın etkililiğini ve etkinliğini artıracaktır.

2023 Eylem Planı kapsamında önerilen projeler 'her yıl bir tema';

2019 Ortak HAREKET
2020 BÖLGESEL Gastronomi
2021 SOSYAL Gastronomi
2022 Yeni NESİL
2023 YENİ(den) Hedefler olarak belirlenmiştir.

Birleşmiş Milletler, 17 adet Sürdürülebilir Küresel Hedeflerinin 6 adedinin, bu planın öncelikleri ile uyumlu olması, planın küresel ölçekte de önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca Planın, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın, üretim, sanayi, teknoloji ve istihdam hedeflerini de içermesi ulusal ölçekte uygulanabilirliğini artıracaktır.

GTSP'de önerilen projeler, kurumlar arası işbirliği ve ortak hareket ile hayata geçebilecektir. Bu nedenle, projelerin hikayesinden, tasarımına kadar her aşamada işbirliği ve güç birliği gerekli olacaktır.

GTSP'de belirtilen program ve projelerin tasarımından, süreçlerinin takibine kadar ki aşamalar takip edilmeli. Bunun için de aşağıdaki konular detaylı ele alınmalıdır.

1. 'Ortak Hareket Grubu' Oluşturulmalı,
- Kamu
- Özel
- Sivil

2. 'Her Yıl Bir Tema' Belirlenmeli,
- Hedef 2023
- Hedef 2030

3. 'Proje Takımı' Oluşturulmalı,
- Üniversite Temsilcisi
- Girişimciler
- Turizm Sektörü

4. 'Ortak Proje, Ortak Bütçe' Ayrılmalı,
- Fizibilite Çalışması
- Finansman Modeli
- Kaynak Araştırması

5. 'Performans Kriterleri' Belirlenmeli,
- Kapsam
- Katma Değer
- Kalite
- Etki

6. 'İzleme ve Değerlendirme Komitesi' Oluşturulmalı,
- Ortak Hareket Grubu
- Tarafsız Denetim

7. 'Değerlendirme Raporu' Hazırlanmalı,
- Ne Gerçekleşti, Neler Gerçekleşmedi
- Neden Gerçekleşmedi
- Yeni Öneriler

8. 'İletişim Stratejisi' Oluşturulmalı.
- İletişim Planı
- Etkinlik Tasarımı
- Görsel İletişim
- Sosyal Medya

Sonuç olarak, TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı, küresel ve bölgesel ölçekteki trendleri ve başarılı girişimleri ele alarak, bölge ve ülkemiz için kısa ve orta vadeli öneriler sunmuştur. Önerilerin gerçekleşmesi, ortak coğrafyada yaşayan ve ortak geleceği aynı olan bölge ve yöre halkının farklılıkları ile ortak hareketin içinde alınmaları ile başarılı olacaktır.

GİRİŞ

Bu çalışma ile değişime açık, yenilik yaratan, özellikle yeni nesli içine alan gastronomi strateji planı hazırlandı. Bu planın hazırlanma nedeni ise ortak coğrafyada, ortak değerlerin ve kaynakların birleştirilmesi ve ortak projeler gerçekleştirilmesidir.

Öncelikle TRC1 Bölgesi kentleri Gaziantep, Adıyaman ve Kilis için hazırlanan çalışmanın, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Mardin, Şırnak, Siirt illerini kapsayacak biçimde, İKA, DOĞAKA, KARACADAĞ ve DİKA arasında geliştirilebilecek ortak projeler için de örnek olması amaçlanmıştır.

Hedef, Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yılı 2023'te kısa vadeli hedeflere, 2030 yılında ise Birleşmiş Milletler, Küresel Kalkınma Hedeflerine ulaşmaktır.

Bu çalışma, **ARAŞTIRMA** ve **PAYDAŞ TOPLANTILARI** olmak üzere iki önemli ve birbirini tamamlayan bir süreci kapsamaktadır.

Araştırma Çalışmaları

Araştırma çalışmaları Kentsel Strateji çalışma grubunun Gastronomi konusundaki ulusal ve uluslararası deneyimleri incelemesi ve deneyimlerden alınan derslerin özetlendiği bir süreçtir.

Araştırma çalışmaları sürecinde,

- Gastronomi TANIMLARI araştırılmış,
- TRENDLER incelenmiş ve 10 Temel Trend detaylandırılmış,
- Çalışmaya yön verecek 10 BAŞARILI ÖRNEK incelenmiş,
- Gastronomi turizminde YENİLİK için 10 TEMEL SORU çıkarılmış ve
- Örneklerden alınan 10 Temel Ders belirlenmiştir.

Paydaş Toplantıları sürecinde ise,

- Kamu, Özel ve Sivil Toplum Örgütleri temsilcileri ile bir çalıştay düzenlenmiş,
- Sektörün önde gelen kurum ve kişileri ile ikili görüşmeler yapılmış,
- İpekyolu Kalkınma Ajansı yönetici ve uzmanları ile değerlendirme yapılmıştır.

Paydaşların belirlenmesinde temel kriter, gastronomi sektörünün öncü kurum ve kişilerinin bilinirliliği, sektöre yapmış oldukları olumlu katkılar ve sektörün geleceği için umut vaat eden yeni nesil girişimcileri kapsaması olmuştur. Ayrıca, Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinden eşit sayıda katılımcı davet edilmesi ve kamu, özel ve sivil sektörlerden dengeli sayıda katılımcı olması da temel kriter olarak benimsenmiştir.

Çalıştayın içeriği, yöntemi ve soruların belirlenmesinde ise Gaziantep'te İKA yöneticileri ve İstanbul'da ise gastronomi sektörün önemli kişileri ile **ODAK TOPLANTISI** yapılmıştır.

Bu toplantıların temel amacı ise çok kapsamlı olan Gastronomi Turizmi konusunun uluslararası boyutu ve trendleri de da dikkate alarak yeni açılımları tartışmaya açmaktır.

1.Çalıştay: 3 Kent, 3 Sektör

3 Kent, 3 Sektör Gastronomi Turizm Çalıştayı, 3 Mayıs 2019 tarihinde 37 katılımcı ile Gaziantep'te yapılmıştır. Katılımcıların %43'ü kamu kurum ve kuruluşlarının, %25'i işletme sahipleri ve girişimcilerin, %32'si ise sivil örgütlerin temsilcilerinden oluşmuştur.

Çalıştaydan beklenti ise İpekyolu Kalkınma Ajansı'nın 3 farklı ilinden gelen farklı sektörlerdeki katılımcıların stratejik plan sürecine kendi başarı öyküleri ile katkılarını almak ve özellikle de yeni nesil girişimlerin yerel ekonomiyi kalkındırmadaki rollerini tartışmaktır.

Bir başka deyişle, Gastronomi Turizmi Strateji Planı, farklı kurumların yaptığı ve yapacağı çalışmalara ışık tutacak bir yol haritası niteliğinde olacak, yeni nesil beklentileri dikkate alarak bölgenin geleneksel farklılıklarını, geleceğe taşıyacak yeni stratejiler, program ve projeler geliştirmektir.

Çalıştayın ana teması **DEĞİŞİM** olarak belirlenmiştir. Değişim için **Ne yapılmalı?** ve **Nasıl Yapılmalı?** sorularının yanıtlanmasına yönelik başlangıç sorunlarının, sektör temsilcileriyle tespiti ve çözüm önerilerinin birlikte geliştirilmesidir.

Bu çerçevede, yerel ve bölgesel değerlerin, değişim dinamikleri ve gelişen trendler dikkate alınarak yaşatılması ve sürdürülmesi için yeni hikayelerin yazılması için katılımcıların aşağıdaki başlıklarda görüş ve öneriler alınmıştır.

- **Tanımlar;** Yeni Nesil Ekonomiler, Gastronomi
- **Alınan Dersler;** Yeni trendler
- **Deneyim;** Geçmişin Birikimi
- **Hikaye;** Gelecek Temaları

Üretim, Dağıtım ve Tüketim olmak üzere 3 temel alanda, yeni nesil beklentilere hazır olması için temel sorunlar ve temel çözüm önerileri tartışılmıştır.

Bu konuda;

- Çözüme Nereden ve Nasıl başlamalıyız?
- 3 Aşama etkileşim/işbirliği konuları Neler olabilir?
- Yeni Nesil ve Yereli Çözüm Değişim Sürecine Nasıl dahil Edebiliriz?
- Yeni Nesil beklentilerini ve Kültürel Alışkanlıkları Dengesi Nasıl Kurabiliriz?
- Değişim gerektiğini düşündüğünüz EN önemli sorun Nedir, çözüm Nasıl olmalı?

Çalıştayın birinci aşaması, Grup Tartışmaları ile gerçekleşmiştir.

- Katılımcılar, üretim, dağıtım ve tüketim alanları için 3 gruba ayrılmış,
- Gruplarda, kamu, özel ve sivil sektör temsilcilerinin dağılımı denge içinde olmuş,
- Her bir alandaki katılımcılar tarafından sorunlar ve çözümler derinlemesine aşağıdaki konular ve sorularla tartışılmıştır

Grup 1- ÜRETİM; Sıfır noktası

- Etkili Aktörler
- Alanlar/Mekanlar
- En Önemli Sorun ve Başlangıç Noktaları
- Sorunların Etkileri

Temel Sorular

- Üretim sürecinde EN önemli 5 sorun nedir?
- Yeni neslin üretim sürecine katılmamasında engeller nedir? Engelleri Nasıl aşabiliriz?
- Üretici sorunların çözümünde kiminle çalışmalı, Neden?
- Ev-Bahçe üretimi yeni fırsatlar yaratır mı? Nasıl bir yol izlenmeli?
- Üretim ve dağıtım arasındaki süreç Nasıl kısaltılabilir?

Grup 2- DAĞITIM; Köprü

- Etkili Aktörler
- Alanlar/Mekanlar
- Temel Sorunlar
- Olası Etkiler

Temel Sorular

- Hızlı ve ucuz dağıtım sistemlerini tasarlamada engel yaratan en temel sorunlar Nedir?
- Üretim ve dağıtım sürecini Nasıl ekonomik hale getirebiliriz?
- Pazar zincirlerini dağıtım sürecinde Nasıl etkili kılabiliriz?
- Yeni nesil sürece Nasıl dahil edebiliriz?
- Paylaşım ekonomisi (imece) kültürünü Nasıl geliştirebiliriz?

Grup 3- TÜKETİM; Son Nokta

- Etkili Aktörler
- Alanlar/Mekanlar
- Temel Sorunlar
- Olası Etkiler

Temel Sorular

- Tüketim mekanlarını yeni nesil beklentilerine göre Nasıl farklılaştırabiliriz?
- İsrafı önlemek için Ne yapabiliriz?
- Yeni nesil beklentilerine (gençlik, turizm, ekonomi) cevap veren ortamları Nasıl tasarlarız?
- Tanıtım ve pazarlamada yeni nesil servislerden Nasıl yararlanabiliriz?
- Yeni trend gelişmeleri yerel ile Nasıl entegre edebiliriz?

Çalıştayın ikinci aşaması ise 3 grubun bir araya geldiği 'Genel Tartışma' olmuştur. Bu aşamada, 4 tematik konu üzerinde yoğunlaşılmıştır.

- Gastronomi ve Yeni Nesil
- Sosyal Gastronomi
- Gastronomi Deneyimi
- Gastronomi Eğitimi

Çalıştayda aşağıdaki yöntemler kullanılmıştır.

- **Fikir Peteği Yöntemi**

Bu yöntemin amacı tüm katılımcıların belirli konulardaki görüş ve önerilerinin sözlü olarak alınmasının yanısıra yazılı olarak da alınması ve en aykırı ve benzer konuların tartışmaya açılarak, tüm katılımcıların aktif katılımını sağlamaktır.

Görüş ve öneriler her bir katılımcı tarafından post-it'lere yazılarak, duvarlarda asılı olan üç ilin idari sınırlarını gösteren peteklerinin içine yapıştırılmıştır. Her bir grup temsilcisi, grup adına diğer gruplara sunum yapmışlardır.

- **EN Yöntemi**

Dünyada en yoğun kullanılan EN yöntemi ise değerlerin ve girişimlerin çok fazla olduğu bölgede gastronomi konusunda kısıtlı sürede Enleri tartışmaktır.

Katılımcılara aşağıdaki EN soruları sorularak, Enler belirlenmiştir.

- EN İyi Tarımsal Ürün
- EN iyi Lezzet
- EN Bilinen Lezzet Öyküsü
- EN Katma Değer Yaratan Üretim Alanı
- EN Yenilikçi Girişim
- Diğer

- **Eğer, ---------- Yöntemi**

Katılımcılara eğer ile başlayan, yetkili olsaydınız ne yapardınız? gibi aşağıdaki sorularla tartışmalar yaratarak, sonuca yönelik somut öneriler alınmıştır.

- Sizce Gastronomi Nedir?
- Sizce EN önemli tema Nedir?
- Yetkiniz Olsa NE yapardınız?
- NE eksik, NEYİ değiştirmek isterdiniz?
- Program ve proje önerileriniz Nelerdir?

Sektör Temsilcisi Katılımcılar

Nazlı ÖZMEN	GAP BKİ Turizm Uzmanı/Şanlıurfa
Türkan AÇIK	GBB – Gıda Müh. Mutfak Sanatları Merkezi
Serkan DOĞRUER	Gaziantep Ticaret Borsası – Kalite Akreditasyon
Mert BAYINDIR	Sanko Üniversitesi/Gaziantep
Arzu GÜCEYLİOĞLU	Lohan Gıda/Gaziantep
Yusuf ÇİFTÇİ	Çelebioğulları Baklava/Gaziantep
Samet ÖZTÜRK	Gaziantep Üniversitesi
Mustafa ÖZGÜLER	Orkide Pastanesi/Gaziantep
Fethi AVSEREN	Adıyaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Hakan SARIBAŞ	Kilis İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Bülent ÖZTÜRK	Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Mehmet ÖZDEMİR	Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Zafer OKUDUCU	GBB Başkan Danışmanı
Nezihe OTAY LÜLE	Sanko Üniversitesi Öğr. Görevlisi
M. Ümit DELİ	Kilis Ziraat Odası
Hülya YILDIZ	Gaziantep BŞB Kültür ve Turizm DBşk.
Mehmet ERDAL	Kilis Belediyesi
Ayşen KARADUMAN	Gaziantep Üniversitesi
Çoşkun YAYCI	Cumba Künefe /Gaziantep
Hülya Nurgül ÖZHAN	Sihirli Tatlar /Gaziantep
Battal YILDIRIM	Gaziantep Aşçılar Derneği
Oya ÖZKANCI	Gaziantep Üniversitesi GASTURDER
Başak BOZ	Gaziantep Üniversitesi
Ahmet UYHUZ	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Aylin ER	Pastacı İnci/Gaziantep
Nural BOZKURT	Adıyaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Enes SAYSALMAZ	Adıyaman İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Serdar İNCE	Gaziantep Sanayi Odası

Araç
Süreç
Aktör
Aktör
Süreç

2.Görüşmeler: İşletmeler ve Kişiler

Her üç ilde, Gastronomi sektöründe öncü ve lider işletme sahipleri ve kişilerle bire bir görüşmeler işletmelerde yapılmıştır.

Görüşmeciler, 1.Çalıştay katılımcılarının ve İKA uzmanlarının önerileri dikkate alınarak belirlenmiştir. Görüşmeler esnasında hem mekanlar görülmüş hem de üretim süreci gözlemlenmiştir.

27-28 Haziran tarihleri arasında Gaziantep'ten 12, 17-18 Temmuz tarihleri arasında Adıyaman'dan 7 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, 19 Temmuz tarihinde ise Kilis'ten 6 kişi ile anket yapılmıştır.

Görüşmeler ve anketlerde aşağıdaki sorular çerçevesinde sorulmuştur.

- İşletmenizin Gastronomi Turizmi konusunda yarattığı FARK ve ETKİ nedir?
- Sektörde yaşadığınız EN önemli sorun nedir?
- İsraf konusunda yaptıklarınız var mı? Önerileriniz?
- Standartlaşma, eğitim konusunda neler yapıldı, neler yapılmalı?
- UNESCO Gastronomi kenti Gaziantep'e ne kazandırdı?
- Gelecek nesil için yenilik önerileriniz var mı?
- Bireysel başarı öykülerini nasıl kolektif hale getirebiliriz?
- Değişim için NE değişmeli?
- Bölge bazında ortak hareket nasıl bir etki yaratır? İşbirliği mümkün mü?
- Gastronomi Turizminin gelişmesi için önerileriniz nedir?

Görüşme Yapılan İşletmeler ve Kişiler

Gaziantep

Talat Çağdaş, Çağdaş İmam (İmam Çağdaş Kebap ve Baklava Salonu)
Murat ve Cevdet Güllü (Güllüoğlu Baklava)
Seyran Gökpınar, İsmail Kılınç (Şire Han Otel)
Selim Bağcı (TAMİS Kahvesi)
Duran Kılınç (Rahmibey Konağı Butik Otel)
Ragıp Güzelbey (MUSEM)
Talip Erleblebici (AŞİNA Gaziantep Mutfağı)
İbrahim Halil Kör, Halil Kör (Kebapçı Halil Usta)
Uğur Acıoğlu (ACIOĞLU Et Lokantası ve Yöresel Lezzetler)
Oğuz İbili (Küşleme Kebaphan)
Fikret Tural (Mutfak Sanatları Merkezi)

Adıyaman

Ali Tümer (Saray Helvacısı)
Burak Yağmur (Hilton Inn Garden Otel)
Abuzer Özer (Asmaaltı Restaurant)
Nimet Peri (Peri Hanımeli Sofrası)
Levent Günebir (Hocanın Yeri Şambayat Et Lokantası)
İbrahim Daşdelen (Otantik Çiğ Kötfeci İbo)
Dellah Metin (Mahalli Sanatçı)
Ahmet Akil Yağınlı (Araştırmacı, Yazar)
Sinan Temel (Eğitmen)

Kilis

M. Ali Sinanoğlu (Yaren Tarihi Taş Mekanlar)
Metin Böke (Hamam Restaurant)
Ahmet Fadıloğulları (Hacı Fadıloğulları)
Murat Aygün (Aygün Kebap)
Muhittin Uyguner (Doğan Han)
Uğur Atilla Bekan (Katmerci Bekan)

Adıyaman
Gaziantep

Görüşmelerden **10 Temel Mesaj**

Gaziantep

01. Çok etkinlik var, ama birbirimizden bi haberiz. Etkinlikler, kapsayıcı ve etki yaratıcı olmalı.

02. Şefler geliyor, şefler gidiyor. Yalnızca tabak sunuyorlar. Bir araya gelme sıkıntısı var. Bilenler bir araya gelmeli.

03. Tüm işletmelerin kendine özgü işletme reçetesi olmalı. Tariflerde kullanılan malzeme ve oranlar bu standartlara göre olmalı.

04. Kişisel egolar, rekabet ve ortak çalışma kültürü olmaması en önemli zorluklar. Bölgede otoritesi olan bir kurumun yaptırımları ile ortak hareket edilmeli.

05. Üniversite, gıda sektörünün içinde değil, uygulamadan kopuk bir eğitim veriliyor. Bilgili, yetişmiş personel bulmak konusunda üniversiteden faydalanılmalı.

06. Şehirdeki gastronomi etkinliklerinde bizim ismimiz de olmalı.

07.. Yörenin lezzetli ev yemekleri tanıtılmalı ve pazar haline getirilmeli.

08. Yemek tariflerinin orjinalliği bozulmamalı, alternatif, yenilikçi tarifler verilebilir fakat alternatif oldukları belirtilmeli.

09. Gençleri sektöre sokmak için yeni okullar açılmalı, teşvikler verilmeli.

10. Sağlık, kültür, inanç, gastronomi turizmi bir arada olmalı.

Adıyaman

01. Sektörü besleyecek eğitimler meslek liselerinde okutulmalı ve genç kuşaklar bu sektöre teşvik edilmeli.

02. Yeni bir pazarlama stratejisi oluşturulmalı.

03. Kurumsallaşma, sunum yöntemleri, etkili iletişim, hijyen vb. konularda bu işi yapan işletme sahipleri ve çalışanları eğitimlere tabi tutulmalı.

04. Gaziantep için marka kent algısı güçlendi ancak çevre illere katkısı yeterince olamadı.

05. Bilgi, beceri ve sorunların paylaşıldığı çatı bir platform ortak bir başarı öyküsü için bir başlangıç olmalı.

06. Marka ürün geliştirilmeli ve pazarlanmalı.

07. Gelecek neslin beğeni ve ihtiyaçlarını karşılayacak yeni sunum teknikleri geliştirilmeli.

08. Bilgi, beceri ve deneyimlerin aktarıldığı bir oluşum ile bireysel başarı hikâyelerinden ortak bir hikâye yazılmalı.

09. Kurumsallaşmak, işi bilen kişilerce bu sektörde faaliyet göstermek, tanıtım yapmak, yeni mekânların açılmasını sağlamak Adıyaman'da gastronomi turizmini geliştirebilir.

10. Kalifiye personel sıkıntısı ortadan kalkarsa sektörün büyümesi önündeki engel kalkar.

Kilis

01. Değişim için dışarıda yemek yeme kültürü yaygınlaştırılmalı.

02.Güncel hayatta sürekli yenilenen sunumlar yapılmalı.

03. Nitelikli eleman sorunu çözülmeli. Çıraklık eğitimi, ustalık belgesi eğitimleri verilmeli.

04.İnanç Turizmi kapsamında tanıtım çalışmalarının yapılması lazım. İlimize ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlere konaklama imkanı sağlanmalı.

05. Mesleki (çıraklık, kalfalık) ve hijyen eğitimi verilmeli.

06. Fuar, festival, etkinlik düzenlenmeli. Diğer bölgelerden insanlar, STK'lar, gazeteciler Kilis'e davet edilerek ilimizin tanıtımı yapılmalı.

07. Sektör olarak birlikte çalışılmalı.

08. Standartların, kalitenin artırılması gerekir. Ayrıca teknolojik sistemlere geçilmelidir.

09.Çalışanlar, bu sektörün önde giden firmalarında çalışarak veya staj yaparak tecrübe kazanmalı.

10.Ürünlerimizin büyük şehirlerde zincir marketlerde satışı yapılmalı.

3.Değerlendirme: İKA Yönetimi ve Kentsel Strateji

Sektör görüşmelerinin ardından, İKA Genel Sekreteri Sn. Dr. Burhan Akyılmaz ve Planlama, Programlama ve Koordinasyon Birimi uzmanları ile beklentileri içeren kapsamlı değerlendirme yapılmış, öneriler alınmıştır.

Yapılan değerlendirmede,

- Bölgesel işbirliği nasıl olmalı?
- Gastronomi bölge koridorları yaratılabilir mi?
- Eğitim ve standartlaşma için neler yapılmalı?
- Bölge Üniversiteleri ile işbirliği ortamları neler olabilir?
- Fark yaratan destinasyonlar tasarlanabilir mi?
- Tüketicinin talebine uygun yeni menüler hazırlanabilir mi?
- Franchising sistemi geliştirilebilir mi?
- Organik pazarlar, sokak yemekleri tasarlanabilir mi?
- Yeni hikayelerle yeni pazarlar yaratılabilir mi? Sorularının bu planda yer almasının önemi vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, Gastronomi Turizmi Strateji Planı, sektörün geniş paydaş katılımı ile farklı ortamlarda ve farklı yöntemlerle alınan katkılarla hazırlanmıştır.

Sektör görüşmelerinin ardından, İKA Genel Sekreteri Sn. Dr. Burhan Akyılmaz ve Planlama, Programlama ve Koordinasyon Birimi uzmanları ile beklentileri içeren kapsamlı görüşmeler yapılmış, öneriler alınmıştır.

Öncelikli Hedefimiz
Mezopotamya ve Akdeniz Mutfağı Birlikteliği Olmalı.

O nedenle
İKA, DOĞAKA, KARACADAĞ, DİKA arasında Gastronomi Turizmi alanında festivalleller, gurme fuarları, gastronomi yatırım zirveleri, gastro-destinasyon pazarlama gibi konularda **İşbirliği** Yapılmalı.

TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı
Gaziantep, Adıyaman ve Kilis'in Farklılık Değerlerini Dikkate Almalı.

Bölge kalkınma ajansları ve idareleri arasında Gastronomi Turizmi alanında festivaller, gurme fuarları, gastronomi yatırım zirveleri, gastro-destinasyon, pazarlama gibi konularda işbirlikleri yapılmalı.

Gastronomi Kümelenmesi ile
Yeni Gastronomi Koridorları Yaratılmalı.

Eğitim ve Standartlaşma Konusunda
Bölge **Üniversiteleri İle İşbirliği** Yapılmalı.
Ortak Kuluçka Merkezleri Oluşturulmalı.

Sağlık Dostu Mutfak,
Gelişen Trendler Dikkate Alınmalı.

Yeni Hikayeler, Yeni Fırsatlar Yaratabilir,
Yeni Destinasyonlar Tasarlanabilir.

Bölge, **Gıda Endüstrisi İçin Fırsatlar** Taşıyor.
Dondurulmuş Gıda, Tıbbi Medikal, Savunma Sanayi Gıda Talepleri Gelişiyor, Bunlara Hazır Olmalıyız.

Evrensellik İlkesi Çerçevesinde
Bölge Mutfağı, Evrensel Düzeye Çıkarılmalı.

Çeşitlilik İlkesi Çerçevesinde ise **Tüketici ve Kişiye Özgü Yeni Nesil Menüler** Tasarlanmalı.

Kent Düzeyinde Yapılan Pek Çok Etkinliğin Bölgeye Etkisi Olmuyor, **Ortak Etkinlik İlkeleri Düzenlenmeli.**

Restoranların, **Ortak Atölye** Kurması
Örnek Girişim Olabilir.

Yeni Franchising Sistemi Geliştirilmeli,
Gıda Dağıtım Sistemleri Kurulmalı.

Organik Pazarlar, Sokak Yemekleri
Herkese **Eşit Fırsatlar** Sağlayabilir.

KATMER

A KAVRAMSAL ÇERÇEVE

10 TEMEL TANIM

1. Gastronomi

Gastronomi, ülke veya toplulukların yaşam tarzlarını yansıtan, damak zevklerine, inançlarına, kültürlerine ve sahip oldukları kaynaklara uygun ürünler yetiştirerek, farklı pişirme yöntemleri deneyerek zaman içinde gelişen mutfak kültürü olarak tanımlanabilir. (World Tourism Organization (2017), Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid)

- "Temelinde yemek düzeni ve sistemi" belirli kültürlerin yansıması olan, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimiyle ilgili bir sanat ve bilim dalı"
- Gastronomi "yaşama sanatı" olarak, yiyecek - içecek bilgi ve becerilerini kavrama ve yeme içmeden zevk alma, deneyimi.
- Yemek yemenin ve yemek yapmanın kültürel derinliğinin bilincinde olmak
- Farklı lezzetlerin bir aradalığı, oranlar, malzemeler, pişirme teknikleri, kültür, sanat
- Bütünsel olarak tarım, kültür, misafirperverlik, üretim, gelenekler ve yemek kültürleri

2. Döngüsel Gastronomi

Dünyada üretilen gıdanın üçte biri çöpe giderken, çöpe gitmeyen gıdalar sahibine ulaşana uzun yolculuklar yapıyor, enerji kaybı ve atık üretimine neden oluyor. Gıda yolculuklarının uzun olması sebebi ile hazır/yarı-hazır gıda ürünlerinin bozulmasını engellemek için koruyucular ve özel paketlemeler kullanılıyor, taze yiyeceklerin de dağıtım ve saklama sürecinde tazeliği uzun süre tutabilmek için kullanılan yöntemler de (ambalajlama, soğutma, dondurma ve taşıma) enerji, malzeme israfı ve çevresel sorunlara yol açmaktadır.

2050 yılında dünya nüfusunun 9,8 olacağı öngörülüyor ve mevcut gıda sisteminin, daha fazla üretime ihtiyaç duyacağı, daha fazla gıda israfı ve enerji kaybı yaratacağı açıkça görülüyor.

Son yıllarda her iki konuda da duyarlılığın artmasıyla, atık yönetimi için bir sistem kurgusuna ihtiyaç duyuluyor. Kaynakların doğru kullanımı, daha az atık üretimi ve üretilen atıkları geri kazanabilmek, gıda krizine karşı dayanıklı hale gelmek için 'döngüsel gastronomi' yaklaşımı devreye giriyor. (https://aftonhalloran.com/category/circular-economy/)

3. Gıda Girişimciliği

Gıda sisteminde üretim, dağıtım, tüketim ya da atık döngüsü aşamalarında tespit edilen bir ya da birden fazla sorunun çözümü için geliştirilen yaratıcı ve yenilikçi fikirlerin iş fırsatlarına dönüştürülmesidir.

Gıda girişimleri çiftçilik bilgisinin korunması, nitelikli, sağlıklı üretim, gıdaya eşit erişim, daha az atık, geleneksel lezzetlerin yeniden yorumlanarak yaşatılması, sağlıklı beslenme, gıda teknolojileri, su kullanımı, ambalaj tasarımı gibi gıda ile ilgili konulardaki girişimlerdir. Bu girişimler, ekonomik faydanın yanı sıra sosyal fayda ve sürdürülebilirliği amaçladıklarından sosyal girişim olarak da tanımlanabilirler.

4. Moleküler Gastronomi

Moleküler gastronomi geleneksel mutfağın bilim ile buluştuğu bir akım, yemekleri oluşturan bileşenlerin fiziksel ve kimyasal dönüşümlerini araştıran bir gıda bilimidir. Bu gastronomi hareketinde geleneksel malzeme ve pişirme teknikleri incelenir ve bilimsel yollarla tohum iyileştirme, gıdaların değişimi, yeni yiyeceklerin tasarımı, yeni üretim yöntemleri ve pişirme ve sunum teknikleri geliştirilir. Gastronomi gibi moleküler gastronominin de üç bileşeni olduğu kabul edilir. (sosyal, sanatsal ve teknik)

5. Gastronomi Mirası

Somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilen 'gastronomi', belli gıdaların/yemeklerin ilk kez bir yörede üretildiğini ifade eder. Bu eski lezzetler arasında Mezopotamya'dan gelen Anadolu mutfağında yer alan yemeklerin bazıları, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almaktadır. (https://ich.unesco.org)

6. Gastronomi Turizmi

Gastronomi ve gastronomi turizmi diğer sektörleri ve kaynakları etkiler, kent deneyimini çekici hale getirir ve kentlerin gelişmesinde lokomotif sektörlerden biri olarak değerlendirilir. Gastronomi turizmi ile hedeflenen ekonomik büyümenin, ancak toplumsal, çevresel ve kültürel etkilerin de entegre edilmesi ile mümkün olduğu görülmüştür. Bu nedenle gastronomi turizmi ile bir yandan mutfak kültürü ve ürünler korunmalı ve küresel eğilimlere göre yenilenmeli, diğer yandan da kentler bu ürünlerle birlikte ziyaretçiler için çekici hale gelmeli ve bu gelişmeler kentte yaşayanların yaşam kalitesini artırmalıdır. (Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism. 2019. eISBN: 978-92-844-2095-7. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420957)

7. Gastrodiplomasi

Ulusal gastronomi kültürünün, uluslararası diplomasi aracı olarak sunulması, gıda aracılığıyla kültür ve değerlerin aktarımıdır. Gastrodiplomasi, kalpleri ve zihinleri kazanmanın en kolay yolunun mide yoluyla olduğu fikrine dayanır.

Resmi Gastrodiplomasi

- Son on yılda, birçok ülke, yurtdışındaki kültürel etkilerini artırmak için gastrodiplomasi kampanyaları uyguladı.
- Gastrodiplomasi, ekonomik fayda için gıda ürünlerinin tanıtımı ve satışı ile ilgili değildir.
- Ulusal güçlerin meşruiyeti olarak diplomatik hedeflere ulaşmak için güçlü bir araçtır. Gastrodiplomasi bu nedenle sadece bir diplomasinin niş alanı değil aynı zamanda diplomatik spektrumun her alanına yayılır.

Resmi Olmayan Gastrodiplomasi

- Yiyecek, insanları bir araya getirmek için güçlü bir katalizördür,
- Aynı sofrada oturanlar eşitlenir, keyifli ve zorlayıcı bir temas sağlanır.
- Paylaşılan yemek, düşmanlığın azaltılmasına ve önyargıların ortadan kaldırılmasına katkıda bulunabilir.
- Bu anlayışla kurulan restoranlar, yalnızca yemek servisi yapmakla kalmıyor, kültürel anlayış oluşturmak ve kültürel alışverişi kolaylaştırmak için platformlar olarak da hizmet veriyor.

8. BM 2030 Küresel Hedefler

Birleşmiş Milletler'in belirlediği 2030 yılı Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nin temelinde 17 Sürdürülebilir Gelişme Hedefi bulunur. Bu hedeflerden ikincisi "açlığı ortadan kaldırmak"tır. Açlığın ortadan kaldırılması hedefi gıda güvenliği, beslenmenin iyileştirilmesi ve sürdürülebilir tarımın teşvik edilmesi gibi beslenmeye ilişkin temel konuları içerir. Ancak, gıda konusu 17 hedefi birbirine bağlayan ortak nokta olarak kabul edilmiştir. Beslenme ile ilgili sorunlar küresel düzeyde iklim değişikliği ile mücadele, sağlık ve ekolojik koruma hedefleri ile birlikte değerlendirilerek, bütüncül olarak ele alınır.

Beslenme ile ilgili zorlukların aşılması, yeterli ve sağlıklı beslenmenin sağlanması için üretim ve dağıtım süreçlerinin sürdürülebilir biçimde organize edilmesi, israfın önlenmesi, artık gıdanın azaltılması ya da yeniden kullanımı, paketleme nedeniyle oluşan atıkların geri dönüştürülebilir ya da doğada çözünebilir olması gibi çeşitli politikalar geliştirilmektedir. Ancak daha etkili adımlar atılması için yenilikçi, tekrarlanabilir, ucuz maliyetli ve anlamlı etki yaratan proje ve programların geliştirilmesi ve ülkeler ve şehirler arasında işbirliği yapılması önemlidir. (https://www.kureselamaclar.org/)

9. Kentsel Gıda Sistemleri

Kentleşme, kentsel yoksulluk, sağlıklı gıdaya erişim sorunları, artan gıda fiyatları, gıda ithalatına olan bağımlılığın artması ve iklim değişikliğinin yol açtığı zorluklar, kentsel gıda sistemlerine duyulan ilgi ve ihtiyacı artırmıştır.

Kent ve bölgeleri beslemek, sağlıklı, mutlu ve sürdürülebilir topluluklar oluşturmak için gıda ve tarım kararlarına artık plancılar, stratejistler ve yerel, bölgesel yönetimler de katılmaktadır.

Esnek gıda sistemlerini tartışan ve kentsel nüfus için sürdürülebilir gıdaya öncülük eden kent stratejileri örnekleri

- Kamu sektörleri için sağlıklı gıda alımları (hastaneler, okullar, ofisler),
- Akıllı ve yerel gıda etiketlerinin kullanımı,
- Şehir çeperindeki çiftçilerin üretimlerinin desteklenmesi,
- Kent çeperindeki tarımda kentsel atıkların ve atık suların değerlendirilmesi,
- Kentsel yoksul/dezavantajlı insanların gıda projelerini desteklemek,
- Kentsel tarım ve ormancılığın arazi kullanım planlamasına dahil edilmesi, şehir iklim değişikliğine uyum ve afet riskinin azaltılması,
- Yerel ve küçük ölçekli işletmelerdeki yerel gıda işleme ve dağıtımına destek,
- Çiftçi pazarlarını ve yerel gıda merkezlerini destekleme,
- Çok fonksiyonlu tarımın yenilikçi biçimlerini teşvik etmek,
- "İyi ve Sağlıklı Gıda" üretimi ve tüketimi konusunda eğitim ve öğrenim fırsatları beslenme eğitimi,
- Gıda atıklarının azaltılması ve gıda bankalarının kurulması,
- Gıda Politikası Konseyleri veya Platformlarının oluşturulması.

10.Yaratıcı Turizm

Yaratıcı turizm, kültürel turizmin planlanması ve geliştirilmesinde yaratıcılığın, üretimin, yerel kültür ile etkileşimin önemini vurgular. Yerel festivaller, yemek kültürü, müzeler, kültürel miras dahil olmak üzere, ziyaret edilen yerde yaşayanlar ile oluşturulan ortak deneyimler, yerel insanlarla bağlantı kurma fırsatı (sanat, el sanatları ve aşçılık atölyeleri gibi), ziyaretçilerin yaratıcılık arayışlarını karşılar. (Creative Tourism Network.2018. Creating Creative Tourism Toolkit. https://www.researchgate.net/publication/330425066_Creating_Creative_Tourism_Toolkit)

Sanat ve Zanaat, Tasarım, Mimari, Gastronomi, Sağlık ve Şifa, Maneviyat, Doğa, Spor gibi konularda yeni bir beceri öğrenme, başarı hissi, resim, el yapımı nesne veya gıda ürünü gibi yaratıcı deneyimler, ziyaret edilen mekan ile kalıcı bir duygusal bağlantı kurulmasını, muhtemelen bu yerin tavsiye edilmesini ve tekrar ziyaret edilmesini sağlamaktadır.

10 TEMEL TREND

1. Yaklaşan Krizler, Kıt Kaynaklar
Değişen Tüketim Alışkanlıkları

Dünya nüfusu ve tüketim hızı artıyor. Tüketim alışkanlıklarımızı değiştirmez ve mevcut kaynaklarımızı bugünkü hızla tüketmeye devam edersek 2050 yılında üç tane Dünya'ya ihtiyacımız olacak.

İklim değişikliğinin, gıda üretim sistemleri üzerinde yaratacağı etki, gıda kaynaklarının azalması ve bu kaynaklara erişimin kısıtlı olacağı anlamına geliyor. Yeni gıda kaynakları arayışı, protein kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve okyanusların kullanımı, yeni gıda arayışlarının en önemli trendlerinden oluyor.

Yemek israfını azaltmak, meyvelerin ve sebzelerin kabuk, sap gibi kısımlarının yenilebilir olduğu fikrini benimsemek, ürünlerin çöpe atılan kısımlarını turşu, kurutma, sos gibi yöntemlerle farklılaştırarak ürüne dönüştürmek, gıda israfının azaltılması için basit başlangıç olarak görülüyor.

2. Geleneksel Üretim Bilgisi
Gıda Teknolojileri ile Buluşuyor

Kırsaldaki nüfus demografisi değişiyor. Üreten genç nüfus azalırken, toprağın üretim bilgisi yaşlı nüfusla birlikte yok oluyor. Geleneksel üretim bilgisinin kaybolmaması için teknoloji devreye giriyor.

Bitkisel ve hayvansal tarımsal ham maddelerden çeşitli ürünler elde etmek için eski zamanlarda kullanılan geleneksel bilgiler bulunuyor. Tohum atma, ekim, dikim, toplama zamanları, saklama yöntemleri, şifalı otların kullanımı gibi bilgiler, bugün gıda üretim teknolojileri kullanılarak, gıdaların kalitesini, raf ömürlerini, lezzetlerini ve görünümlerini geliştirmek için rafine edilerek geliştiriliyor. Geleneksel bilgiler, en güncel bilimsel bilgilerle güçlendiriliyor.

3. Şefler Dışarı
Toplumu Etkileyen Şefler

Yakın gelecekte, yapay zekanın çiftlik ve mutfaklarda otomasyonu sağlayacağı öngörülüyor. Şeflerin yeni rolü, yemek pişirmenin ötesine geçiyor. Şefler, toplulukların beslenme ihtiyaçları bağlamında gıda sistemini şekillendirmeye yardımcı olan sosyal aktivistlere dönüşüyor.

Şefler; sürdürülebilir tarımsal üretim, sağlıklı beslenme alışkanlıkları, yiyecek seçimi ve gıda israfı gibi konularda toplulukları bilinçlendirmek, gıda sistemi hakkında rehber ve eğitimci olmak gibi roller üstleniyorlar.

4. Gıdaya Eşit Erişim İçin
Sosyal Gastronomi Hareketi

Kırsaldaki nüfus demografisi değişiyor. Üreten genç nüfus azalırken toprağın üretim bilgisi yaşlı nüfusla birlikte yok oluyor. Geleneksel üretim bilgisinin kaybolmaması için teknoloji devreye giriyor.

5. Yereli Geliştiren
Mutfak Enstitüleri

Enstitü öğrencilerinin mutfak konusunda becerilerini geliştiren ve gıda girişimciliği konusunda yeni öğrenme ve öğretme ortamı sunan Mutfak Enstitüleri, araştırma, geliştirme ve üretim faaliyetlerini kapsayan bilgileri paylaşırlar. Gıda sektöründeki girişimciliği geliştirmek için öğrenciler ve paydaşlar arasındaki etkileşimi teşvik eder.

Özellikle başlangıç ve KOBİ seviyelerinde yenilik geliştirmeyi amaçlayan enstitülerde

- Akademi ve gıda endüstrisi paydaşları arasında köprüler kurulur.
- Öğrencilerin KOBİ'ler tarafından istihdam edilebilirliği sağlanır.
- Sektördeki rekabet gücünü artırmak için gıda inovasyonları yapılır.
- Melek yatırımcılar ile gıda inovasyonları buluşturulur.

6. Sağlık İçin Yemek
İyi Ye, İyi Yaşa

Vejeteryan, vegan, fermente, glutensiz, çiğ, şekersiz, unsuz diyetlerin, sağlık için faydalı olduğu bilindiği gibi hayvan tüketimine karşı duyarlı beslenme ve çevreyi koruma gibi etkileri her gün daha fazla insan tarafından benimseniyor. Sağlıklı atıştırmalıklar ve sağlıklı hazır gıda sektörlerini ön plana alan gıda girişimleri artıyor.

Tüketicilerin, sağlık için fonksiyonel gıda talepleri de artıyor. Örneğin beyin fonksiyonlarını iyileştiren, yaşlanmayı önleyen, yorgunlukla mücadele edebilen gıdaların gelişimi, gıda endüstrisinde geleneksel bilgilerin yenilikçi teknolojilerle harmanlanmasıyla karşılanıyor.

7. Tarladan Sofraya, En Kısa Yolculuk
Yerinde ve Mevsiminde

Dünyada, 1 tabak yemeğin, masaya gelene kadar seyahat ortalaması 1600 km. Yemeğim benden az seyahat etmeli görüşü, mevsiminde ve yerinde tüketim bilinci yaygınlaşıyor.

Yerel ve bölgesel yemek yeme eğilimi, yiyecek ve bölge arasındaki ilişkiyi ifade eder. Bu durumda, bu ilişki, üretim yerinin bir yemeğin yenildiği yere yakınlığı anlamına gelir. Yerellik, yani "sıfır kilometre felsefesi", yakın çevrede üretilen yiyecekleri tüketmektir. Yerel ürünlerin, taze ve sağlıklı olmasının yanı sıra, çevresel sürdürülebilirliğe ve bölgenin tarımsal mirasına katkısı vardır.

8. Sosyal Farkındalık
Etik Değerler, Yerel Lezzetler

Sosyal değerler, gıda seçimlerimizi etkiliyor. Dünyada veganlık, etsiz pazartesi, düşük karbon emisyonlu gıdalar gibi tercihler gün geçtikçe artıyor. Sosyal farkındalık, tüketicilerin gıda seçimlerinde sürdürülebilirlik, etik ve adil ticaret, çevreye duyarlılık, yerel çiftliklerin desteklenmesi ve ürün etiketlemesinde doğru bilgilendirme ve şeffaflık konularını kapsıyor.

Gıda konusunda sosyal farkındalığın artması ile daha fazla insanın şeffaf bilgi talebinde bulunması ve gıdanın üretiminden tüketimine geçirdiği süreçleri teknolojinin yardımıyla görülür olabileceği anlamına geliyor. Etik gıdanın hazırlandığı malzemeler, geçirdiği işlemler, üretim yerinin kültürü, gelenekleri ve üretimine dahil olan insanları da kapsayan hikayelere erişim talebinin gün geçtikçe artması bekleniyor.

9. Yeni Nesil Çiftçiler
Kent ile Kır Bütünleşiyor

Şehirlerin gıda politikalarının kırsal çevreleriyle birlikte oluşturularak, kent-kır bağlantılarının ekolojik üretim, yerel biyoçeşitliliğin korunması, iklim değişikliği ile mücadele, tedarik zinciri ve yaşam kalitesinin geliştirilmesine yönelik stratejilerle birlikte kurulması öneriliyor. Bunların sağlanması için yasal düzenlemeler, çeşitli ölçek ve alanda eğitim, bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları ile şehirler arası işbirlikleri destekleniyor.

Kent ve kırın bütünleşmesi için yeni nesil tarım politikalarına ve yeni nesil uygulayıcılara ihtiyaç duyuluyor. Kırsalda yaşamayı tercih ederek kentlerden göçen, eğitimli, bilinçli yeni nesil çiftçiler, kent kır bütünleşmesi ve geleneksel bilginin yenilik ile buluşması konusunda önemli role sahip oluyorlar.

10. Ekonomik, Birlikte, Sağlıklı
Topluluk Mutfakları

Son zamanlarda, yiyecekler giderek bireysel olarak ve mümkün olan en kısa sürede yeniyor. Birlikte yemek yeme ritüelinin doğası gereği sahip olduğu sosyalleşme ve etkileşim ortamı, yavaş yavaş kayboluyor.

"Ev usulü" yemek pişirme ve paylaşma, sembolik olarak aile bağlarını ve alışkanlıkları temsil ediyor. Yalnız yaşayan insanların, yemek hazırlamaya ve yemeğe özen göstermeye yatkın olmadıkları varsayılır.

İngiltere'de 1980'lerden 2010'a, bireysel mutfak kullanımı %50 azalırken, topluluk mutfakları, ekonomik ve sosyal yönlerden cazip bir alternatif olarak ortaya çıkıyor. Yemek pişirmenin öğrenildiği, sağlıklı yiyeceklerin hazırlandığı ve kutlandığı, bu kültürün aktarıldığı mutfaklarda, maddi olarak erişilebilir, kişiselleştirilmiş, isteğe bağlı yemekler sosyal bir ortamda hazırlanıyor.

10 BAŞARILI ÖRNEK

1. Avrupa Gastronomi Bölgesi (IGCAT)*

Gastronomi, kültür, sanat ve turizm alanlarında, kamu, özel, üçüncü sektör ve hükümetler arası organizasyonlarla ortaklaşa çalışmalar yapmak üzere, 'Avrupa Gastronomi Bölgeleri Platformu' kurulmuştur. (https://www.europeanregionofgastronomy.org/)

Dünya çapındaki bir uzmanlar ağı, bölgedeki liderlere, farklı gıda, kültür, sanat ve sürdürülebilir turizm varlıklarının potansiyelini anlama konusunda rehberlik ederek, kolaylaştırarak ve destekleyerek yerel toplulukları güçlendirmeyi amaçlar.

Gastronomi Bölgesi programı, yaşam kalitesine katkıda bulunmak amacıyla

- Kültürel ve gıda benzersizliğinin önemi hakkında farkındalık yaratmak,
- Farklı yemek kültürlerini vurgulamak,
- Daha sağlıklı yemek seçimleri için eğitmek,
- Sürdürülebilir turizm standartlarını iyileştirmek,
- Yaratıcılık ve gastronomik yeniliği teşvik etmek konularında çalışmalar yapar.

Hareket Alanları

1. **Gezegeni Beslemek:** Herkesin iyi ve sağlıklı yemeğe erişimini sağlamak.
2. **Yenilik, Yaratıcılık ve İş Fırsatları:** Topluluklarda yeni, esnek ve tatmin edici işler üretmek.
3. **Geleceğimiz İçin Eğitim:** Sadece ekonomi için değil gelecekteki sağlığımız ve refahımız için bölgesel gastronominin önemi.
4. **Dengeli ve Sürdürülebilir Turizm:** Yiyecekleri yemenin, sunmanın ve servis etmenin, çeşitlilik ve zenginlikle yapılması.
5. **Kentsel ve Kırsal Bağlantılar:** Kırsal ve kentsel çevreleri yeniden bağlamak, böylece geleneksel bilgilerin yeniden değerlenmesi.
6. **İyi Olma ve Sağlıklı Yaşam:** Gastronomi, iyi beslenme sanatıdır, Bölgesel ve yerel sağlıklı yemekleri yaratıcılıkla buluşturur.

*****
The European Region of Gastronomy Platform IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism)

2. İskandinav Gıda Politikası

Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Norveç, İsveç, Faroe Adaları, Grönland ve Åland'ı içeren dünyanın en kapsamlı bölgesel işbirliği biçimlerinden biridir. https://www.norden.org/en/nordic-food-policy-lab)

Topluluğun bölgesel çıkarlarını, yenilik ve rekabet ilkelerini savunarak politika, ekonomi ve kültür alanlarında, Avrupa'da güçlü bir İskandinav topluluğu oluşturmayı amaçlar.

Gıda politikası çözümleri, sağlıklı ve sürdürülebilir okul yemekleri sunan hükümet programlarından, sağlıklı ürünlerin tanıtımında halka açık özel ortaklıklara, yeni bir gıda kimliğinin temellerini oluşturan radikal aşağıdan yukarıya inovasyonları desteklemeye kadar, çeşitli şekillerde ve boyutlarda kurgulanmış strateji ve eylemler bütünüdür. İskandinav gıda politikası çözümlerinin başarısı, insanlar arasındaki etkileşimi destekleyen değerlerden kaynaklanmaktadır.

İskandinav Yemek Kültürü ve Kurumsal Kimlik Stratejileri

- Bölgesel gastronomik markalaşma için ortak bir strateji geliştirmek.
- Yerel gıda üreticilerinin teknik becerilerinin güçlendirilmesi.
- Yemek servisi sektörü için ulusal stratejiler geliştirmek.
- Yaratıcı ekonominin bir parçası olarak gıda sektörüne yatırım yapmak.

Bu politikalar şu eylemleri içerir:

- **Yeni İskandinav Gıda Kimliği:** Bölgesel bir kimlik oluşturmak.
- **Ulusal Gıda Stratejileri:** Yeni İskandinav gıda kültüründen yararlanmak.
- **Ulusal ve yerel düzeyde yemek kültürünün güçlendirilmesi:** Yerel gıdaların geri kazanılması.
- **Yerel otorite yemek kültürü stratejileri:** Deneyim ekonomisini markalaştırmak.

3. Yeni İskandinav Mutfak Manifestosu

Amaç

İskandinav ülkelerinde yeni bir gıda kimliği geliştirmek ve yeme alışkanlıklarını değiştirmek amaçlanır. Manifesto, sağlık, etik üretim ve geleneksel gıdaların yenilikçi yaklaşımlarla yorumlanması konularını ön plana alır. (https://www.norden.org/en/nordic-food-policy-lab)

Mutfak Manifestosu

- Yeni İskandinav Mutfak Manifestosu: 2004
- Yeni İskandinav Gıdası Århus Deklarasyonu: 2005
- Yeni İskandinav Gıda Programı: 2007'den günümüze

Paydaşlar

Yeni İskandinav Mutfak Manifestosu, gıda girişimcileri tarafından geliştirilmiş, bir grup İskandinav aşçı tarafından imzalanmıştır. Resmi olmayan, açık ve demokratik bir süreçte geliştirilerek, küresel ölçekte ilgi çeken, bölgesel bir hareketi teşvik etmiştir.

Balıkçılık, tarım, ormancılık ve yiyecek konularını içeren Yeni İskandinav Gıda Programı, İskandinav Bakanlar Konseyi tarafından geliştirildi ve desteklendi.

Temalar

Yeni İskandinav Mutfağı kalite, mevsimsellik, saflık, etik, sağlık, sürdürülebilirlikle eş anlamlıdır.

Bütçe

2007'den bu yana, İskandinav Bakanlar Kurulu, Yeni İskandinav Gıda Programı'na yaklaşık 5,4 milyon Euro finansman sağlamıştır. Bütçe ile hem Gıda Programı hem de Yeni İskandinav Gıda vizyonunu geliştiren projeler finanse edildi.

4. Gastromotiva, Sosyal Gastronomi

Sosyal eşitsizliği gidermek, beslenme bilincini geliştirmek, yemek israfını ortadan kaldırmak ve yerel ekonomi yaratmak için gıda ve gastronominin gücünü kullanan insan merkezli bir harekettir. Kent çeperlerinde yaşayan, düşük eğitim ve gelire sahip gençler için, itibar, girişimcilik fırsatları, beslenme ve gıda israfı eğitimleri sunar. (http://gastromotiva.org/)

Temalar

Eğitim + İtibar: Gıdayı bir bağlantı aracı olarak kullanarak, farklı toplumsal gerçeklikler arasında diyalog oluşturun ve bilginin yayılmasını teşvik edin. Bireyleri kendi "gastronomik" geleneklerini uygulamaya cesaretlendirecek kültürel entegrasyonu ve çeşitliliği teşvik edin.

Eğitim+Fırsatlar: Marjinal bireyleri hem mutfak becerileri hem de girişimcilik ruhu konusunda eğitin. Bu disiplinler arası yaklaşım, öğrencilere iş piyasasına girme ve sürdürülebilir bir iş kurma konusunda başarılı olma becerisi sunar.

Eğitim+Beslenme: Kötü beslenmeden kaynaklı yükleri azaltmak için iki yol kullanır ihtiyacı olanlara beslenme eğitimi vermek ve dengeli bir beslenmeye erişim sağlamak.

Eğitim+Gıda İsrafının Önlenmesi: Gıda üretim sürecinde gıda atıklarını azaltarak açlıkla savaşmak. Malzemelerin tam potansiyelinin elde edilmesini sağlayarak atıkların besin değerini yeniden değerlendirmek.

Araçlar

Online Platform: Dünyanın dört bir yanından paydaşları birbirine bağlayan, etkilerini kolaylaştıran ve içeriklerini paylaşan bir platform.

"Sosyal Gastronomi Hub'ları": Hareketi somutlaştıran, dünyadaki birbirine bağlı fiziksel alanlardır. Yerel bir sosyal girişimci her bir Hub'a güç veriyor. Belirli bir dizi kriter Hub'lar için tanımlanmıştır. Rio de Janeiro'daki Refettorio Gastromotiva, ilk Sosyal Gastronomi Merkezidir.

Etkinlikler: Gastromotiva, yıllık SGM için 3 uluslararası etkinlik düzenleme taahhüt etmiştir.

5. **Gastronomia,** Bask Mutfak Merkezi

Gastronomi uygulamalarının araştırılması ve geliştirilmesine odaklanan uluslararası bir akademik girişimdir. Gastronomi Bilimleri, Araştırma ve İnovasyon Merkezi olarak gastronomiyi sosyoekonomik gelişim için bir kaldıraç olarak kullanır. Ayrıca, dünyadaki en etkili şeflerin onbirinin katıldığı bir Uluslararası Konsey'e sahiptir. Bask Mutfak Merkezi, yüksek öğrenim, araştırma, inovasyon ve gastronomi ve yiyecek tanıtımını amaçlamaktadır.(http://projectgastronomia.org/en/)

Gastronomia Projesi kapsamında gelecegin gıda sistemi zorluklarını gastronomi ile aracılığıyla, hümanist, sürdürülebilir, sağlıklı ve lezzetli yollarla ele almayı amaçlayan atölye çalışmaları, etkinlikler düzenlenir. Gıdanın gelecek vizyonu, ağ oluşturma süreci ve değişim için eylemlerin ortaya konulması amaçlanır.

6. **Souk El Tayeb,** Üretici Birliği

2004 yılından beri küçük ölçekli çiftçileri ve üreticileri teşvik eden deneysel bir çiftçi pazarından, mutfak geleneklerini, kırsal mirası ve doğal çevreyi teşvik etmek ve korumak için hem ulusal hem de uluslararası projeler üzerinde çalışan bir organizasyona evrilmiştir. Souk El Tayeb'in vizyonu, toplulukları birleştiren küçük ölçekli çiftçiler, üreticiler ve sürdürülebilir tarım kültürünü destekleyen yiyecek ve gelenekleri kutlamaktır. (http://www.soukeltayeb.com)

Farklı bölgelerden ve inançlardan insanları bir araya getiren ortamlar yaratır, küçük ölçekli çiftçiler ve üreticileri destekler, organik, çevre dostu uygulamaları teşvik eder, yerel topluluklara katkıda bulunur, araştırma ve eğitim kampanyaları yapar ve yemek gelenekleri ve mirasını koruyarak organik yiyecekleri ve sağlıklı bir yaşam tarzını teşvik eder.

- Pazar birkaç bölüme ayrılmıştır:
- Sertifikalı organik ürünler içeren Organik Bölüm. Bu bölüm Souk Tayeb pazarının üçte birini kaplıyor.
- Hem sertifikalı organik hem de geleneksel ürünleri içeren Karma Bölüm.
- Doğal olarak yetiştirilen ürünleri içeren Geleneksel Bölüm.
- Çanak çömlek, geleneksel sabunlar, çocuk kitapları, hasır sepetler vb.
- Çocuklar için farklı eğitim ve eğlence etkinliklerinde kullanılan Çocuk Bölümü: hikaye anlatımı, tohum ekimi, sanat ve zanaat vb.
- Tayeb olaylarının piyasa ve diğer çarşı hakkında bilgi alabileceği Bilgi Standı.

7. **URBACT,** Gıda İşbirliği

Şehirlerdeki sosyal uyumun gelişimi ve ekonomik çeşitliliğin artırılması açısından kaynak kullanımı ve çeşitliliği, hizmet politikaları ve bilginin kullanımı belirleyicidir. Bu amaçla oluşturulmuş olan URBACT Programı 15 yıldır Avrupa genelinde uyum politikalarının bir parçası olarak şehirlerin sorunlarına ortak çözümler bulmasını ve birlikte hareket etmesini sağlamaktadır. (https://urbact.eu/urbact-markets)

URBACT gıda, sağlık ve çevre konularında şehirler arası işbirliği projelerini destekler ve iyi uygulamaların yaygınlaşmasını sağlar. Bu kapsamda gıda sektörü ile ilgili işbirliği projeleri geliştirilmiştir. Her bir projede işbirliği yapan şehirler yerel özelliklerine uygun olarak Bütünleşik Eylem Planı yapmakta, bu eylem planları ortak platformlarda değerlendirilmekte ve bilgi ve deneyim paylaşımı yapılmaktadır.

- URBACT Pazar Yerleri
- Kentsel Topluluklar için Sürdürülebilir Gıda
- Gastronomik Şehirler
- Yeşil Bir Gezegen için Diyet
- Tarım-Kent
- Bio-Kantinler

URBACT Pazar Yerleri projesinin amacı, 8 Avrupa ülkesinde, yerel ekonomik gelişme, yenilenme ve sürdürülebilir yaşam açısından değişimin kilit güçleri olarak kentsel pazarların rolünü anlamak ve araştırmaktır.

- Pazar yerleri, şehirleri ve belirli mahalleleri yenilemek, canlandırmak için nasıl bir araç olarak kullanılabilir?
- Pazar yerleri, yerel sürdürülebilir yaşamı nasıl iyileştirebilir?
- Pazar yerleri, nasıl ekonomik zenginlik ve iş yaratabilir?

İşbirliğine katılan şehirlerde pazar yerlerinin kent merkezlerinin yenilenmesi, düşük karbon ekonomileri ve yerel üreticilerin geliştirilmesi, iş ve girişimcilik olanaklarının artırılması amaçlarıyla yeniden düzenlenmesi için çalışmalar yapılmıştır.

8. **Barilla,** Gıda ve Beslenme Merkezi

Barilla Gıda ve Beslenme Merkezi (BCFN), gıda ve beslenmeyle ilgili temel konuları küresel ölçekte keşfetmeyi amaçlayan çok disiplinli bir analiz ve teklif merkezidir. 2009 yılında oluşturulan BCFN, dünya çapında bir tecrübe ve nitelikli uzmanlık toplayarak ve sürekli ve açık diyaloğu teşvik ederek bugün toplumdan ortaya çıkan talepleri dinlemeyi amaçlamaktadır. İncelenen fenomenlerin karmaşıklığı, farklı disiplinlerin sınırlarının ötesine geçen bir metodolojinin benimsenmesini gerekli kılmıştır. Analiz alanları bilim, çevre, kültür ve ekonomidir. (https://www.barillacfn.com/it/)

Temalar

- Herkes İçin Gıda
- Sürdürülebilir Gelişim İçin Gıda
- Sağlık İçin Gıda
- Kültür İçin Gıda

9. **Pollenzo** Gıda Laboratuvarı

Pollenzo Gıda Laboratuvarı, Gastronomik Bilimler Üniversitesi'nin "temel bilimler" (temel, beşeri ve sosyal) "gastronomik" uygulamalar" (pişirme, fırınlama, sebze yetiştirme) ile uyumlu hale getirdiği kapsamlı bir eğitim sunmak amacıyla kurulmuştur. Sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik, beslenme, etik gıda konularının yanı sıra Mutfak Sanatları programında eşzamanlı olarak öğretilen ve uygulanan çeşitli teorik ve pratik disiplinler araştırma deneyimleri bulunmaktadır. (https://www.unisg.it/en/campus/pollenzo-cookery-school/)

Modern teknolojiler ve öğretim elemanlarının multidisipliner becerileri, bilginin yatay olarak değiştirildiği Antik Yunan agorası gibi işlev görecek şekilde tasarlanan alan, pratik alıştırmalar için bir eğitim mutfağı ve profesyonel bir mutfaktan oluşmaktadır.

- Gastronomi Bilimleri ve Kültürel Çalışmalar
- Gıda İnovasyonu ve Yönetimi
- Dünyadan Yerel Yemek Kültürleri ve Mobilite
- Gastronomi: Yaratıcılık, Ekoloji ve Eğitim
- Mutfak Sanatları
- Yemek Kültürü, İletişim ve Pazarlama
- Şarap Kültürü, İletişim ve Pazarlama

10. **Barcelona** Gıda Platformu

Serbest Bölge Konsorsiyumu (CZF), 1916'dan bu güne Katalonya'nın 44 hektarlık endüstri parkını yönetiyor. Gelişme Planında, 22AL olarak tanımlanan bölgede, sadece gıda endüstrisi ile ilgili faaliyetlere alan sağlanıyor. Konsorsiyum, son yıllarda CZF, Girişimcilik Platformu isimli yeni bir ticari girişim yapmış, 50 hektarlık bir alanı (eski SEAT fabrikası) geri kazanmış ve bu arazinin 17 hektarında sadece inovatif gıda çalışmaları yapacağını taahhüt ederek **Barselona Gıda Platformunu** kurmuştur. (https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/ca)

Teknoloji ve bilgi odaklı gıda şirketlerinin kurulmasını amaçlayan Barselona Gıda Platformu, teknolojik yeniliklerle gıda sektörünü değiştirmeyi amaçlıyor.

1. Serbest Bölge'de gıda ile ilgili faaliyetlerin desteklenmesi ve geliştirilmesi, alanı **'ulusal ve uluslararası gelecek vizyonuna göre yenilik ve katma değeri yükselten, merkezi bir gıda iş alanı'** haline getirmiştir.

2. Ortak yönetim, rekabeti önlemiş ve paydaşların ortak eylemlerinden gelen **sinerji** ve **ölçek ekonomisi** katma değeri artırmıştır.

3. Yenilikçi yöntemler, süreçler paylaşılmış, **taze ürünlerin tüm ülkeye eşit dağıtımı** teşvik edilmiştir.

4. Gıda alanındaki firmalara en iyi **hizmetler** sunulmuştur.

5. Ortak hedeflere ulaşmak için sanayi ve işletmelerin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayan **ticari ve finansal yardımlar** yapılmıştır.

KURU BİBER VE PATLICAN

B DEĞERLERİMİZ

ADIYAMAN
GAZİANTEP
KİLİS

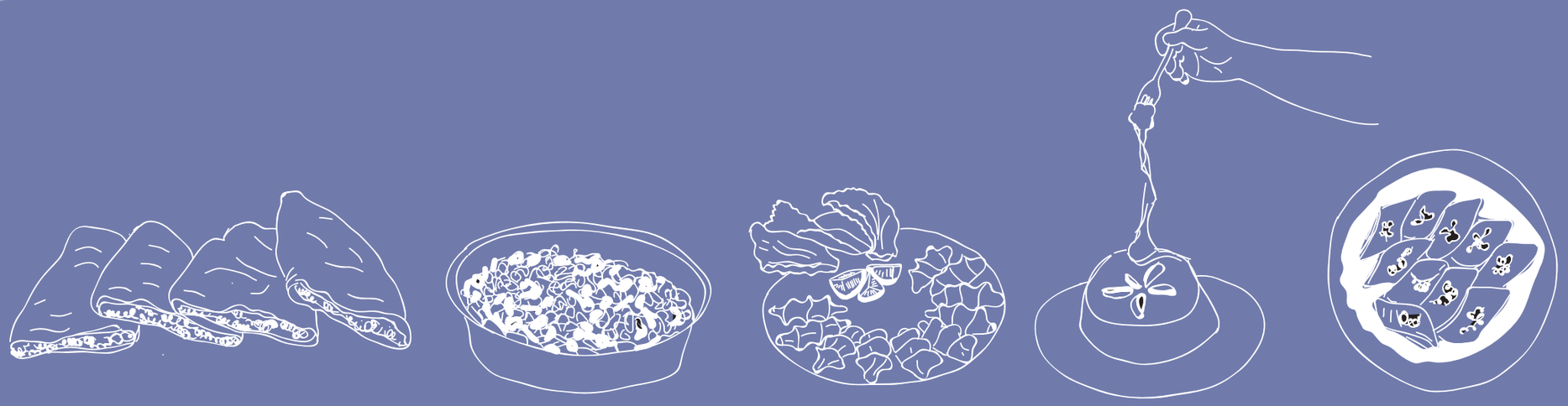
Biz, İpekyolu Kalkınma Ajansı İlleriyiz.
Yok Aslında Komşu İllerden Farkımız,
Hala Paylaşacak Çok Şeyimiz Var,
Keşfedilecek, Farklılıklarımız ve Benzerliklerimiz Var.

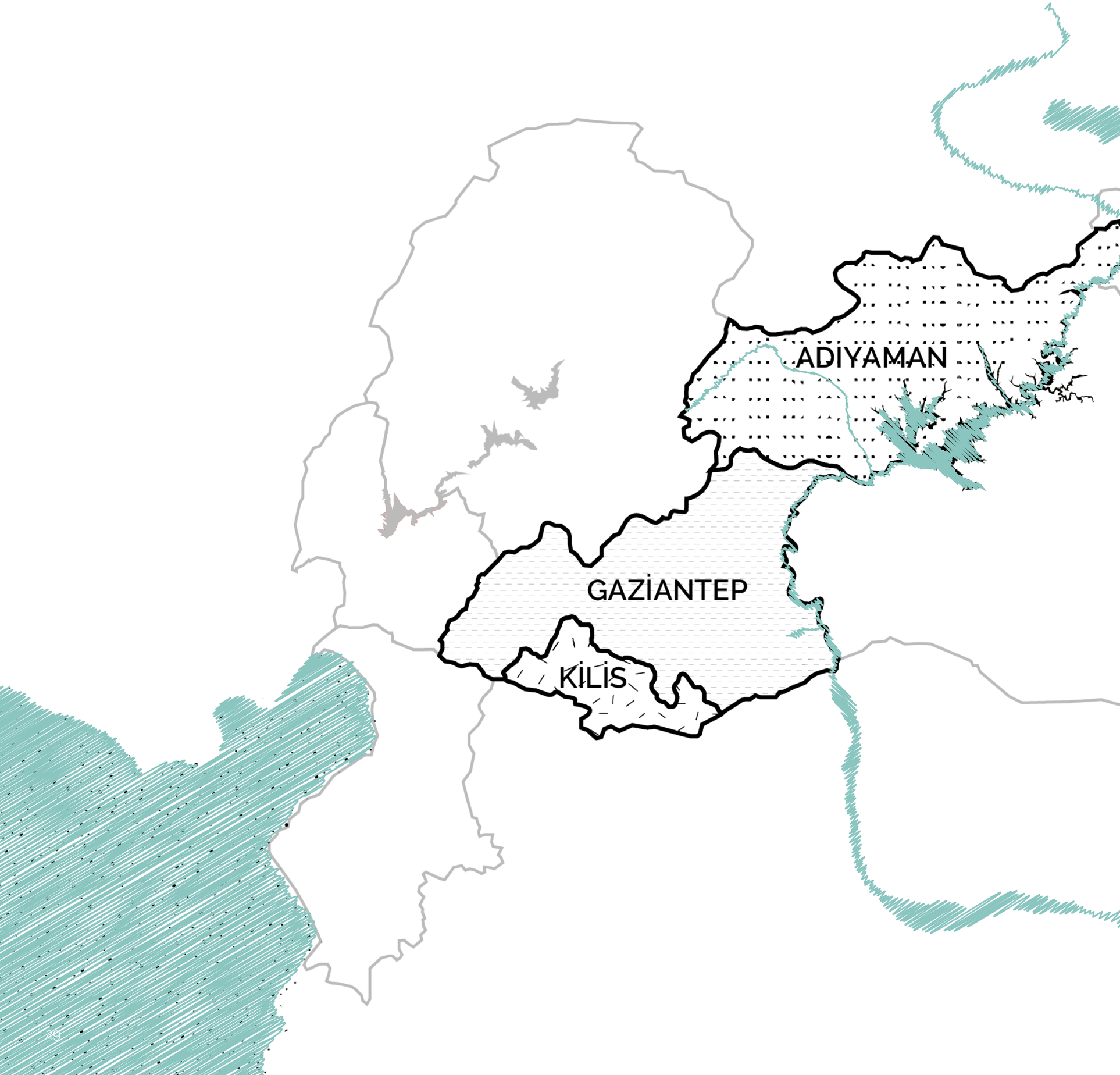
Geçmişimiz Farklı Katmanlardan Oluşan Uygarlıklar,
Bereketimiz Su ve Toprakla Gelen Ürünler,
Becerilerimiz Geleneksel ve Yenilikçi Üretim,
Lezzetlerimiz Mezopotamya ve Akdeniz.

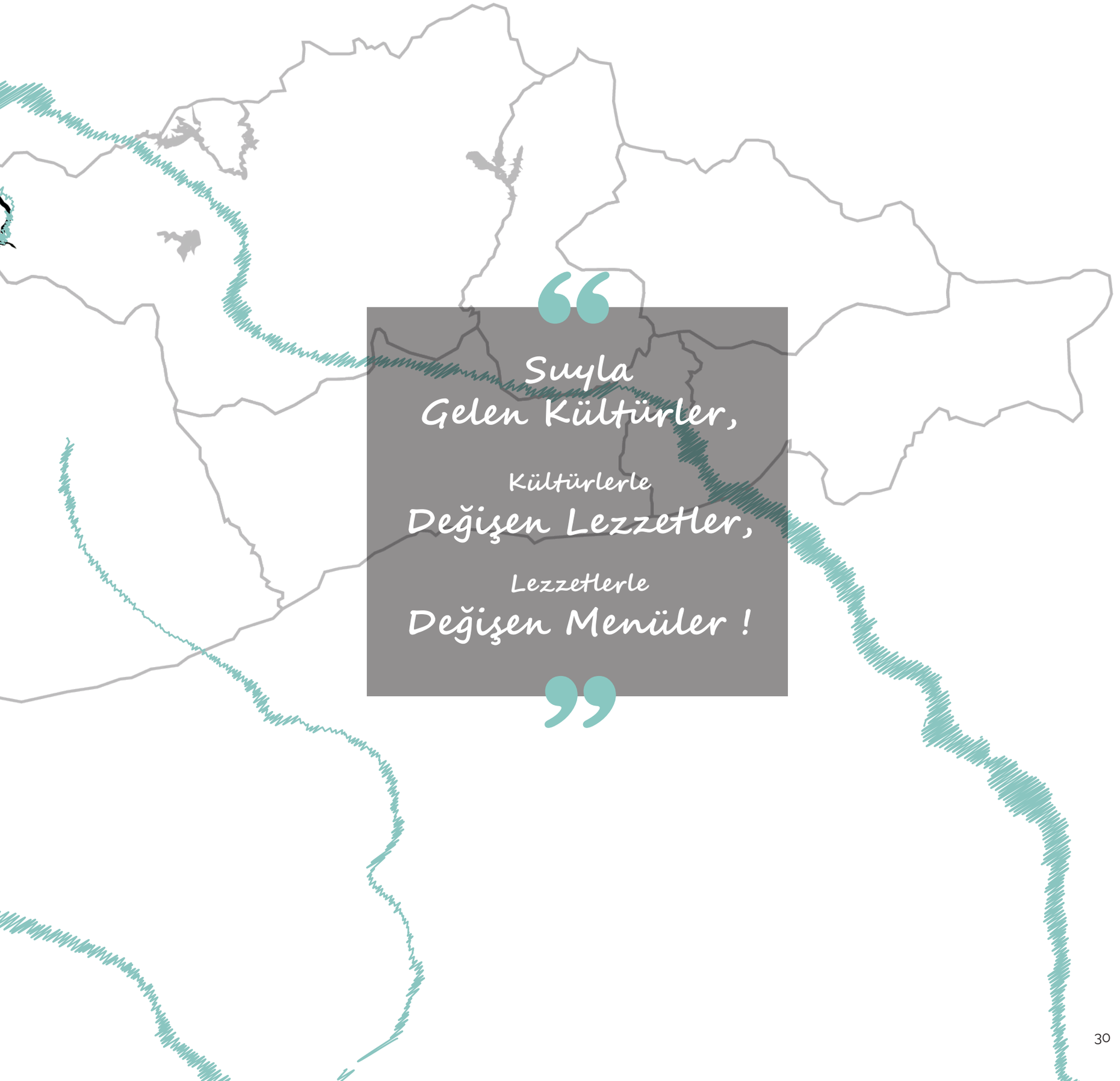
Toprağımız Bereketin Kaynağı,
Hasatlarımız Dört Mevsim Her Şey,
Renklerimiz Mevsimlerin Renk Ahengi.

İpekyolu

Dün Ticaretin Yolu, Kültürlerin Kaynaşma Yolu,
Bugün Gastronomi Turizminin Önemli Rotalarının Yolu,
Yarın Yeni Nesil Ekonomilerin Yenilik Yolu.




ADIYAMAN
GAZİANTEP
KİLİS



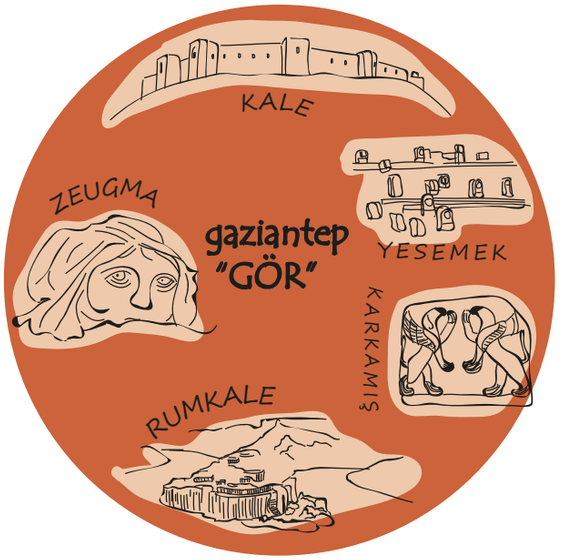
“Suyla
Gelen Kültürler,

Kültürlerle
Değişen Lezzetler,

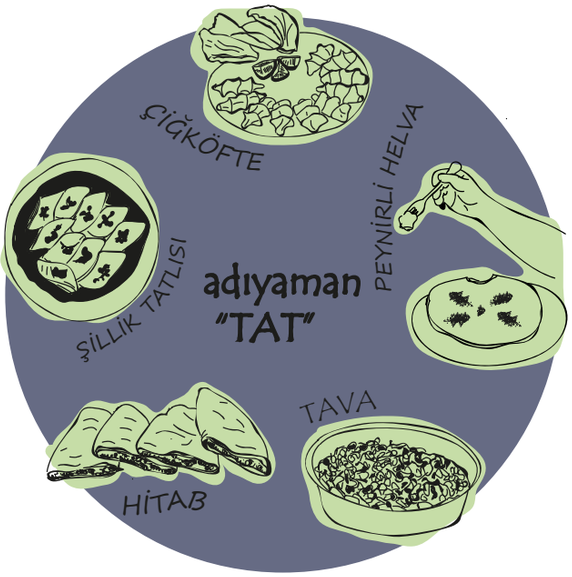
Lezzetlerle
Değişen Menüler !”

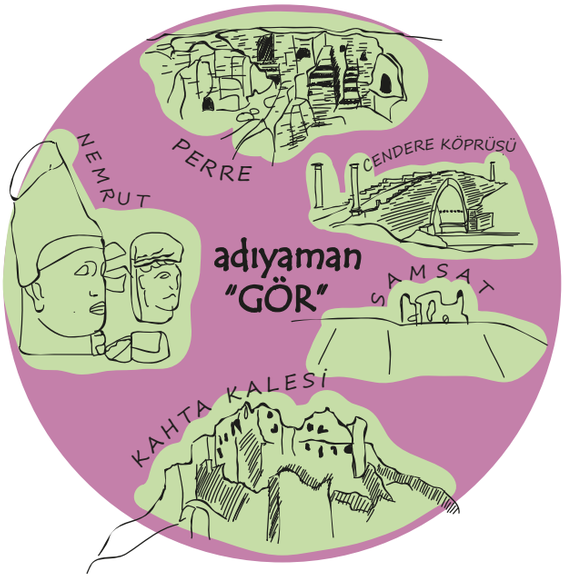
GAZİANTEP-ADIYAMAN-KİLİS
3 İL BİR ARADA
İKA

gaziantep "TAT"
KATMER
CAĞIRTLAK
BAKLAVA
BEYRAN
KEBAP

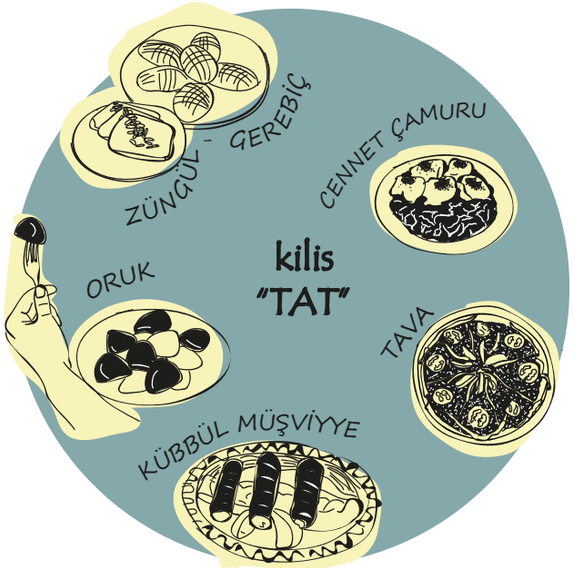

gaziantep "GÖR"
KALE
ZEUGMA
YESEMEK
KARKAMIŞ
RUMKALE

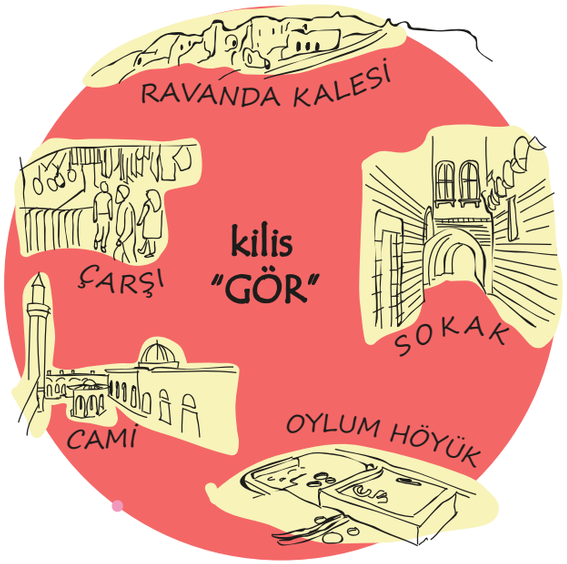
İpekyolu Kalkınma Ajansı
Silkroad Development Agency


adıyaman "TAT"
ÇİĞKÖFTE
PEYNİRLİ HELVA
ŞİLLİK TATLISI
TAVA
HİTAB

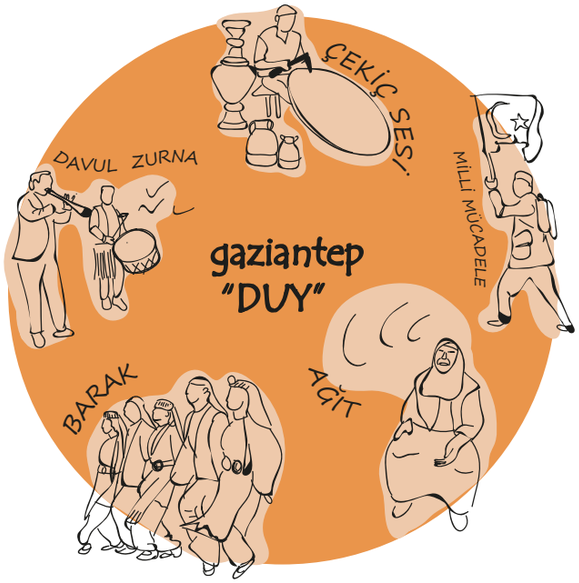

adıyaman "GÖR"
PERRE
NEMRUT
CENDERE KÖPRÜSÜ
SAMSAT
KAHTA KALESİ

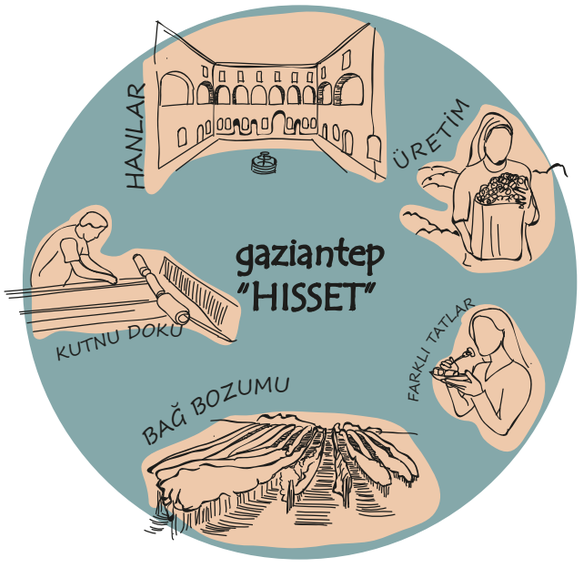
5 İ BİR YERDE
GÖRMEK
KOKLAMAK
DUYMAK
HİSSETMEK
TATMAK


kilis "TAT"
ZÜNGÜL - GEREBİÇ
CENNET ÇAMURU
ORUK
TAVA
KÜBBÜL MÜŞVİYYE

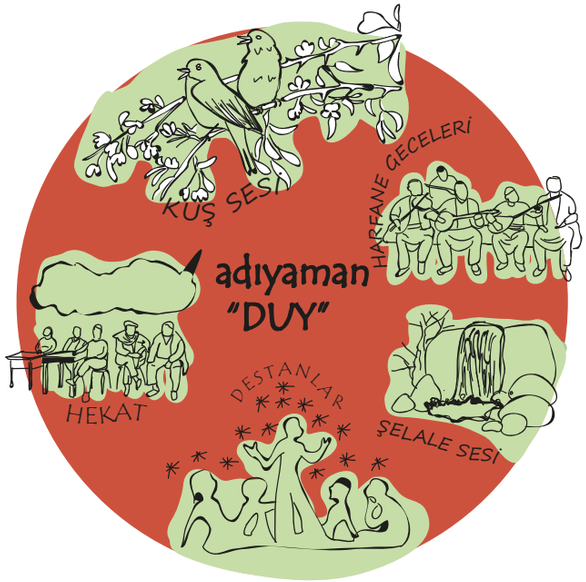

kilis "GÖR"
RAVANDA KALESİ
ÇARŞI
SOKAK
CAMİ
OYLUM HÖYÜK

gaziantep
"KOKLA"
ZAHTER
SALÇA
BAHARATLAR
YEMEK
MENENGİÇ

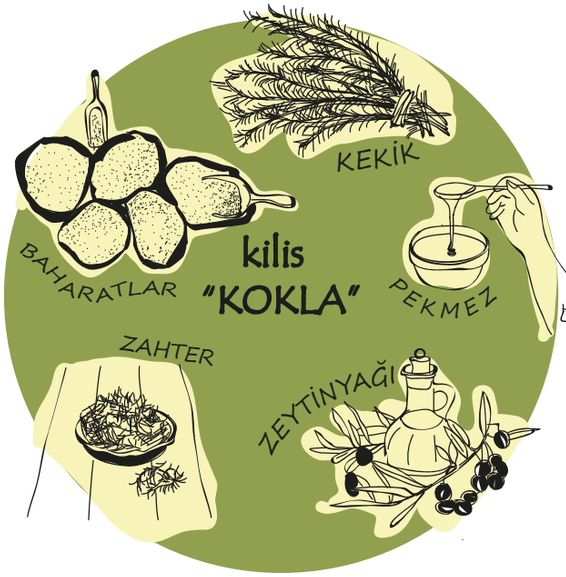

gaziantep
"DUY"
ÇEKİÇ SESİ
DAVUL ZURNA
MİLLİ MÜCADELE
BARAK
AĞIT

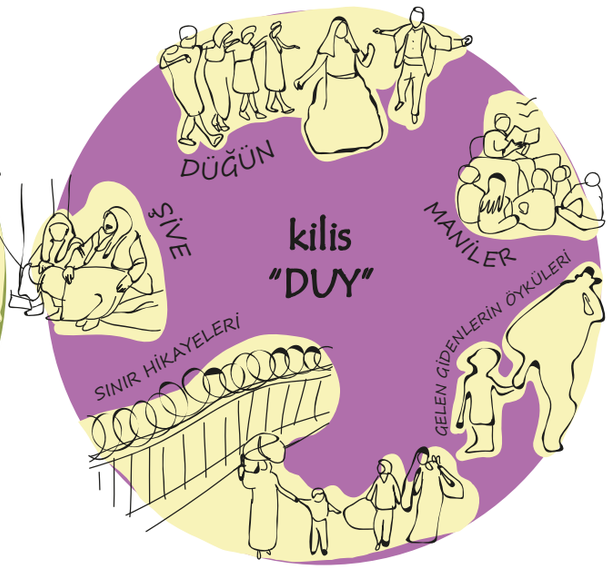

gaziantep
"HISSET"
HANLAR
ÜRETİM
KUTNU DOKU
FARKLI TATLAR
BAĞ BOZUMU

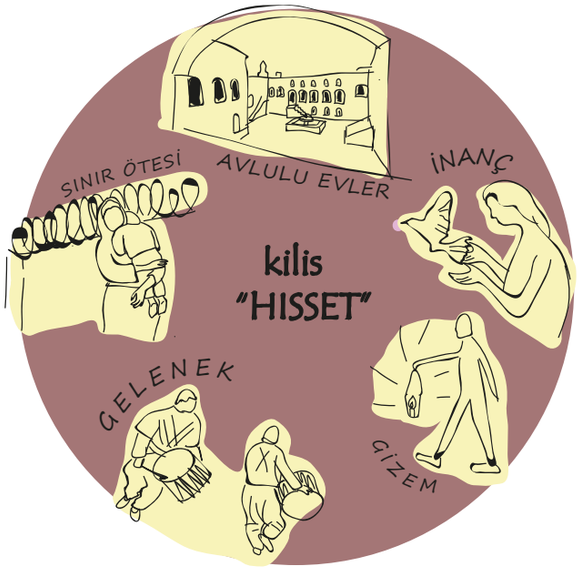
adıyaman
"KOKLA"
İÇDE
REYHAN
BADEM ÇİÇEĞİ
ÇİÇEKLER
TOPRAK


adıyaman
"DUY"
KUŞ SESİ
HARFANE GECELERİ
HEKAT
DESTANLAR
ŞELALE SESİ

adıyaman
"HISSET"
SAMİMİYET
DOĞANIN SESSİZLİĞİ
MANEVİYAT
GÜÇ
SU

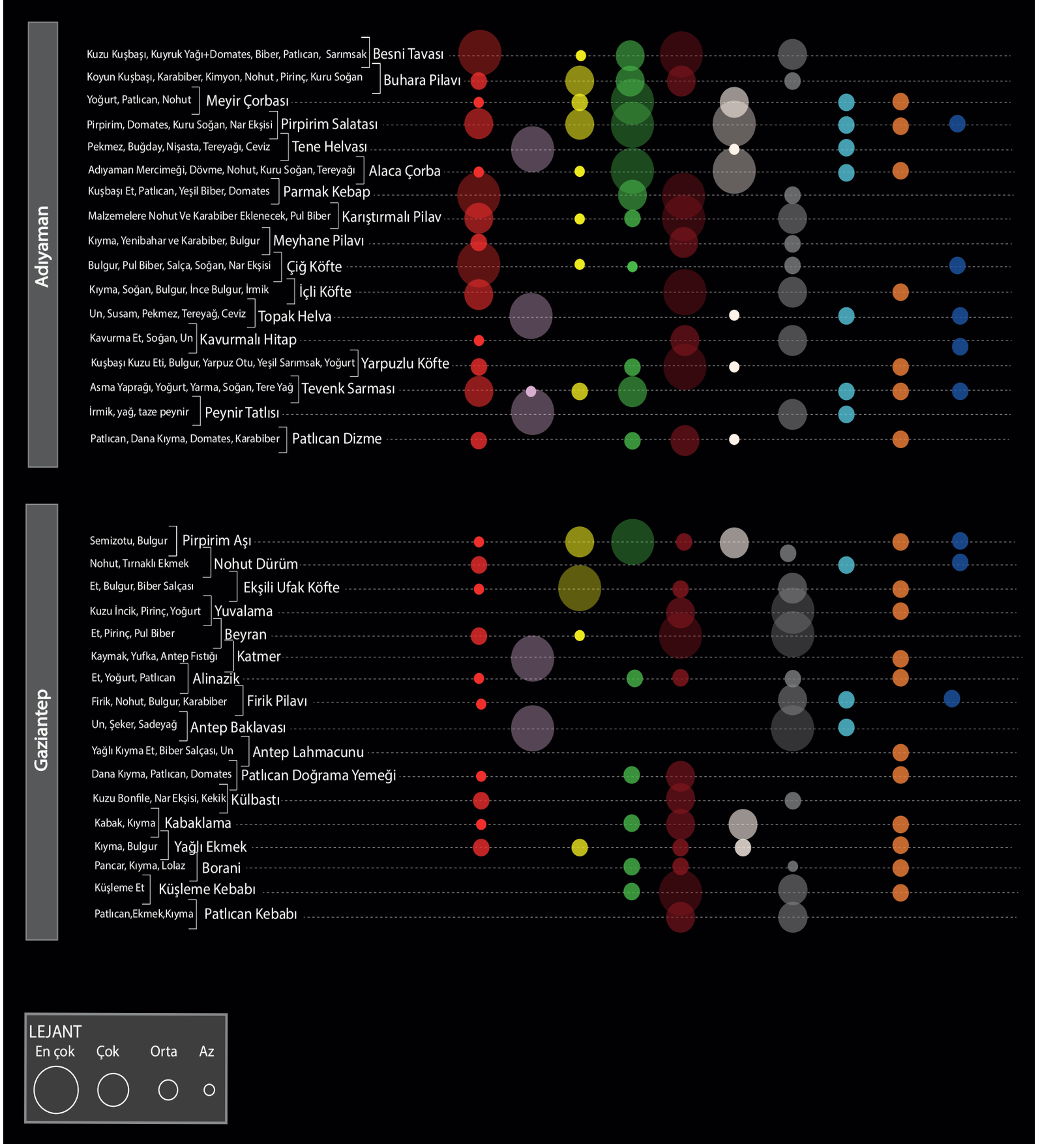

kilis
"KOKLA"
KEKİK
BAHARATLAR
PEKMEZ
ZAHTER
ZEYTİNYAĞI


kilis
"DUY"
DÜĞÜN
SİVE
MANİLER
SINIR HİKAYELERİ
GELEN GİDENLERİN ÖYKÜLERİ

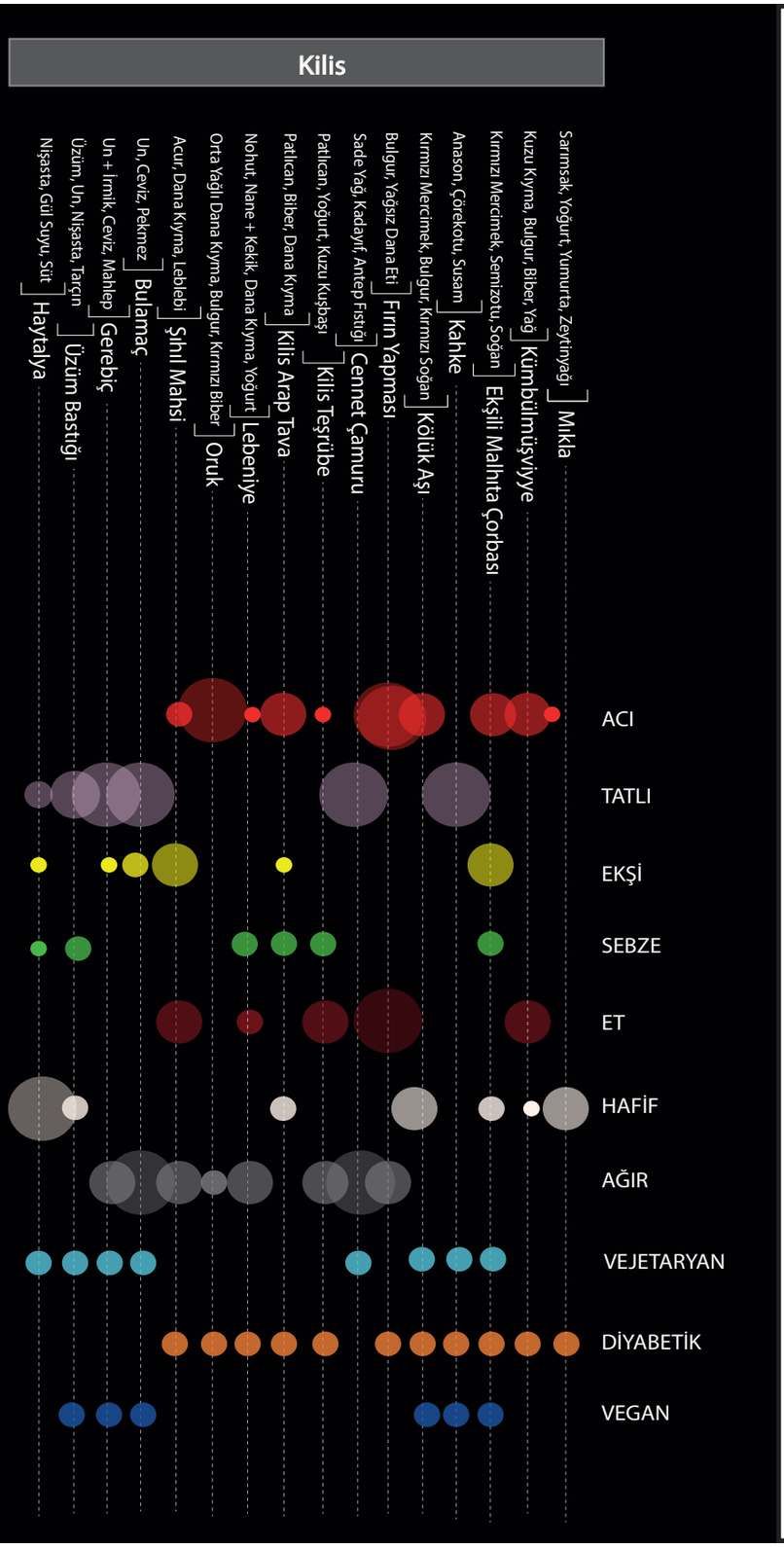

kilis
"HISSET"
SINIR ÖTESİ
AVLULU EVLER
İNANÇ
GELENEK
GİZEM

Lezzetin KOD-LARI

MALZEMELER
isot
karabiber
menengiç
biber salçası
sumak
pul biber
kırmızı et
acı biber
domates
toz biber
nane
tarhın otu
yeşil biber
zeytinyağı
pirpirim (semiz otu)
kazayağı otu
antep fıstığı
haylan kabağı
kekik
patlıcan
reyhan
kilis ve besni üzümü
karabaş otu
yarpuz
firik
bulgur
batma kaymak
nohut
adıyaman narı
dövme
lolaz
kenger
KULLANIM YOĞUNLUĞU
ÇOK
ORTA
AZ


Adıyaman
Kuzu Kuşbaşı, Kuyruk Yağı+Domates, Biber, Patlıcan, Sarımsak
Besni Tavası
Koyun Kuşbaşı, Karabiber, Kimyon, Nohut , Pirinç, Kuru Soğan
Buhara Pilavı
Yoğurt, Patlıcan, Nohut
Meyir Çorbası
Pirpirim, Domates, Kuru Soğan, Nar Ekşisi
Pirpirim Salatası
Pekmez, Buğday, Nişasta, Tereyağı, Ceviz
Tene Helvası
Adıyaman Mercimeği, Dövme, Nohut, Kuru Soğan, Tereyağı
Alaca Çorba
Kuşbaşı Et, Patlıcan, Yeşil Biber, Domates
Parmak Kebap
Malzemelere Nohut Ve Karabiber Eklenecek, Pul Biber
Karıştırmalı Pilav
Kıyma, Yenibahar ve Karabiber, Bulgur
Meyhane Pilavı
Bulgur, Pul Biber, Salça, Soğan, Nar Ekşisi
Çiğ Köfte
Kıyma, Soğan, Bulgur, İnce Bulgur, İrmik
İçli Köfte
Un, Susam, Pekmez, Tereyağ, Ceviz
Topak Helva
Kavurma Et, Soğan, Un
Kavurmalı Hitap
Kuşbaşı Kuzu Eti, Bulgur, Yarpuz Otu, Yeşil Sarımsak, Yoğurt
Yarpuzlu Köfte
Asma Yaprağı, Yoğurt, Yarma, Soğan, Tere Yağ
Tevenk Sarması
İrmik, yağ, taze peynir
Peynir Tatlısı
Patlıcan, Dana Kıyma, Domates, Karabiber
Patlıcan Dizme
Gaziantep
Semizotu, Bulgur
Pirpirim Aşı
Nohut, Tırnaklı Ekmek
Nohut Dürüm
Et, Bulgur, Biber Salçası
Ekşili Ufak Köfte
Kuzu İncik, Pirinç, Yoğurt
Yuvalama
Et, Pirinç, Pul Biber
Beyran
Kaymak, Yufka, Antep Fıstığı
Katmer
Et, Yoğurt, Patlıcan
Alinazik
Firik, Nohut, Bulgur, Karabiber
Firik Pilavı
Un, Şeker, Sadeyağ
Antep Baklavası
Yağlı Kıyma Et, Biber Salçası, Un
Antep Lahmacunu
Dana Kıyma, Patlıcan, Domates
Patlıcan Doğrama Yemeği
Kuzu Bonfile, Nar Ekşisi, Kekik
Külbastı
Kabak, Kıyma
Kabaklama
Kıyma, Bulgur
Yağlı Ekmek
Pancar, Kıyma, Lolaz
Borani
Küşleme Et
Küşleme Kebabı
Patlıcan,Ekmek,Kıyma
Patlıcan Kebabı
LEJANT
En çok
Çok
Orta
Az

Lezzetin KOD-LARI



DEĞER-
-LER
-VE
RENK-
-LER

FORM-
LAR
VE
RENK-
LER

TAT Haritası

Renk Kartelası

R:83 G:77 B:65	R: 166 G:65 B:36	R:202 G:169 B:116	R:245 G:191 B:67	R:246 G:145 B:68	R:165 G:120 B:86

R:62 G:48 B:37	R: 166 G:65 B:36	R:237 G:33 B:36	R:241 G:94 B:34	R:248 G:182 B:35	R:244 G:231 B:152	R:187 G:210 B:122	R:159 G:183 B:164	R:122 G:141 B:56	R:141 G:135 B:75	R:80 G:79 B:84

Yuvalama

C STRATEJİK ÇERÇEVE

Stratejilerin Arka Planı

Kavramsal Çerçeve bölümünde ele alınan uluslararası trendler ve başarılı örnekler değerlendirildiğinde gastronomi turizminin yalnızca yeme-içme ve turizm boyutunun olmadığı, konunun üretim, dağıtım ve tüketim boyutlarında iklim değişikliğinden, gıda girişimciliğine, sosyal boyutundan, çevresel boyutuna kadar pek çok bileşeni olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu nedenle, ülkemizde çok boyutlu bir gastronomi hareketi başlatılacak ise aşağıdaki temel soruların yanıtları, temel konular dikkate alınarak aranmalıdır.

Temel Soru: Yeni nesil yemek tercihleri geleneksel yemek alışkanlıkları ile nasıl uyum içinde olacak?
Temel Konular: Sağlıklı, etik, adil, yerel, vegan, vejetaryen gıdalar.

Temel Soru: Yeni nesil teknolojiler gastronomiye farklı bir boyut kazandırır mı?
Temel Konular: Yapay zeka, mutfakta otomasyon, 3D yemek yazıcıları, yenilebilir paketler.

Temel Soru: Yeni nesil sağlıklı gıdanın, sağlık takviyesi olarak kullanımı için ne tür gıda teknolojileri geliştirilecek?
Temel Konular: Hasta menüleri, kişiye özel diyetler, hazır takviye içecekler, sağlık için yeni ürünler.

Temel Soru: Yeni nesil mutfak sağlıklı beslenmek için bir araya gelen kişiler arasında, sosyal ve kültürel beslenme ihtiyacı da karşılanabilir mi?
Temel Konular: Gastronomide topluluk mekanları, yemek enstitüleri, topluluk mutfakları, mülteci mutfakları.

Temel Soru: Kıt kaynakların kullanımı için gıda kaynakları, gıda israfı, gıda optimizasyonu ve sıfır atık konusunda nasıl yenilikler yapabiliriz?
Temel Konular: Sosyal gastronomi hareketi, döngüsel ekonomi, yerinde üretim ve tüketim, sıfır km., geri dönüştürülebilir ambalajlar, organik kompost.

Temel Soru: Yaratıcı turizm deneyimi, gastronomi kültürünü yaşayan/yaşatan mekanlar, gelenekler, yerleşimler, ilişkiler, alışkanlıklar, üretimler nelerdir?
Temel Konular: Gastronomi ve kültür rotası, yemeğin yolculuğu, geçmişten bugüne, bugünden geleceğe dair hikayeler.

Temel Soru: Gastronomi sektöründe, yenilikçi eğitim programları kimler için, hangi mekanlarda, hangi süreçlerle yeniden tasarlanmalı, eğitim konuları neler olmalı?
Temel Konular: Temiz üretim, saklama koşulları, hijyen, sağlıklı beslenme, servis standartları, görgü kuralları, lezzet standartları.

Temel Soru: Bilinçli üretim için nitelikli yerel çiftçilerin, yerli tohum, temiz tarım uygulamalarının arttığı bir bölgede 'gastronomi' amaçlı ziyaretlerin niteliği nasıl etkilenir?
Temel Konular: Yaparak öğrenme fırsatı, yerelde üretim deneyimlerin gastronomi turizmine olumlu katkısı, bilinç ve farkındalık artırıcı turizm yaklaşımı.

Temel Soru: Sosyal gastronomi yaklaşımı, yerel ekonomilerin canlandırılması, paylaşım kültürü, sosyalleşme ve toplumsal bütünleşme için araç olabilir mi?
Temel Konular: Gıdanın birleştirici rolü, yardımlaşma, sosyal girişimcilik, iş yaratma.

Temel Soru: Şef ve ustaların yeni rolü sosyal aktivistlik olarak değerlendirilebilir mi? Şefler ve ustalar toplulukların beslenme ihtiyaçları bağlamında gıda sistemini şekillendirmeye yardımcı olabilecekler mi?
Temel Konular: Sürdürülebilir tarımsal üretim, sağlıklı beslenme alışkanlıkları, yiyecek seçimi.

Ayrıca, gastronomi konusunda başarılı örneklerden alınan 10 temel ders ise stratejilerin çerçevesinin oluşmasına katkı sağlamıştır.

01. Gastronomi hareketi, bölgesel ölçekte üretim ve tüketim kültürüne olumlu etki sağlamalı. Ülkeler, şehirler, kurumlar ve sektörler arası işbirliği kurulmalı.

02. Gıda krizine karşı dayanıklı hale gelmek için döngüsel gastronomi sistemi kurgulanmalı. Kaynakların doğru kullanımı, enerji ve gıda tasarrufu, atık yönetimi için sistemler geliştirilmeli.

03. Kent ve bölgeleri beslemek için 'Kentsel Gıda Sistemleri' kurulmalı. Sağlıklı, mutlu ve sürdürülebilir topluluklar için gıda ve tarım stratejileri geliştirilmeli.

04. Kültürel deneyimlerin üretildiği, yaratıcı turizm yaklaşımı desteklenmeli. Yerel insanlarla gerçek ilişkiler ve ortak deneyimler ile kalıcı bağlantılar oluşturulmalı.

05. Sosyal Gastronomi Hareketi ile toplumu olumlu yönde etkilemek için proje ve programlar geliştirilmeli. Gıdaya eşit erişim, beslenme bilinci, gıda israfı, sosyal eşitsizlik, iş yaratma gibi konular öncelikli ele alınmalı.

06. Yerel üretim ve tüketim teşvik edilmeli. Yerel çiftlikler, işletmeler, yerel ürünler ve pazarlara destekler verilmeli.

07. Gıda sektöründe girişimcilik teşvik edilmeli. Küresel düzeyde yarışabilir, yeni tarifler ve hizmetler sunan gıda girişimlerinin gelişimi için teşvikler verilmeli.

08. Gastronomi hareketi ile bölgesel canlılık için işbirliği yapılmalı. Gastronomi Hareketi Platformu kurulmalı, ortak çalışma stratejileri ve ortak projeler geliştirilmeli.

09. Tarımda geleneksel bilgi ile yeniliği buluşturan eğitimli, bilinçli yeni nesil çiftçiler desteklenmeli. Kent ve kırın bütünleşmesi için yeni nesil tarım politikaları üretilmeli ve yeni nesil uygulayıcılar için yeni fırsat alanları sağlanmalı.

10. 'Yeni Nesil Tarım Politikaları' geliştirilmeli. Çok fonksiyonlu tarımın yenilikçi biçimleri üniversiteler ve sanayi sektörü ile işbirliği içinde araştırılmalı ve örnek uygulamalar desteklenmeli.

Günümüzde, gastronomi ve gastronomi turizmi diğer sektör ve kaynakları etkileyen, kent, bölge deneyimini çekici hale getiren ve bunların gelişmesinde itici güç olan sektör olmaya başlamıştır.

Gastronomi, üretim, dağıtım ve tüketim aşamaları ile pek çok sektörle iletişim içindedir. Bu nedenle, geliştirilecek strateji ve eylemler eylemler, üretim, dağıtım ve tüketim olamak üzere 3 aşamayı kapsamaktadır. Her aşamada aktörler, süreçler, mekanlar ve araçlar önemli bileşenlerdir.

1. ÜRETİM AŞAMASI

AKTÖRLER

Aile işletmeleri: Bölgede coğrafi işareti alınmış ürünlerle yapılan yemekler ve/veya yöresel bilinirlik düzeyi yüksek yemekler öncelikli olmak üzere, butik tarzda yapılandırılmış, kalite ,hijyen ve estetik sunumu merkeze alan bir hizmet anlayışıyla faaliyet gösteren aile işletmelerini yaşatmak, yenilerini kurmak ve tüketicileri buralara teşvik etmek önemlidir.

Usta ve Çıraklar: Gençlerin, geleneksel yemeklerin hazırlanma ve pişirilme yöntemlerini öğrenmeye isteksiz olmaları, sektörde ustalık deneyiminin aktarılmasını zorlaştırmakta, kalitede sürekliliğin sağlanamamasına neden olmaktadır.

Girişimci Kadınlar: Geleneksel yemek siparişi alan ve evlerinde üretim yapan ev kadınlarının ticari üretimleri, kadın girişimciliğinin desteklenmesi için başlangıç adımı olabilir.

Yeni Nesil Çiftçiler: Eski toprak çiftçilerin, yeni teknolojiler, eğitim ve bilinçlenme konularında isteksiz olmaları nedeniyle, şehirden kıra göçerek kırsal hayatı deneyimleyen yeni nesil çiftçilere eğitim, arazi kiralama, yerli tohum gibi destekler verilerek, çiftçilik itibarlı ve nitelikli hale getirilmeli. Desteklerin doğru çiftçilere ulaşabilmesi için, gereken nitelik ve şartların doğru kurgulanmasına dikkat edilmelidir.

SÜREÇLER

Bilinçsiz İlaçlama: Tarımsal üretim sürecinde bilinçsiz yapılan ilaçlama,kimyasal gübre ve pestisit kullanımı ve hayvansal gıdalardaki antibiyotik kalıntılarının insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri gözardı edilmektedir.

Yerli Tohum, Yerli Pazar: Bölgede yerli tohum ve ilaçsız tarım bilinci henüz çok düşük olduğundan, yerli tohum kullanımının teşvik edildiği ekolojik pazarların yaygınlaşmasına ihtiyaç vardır. Kendi yiyeceğini kendi üreten topluluklar, mahalleler, restaurantların yaygınlaşması için ekolojik pazarların teşvik edilmesi önemlidir.

İmece Üretim: Değişen zaman ve yaşam koşulları ile birlikte, bölgenin gastronomi kültürünün temelinde olan imece usulü kaybolmasıyla, kadınlar bireysel ve ticari olarak üretime başladılar. Bu yaklaşım, rekabeti artırırken, ortak hareketi daha da zorlaştırmaktadır.

Gastronomide Yenilik ve Araştırma: Üniversiteler, gıda enstitüleri, araştırma enstitüleri için bölge mutfağı, kültürel, sosyolojik araştırmalar yapma fırsatı sunmaktadır.

Toprak Bilgisi: Anadolu'daki toprak ve üretim kültürü, ekim, biçim, toplama, tohum zamanları, kurutma, iklim özellikleri, sulama gibi geleneksel üretim bilgisinin yeniden keşfedilmesi ve tarımsal teknolojilerin, bu bilgiler ile entegrasyonu sağlanmalıdır.

MEKAN

Mekan ve Sistem Tasarımı: Gıda üretimi yapılan mekanlar tasarlanırken kullanıcıların, şeflerin istek ve ihtiyaçları alınmalı, satın alma, depolama, hazırlama, servis, atık aşamaları planlanmalı, servis ve süreç tasarımı yapılırken konunun uzmanlarından destek alınmalıdır. Bu planlama ile uzun vadede mutfaklarda enerji ve zaman kaybı azalarak, verimlilik artacaktır.

Hijyen: Hazır gıda üreticileri, sadece lezzet, görünüm, raf ömrü gibi konularda tüketiciyi bilgilendirirken, üreticilere üretim şartları ve hijyen konularında gerekli bilgilendirmeyi yapmamaktadır. Üretim personelinin büyük çoğunluğu da hijyen konusunda eğitimsiz olduklarından, sektördeki hijyen sorunu sağlık sorunlarına yol açacak boyutlarda tehlike arz etmektedir.

Üretim ve İşleme Entegreli Fabrikalar: Gıda işleme fabrikalarının, sanayi bölgelerinde değil de, ilgili tarımsal üretim alanına yakın alanlarda yer alması, bölgede yeni bir tarımsal sanayi yaklaşımının geliştirilmesini kolaylaştıracaktır.

ARAÇ

Tarım Politikaları: Tarım politikaları, hükümet düzeyinde kararlarla düzenlenmeli, tarımsal üretim kooperatifleri

aracılığıyla Anadolu topraklarında yetişen ürünler desteklenmeli, dış ülkelere bağımlılık azaltılmalıdır. Bununla birlikte, ülkesel düzeyde sağlıklı ve yerel beslenme politikaları kurgulanmalıdır.

Denetim Mekanizmaları: Üretim süreçlerinde denetim mekanizmalarının sistematik hale getirilmesi gerekir.

Daha İyi Çalışma Şartları: Sektörün iyileştirilmesi, sektörde çalışan kişilerin temel refah düzeyleri ile doğrudan bağlantılıdır. Üretimde çalışan kişilerin hakları ile çalışma şartları iyileştirilmelidir.

2. DAĞITIM AŞAMASI

AKTÖR

Aracılar ve Stokçular: Ürünleri büyük miktarlarda satın alarak fiyat yükseltmek için stok yapan aracılar ve stokçular, fiyat farklılıklarının çok yüksek olmasına ve fiyatların yükselmesine neden olmaktadır. Aracı sayısı en aza indirilmelidir.

Üreticiden Tüketiciye: Üretim yapanlar dağıtımda da aktif rol almalı, kırsalda üretenler tarafından pazarda satılmalı, aracılar aradan çıkarılmalıdır.

SÜREÇ

Toptancı Fiyat Farklılıkları: Ürün, üreticiden tüketiciye ulaşana kadar çok farklı fiyat politikaları uygulandığından, toptancılar düşük fiyatla alıp yüksek fiyata satış yapmaktadır. Bu durum, üreticileri emeklerinin karşılığını alamamalarına, tarımsal üretimin cazibesini yitirmesine neden olmaktadır.

Güvenilir Üreticiye Erişim: Yerel, güvenilir üreticiye, sağlıklı gıdaya erişim oldukça zordur ve bu konuda güvenilir kaynakların sayısı oldukça azdır.

MEKAN

Soğuk Zincir: Ürünlerin soğuk hava depolarında muhafazasına ilişkin düzenlemeler, depolama şartlarına uygun mekanlar, riskli gıdalarda soğuk zincirle taşıma işleminin özel şartlarda yapılması, alınan gıdanın uygun depolara hemen taşınmaması, soğuk hava deposu bulunan motorlu araçların kullanımı gibi soğuk zincire yönelik müdahaleler yapılmalıdır.

Semt Pazarlarında Hijyen: Semt pazarlarında yöresel ürünlerin satışı yapılırken hijyen ve sanitasyon kurallarına dikkat edilmemektedir. Yöresel ürün satışının cazip hale getirilmesi için dağıtım ve saklama koşulları için denetim ve cezai yaptırım olmalı, üretim kontrolleri düzenli olarak yapılmalı, temizlik ve hijyene dikkat edilmelidir.

Ambalaj Tasarımı: Semt pazarlarında ve çarşılarda peynir, süt gibi ürünlerin buzdolabında saklanmaması, baharatların saklama koşulları (açık olmamalı, güneş ışığı almamalı ve camda olmalı) için yöresel lezzetlere uygun ambalaj tasarımları yapılarak gerekli hijyen kurallarına uyulmalıdır.

Ekolojik Pazarlar: Ekolojik pazarlar kurulmalı, bu konuda bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.

Gıda İsrafı: Hallerde ve pazar yerlerinde gıda atıkları çok fazla miktarda olduğundan, hal ve pazar yerlerinin mekansal sistemleri atık yönetimi dikkate alınarak yeniden tasarlanmalıdır.

ARAÇ

Ürün Kimlik Kartları: Ziyaretçiler ve turistlere yönelik, hangi mevsimde, hangi ürünlerin taze olduğunu, satın alınırken dikkat edilmesi gereken kriterlerin yer aldığını gösteren bilgilendirici kartlar tasarlanmalıdır.

Nitelikli Ambalaj: Hem şık, hem de hijyen koşullarını sağlayan doğru ambalaj tasarımları yapılmalı, ambalaj tasarımında, Kutnu kumaşı gibi yerel değerler yansıtılmalıdır.

Online Satış: Üreticiden tüketiciye direkt olarak satış yapılabilecek online satış kanalları kullanılmalıdır.

Sosyal Medya: Sosyal medyada yerli ürün tanıtımı, pazarlama, reklam araçları daha etkili kullanılarak, deneyim ekonomisi popüler hale getirilmelidir.

Coğrafi İşaretli Ürünler: Coğrafi işaretleme konusuna önem verilmeli, geleneksel ürünlerin ambalajları özel ve dayanıklı hale getirilmelidir.

3. TÜKETİM AŞAMASI

AKTÖR

Özel Menü Tercihleri: Özel sağlık sorunları olan kişiler için özel imalat ve mekanlar kurulmalı, metobolik hastalıklar, aşırı kilo, şeker intoleransı gibi nedenlerle ortaya çıkan sağlıklı gıda tercihleri karşılanmalı.

Uzman Olmayan Uzmanlar: Gıda konusunda uzman olmayan kişilerin bir baharat ya da gıda ile ilgili sağlık beyan vermesi engellenmelidir.

Tur Rehberleri: Gastronomi turizminin önemli aktörleri olan tur operatörlerinin, yerel lezzet ve geleneksel mutfak bilgisi yetersizdir. Yerel tarih ve kültür ile ilgili yeterli bilgiye sahip olan, gastronomi kültürü hakkında bilgi sahibi tur rehberleri eğitilmelidir.

Ucuz Yemek Tercih Edenler: Özellikle üniversite öğrencileri günlük beslenmelerinde yeterli bir beslenme gerçekleştirememektedir. Uygun fiyatlı ama besin değeri yüksek gıdalarla beslenebilmeleri için projeler geliştirilmelidir.

SÜREÇ

Hijyen Denetimi: Sokak satıcıları uygun hijyen koşullarında satış yapmamakta, toplu yemeklerde de denetim uygulanmamaktadır. Belediye, Zabıta, Tarım İl Müdürlükleri gerekli hijyen denetimini yapmalı ve yaptırım uygulamalıdır.

Deneyim Mutfağı: Atölye çalışmaları, tadımlar, sosyal etkinlikler, yemek ritüelleri, özel günlerde özel yemeklerde yapılan seremoniler, hikayelerin korunması, yerel kültürleri deneyimleme gibi bir deneyim mutfağı için uygun kültürel birikim bulunmaktadır.

MEKAN

İmece Mutfak: İmece, mutfak kültürünün yaygın olduğu zamanlarda, kadınların bir araya gelerek misafirler için birlikte yemek hazırlaması kültürü yaygındı. Bu kültürün değişimi ile, misafirleri evde ağırlamak mümkün olmamakta, dışarıda yemek yemek ise çok maliyetli hale gelmektedir. Bu nedenle, dışarıda yemek ile imece mutfak kültürününün bir arada olduğu gıda girişimleri kurulabilir.

Hijyen ve Servis: Restaurantlarda servis ve hijyen problemleri vardır ve hizmet kalitesi düşüktür.

Gençlerin Tüketim Alışkanlıkları: Gençlerin sosyalleşmeleri, öncelikle yemek aracılığı ile olmaktadır. Hızlı ve ucuz olan fast food'a yönelerek, sağlıksız beslenme alışkanlığı geliştiriyorlar.

ARAÇ

Taze Ürün Zamanları: Mevsimine göre hangi ürünün taze olduğunu ve tüketebileceğini gösteren broşürler hazırlanabilir,Mevsime göre lezzet turları düzenlenebilir.

Daha Küçük Porsiyonlar: Gıda israfının önüne geçilmesi ve sağlık için porsiyonlar küçültülebilir ve porsiyonlar daha dengeli hale getirilebilir.

Gençler İçin Mutfak: Geleneksel yöresel yemeklerin tanıtıldığı, gastronomi eğitimlerinin verildiği mutfaklar artırılabilir ve gençler için çekici hale getirilebilir.

Sosyal Medya: Sosyal medyanın daha etkin kullanımı sağlanarak gastronomi kültürüne katkı sağlanabilir.

Yeni trend, gastronomi turizmi ile hedeflenenin yalnızca ekonomik büyüme değil, toplumsal, çevresel ve kültürel boyutların da ele alındığı yeni bir yaklaşımdır.

Bir başka deyişle, gastronomi turizmi, ziyaretçilerin yalnızca yemek ve kültür ilişkisini değil, yaşamın farklı boyutlarını içeren kapsamlı harekettir. O nedenle, gastronomi hareketleri ülkelerin ve kentlerin gündemindedir. Gündemin on temel konusu ise gastronomi turizminin gelişmesini kapsama alanını ve etkisini değiştirmeye yönelik belirlenmektedir.

Gündem; Yeni Trendler

1. Tüketim Alışkanlıklarının Değişmesi,
2. Geleneksel Üretim İle Gıda Teknolojilerinin Buluşması,
3. Yeni Nesil Şeflerin Toplumu Etkilemesi,
4. Sosyal Gastronomi Hareketinin Yaygınlaşması,
5. Yereli Geliştiren Mutfak Hareketi,
6. Sağlık İçin Gıda Üretimleri ve Yemek Menüleri,
7. Yerinde ve Mevsiminde Tüketim,
8. Etik Değerler, Yerel Lezzetler,
9. Yeni Nesil Girişimciler,
10. Topluluk Mutfakları

Geçmişin en hareketli, ekonomik ve kültürel buluşma ve dağılma alanı İpek Yolu üzerinden kültürel değişimler ve hareketler günümüze kadar izlerini devam ettirmektedir. Farklı kültürlerin bıraktığı izler ve değerler geçiş coğrafyasındaki hareketliliğin sağladığı değişimler ile ortaya çıkmıştır.
Bu nedenle, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Gastronomi Turizm Strateji Planı hikayesi HAREKET ve DEĞİŞİM üzerine kurgulanmıştır.

Bölge kentlerindeki bireysel ve kurumsal başarılar, ortak değerler, ortak gelecek, ortak vizyon yaklaşımı ile DEĞİŞİM dinamiklerini dikkate alarak bölgesel bir HAREKET haline getirecek kapsayıcı temalar belirlenmiştir.

Sonuç olarak, uluslararası deneyimler, trendler ile bölgenin değerleri ve beklentileri de dikkate alınarak stratejik ve eylemsel çerçeve oluşturulmuştur.

Planın ana omurgasını oluşturan stratejik çerçeve, tema ve stratejileri ile kapsayıcı bir şekilde belirlenmiş, eylem ve projelerin genel çatkısını oluşturmuştur.

Strateji Adımları ise 5 söylem ve 5 tema ile belirlenmiştir.

1. Tekil Davranışlardan Ortak HAREKETe,
2. Kentsel Mutfaklardan, BÖLGESEL Yemek Kültürüne,
3. Kalıplaşmış Menülerden, DEĞİŞEN Mutfaklara,
4. Alaylı Ustalarda, YENİ NESİL Şeflere,
5. Bireysel Başarılardan, KOLEKTİF Başarılara.

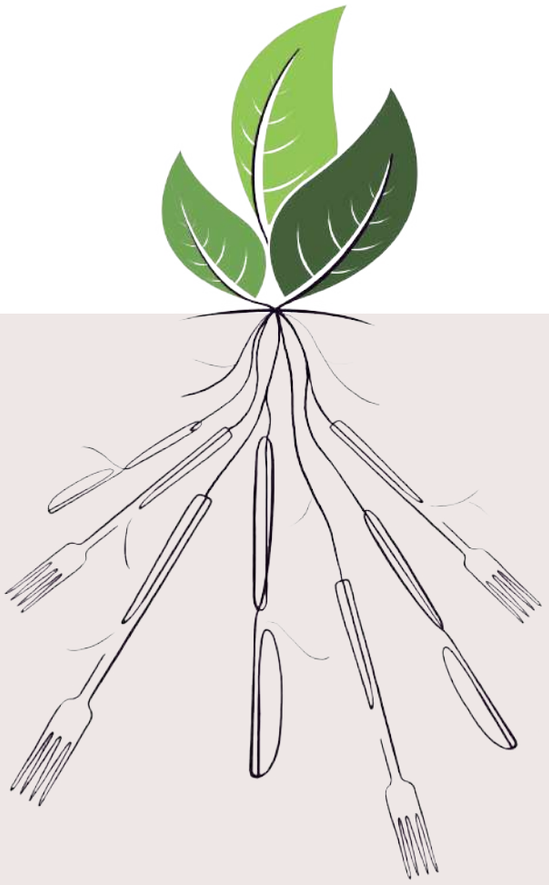
Stratejilere ulaşmak için 15 Eylem Alanı ve 55 Proje tanımlanmıştır. Tanımlanan eylem ve projeler Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illeri ile gastronomi sektörü ile ilgilenen herkesi kapsamaktadır.

Eylemlerin ortak noktası GELENEKSEL ve YENİ NESİL arasında köprü kurması, bireysel davranışlardan ziyade, kolektif davranışları içermesidir.

Plan raporu kapsamında önerilen 55 proje içinden 10 Ortak Proje detaylı olarak ele alınmıştır. Seçilen projelerin temel özelliği bölgeyi kapsayıcı olması ve ortak hareket üzerine mesajlar sunmasıdır. Ayrıca, gelişen trendler, yeni nesil ekonomiler de dikkate alınarak, gelecek neslin beklentilerini de içermesi proje başlıklarının belirlenmesinde önemli olmuştur.

Neden
DEĞİŞİM?

Günümüzde değişimin sembolü yeni nesildir. Değişim içinde ortaya çıkan geleneksel deneyimlerin ve birikimlerin yeni nesil ekonomiler ve yeni nesil beklentiler ile buluşturulması özellikle yeni nesil için farklı fırsat alanları yaratacaktır.



D E Ğ İ Ş İ M

Yeni Nesil | Yeşermek | Var olan bir Kökten
(Gastronomi Kültürü) yeni bir ***'renk'*** (bitki) oluşturmak

Neden

HAREKET?

Hareket değişimin itici gücüdür. Benzer ve farklı üretim ve tüketim alışkanlıklarının bulunduğu geniş coğrafyada kültürel zenginliklerin ve ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesinde geçmişin yarattığı en önemli değer hareket. Günümüzde hareketlilik ortak değerlerin, ortak gelecek için paylaşılmasını sağlayacak.

H A R E K E T

Değişime kazandırılan ivme | Suyla gelen kültürler

Dalga | Hareket oluşumu - Bütün bu hareketle ilerlemesi

5

DEĞİŞİM TEMASI

Bölge kentlerinin bireysel ve kurumsal başarılarının ortak değerler, ortak gelecek, ortak vizyon yaklaşımı ile **DEĞİŞİM** dinamiklerini dikkate alarak bölgesel bir **HAREKET** haline getirecek kapsayıcı temalar belirlenmiştir.

1. Tekil-Hareket
2. Kentsel-Bölgesel
3. Durağan-Değişen
4. Alaylı-Okullu
5. Bireysel-Kolektif

Temel soru

Dünyanın ihtiyacı olan yemekler değişime katkı sağlıyor mu?

Neden YENİ NESİL?

Günümüzde yeni nesil beklentilerin farklılaştığı ve yeni nesil ekonomilerle özellikle beslenme davranış biçimlerinin değiştiğine ve yakın gelecekte çok daha farklı ortamların olacağı bilinmekte. Moleküler Gastronomi, Döngüsel Gastronomi, Kentsel Gıda Sistemleri, Sosyal Gastronomi, Gıda Girişimciliği vb. gibi konular özellikle yeni nesil şefler, girişimciler ve aktivistlerin önemli konuları.

Temel soru

Yeni nesil, değişim ve hareket sürecine nasıl dahil olur?

 # yemek kültürü birleştirici güç, yeni nesil ise değişim gücü!

STRATEJİ – LER

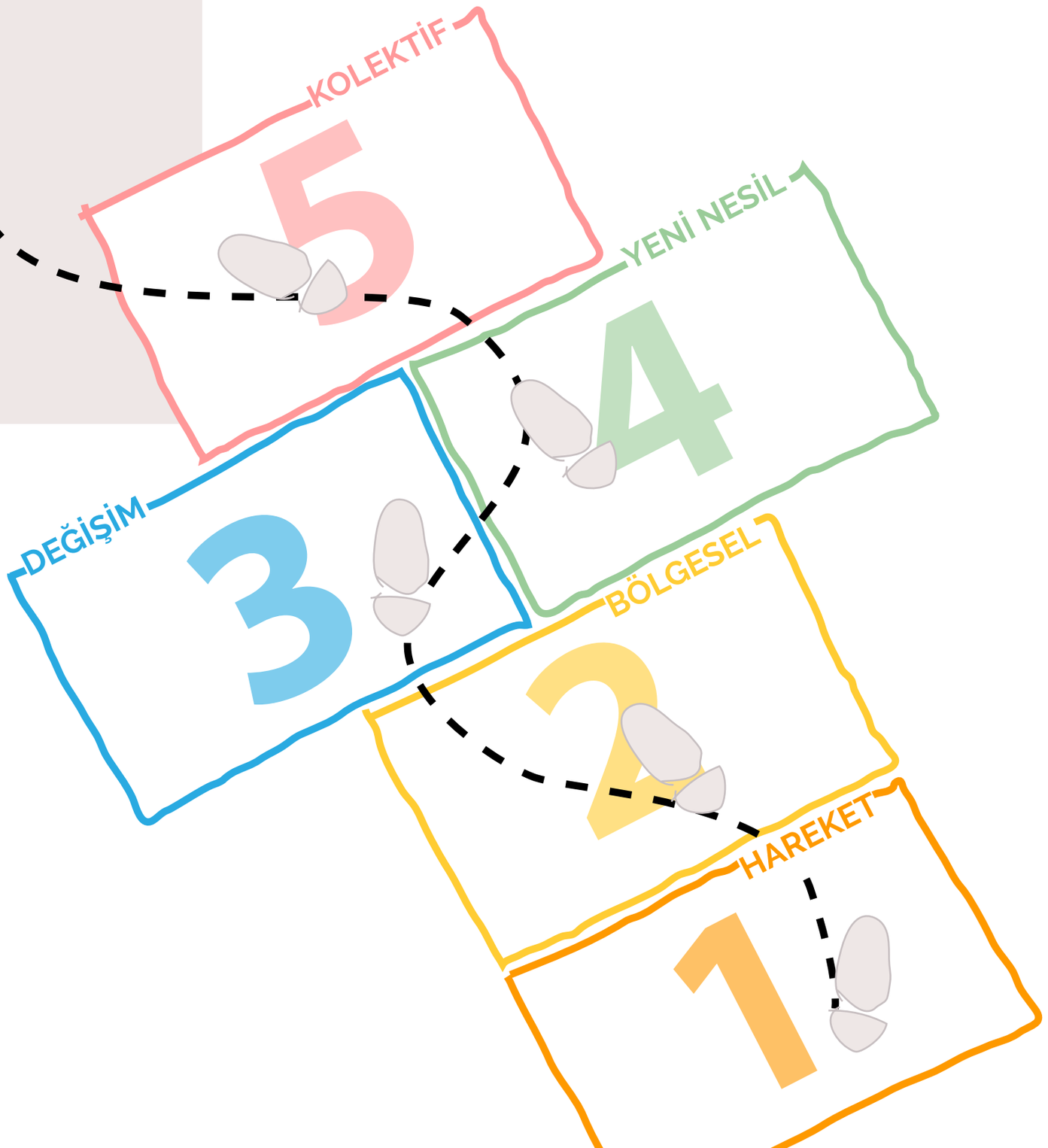
HAREKET *ve* DEĞİŞİM

ana temaları üzerine kurgulanan strateji, eylemler,

program | proje | sistem | etkinlik | ürün | mekan

İKA Gastronomi Turizmi Mali Destek Programı'ndaki öncelik konularını da dikkate alarak geliştirildi.

STRATEJİ ADIMLARI



TESPİT 1

Bugünkü organizasyonların kendi davranışları bölgesel güce dönüşmüyor.

Strateji 1

“Tekil Davranışlardan, Ortak HAREKETe”

FIRSAT ALANI 1

Yeni nesil gastronomi hareketini NASIL kurabiliriz?

Tatların buluşma noktası Anadolu ve Akdeniz mutfağının tanıtımının birlikte yapıldığı işbirliği ve güç birliği bölgesel hareket sürecinin tasarlanması yeni bir vizyon sağlar.

Gastronomi eğitiminin çeşitlendirilerek yeni iş ve girişim ortamlarının yaratılması farklı girişimlerin gelişmesine yol açar.

Bölgesel ve yerel lezzetlerin yeniden harmanlandığı yeni bir gastronomi markasının yaratılması için farklı temalarda yeni destinasyonlar oluşturulur.

01

STRATEJİ

Tekil
Davranışlardan

YEMEK HAREKETİNE

01

TESPİT 2

Aşçılar, evler, kendi yorumlarınca geleneksel yemeklerini geliştiriyorlar, fakat bölgesel ortaklıklar göz ardı ediliyor, bu da bölgesel gelişimi yavaşlatıyor.

Strateji 2

“Kentsel Mutfaklardan, **BÖLGESEL** Yemek Kültürüne”

FIRSAT ALANI 2

Yemek kültüründeki ortak noktalara NASIL yoğunlaşıp, geliştirebiliriz.

Farklı yemek kültürlerini öne çıkaran, yaratıcılık ve yeniliği teşvik eden bölgesel programlar geliştirerek. Bölge ölçeğindeki ortak programlar ve etkinlikler, kıt kaynakların işbirliği ile daha optimum yönetimini geliştirir.

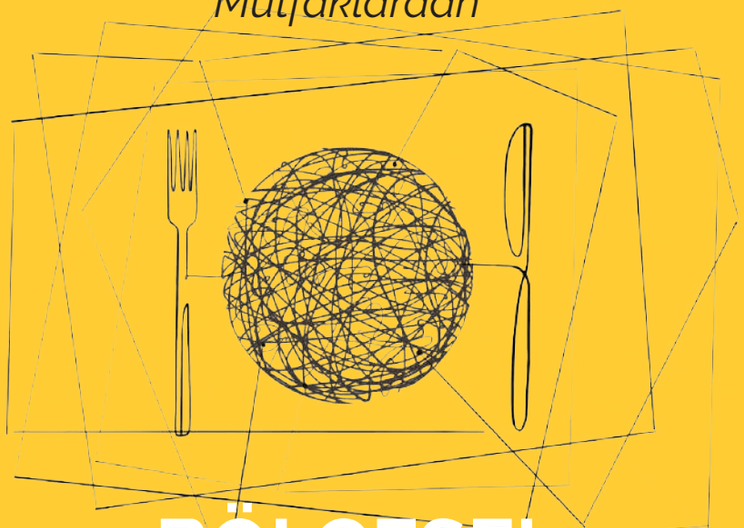
Bölgedeki lider ve yerel girişimcileri bir araya getiren yeni bir ağ oluşturarak. Uzmanların da içinde olduğu ağ tarafından yerel lezzetlerin standartları oluşturarak, geleneksel yemek yapım ve pişirme tekniklerinin sürekliliği sağlanır.

Bölge içindeki farklı coğrafi ürünlerin zamanlamasını dikkate alan bölgesel mutfakları kurarak. Bölgesel mutfak hareketi, çeşitli kültürel ve doğal rotalarla etkileşim içinde yeni tatların ortaya çıkmasına öncülük eder.

02

STRATEJİ

Kentsel Mutfaklardan



BÖLGESEL YEMEK KÜLTÜRÜNE

02

Strateji 3

TESPİT 3

İpek Yolu gelen ve geçenlerin mutfak zenginlikleriyle beslenmiş fakat bugün kalıplaşmış menüler ile anılıyor.

“Kalıplaşmış Menülerden, **DEĞİŞEN** Mutfaklara”

FIRSAT ALANI 3

Mutfaklarımızı değişime açık hale NASIL getirebiliriz?

Yemek alışkanlıklarının hızla değiştiği günümüzde, gelecek neslin beklentilerini karşılayacak değişen ilkelerin belirlenmesi rekabetçi dünyada farklı fırsatlar sunar.

Değişen tatlar, geleneksel tatlarla harmanlanarak yeni menüler geliştirilir.

Ortak coğrafyada, farklı kültürleri kendi sofrasında harmanlayan bir geleneğin, yeni kültürler ve yeni alışkanlıklar ile bir kez daha harmanlanmasının yaratacağı yeni mutfaklar tasarlanabilir.

STRATEJİ

Kalıplaşmış Menülerden

DEĞİŞEN MUTFAKLARA

03

TESPİT 4

Alaylı ustalar ve yeni nesil aşçıların bir araya gelecekleri ortamların ve diyaloglarının yeterince olmaması kültürel değerlerin kaybolma nedeni.

Strateji 4

“Alaylı Ustalardan, **YENİ NESİL** Şeflere”

FIRSAT ALANI 4

Alaylı ustalarla yeni nesil aşçıları NASIL bir araya getirebiliriz?

Yeni nesil buluşma ortamları oluşturulduğunda yeni nesil şef ve girişimlerin gelişmesi için yeni fırsatlar ortaya çıkar.

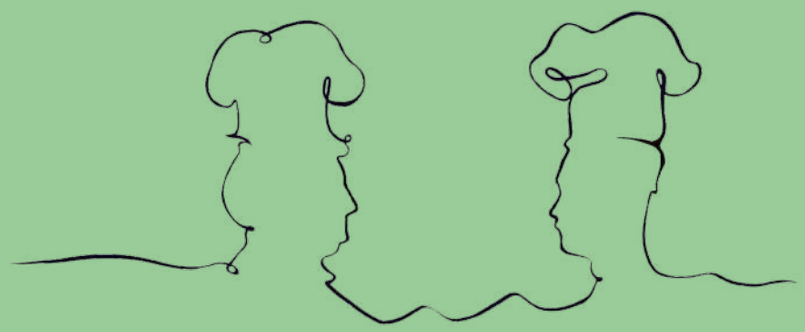
Yeni nesil için yatırım yapılması, yeni finansal sistemlerin tasarlanmasını gündeme getirir, yeni nesil girişimciliği çeşitlendirir. Sosyal etki yatırımcılığını geliştirir.

Yeni nesil toplulukları bir araya getirecek sistemler, etkinlikler yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımları özendirir. Yeni ekosistemler oluşturur.

04

STRATEJİ

Alaylı
Ustalardan



YENİ NESİL ŞEFLERE

04

Strateji 5

TESPİT 5

Şefler, ustalar, girişimciler sürekli yenilik/değişim içinde, fakat geliştirdikleri ürünler, yemekler bireysel başarılar olarak kalıyor, bu da gelişmenin ve değişimin önünde bir engel.

> “Bireysel Öykülerden, **KOLEKTİF** Başarılara”

FIRSAT ALANI 5

Bireysel mutfak başarı öykülerini NASIL kolektif işbirlikleri haline getirebiliriz?

Kolektif üretim, değişen teknolojiler ve üretim biçimlerinin gelişmesini tetikler, üretim çeşitliliği, sürdürülebilirlik, israfı önleme ve minimum maliyet sağlar.

Dağıtımın kolektif olarak organize edilmesi iyi ve sağlıklı gıdaya zamanında erişimi, gıda güvenliği ile yemek ve gıda standartlarının gelişmesine katkı sağlar.

Yeni pazarların geliştirilmesi ancak sektörler arası kolektif ve yenilikçi ortamların tasarlanması ile mümkün olabilir.

STRATEJİ

Bireysel Öykülerden

KOLEKTİF BAŞARILARA

05

BAKIR ÜRÜNLERİ

D EYLEMSEL ÇERÇEVE

TRC1 Bölgesi

Gastronomi Turizm Planında belirlenen

5 temel stratejiyi

gerçekleştirmek üzere

5X3 temel Eylem Alanı

belirlenmiştir.

15 eylem alanında ise toplam

55 öneri

(program, proje, sistem, etkinlik, ürün ve mekan)

bulunmaktadır.

Eylemlerin ortak temel noktası

Geleneksel ve Yeni Nesil

arasında köprü kurması, bireysel davranışlardan ziyade kolektif davranışları içermesi.

Eylemler **2023 ve 2030** hedefli olarak hazırlanmıştır.

İpekyolu Kalkınma Ajansı TRC1 Bölgesi Gastronomi Turizm Strateji Planı Temaları

- TEMA 1 — HA-RE-KET
- TEMA 2 — BÖL-GE-SEL
- TEMA 3 — DE-Ğİ-ŞİM
- TEMA 4 — YENİ NE-SİL
- TEMA 5 — KO-LEK-TİF

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Öncelikli Hedefleri

- Üretim
- Sanayi
- Teknoloji
- İstihdam

Birleşmiş Milletler, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

- 2 AÇLIĞA SON
- 8 İNSANA YAKIŞIR İŞ VE EKONOMİK BÜYÜME
- 13 İKLİM EYLEMİ
- 9 SANAYİ, YENİLİKÇİLİK VE ALTYAPI
- 12 SORUMLU ÜRETİM VE TÜKETİM
- 17 HEDEFLER İÇİN ORTAKLIKLAR

Neden Hareket?

Tekil Davranışlardan, Ortak Harekete

geçmenin yaratacağı yeni vizyon ile ortak coğrafyada, ortak gelecek için ortak projelerin yapılması için.

EYLEM ALANLARI

TEMA 1

HA-RE-KET

Kimlerle Hareket?

Kamu, **özel** ve **sivil** toplum örgütleri, üniversitelerle ile birlikte, işbirliği ve güç birliği yaparak ve yeni nesli dahil eden bir yaklaşımla hareket.

Neler Yapılmalı?

Gastronomi Hareketi Başlatılmalı

EYLEM 1-1

Ortak Hareket Hikayesi
Hedef: Mezopotamya-Akdeniz Gastronomi Birliği

Ortak Etkinlik Tasarımı
Hedef: Ortak Bütçe, Ortak Proje

Temel İlkeler Manifestosu
Hedef: Birlikte Büyüme ve Gelişme Kriterleri

Destinasyon Markası
Hedef: Yeni Rotalar, Yeni Pazarlar

Gastronomi Eğitimleri Çeşitlenmeli

EYLEM 1-2

Yerinde Eğitim
Hedef: Kalifiye İşgücü, Yaratıcı İş ve Girişimler

Standart Oluşturma
Hedef: Ortak İlkeler, Ortak Yaptırımlar

Dijital Araçlar
Hedef: Yenilikçi Öğrenme Ortamları

Kompost
Hedef: Döngüsel Gastronomi

Gastronomi Markası Yaratılmalı

EYLEM 1-3

Bölgesel Kimlik
Hedef: Bölgesel Hareket, Bölgesel Bereket

Coğrafi İşaretleme
Hedef: Küresel Pazar

Farkındalık Etkinlikleri
Hedef: Farkımız Farklılığımız

Önemlisiniz, Farkındayız
Hedef: Yeni Rotalar, Yeni Pazarlar

ÖNCELİKLİ 5 ADIM

1. Çağrı; Buluşma
2. Sistemin Tasarlanması
3. Kurumsal Kimlik Çalışması
4. Hareket Manifestosu
5. Ortak Proje ve Ortak Etkinlikler

Neden Bölgesel Bakış?

Bölgedeki Ortak Değerlere Ulaşmak

hedefi ile yerel ortaklıklarla etkileşimi güçlendirecek, yöreye özgü ortak davranış biçimlerini bölge yemek kültürü ile harmanlamak için.

EYLEM ALANLARI

TEMA 2

BÖL-GE-SEL

Nasıl Etkileşim?

Bölgenin değerleri ve çıkarlarını, yöre halkı ile birlikte ele alan, geleneksel ve yenilikçi üretim ve sunum biçimlerini yeniden tasarlayan,

sektörler ve nesiller arası işbirliği

sunan, sosyal etki yaratan bir yaklaşım.

Neler Yapılmalı?

Bölgesel Gastronomi Senaryosu Yazılmalı

EYLEM 2-1

Kümelenme
Hedef: Yeni Hikayeler, Tematik Rotalar

Standartlar
Hedef: Geleneksel ve Küresel İlkeler

Uzmanlar Ağı
Hedef: Yenilikçi Fırsatları Yerelle Paylaşmak

Gastro LAB
Hedef: Sanayi-Üniversite İşbirliği

Bölgesel Programlar Geliştirilmeli

EYLEM 2-2

Sıfır km
Hedef: Yerinde Üretim ve Tüketim

Yemek Kervanı
Hedef: Tarihin İçinde Yemek Molası

Yemek Festivalleri Ağı
Hedef: Kentlerin Yemekleri, Bölgenin Kimliği

Yemek Elçileri
Hedef: Tek Rakibimiz Annemiz

Bölgesel Tatlar Görünür Kılınmalı

EYLEM 2-3

Saf Ürün Haritası
Hedef: Geçmişi Keşfetmek

Farklı Yemekler Kültür Kitabı
Hedef: Yemekler ve Kültürel Arka Planları

Bölgesel Mutfak
Hedef: Ortak Ürünler, Ortak Lezzetler

ÖNCELİKLİ 5 ADIM

1. Kümelenme Çalışması Yapılması
2. Bölgesel Mutfak Kültürü Envanteri Hazırlanması
3. Uzmanlar Ağı (ulusal-uluslararası) Oluşturulması
4. Bölgesel Programların Geliştirilmesi
5. Değişen Rotaların Tasarlanması

Neden Değişim?

Yeni nesil alışkanlıklar, farklı kültürler ve yeni trendlerin talepleri ile

‘Kalıplaşmış Menülerden Değişen Mutfaklar’

tasarlanmasının ortaya çıkaracağı yeni eko sistemlerden yararlanmak için.

EYLEM ALANLARI

TEMA 3

DE-Ğİ-Şİm

Kimler için Değişim?

Ustalar, girişimciler, üreticiler ve üniversiteler ile lider sektör temsilcileri için.

Neler Yapılmalı?

Değişen İlkeler Kuralları Yazılmalı

EYLEM 3-1

Değişen Trendler
Hedef: Trendleri Yakalamak, Geleceği Tasarlamak

Sıfır Atık
Hedef: Açlığa Son

Gastronomi Eğitimi
Hedef: Öğreten ve Öğrenen Eğitmen

Gastronomi Diplomasisi
Hedef: Lezzet Ustaları Ağı

Değişen Tatlar Herkese Ulaşmalı

EYLEM 3-2

Lezzet Her Yerde
Hedef: Her Kese, Her Yer, Hesaplı

Sağlıklı Hazır Gıda
Hedef: Sağlıklı Saklama

Çocuklar Mutfakta
Hedef: Yaparak Öğrenen Çocuklar

Değişen Kültürlerin Talepleri Dikkate Alınmalı

EYLEM 3-3

Değişen Menü
Hedef: Bilinçli Nesil, Bilinçli Tüketim

Gıda Kuluçka Merkezi
Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Girişimler

Her Yıl 1 Tema
Hedef: Etkin ve Etkili Etkinlik

ÖNCELİKLİ 5 ADIM

1. Değişen Kurallar İzleme Komitesi Kurulması
2. Ortak Mutfaklar Tasarlanmalı
3. Sokak Lezzetleri Desteklenmeli
4. Menü Tasarımları Yapılmalı
5. Yeni Nesli Kapsayan Etkinlikler Düzenlenmeli

Neden Yeni Nesil?

‘Alaylı Ustalar ve Yeni Nesil Şefler Buluşması’,

hem geleneksel hem de küresel davranış biçimlerinin dengesi içinde,
kendimize özgü sosyal etki yaratan gastronomi modelinin gelişmesi için.

EYLEM ALANLARI

TEMA 4

YENİ NE-SİL

Kimler İçin Yeni Nesil Yatırım?

Yeni nesil girişimciler, sosyal etki yaratmayı öncelik haline getiren yatırımcılar, yeni nesil eko sistemi içinde gelecek işlere yatırım yapmak isteyenler için.

Neler Yapılmalı?

Yeni Nesil Buluşma Ortamları Yaratılmalı

EYLEM 4-1

PaylAŞ
Hedef: Sosyal Gastronomi

Tematik Etkinlikler
Hedef: Yeni Nesil Trendler

Yeni Nesil Keşif Atölyesi
Hedef: Bilineni Yeniden Keşfetmek

ŞEF
Hedef: Şehirlerarası Etkileşim Festivali

Yeni Nesil Yatırım Fonları Kurulmalı

EYLEM 4-2

Gastro OSB
Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Organize Gıda Sanayi

Gastro FON
Hedef: Sosyal Etki Yatırımı

Gıda Girişimciliği
Hedef: Gastronomi 4.0

Yeni Nesil Çiftçiler
Hedef: Kent ve Kır Bütünleşmesi

Yeni Nesil Topluluk İçin Olanaklar Sağlanmalı

EYLEM 4-3

Yeni Nesil Ağ
Hedef: Gastronomi Eko Sistemi

Gastronomi Kampları
Hedef: Genç Aşçılar İçin Buluşma Ortamları

Startup Platformu
Hedef: Yeni Nesil Girişimcileri Yaratma

Yeni Nesil Sertifika
Hedef: Yeni Nesil Girişimci

ÖNCELİKLİ 5 ADIM

1. Sanayi ve Ticaret Odaları, Üniversiteler ve Özel Sektör Buluşmalı
2. GASTRO OSB; Fikir Projesi Hazırlanmalı
3. Gastronomi Eko Sistemi Tasarlanmalı
4. GASTRO FON; Sosyal Etki Yatırım Fonu Kurulmalı
5. Yeni Nesil Etkinlikler Düzenlenmeli

Neden Kolektif?

‘Bireysel Öykülerden, Kolektif Başarılara’

doğru hareketin organize edilmesinin yaratacağı
çarpan etkisini ortaya çıkarmak,
yeni pazarlar yakalamak, sektörel çeşitliliği artırmak için.

EYLEM ALANLARI

TEMA 5

KO-LEK-TİF

Hangi Alanda Kolektif?

Üretim, Dağıtım ve Tüketim alan-
larında kolektiflik.

Neler Yapılmalı?

Kolektif Üretim Desteklenmeli

EYLEM 5-1

Yeni Nesil Çiftlikler
Hedef: Kolektif Çiftlikler, Kolektif Üretimler

Üretici Ağı
Hedef: Tarladan Sofraya En Kısa Yol

Topluluk Mutfağı
Hedef: Toplulukları Güçlendiren Sosyal Mutfak

Kolektif Dağıtım Sistemi Kurulmalı

EYLEM 5-2

Ortak Servis
Hedef: Yenilikçi Lojistik Sistemleri

Alım Garantili Ev Yemeği
Hedef: Yereli Kalkındırma

Yeni Nesil Dağıtım
Hedef: Paylaşım Ekonomisi

Kolektif Satış Ortamları Çeşitlenmeli

EYLEM 5-3

Ortak Mutfak
Hedef: Yeni Nesil Ortamlar

Online Satış
Hedef: Aracısız Satış

Misafir/Mülteci Mutfağı
Hedef: Yemeğin Birleştirici Gücü

Yeni Pazar
Hedef: Yeni Bir Kullanıcı Deneyimi

ÖNCELİKLİ 5 ADIM

1. Sosyal Gastronomi Hareketi Başlatılmalı
2. Üretici Ağı Tasarlanmalı
3. Gıda Dağıtım Sistemi Kurulmalı
4. Ortak Mutfaklar Yaygınlaştırılmalı, Yeni İçerikler Tasarlanmalı
5. Paylaşım Ekonomisi Sistemleri Kurulmalı

5 STRATEJİ

15 EYLEM

55 PROJE

“Eylemlerin ortak temel noktası **Gelenek ve Yeni Nesil** arasında köprü kurması, bireysel davranışlardan ziyade **Kolektif** davranışları içermesi.”

Tema

HAREKET

1

Strateji

Tekil Davranışlardan, Ortak Harekete

EYLEMLER

1.1- Gastronomi Hareketi Başlatılmalı

1.1.1-Ortak Hareket Hikayesi
Hedef: Mezopotamya-Akdeniz Gastronomi Birliği
1.1.2-Ortak Etkinlik Tasarımı
Hedef: Ortak Bütçe, Ortak Proje
1.1.3-Temel İlkeler Manifestosu
Hedef: Birlikte Büyüme ve Gelişme Kriterleri
1.1.4-Destinasyon Markası
Hedef: Yeni Rotalar, Yeni Pazarlar

1.2- Gastronomi Eğitimleri Çeşitlenmeli

1.2.1-Standart, Eğitim, Sertifikasyon
Hedef: Kalifiye İşgücü, Yaratıcı İş ve Girişimler
1.2.2-Standart Oluşturma
Hedef: Ortak İlkeler, Ortak Yaptırımlar
1.2.3-Dijital Araçlar
Hedef: Yenilikçi Öğrenme Ortamları
1.2.4- KOMPOST
Hedef: Döngüsel Gastronomi

1.3- Gastronomi Markası Yaratılmalı

1.3.1-Bölgesel Kimlik
Hedef: Bölgesel Hareket, Bölgesel Bereket
1.3.2-Coğrafi İşaretleme
Hedef: Küresel Pazar
1.3.3- Farkındalık Etkinlikleri
Hedef: Farkımız Farklılığımız
1.3.4-Önemlisiniz, Farkındayız
Hedef: Sosyal Medya

Tema

BÖLGESEL

2

Strateji

Kentsel Mutfaklardan, Ortak Yemek Hareketine

EYLEMLER

2.1- Bölgesel Gastronomi Senaryosu Yazılmalı

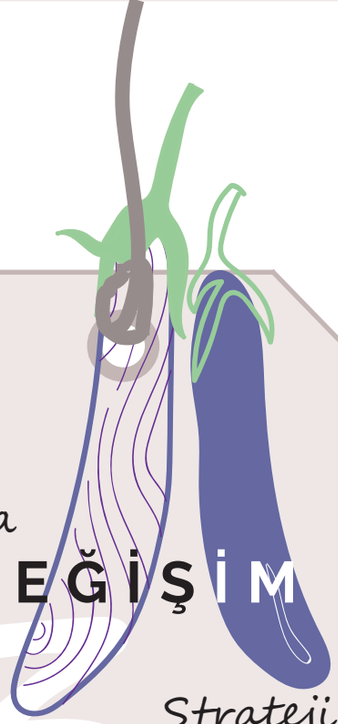
2.1.1-Kümelenme
Hedef: Yeni Hikayeler, Tematik Rotalar
2.1.2- Standartlar
Hedef: Geleneksel ve Küresel İlkeler
2.1.3-Uzmanlar Ağı
Hedef: Yenilikçi Fırsatları Yerelle Paylaşmak
2.1.4- Gastro LAB
Hedef: Sanayi-Üniversite İşbirliği

2.2- Bölgesel Programlar Geliştirilmeli

2.2.1-Sıfır km
Hedef: Yerinde Üretim ve Tüketim
2.2.2-Yemek Kervanı
Hedef: Tarihin içinde Yemek Molası
2.2.3-Yemek Festivalleri Ağı
Hedef: Kentlerin Yemekleri, Bölgenin Kimliği
2.2.4-Yemek Elçileri
Hedef: Tek Rakibimiz Annemiz

2.3- Bölgesel Tatlar Görünür Kılınmalı

2.3.1-Saf Ürün Haritası
Hedef: Geçmişi Keşfetmek
2.3.2-Farklı Yemekler Kültür Kitabı
Hedef: Yemekler ve Kültürel Arka Planları
2.3.3-Bölgesel Mutfak
Hedef: Ortak Ürünler, Ortak Lezzetler



Tema

DEĞİŞİM

Strateji

Kalıplaşmış Menülerden, Değişen Mutfaklara

EYLEMLER

3.1- Değişen İlkeler Kuralları Yazılmalı

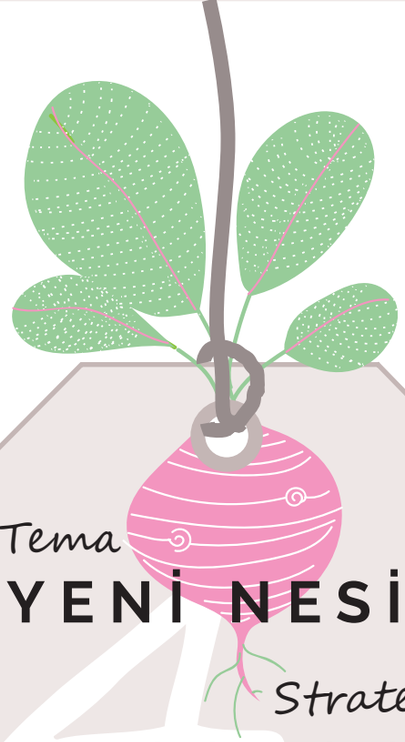
3.1.1-Değişen Trendler
Hedef: Trendleri Yakalamak, Geleceği Tasarlamak
3.1.2-Sıfır Atık
Hedef: Açlığa Son
3.1.3-Gastronomi Eğitimi
Hedef: Öğreten ve Öğrenen Eğitmen
3.1.4-Gastronomi Diplomasisi
Hedef: Lezzet Ustaları Ağı

3.2- Değişen Tatlar Herkese Ulaşmalı

3.2.1-Lezzet Her Yerde
Hedef: Her Kese, Her Yer, Hesaplı
3.2.2-Sağlıklı Hazır Gıda
Hedef: Sağlıklı Saklama
3.2.3-Çocuklar Mutfakta
Hedef: Yaparak Öğrenen Çocuklar

3.3- Değişen Kültürlerin Talepleri Dikkate Alınmalı

3.3.1-Değişen Menü
Hedef: Bilinçli Nesil, Bilinçli Tüketim
3.3.2-Gıda Kuluçka Merkezi
Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Girişimler
3.3.3-Her Yıl 1 Tema
Hedef: Etkin ve Etkili Etkinlik



Tema

YENİ NESİL

Strateji

Alaylı Ustalardan, Yeni Nesil Şeflere

EYLEMLER

4.1- Yeni Nesil Buluşma Ortamları Yaratılmalı

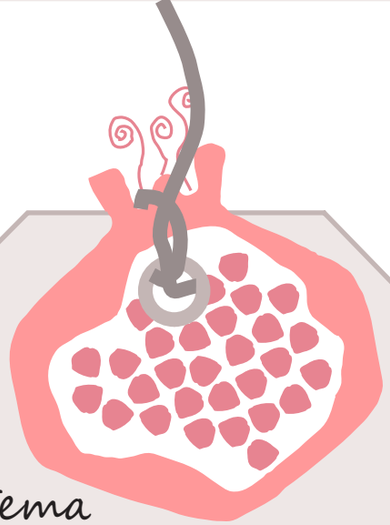
4.1.1-PaylAŞ
Hedef: Sosyal Gastronomi
4.1.2-Tematik Etkinlikler
Hedef: Yeni Nesil Trendler
4.1.3- Yeni Nesil Keşif Atölyesi
Hedef: Bilineni Yeniden Keşfetmek
4.1.4- ŞEF
Hedef: Şehirlerarası Etkileşim Festivali

4.2- Yeni Nesil Yatırım Fonları Kurulmalı

4.2.1-Gastro OSB
Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Organize Gıda Sanayi
4.2.2-Gastro FON
Hedef: Sosyal Etki Yatırımı
4.2.3-Gıda Girişimciliği
Hedef: Gastronomi 4.0
4.2.4-Yeni Nesil Çiftçiler
Hedef: Kent ve Kır Bütünleşmesi

4.3- Yeni Nesil Topluluk İçin Olanaklar Sağlanmalı

4.3.1-Yeni Nesil Ağ
Hedef: Gastronomi Eko Sistemi
4.3.2.Gastronomi Kampları
Hedef: Genç Aşçılar İçin Buluşma Ortamları
4.3.3-Startup Platformu
Hedef: Yeni Nesil Girişimcileri Yaratma
4.3.4-Yeni Nesil Sertifika
Hedef: Yeni Nesil Girişimci



Tema

KOLEKTİF

Strateji

Bireysel Öykülerden, Kolektif Başarılara

EYLEMLER

5.1- Kolektif Üretim Desteklenmeli

5.1.1-Yeni Nesil Çiftlikler
Hedef: Kolektif Çiftlikler, Kolektif Üretimler
5.1.2-Üretici Ağı
Hedef: Tarladan Sofraya En Kısa Yol
5.1.3-Topluluk Mutfağı
Hedef: Toplulukları Güçlendiren Sosyal Mutfak

5.2- Kolektif Dağıtım Sistemi Kurulmalı

5.2.1-Ortak Servis
Hedef: Yenilikçi Lojistik Sistemleri
5.2.2-Alım Garantili Ev Yemeği
Hedef: Yereli Kalkındırma
5.2.3-Yeni Nesil Dağıtım
Hedef: Paylaşım Ekonomisi

5.3- Kolektif Satış Ortamları Çeşitlenmeli

5.3.1-Ortak Mutfak
Hedef: Yeni Nesil Ortamlar
5.3.2-Online Satış
Hedef: Aracısız Satış
5.3.3-Misafir/Mülteci Mutfağı
Hedef: Yemeğin Birleştirici Gücü
5.3.4-Yeni Pazar
Hedef: Yeni Bir Kullanıcı Deneyimi

Hedef 2023

EYLEM PLANI

HEDEF 2023: EYLEM PLANI

2019

Ortak
HAREKET
Yılı

Değerlerimiz Ortak ise Hareketimizde Ortak Olmalı!

2019 — Ortak HAREKET Yılı

2020 — BÖLGESEL Gastronomi Yılı

2021 — SOSYAL Gastronomi Yılı

2022 — YENİ NESİL Yılı

2023 — YENİ YÜZYIL Hedefler Yılı

5 Eylem

1. 1.1- Gastronomi Hareketi Başlatılmalı
2. 1.2- Gastronomi Eğitimleri Çeşitlenmeli
3. 1.3- Gastronomi Markası Yaratılmalı
4. 3.1- Değişen İlkeler Kuralları Yazılmalı
5. 5.1- Kolektif Üretim Desteklenmeli

5 Proje

1. 1.1.1-Ortak Hareket Hikayesi , Hedef: Mezopotamya-Akdeniz Gastronomi Birliği
2. 1.2.1- Standart, Eğitim, Sertifikasyon, Hedef: Kalifiye İşgücü, Yaratıcı İş ve Girişimler
3. 1.3.2-Coğrafi İşaretleme, Hedef: Küresel Pazar
4. 3.1.1-Değişen Trendler, Hedef: Trendleri Yakalamak, Geleceği Tasarlamak
5. 5.1.2-Üretici Ağı, Hedef: Tarladan Sofraya En Kısa Yol

5 Ortak

1. İKA
2. DOĞAKA
3. KARACADAĞ
4. DİKA
5. GAP

2020

BÖLGESEL
Gastronomi Yılı

Ha Sizin , Ha Bizim, Değerler Hepimizin!

5 Eylem

1. 2.1- Bölgesel Gastronomi Senaryosu Yazılmalı
2. 2.2- Bölgesel Programlar Geliştirilmeli
3. 2.3- Bölgesel Tatlar Görünür Kılınmalı
4. 3.2- Değişen Tatlar Herkese Ulaşmalı
5. 3.3- Değişen Kültürlerin Talepleri Dikkate Alınmalı

5 Proje

1. 2.1.1-Kümelenme, Hedef: Yeni Hikayeler, Tematik Rotalar
2. 2.2.3-Yemek Festivalleri Ağı, Hedef: Kentlerin Yemekleri, Bölgenin Kimliği
3. 2.3.4-Bölgesel Mutfak, Hedef: Ortak Ürünler, Ortak Lezzetler
4. 3.2.1-Lezzet Her Yerde, Hedef: Her Kese, Her Yer, Hesaplı
5. 3.3.1-Değişen Menü, Hedef: Bilinçli Nesil, Bilinçli Tüketim

5 Paydaş

1. Valilikler
2. Belediyeler
3. Sanayi ve Ticaret Odaları
4. Üniversiteler
5. Girişimciler

2021

SOSYAL
Gastronomi Yılı

İmece Ortak Geleneğimiz, Paylaşmak ise Geleceğimiz!

5 Eylem

1. 4.1- Yeni Nesil Buluşma Ortamları Yaratılmalı
2. 4.2- Yeni Nesil Yatırım Fonları Kurulmalı
3. 4.3- Yeni Nesil Topluluk İçin Olanaklar Sağlanmalı
4. 5.3- Kolektif Satış Ortamları Çeşitlenmeli
5. 3.2- Değişen Tatlar Herkese Ulaşmalı

5 Proje

1. 4.1.1-PaylAŞ , Hedef: Sosyal Gastronomi
2. 4.2.2-Gastro FON, Hedef: Sosyal Etki Yatırımı
3. 3.1.2-Sıfır Atık, Hedef: Açlığa Son
4. 4.3.3-Startup Platformu, Hedef: Yeni Nesil Girişimcileri Yaratma
5. 5.3.3-Misafir/Mülteci Mutfağı, Hedef: Yemeğin Birleştirici Gücü

5 Paydaş

1. Belediyeler
2. Üniversiteler
3. Yatırımcılar
4. Yardım Kuruluşları
5. Finans Kuruluşları

2022

YENİ NESİL
Yılı

Yeni Neslin Beklentileri, Değişimin Dinamikleri!

5 Eylem

1. 4.1- Yeni Nesil Buluşma Ortamları Yaratılmalı
2. 4.2- Yeni Nesil Yatırım Fonları Kurulmalı
3. 4.3- Yeni Nesil Topluluk İçin Olanaklar Sağlanmalı
4. 5.3- Kolektif Satış Ortamları Çeşitlenmeli
5. 3.3- Değişen Kültürlerin Talepleri Dikkate Alınmalı

5 Proje

1. 4.1.2-Tematik Etkinlikler, Hedef Yeni Nesil Trendler
2. 4.2.1-Gastro OSB, Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Organize Gıda Sanayi
3. 4.3.1-Yeni Nesil Ağ, Hedef: Gastronomi Eko Sistemi
4. 5.3.1-Ortak Mutfak, Hedef: Yeni Nesil Ortamlar
5. 3.3.2-Gıda Kuluçka Merkezi, Hedef: Yenilikçi ve Yaratıcı Girişimler

5 Paydaş

1. Yeni Nesil Girişimciler
2. Sanayi Yatırımcıları
3. İlgili Üniversiteler
4. Tarım Üreticileri
5. Belediyeler

2023

YENİ YÜZYIL
Hedefler Yılı

Geçmiş Yüzyıl, Yeni (den) Yeni Yüzyıl!

5 Hedef

1. Sorumlu Üretim ve Tüketim
2. Sanayi, Yenilikçi Altyapı
3. İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme
4. İklim Değişikliği
5. Yeni Ortaklıklar

5 Eylem

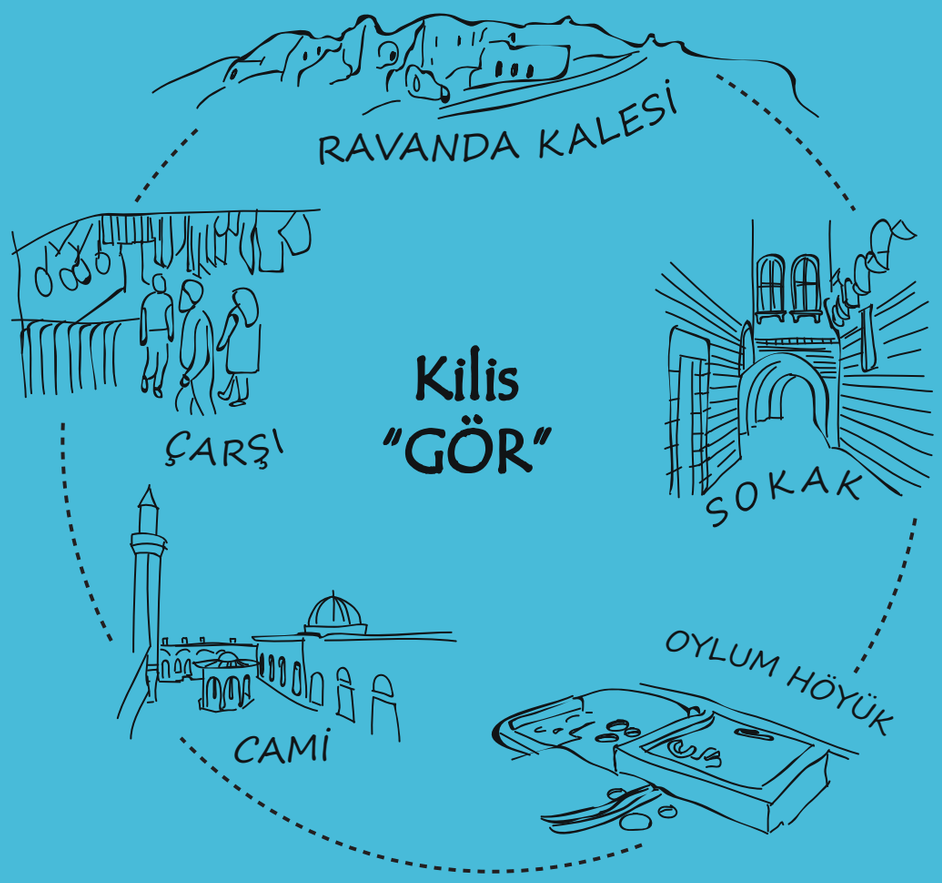
1. Gıda Sistemleri; Yaklaşan Krizler ve Kıt Kaynaklar Dikkate Alınmalı.
2. Gıda Girişimciliğ; Geleneksel Üretim İle Gıda Teknolojileri Buluşmalı.
3. Gıdaya Eşit Erişim; Gıdanın Dengeli Dağılımı İle İlgili Çalışmalar Yapılmalı.
4. Gıda Üretimi; İklim Değişikliğini Olumsuz Etkileyen Üretim Biçimleri Değişmeli.
5. Gıda İşbirlikleri; Yeni Nesli ve Ekonomileri İçeren İşbirlikleri Tasarlanmalı.

5 Paydaş

1. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
2. TOBB
3. İlgili Üniversiteler
4. Sivil Toplum Örgütleri
5. Sanayi Yatırımcıları

ESNAF KAHVALTISI

E ORTAK PROJELER


RAVANDA KALESİ
ÇARŞI
Kilis
"GÖR"
SOKAK
CAMİ
OYLUM HÖYÜK

01 Ortak Hareket

Ortak Değerler, Ortak Gelecek

Yeni Nesil Gastronomi Hareketini Nasıl Kurarız?

Neden HAREKET?

Ortak coğrafyayı ve ortak değerleri paylaşanlar için geçmiş ve gelecek arasında köprü kurarak değişimin farkında olarak herkesin hareketin parçası olmasını sağlamak için.

Nasıl Bir HAREKET?

Herkes için
Ağ yaratan
Rekabetçi
Erişilebilir
Kolektif
Ekonomik
Toplumu Etkileyen

Kimler için HAREKET?

Yerel yönetimleri, sivil örgütleri, özel sektörü ve özellikle yeni nesli kapsayan bölgesel bir hareket.

HAREKET **Zamanı?**

Hiç vakit geçirmeden hemen!

1.Adım: Çağrı
2.Adım: Hareket İlkelerinin (Manifesto) Yazılması
3.Adım: Sistemin Tasarlanması
4.Adım: Ortak Projelerin Belirlenmesi

HAREKET **Yönü?**

Mezopotamya ve Akdeniz coğrafyası ile yeni neslin beklentilerini kapsamına alan bir hareket.

Ortak Hareket Çağrısı

Amaç

Mezopotamya ve Akdeniz Mutfağı Çeşitliliğini Harmanlamak

Nedir?

İpekyolu Gastronomi Birliği, İpekyolu Bölgesi kentlerini içeren bir işbirliği ağıdır.

Amacı, bölgenin gastronomi kültürünü üretimden tüketime bütüncül olarak ele alarak, üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerini iyileştirmek ve gastronomi turizmi potansiyellerini ortaya çıkartarak, kalkınma, ekonomi, tarımsal üretim, gıda odaklı teknoloji ve sanayi istihdamı, kültür ve sosyal fayda alanlarında dayanıklı bir bölge oluşturmaktır.

Neden?

- Bölge ölçeğinde, birlikte hareket etmek, ortak mirası ve ortak kültürü yaşatmak
- Gıda ve iklim krizlere karşı dayanıklı bir bölge yaratmak, bölgesel ekonomiyi canlı tutmak
- Ortak hareketin avantajlarından faydalanmak, bölgesel kapasite geliştirmek için

Hareket Zamanı!

1.Adım **Çağrı**	**1. Çağrı:** Bölge Ajanslarına İKA, DOĞAKA, KARACADAĞ, DİKA **2. Çağrı:** Bölge Üniversitelerine **3. Çağrı:** Bölge Yatırımcı ve Girişimcilerine
2.Adım **Manifesto**	**Hareket İlkelerinin (Manifesto) Yazılması**
3.Adım **Sistem**	**Sistemin Tasarlanması**
4.Adım **Projeler**	**Ortak Projelerin Belirlenmesi**

Gastronomi Ortak Hareketi
Manifestosu

01. Bölgenin gastronomi kültürü üzerindeki birleştirici özelliklerini ve etkilerini, günümüze taşınan değerlerini **ANLAMALI**, geleceği **PLANLAMALI** ve ortak projeleri **TASARLAMALI**.

02. Farklılık ve benzerlik gösteren **GASTRONOMİ BÖLGELERİNİ** belirleyerek, üretim ve tüketim mekanizmalarını bölge içinde güçlendirilmeli.

03. Gastronomi turizminde üretim, hazırlama, depolama, servis, sunum gibi tüm aşamalarda **TASARIM** olmalı, **STANDARTLAR** belirlenmeli ve **DENETLENMELİ**.

04. Her kademede gastronomi **EĞİTİMLERİ** ile **YEREL KAPASİTE** artırılmalı.

05. Yaratıcı turizm faaliyetleri ile bölgesel kalkınma ve kültürel etkileşime olanak sağlayan katılımcı ve yaratıcı etkinlikler düzenlenmeli. Gastronomi etkinlikleri , **SANAT, TASARIM, YENİLİK** vb. temalarla çeşitlenmeli.

06. **YEREL ÜRETİM,** küçük üreticileri desteklenmeli, çiftçi ve tüketiciler arasında direkt satış sistemleri tasarlanmalı.

07. Yöresel lezzetleri, **HİKAYELERİ** ile görünür kılmalı, deneyimi tüketim aracına dönüştürmeden, yerel farkındalıkla yemek yemeyi özendirmeli.

08. Yeni nesil yemek ihtiyaçlarına karşı duyarlı olunmalı, hızlı yemek ve yeni yemek alışkanlıklarına alternatif olarak, hızlı, kolay, sağlıklı **DEĞİŞEN MENÜLER** tasarlanmalı.

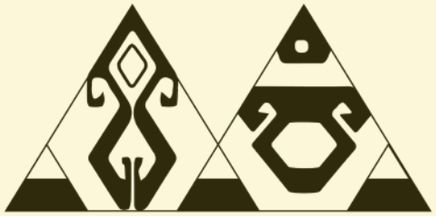
09. Kültürel çeşitliliği desteklemek, mahalleleri sosyal ve ekonomik olarak güçlendirmek için yemeğin birleştirici gücünü kullanan **SOSYAL ETKİ** yaratan projeler geliştirmeli.

10. Sağlıklı ve yeterli **GIDAYA ERİŞİM** herkesin hakkıdır, bu amaçla **GIDA ATIKLARININ** azaltılması ve gıdanın **DENGELİ** dağılımı ile ilgili çalışmalar yapılmalı.

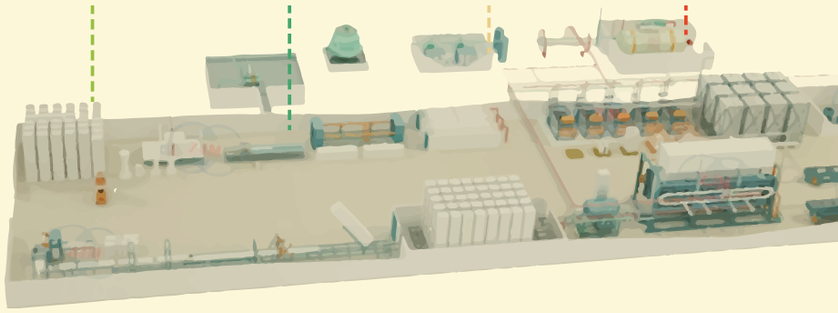
Ortak Projeler

#Ortak Hareket
#Bölgesel Mutfak
#Ortak Mutfak
#Rota
#Üretici Ağı
#Değişen Menü
#Lezzet Her Yerde
#PaylAŞ Sosyal Gastronomi
Eğitim, Standartlar, Sertifikasyon
#Yeni Nesil Girişim

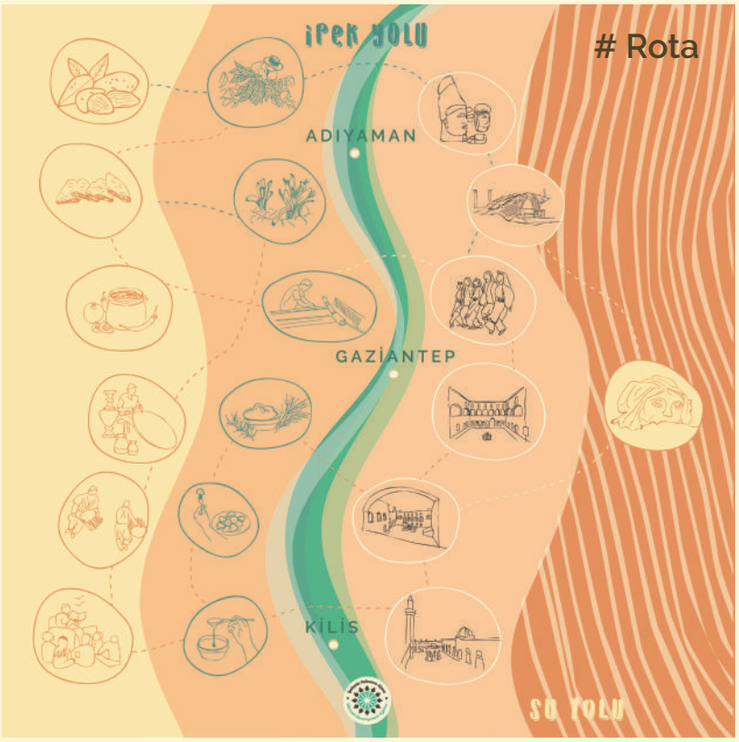
Ortak Hareket

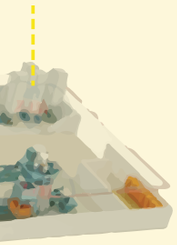


Yeni Nesil Girişim



Rota



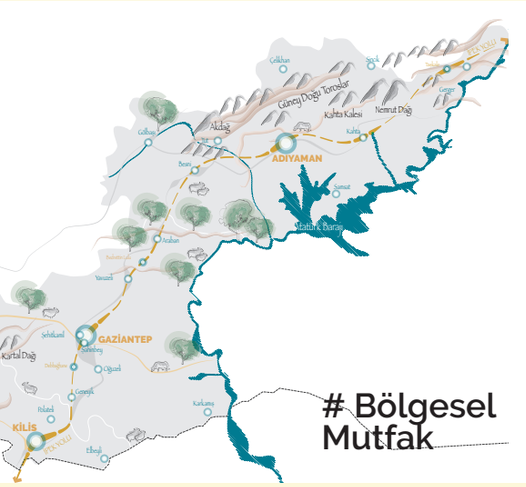


Değişen Menü

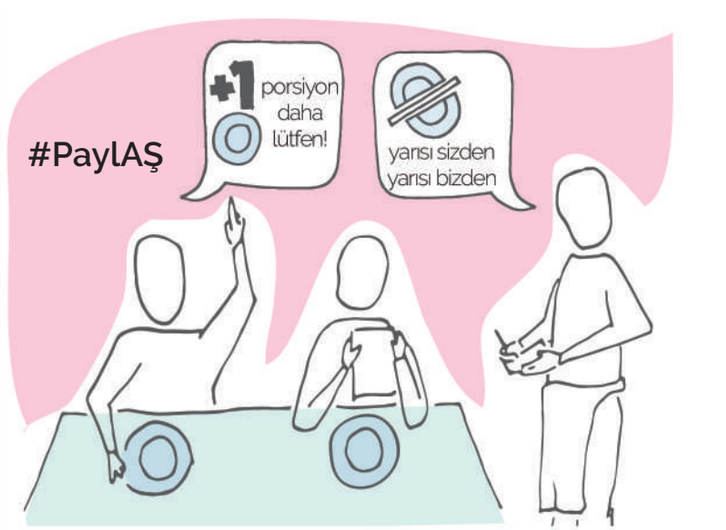
Lezzet Her Yerde

Ortak Mutfak

Üretici Ağı



Bölgesel Mutfak



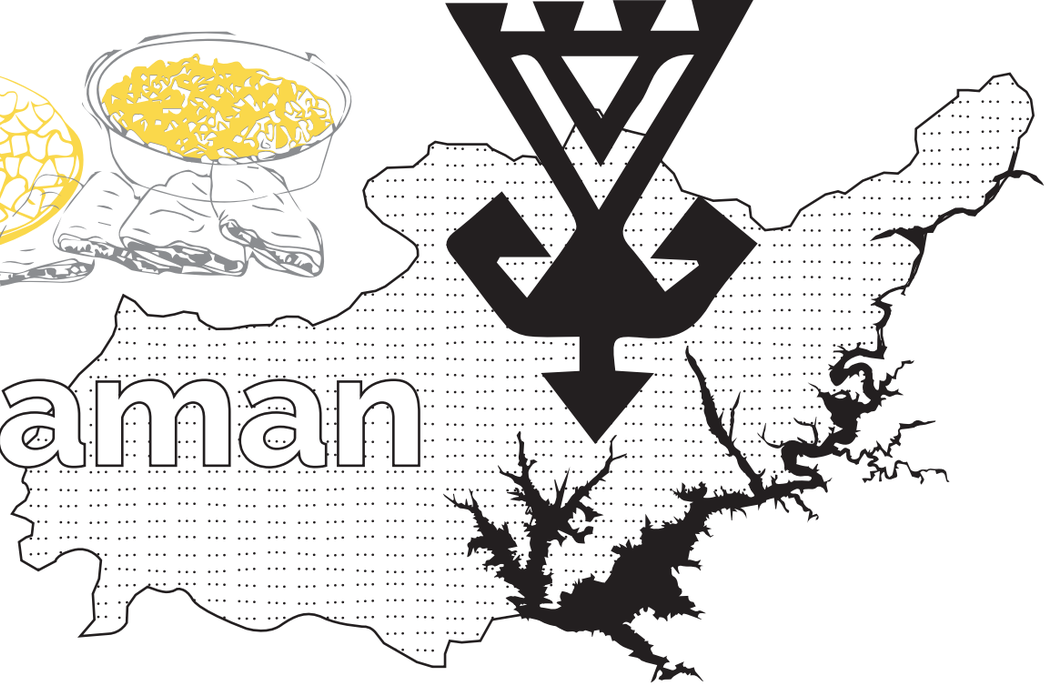
#PaylAŞ

Eğitim, Standartlar

gaziantep

adıyaman

kilis



adıyaman

Güneşin Güne Kavuştuğu Gizemli Yer

Gizemi hala çözülemeyen Nemrut dağında farklı kültürlerin tanrılarını buluşturan ortamda güneşin güne ve geceye kavuştuğu UNESCO Kültür Mirası Nemrut.

Çiğ Köfte, Basalla (ekşili köfte), Adıyaman Tavası, Hitab, peynir tatlısı ve diğer lezzetlerin sokaklarda, ve çarşıda tadıldığı esnaf lokantaları.

Fırat'ın buz sularında serinlenilen, doğanın bereketlerinin her mevsimde hissedildiği tabiat güzellikleri.

Maneviyatın, hikayelerin, samimiyetin memleketi Adıyaman.

gaziantep

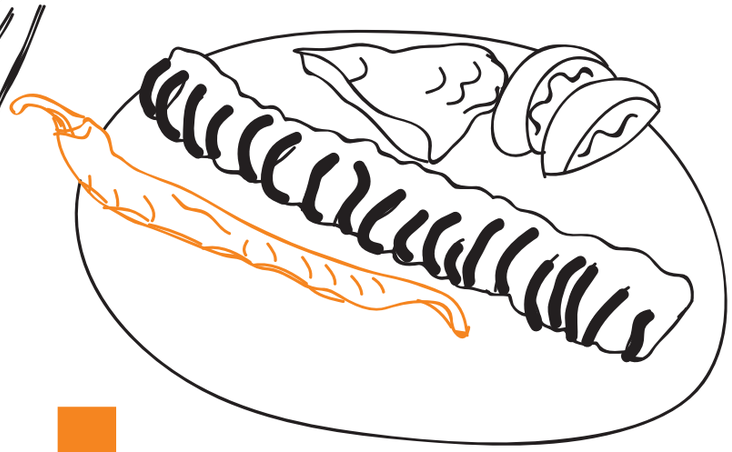
Yemek ve Tarihin Buluştuğu Yer

Zeugma Antik Kenti ile UNESCO Kültür Mirası ve lezzetleri ile UNESCO Gastronomi Kenti Gaziantep.

Mezopotamya ve Akdeniz coğrafyasındaki kültürler arasında köprü, milli mücadele kenti Gaziantep.

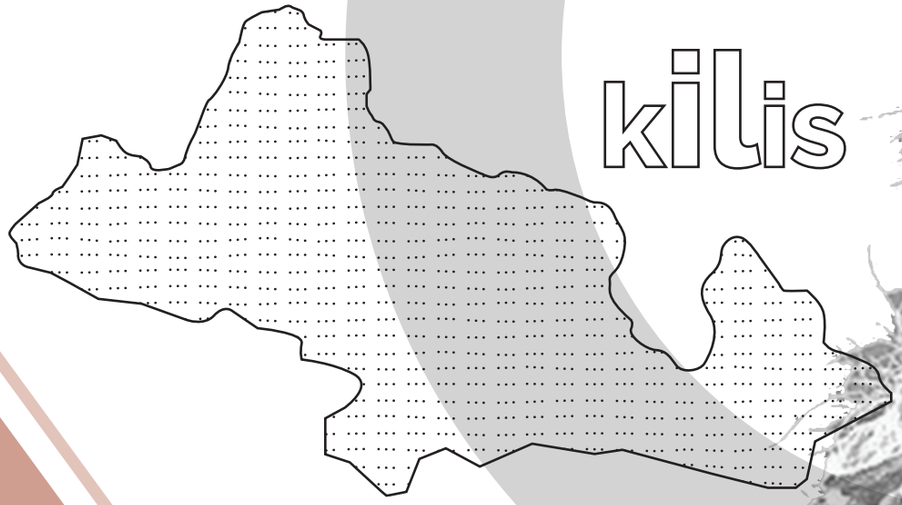
İpek Yolu'nun izlerini taşıyan kale ve eski şehir, camiler, kasteller, hamamlar, konaklar, bedesteler ve hanlar kenti Gaziantep.

Beyran, Yuvalama, Fırık Pilavı, Alanazik, ve Patlıcan Kebabı, Lahmacunu ile Baklava ve Katmeri ve nice lezzetlerini dünyaya tattıran Gaziantep.



antep

kilis



Geçmişi ve Geleceği Yaşayan Yer

Farklı kültürlerin ve yaşanmışlıkların görgü tanığı Ravanda kalesi, Oylum höyüğü ve diğerleri.

Avlulu ve cumbalı taş evleri, gizemli daracık sokakları ve sokakta oynayan çocukları ile geçmişi yaşayan Kilis. Dün olduğu gibi bugün farklı kültürlerin bir arada olduğu, yorgancılık, yemenicilik ve taş işçiliği gibi geleneksel üretimin hala yaşatıldığı Kilis.

Kilis tava, Oruk, Kümbülmüşviye, Şıhılmöhşe gibi ev yemekleri ile Kilis katmeri, cennet çamuru gibi tatlıları obruk, kültürlerden harmanlanan lezzetlerin tadları. En yüksek yerde yetişen zeytinler ve onun ürünü farklı tadımdaki zeytinyağı.

ORTAK HAREKET İKONU

Bu coğrafyadaki ustaların nesilden nesile aktardığı görgü ve bilgiyle günümüzde de el işçiliği ile ilmek ilmek işlenen tepsiler.

Bu tepsiler önceleri yöresel lezzetlerin sunumunda kullanılmıştır. Günümüzde bu tepsiler bölgenin hatırası veya ödül olarak sunulmakta ve birçok evi ve işyerini süslemektedir.

İşlemeli tepsi İpekyolu Gastronomi hareketinin sembolü olarak seçilmiş olup sembolün tasarımında modern bağlantı deseni olan QR kod, geleneksel desenlerle bir arada kullanılmıştır.

Bu harekete katılan işletmelere, sundukları hizmetin standartına bağlı olarak bakır, gümüş ve altın tepsi derecesi verilecektir. Bu dereceler işletmelerin giriş/vitrinlerinde kullanıcılar tarafından görülecek şekilde yer bulacaktır.

Derecelendirme her sene aşağıdaki kriterlere göre yapılacaktır:

. Online puanlama sistemi

. Misafir yorumları/geri bildirim formları

. Senede 1 düzelenecek olan "EN" ler yarışmaları: En İyi Kebap , En İyi Katmer vb...

Ortak Hareketin, standartlarını kabul eden işletmelere verilecek ödül tepsiler

Ödüllü tepsilere yörenin zanaatkarları tarafından "İpek Yolu Gastronomi" hareketini tanıtan QR kodlar işlenecektir.

Kullanıcılar QR kodları tarattığında lezzet hareketinin internet sitesine ulaşıp gerekli bilgilere sahip olabileceklerdir.

Altın Tepsi

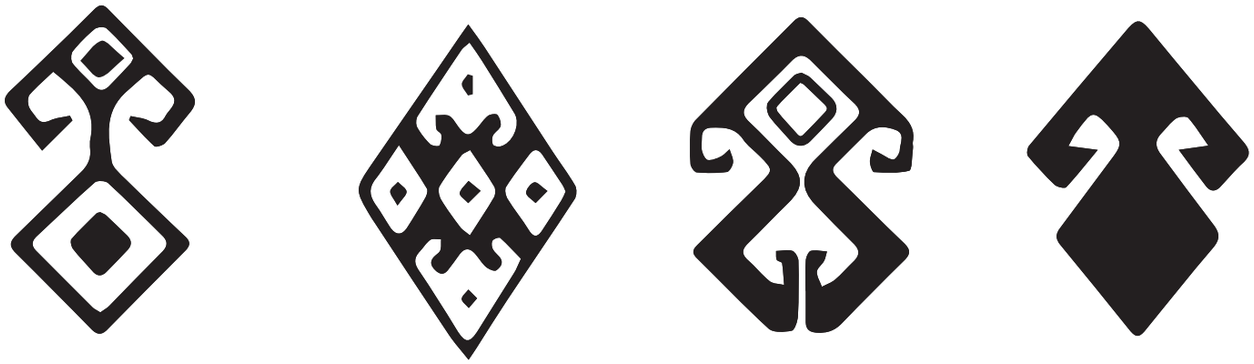
Gümüş Tepsi

Bakır Tepsi

ORTAK HAREKET İKONU

MOTİFLER
ÜÇGEN

LOGO OPSİYON 01

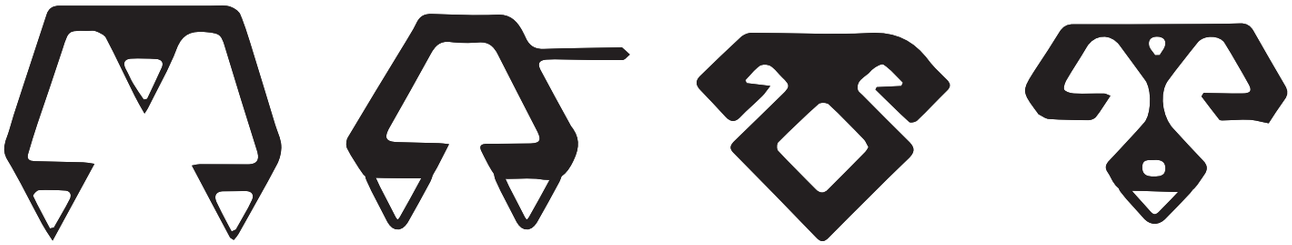


ELİBELİNDE

Dişiliğin simgesidir. Sadece analık ve doğurganlığı değil, ayni zamanda uğur, bereket, kısmet, mutluluk ve neşeyi de sembolize eder.

Bilimsel saptamalar, doğuran güçlü kadına tapınmanın ilk kez İ.Ö. 7000-8000 yıllarında Mezopotamya'da başladığına işaret etmektedir.

Anadolu tarihinin Mezopotamya ile çağdaş olduğu yapılan kazılarla ortaya çıkmıştır. Anadolu topraklarında, tarım kültürünü bilen ve yerleşik nitelikte uygar şehirlerin ortaya çıkış tarihi olarak İ.Ö. 5500 yılları belirlenmiştir. Bugünkü dokumalarda kullanılan, anatanrıça kültünün devamı niteliğindeki elibelinde motifi, anatanrıça ile ilgili inancın kültürel miras olarak günümüze geldiği gerçeğinin kanıtıdır.



KOÇBOYNUZU

Bereket, kahramanlık,güç, erkeklik sembolü olan koç boynuzu motifi, Anadolu kültüründe Anatanrıça'dan sonra ya da onunla birlikte kullanılan bir motiftir. Boynuz sembolü insanlık tarihinde her zaman güç kuvvet timsali olan erkekle özdeşleştirilmiştir.

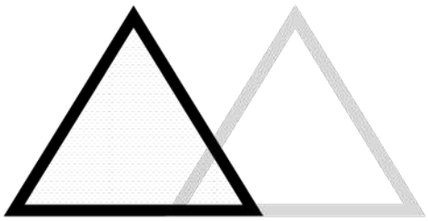
Koçboynuzu motifi, güç, kuvvet ve erkeklik simgesidir.

Türk süsleme sanatındaki hayvan stilizelerinin en güzel örnekleri koç, koyun veya dağ keçisi heykellerinden oluşan mezar taşlarında görülmektedir. Anadolu'da koçboynuzu motifli halı ve kilimler günümüzde de yaygındır. Bu motif, dokumaların genellikle göbek ve bordür kısımlarında kullanılır.

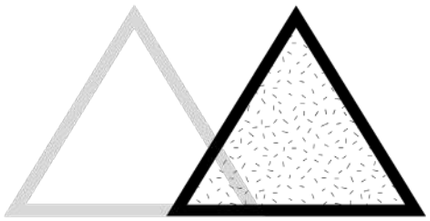
Türk Motifleriyle, Geçmişten Günümüze...
https://egitim.tarimorman.gov.tr/
https://uqusturk.wordpress.com/2011/05/09/anadolu-motifleri/

LOGO MEZOPOTAMYA

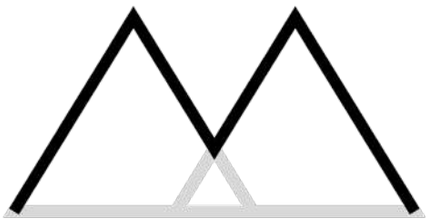
LOGO SÜREÇ



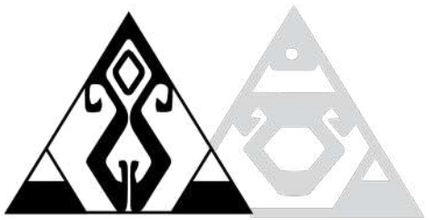
anadolu



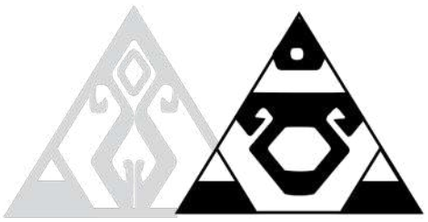
akdeniz



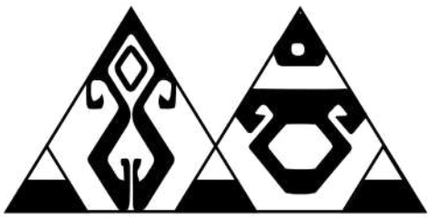
mezopotamya



elibelinde

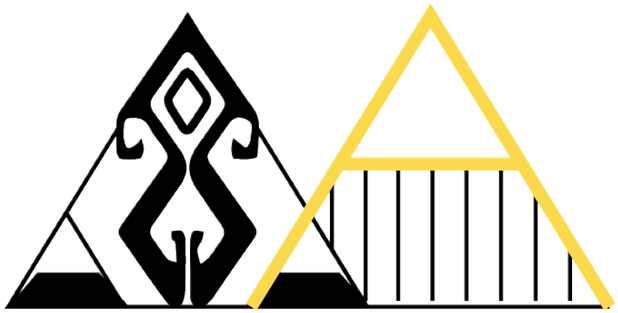


koç boynuzu



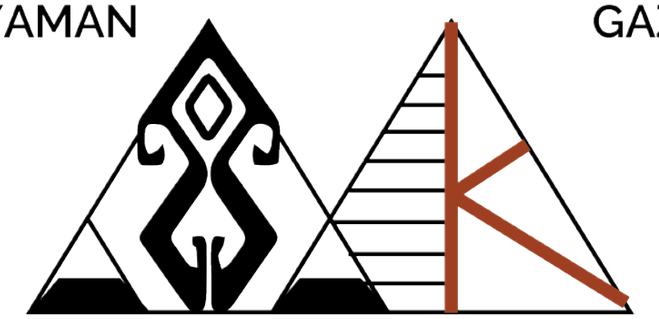
mezopotamya

LOGO İKA GEMİŞİN İZİNDE , GELECEĞİN ÇİZGİSİNDE...



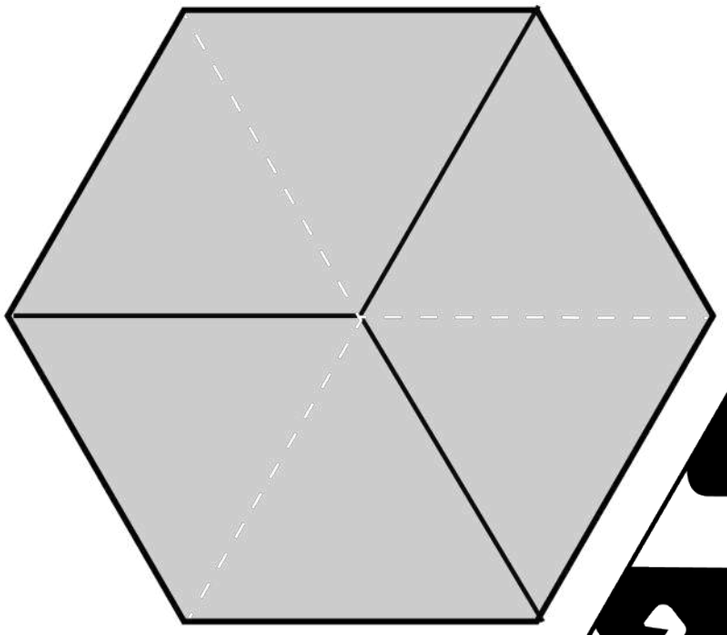
adıYAMAN

GAZİantep

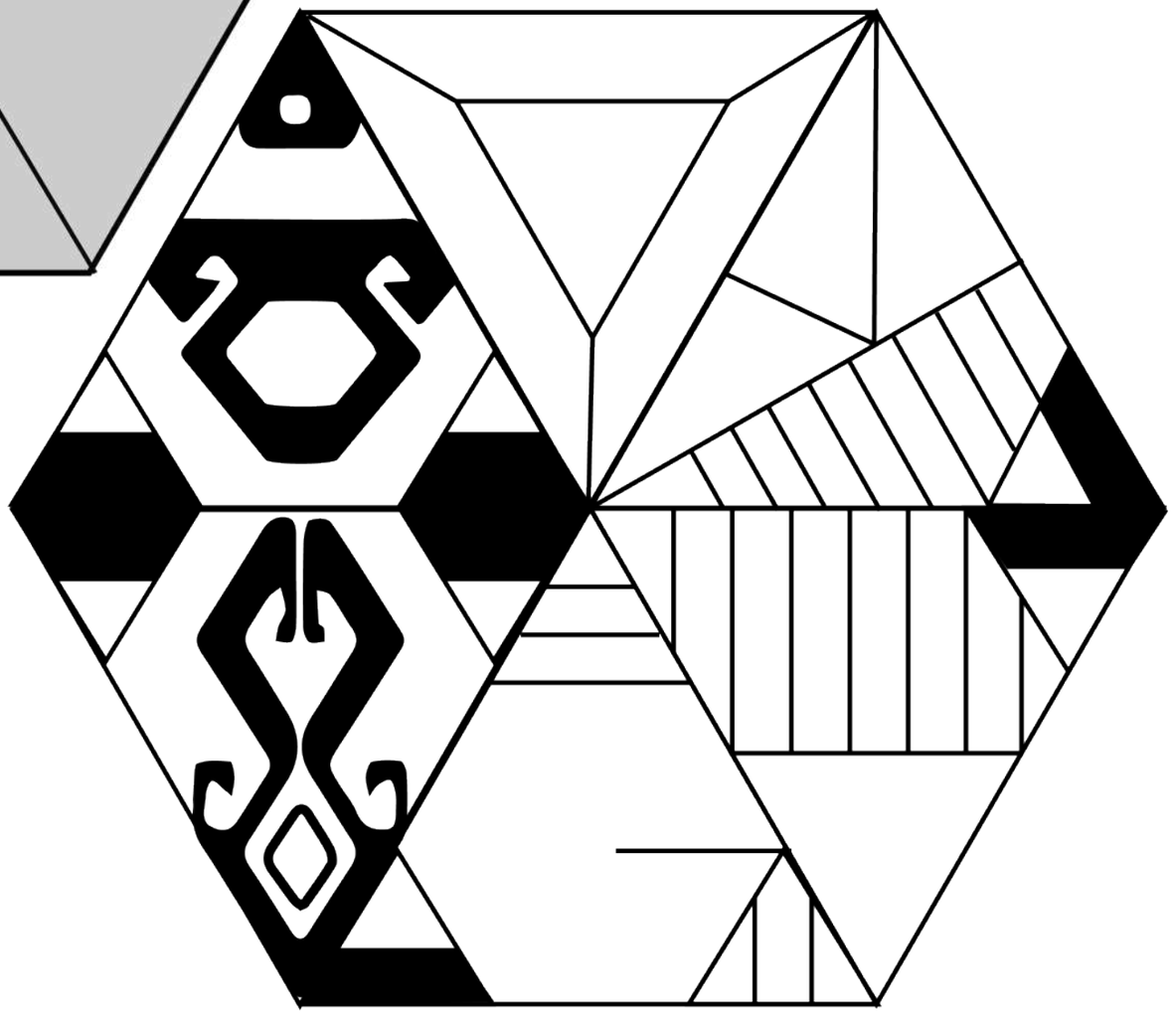


kİLis

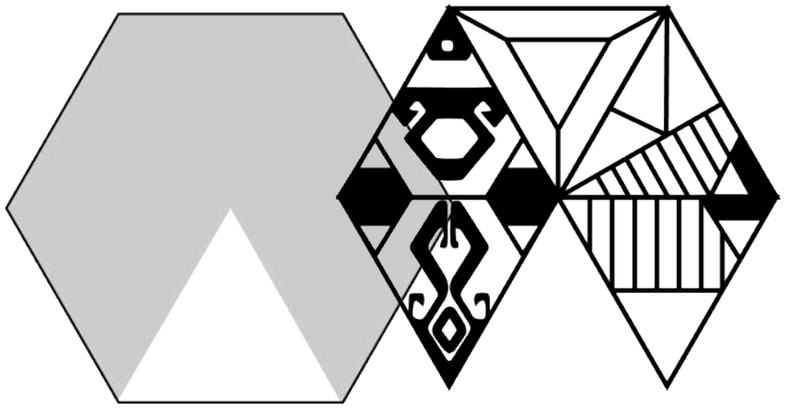
LOGO OPSİYON 02



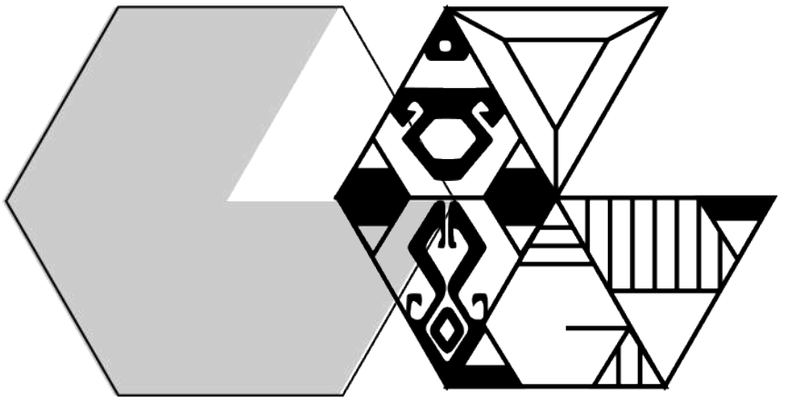
DİLİM DİLİM BAKLAVA



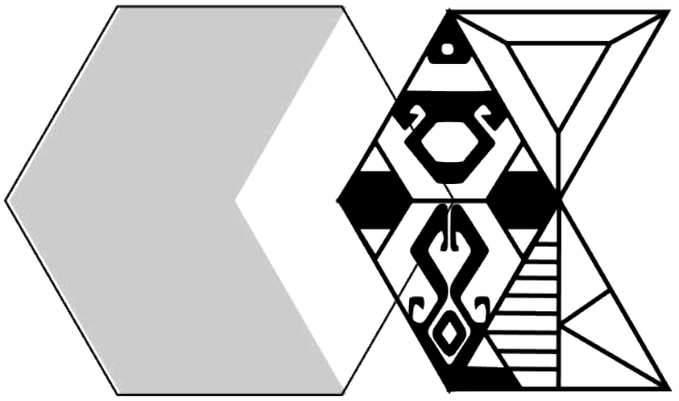
İKA BAKLAVA



adıYAMAN adıYAMAN



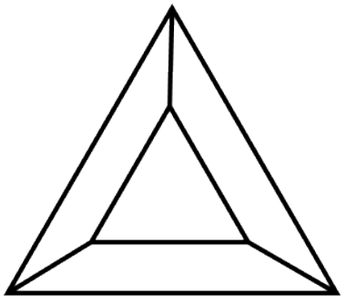
GAZİantep GAZİantep



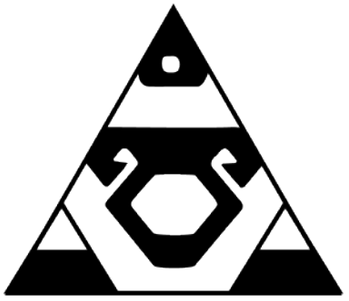
kİLis kİLis

LOGO BAKLAVA BİLEŞENLERİ

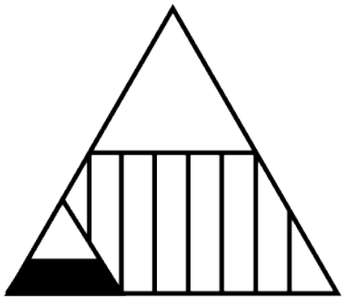
elibelinde



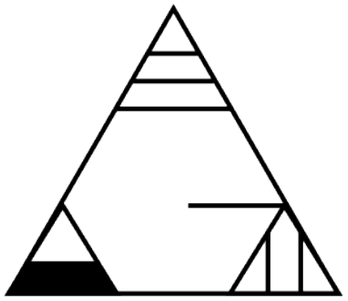
merkez



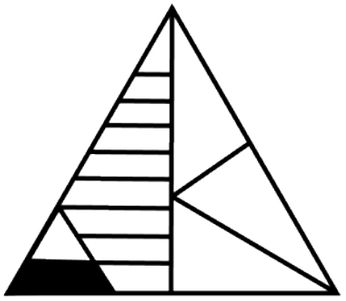
koçboynuzu



adıYAMAN

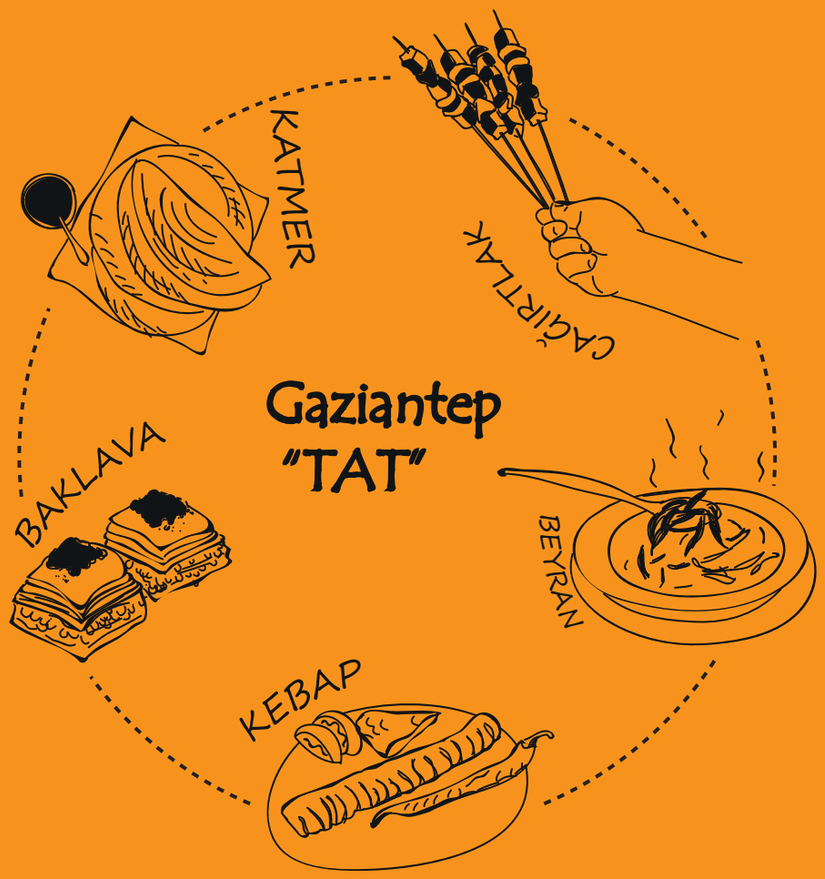


GAZİantep



kİLis

LOGO BAKLAVA KOMBİNASYONLARI


Gaziantep
"TAT"
KATMER
CAĞIRTLAK
BEYRAN
KEBAP
BAKLAVA

02

Bölgesel Mutfak

Bölgesel Gastronomi Kimliği

Bölgedeki Ortak Değerlere Nasıl Ulaşabiliriz?

Neden BÖLGESEL MUTFAK?

Geleneksel mutfak, belirli bölgelerde uzun süreler boyunca, insanların günlük yaşamlarından ve mutfaklarından çıkan yemek hazırlama geleneğidir. Kentlerde bu geleneklerin bir bölümü kaybolmakta ya da değişmekte. Gereksiz rekabetler yaşanmakta.

Bölgesel yemek hazırlama gelenekleri ve malzemeleri belirli yöreye özgü yemeklerin farklılıkları farkındalıklarını göstermek, küçük girişimleri desteklemek, kır ve kent etkileşimini güçlendirmek için yerinde bir araya gelinmeli ve bir bölgesel uzmanlık ağı oluşturulmalı.

Neden UZMANLAR AĞI?

Bölgedeki lider ve yerel girişimcilere farklı gıda, kültür, sanat, turizm varlıklarının potansiyelini anlama konusunda rehberlik ederek onları güçlendirmek için ulusal ve uluslararası uzmanlardan oluşan bir ağ yenilikçi fırsatları ortaya çıkaracak.

Neden BÖLGESEL PROGRAM?

Farklı yemek kültürlerini öne çıkarmak, farkındalık yaratmak, yaratıcılık ve yeniliği teşvik etmek, kıt kaynakları iyi yönetmek için bölgesel program ortak hareketin parçası olarak ortak bir bölgesel program başlatılmalı.

BÖLGESEL MUTFAK İÇİN **Neler Yapılmalı?**

- Kümelenme Çalışması Yapılmalı
- Yemek ile sektörleri buluşturan öğrenci, yaşayan ve ziyaretçi buluşmalarını sağlayacak tematik bölgeler oluşturulmalı
- Değişen Rotalar Tasarlanmalı
- Bölgesel Tatlar Rehberi Hazırlanmalı
- Yemek Elçileri Yetiştirilmeli
- Gezici Mutfak Atölyeleri Düzenlenmeli

Bölgesel Mutfak İçin Ne Yapılmalı?

Turizm sektörünün küresel ölçekteki ana aktörleri ziyaretçilerin duygusal ihtiyaçlarına yönelik olarak iletişim biçimlerini değiştirdiler. Tanıtım yalnızca tarihi, kültürel, yöresel değerlerin gösterilmesini değil aynı zamanda yaşanacak deneyimin niteliği ve başka insanlarla bağlantı kurma olasılıklarını da içerir. Bu nedenle bölgesel olarak

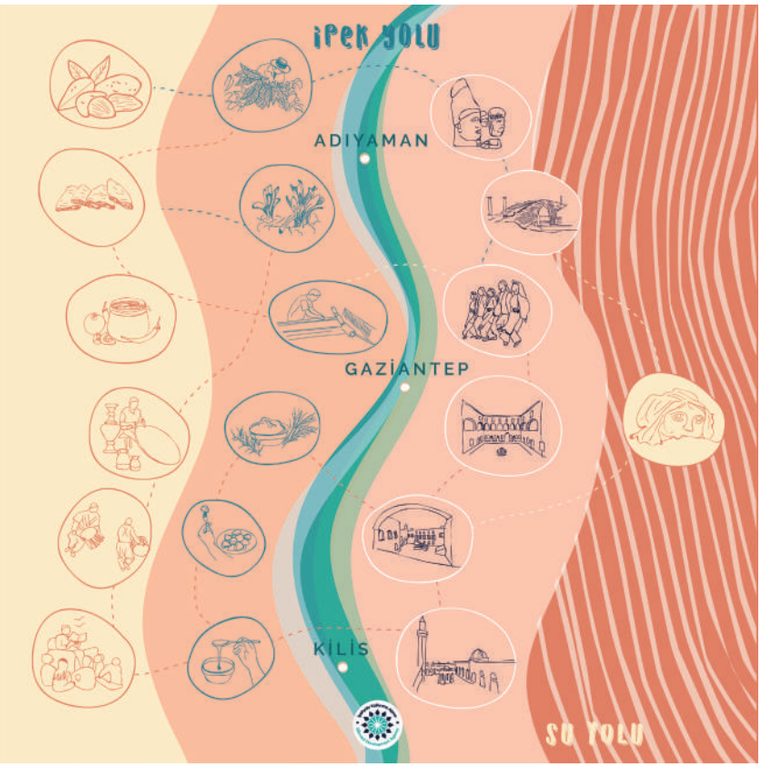
- **Senaryo** geliştirilmesi,
- **Ziyaretçi ağırlama** sistemlerinin geliştirilmesi,
- Müze, merkezler, atölyeler gibi gastronomi mirasına yönelik **donatıların geliştirilmesi,**
- Tematik **etkinlik ve organizasyon** programlarının geliştirilmesi,
- Bilgilendirme ve tanıtım konusunda bölge genelinde **standartlar** oluşturulması,
- Yöresel yemekleri yaygınlaştırmak için **yemek kursları, yarışmaları** vb. çalışmalar yapılması,
- **Kırsal değerlerin** ve kaynakların entegre edilmesi,
- **Öğrenme, paylaşma, deneyim** gibi unsurların tanıtım süreçlerine dâhil edilmesi gerekmektedir.

Hikaye Anlatımı

Bölgede yaşayan insanların ve kültürlerin hikâyeleri turizm destinasyonlarını çekici ve özellikli hale getirir. Yemek kültürünün insan odaklı hikâye edilmesi insanlara ilham verir, deneyimlerini çeşitlendirir ve bölgenin kimliğini zenginleştirir.

Ürün Geliştirme

Gastonomi turizmi ürünleri yöreye özgü, yaratıcı, yenilikçi, bölgeye özel, çeşitlilik gösteren bölge kimliğini ifade eden ürünler olmalıdır. Yalnızca hediyelik eşya değil aynı zamanda deneyime yönelik ürünler geliştirilmelidir. Bunun için mevcut ürünlerin envanteri oluşturulmalı, potansiyeller belirlenmeli, ürünlerin kullanım alanları tespit edilmeli ve kullanılmalıdır. Ürünler belirli standartlarda oluşturulmalı ve bölge kimliğini yansıtacak şekilde sunulmalıdır.



Turlar

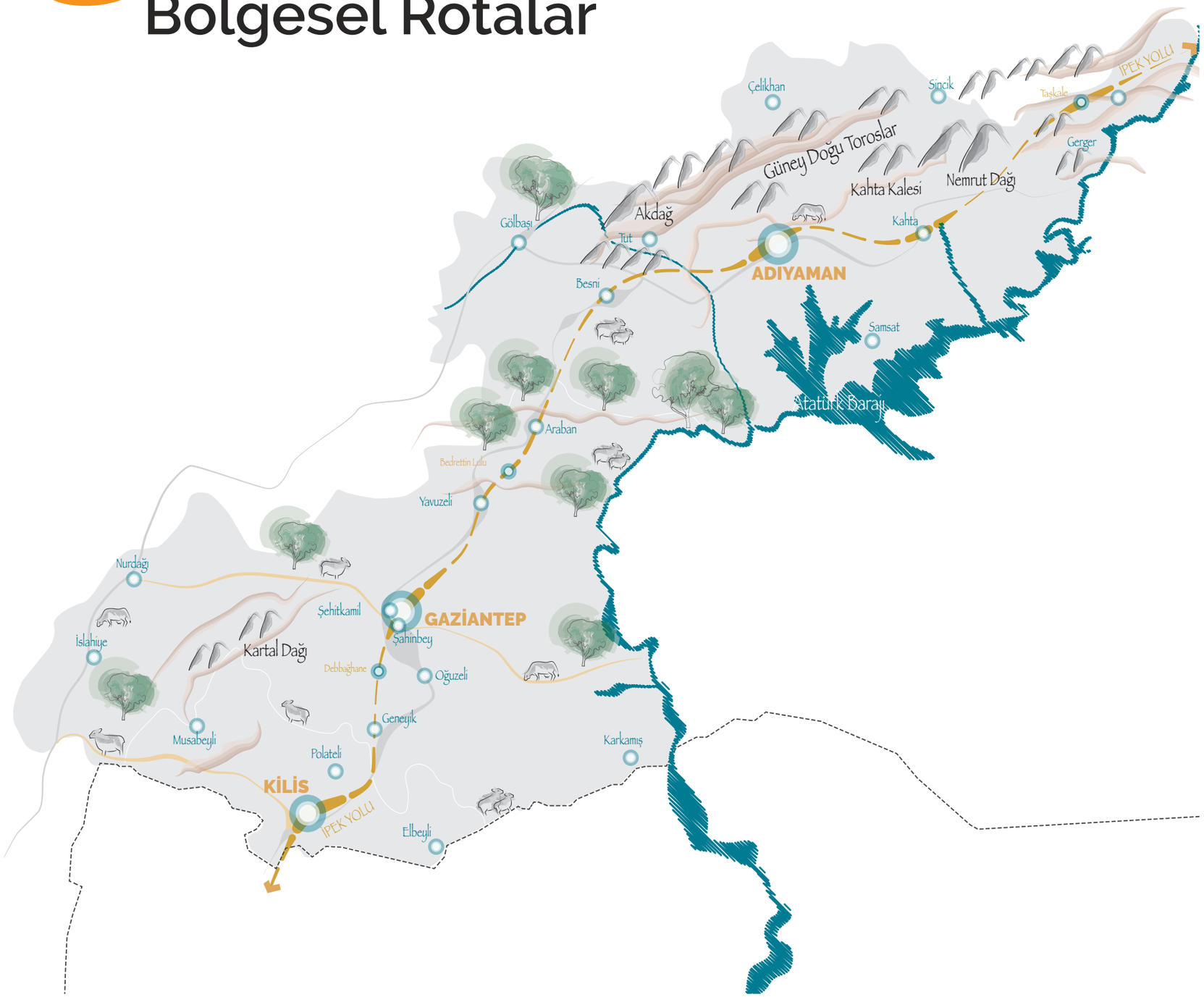
Rehberli turların geliştirilmesi zor ulaşılabilir bölgelerin tanıtımı açısından önemlidir. Turlar yemek çeşitleri, tarımsal peyzaj, insanlar ve belirli yemek kültürleri ile ilgili olabilir. Bu bölgesel ölçekte dengeli gelişme için önemlidir.

Etkinlikler

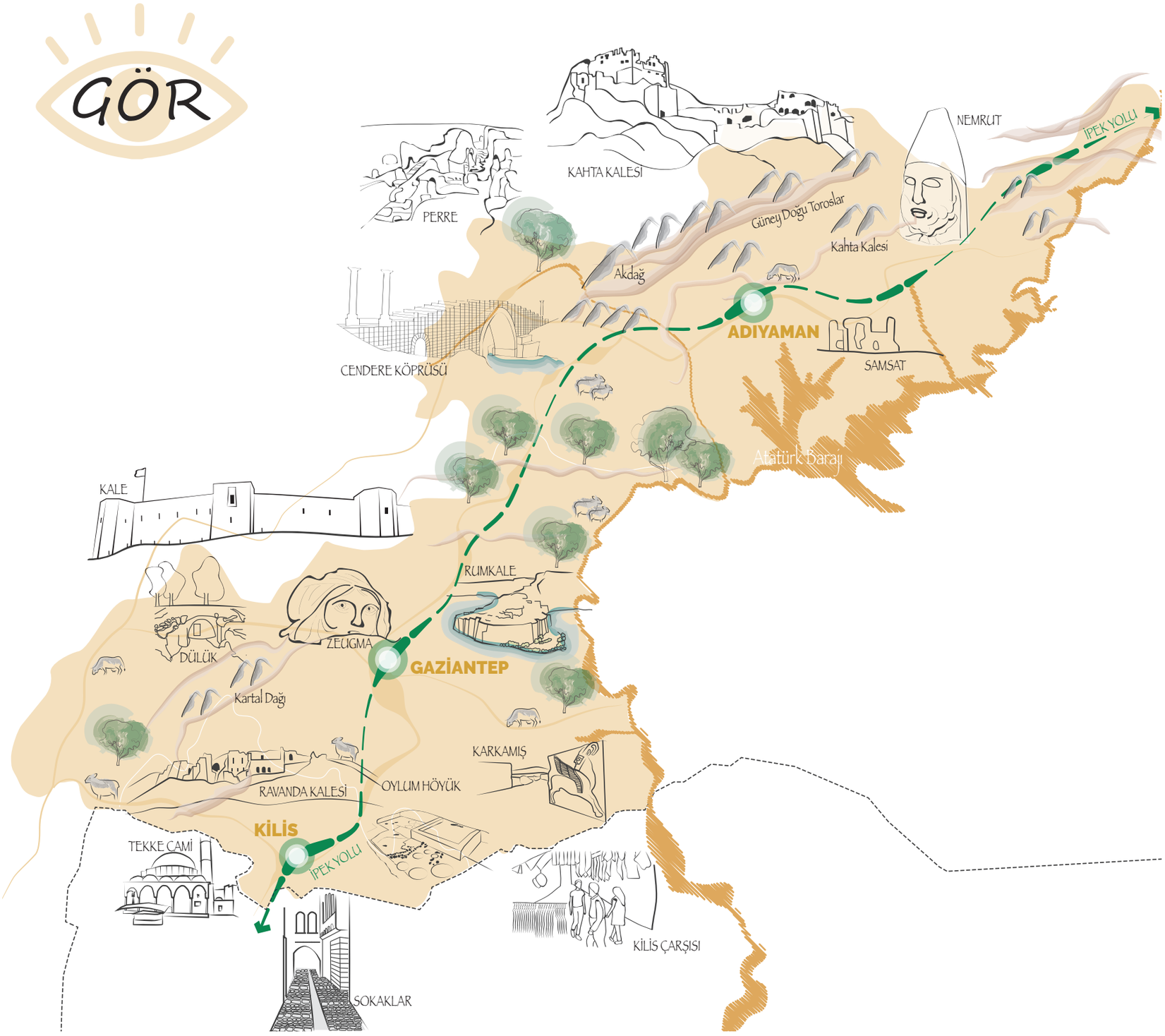
Gatronomi turizmi etkinlikleri ziyaretçi deneyimini çeşitlendirmek, yöresel yemeklerin bilinirliğini arttırmak, bölgedeki işletmelerin motivasyonlarını, niteliğini ve tanınırlığını arttırmak açısından önemlidir. Turizm etkinliklerinin yeni nesil beklentileri karşılaması ve yıl boyu çeşitlilik sağlaması önemlidir.

- Yemek yarışmaları
- Gastronomi toplantıları
- Hizmet ödülleri
- Yemek kursları
- Uluslararası festivaller
- Online etkinlikler

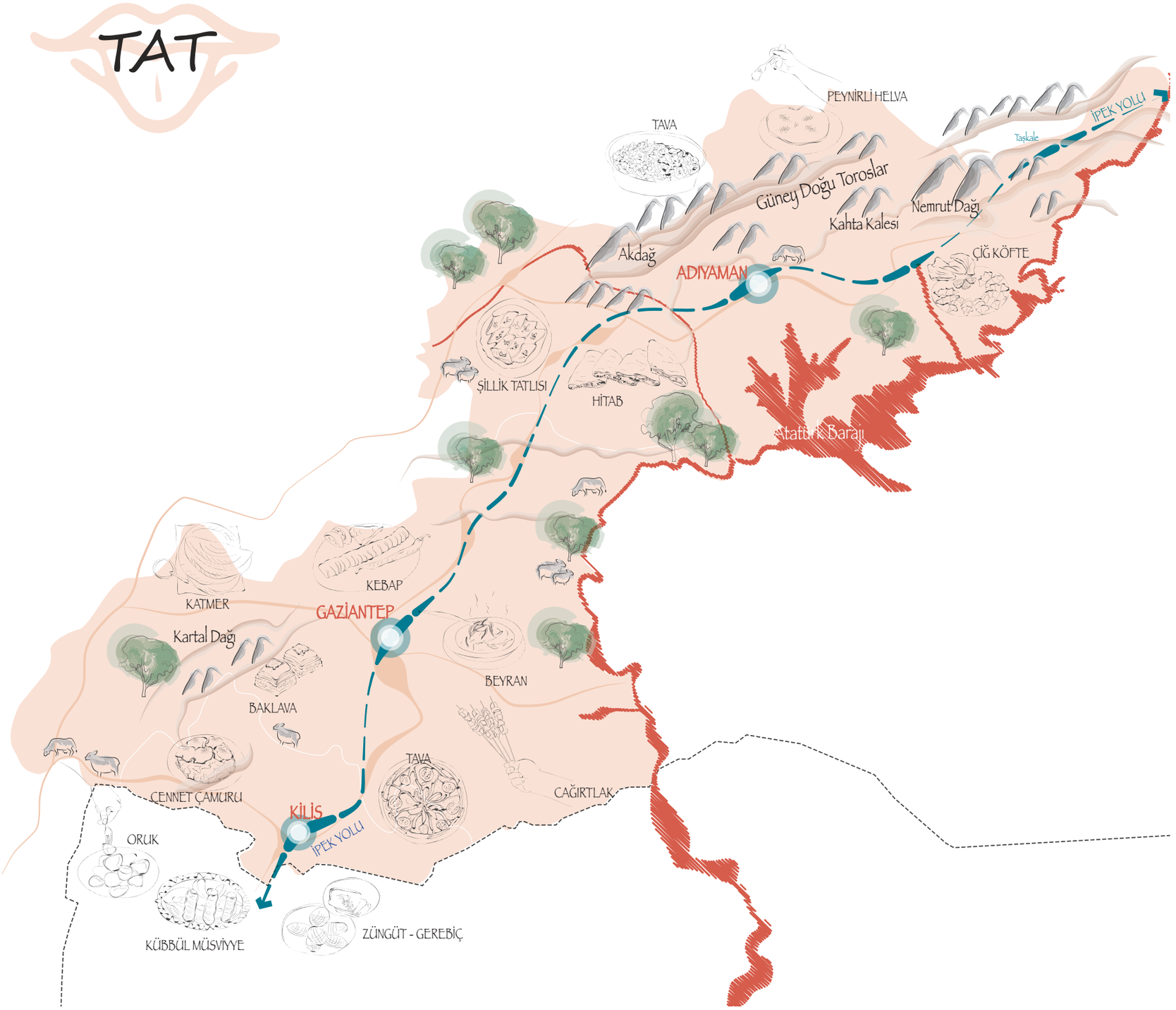
5 Duyu İle Bölgesel Rotalar



TARİHİ VE DOĞAL GÜZELLİKLERİ

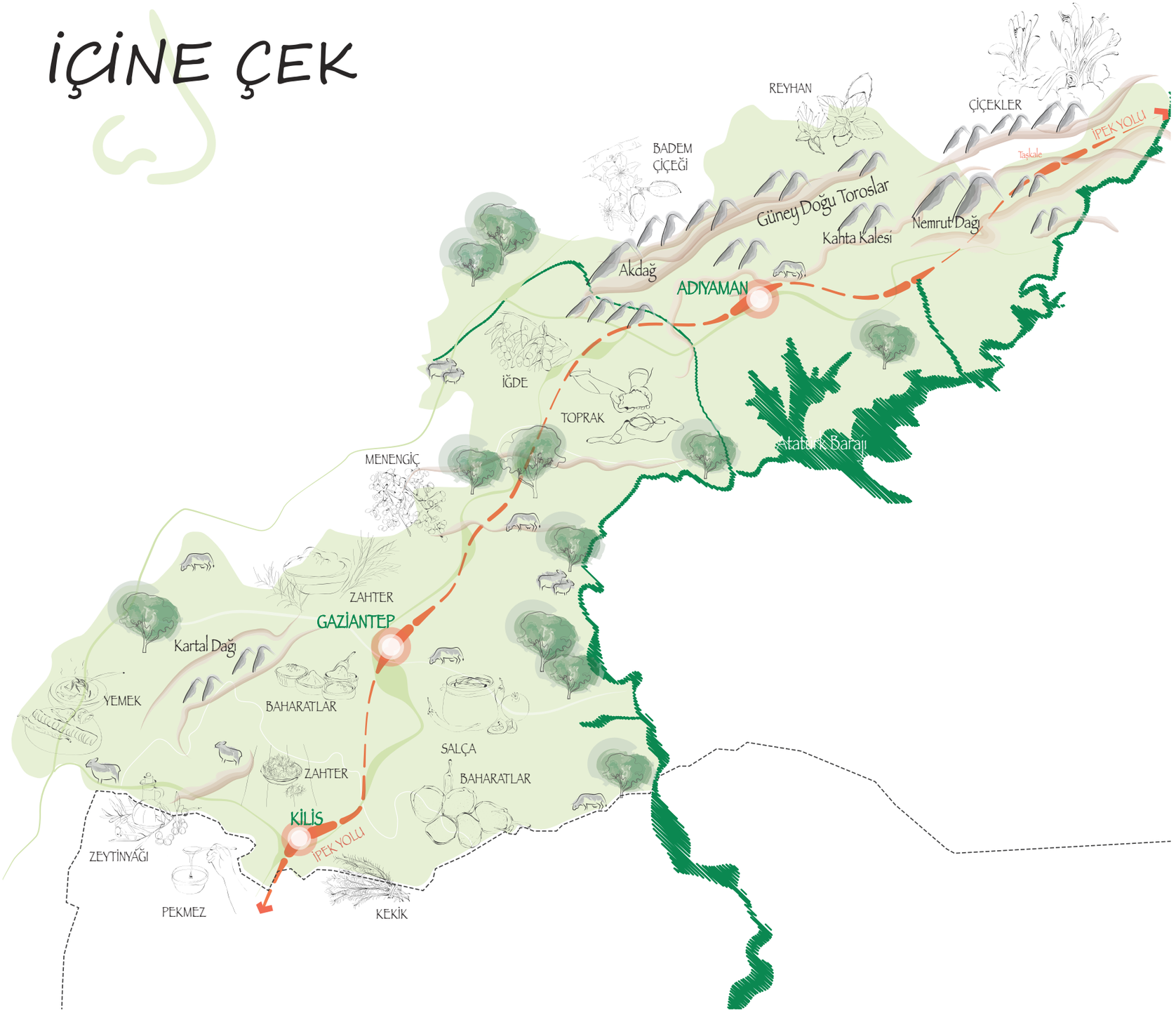


GELENEKSEL LEZZETLERİ



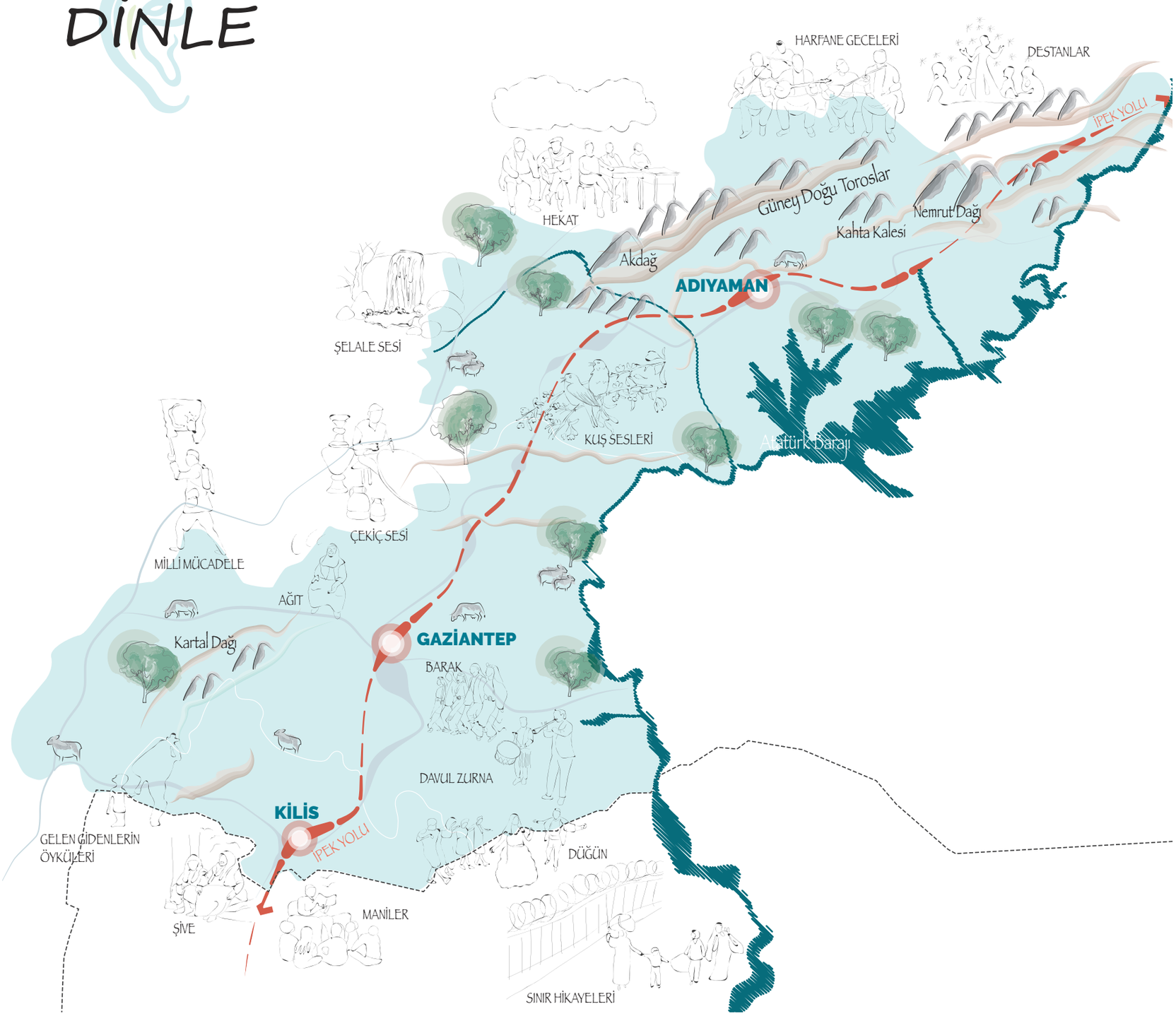
TAPTAZE KOKULARI

İÇİNE ÇEK



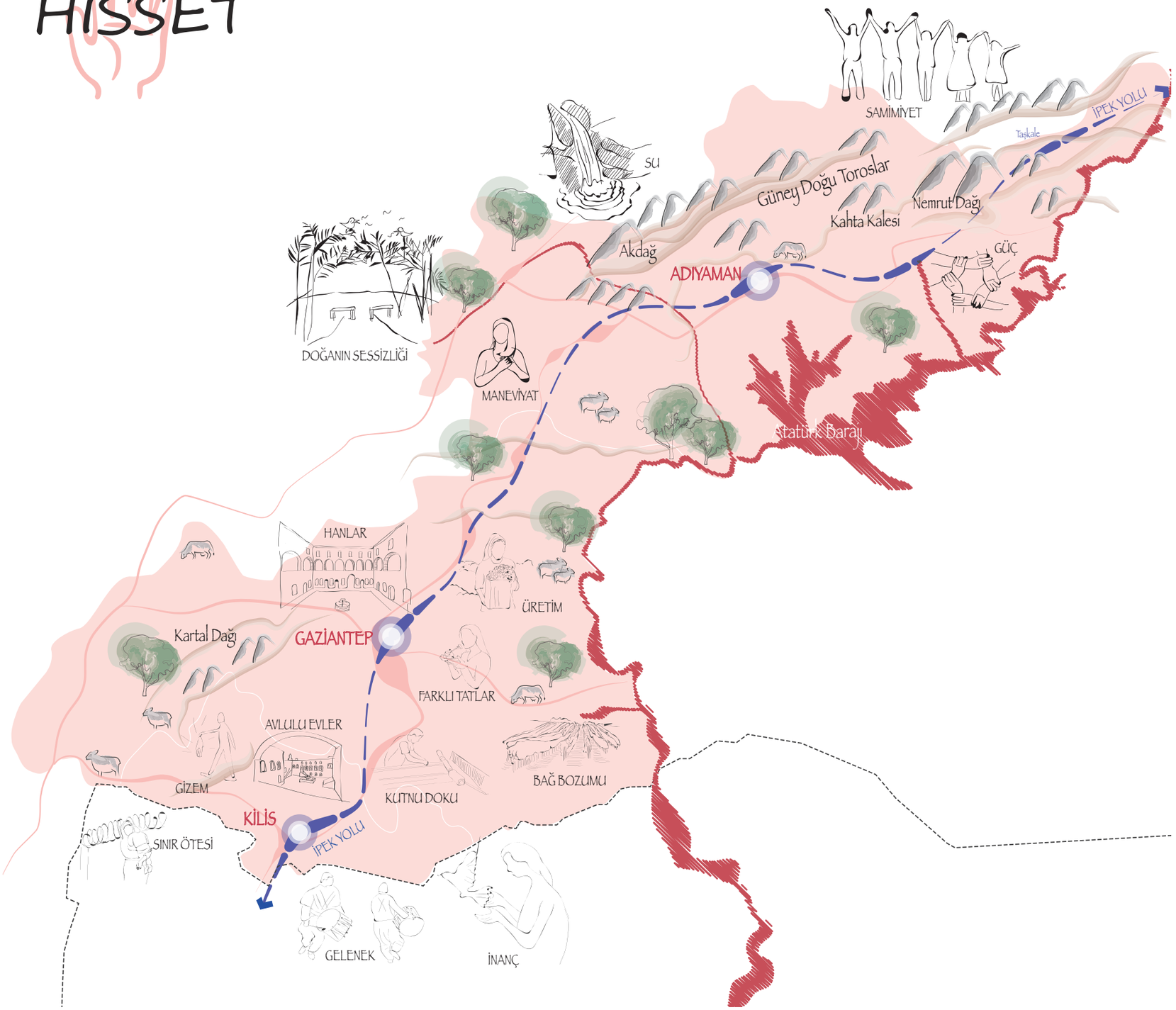
ÖYKÜLERİ VE SESLERİ

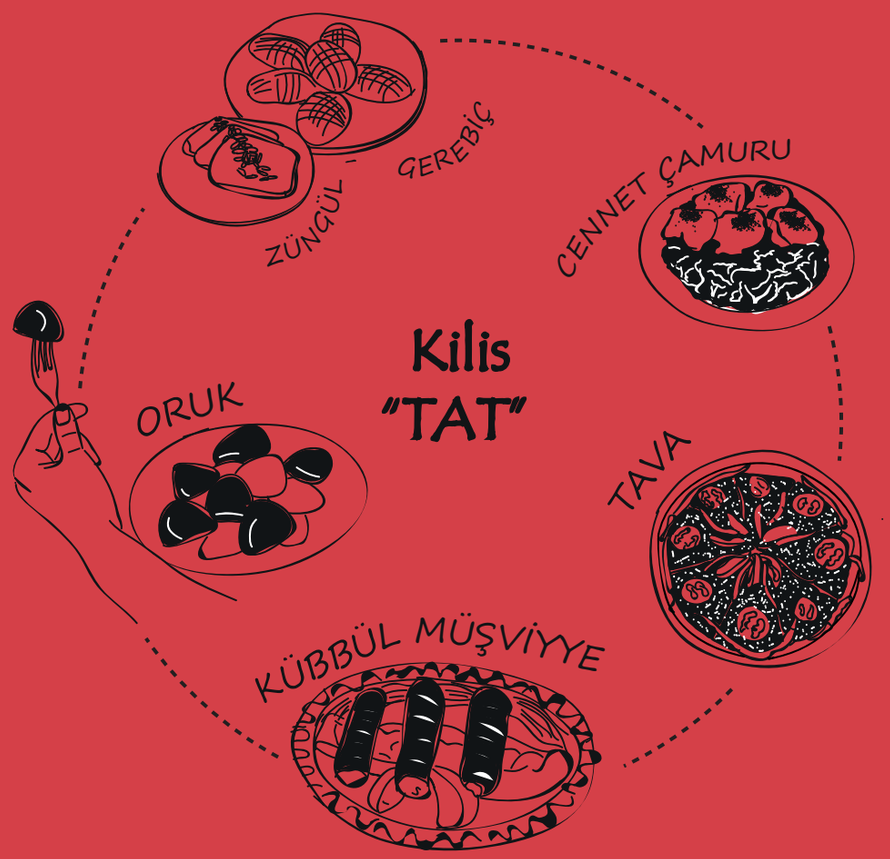
DİNLE



DEĞERLERİNİ

HİSSET




Kilis
"TAT"
ZÜNGÜL - GEREBİÇ
CENNET ÇAMURU
TAVA
KÜBBÜL MÜŞVİYYE
ORUK

03 Ortak Mutfak

Gıda Girişimcilerinin Birlikteliğini Nasıl Destekleriz?

Neden ORTAK MUTFAK?

Kendi restoranını açmak için sermaye koymak yerine kiralanabilir ortak mekanlar küçük girişimciler, evde yemek yapanlar ya da yapmak isteyenler için daha ekonomik. Ortak altyapı ve servisten yararlanacakları ortamların yarattığı ekonomik destek ve bir arada olmanın yaratacağı sinerji için ortak mutfaklar yaygınlaşmakta.

Nasıl BİR MEKAN?

Tek bir restorana ait olmayan, girişimci ruha sahip aşçıların ürünlerini hazırlamak ve servis yapmak için kiralayabilecekleri ortak mekan.

Kimler İÇİN RESTORAN?

Bir kuluçka merkezi gibi tasarlanan ortak mutfaklar küçük ölçekli firmaların büyümesine yardımcı olmakta ve lojistik hizmetlerin yanında, işlerini büyütmek için satış olanakları da sunmakta. Özellikle aşçılık alanındaki girişimcilere yeni ürünleri deneme imkanı sağlamalı.

Nerede RESTORAN?

Kent merkezlerinde, ulaşımın kolay olduğu alanlarda.

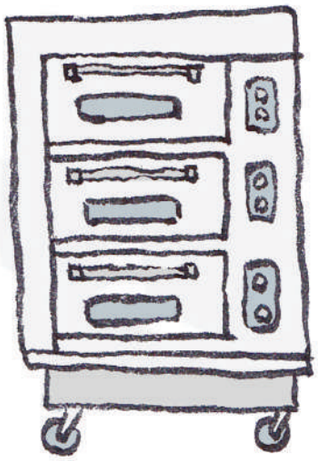
Kim Kurmalı?

Sektörde öncü olanların bir araya geldikleri bir oluşum tarafından kurulmalı.

ORTAK MUTFAK
PAYLAŞMAK DEMEK

Paylaşmak azaltmaz, çoğaltır!

Bugün dünyadaki tüm önemli kurum ve şirketler, bireylerin güçlerini bir araya getirecek altyapılara yatırım yapmaktadır.



PROFESYONEL ALTYAPI

Girişimciler, kendi başlarına elde edemeyecekleri profesyonel altyapıya ortak mutfak sayesinde ulaşabilirler. Bununla birlikte burada bu profesyonel donanımı kullanma konusunda da bilgi ve tecrübe edinebilirler. Tüm bunların sonucunda girişimcilerin verimliliği artar, ürünlerin kalitesi yükselir ve girişimciler dünya çapında daha rekabetçi olabilirler.

ORTAK SERMAYE

Girişimciler, kendi sermayeleri ile gerçekleştiremeyecekleri işleri ortak mutfak sayesinde gerçekleştirebilirler. Bir fikrin, işe yarayıp yaramayacağını test etmek için büyük sermayeler koyarak risk altına girmezler. Böylece işletmelerini sürdürmek için istemedikleri işler yapmak yerine girişimlerine odaklanabilirler.

SİNERJİ PAYLAŞIM

Burada farklı kişi ve grupların yetenekleri birleşir, insanlar birbirinden öğrenir, paylaşır, işbirlikleri yapar. Bir araya gelme imkanı bulamayan alaylı ustalar, ev çalışanları, profesyoneller, üniversite mezunları gibi farklı nitelikteki gıda girişimcileri ortak mutfakta bir araya gelir. Her girişimci kendi niteliklerini ortama taşır.

ÇALIŞMA PRENSİPLERİ

Girişimciler, ortak mutfak mekanını saatlik, aylık, sezonluk ve yıllık gibi farklı süreler için kiralayabilirler.

Ortak mutfağın donanım, mekan ve hizmetlerine farklı seviyelerde erişimler sağlanarak farklı kiralama seçenekleri sunulur. Örneğin paketleme alanı birisi için gerekli iken bir başkası için restoranda masa sahibi olmak daha önemli olacaktır.

AVANTAJLARI

- *Gıda girişimcileri ağının bir parçası olma*
- *Tanıtım faaliyetlerinden yararlanma*
- *Merkezi konumdaki restoranda masa edinme*
- *Yasal izinlerle uğraşmaktan kurtulma*
- *Depo kullanımı ve malzeme kabulü*
- *Ortak kullanılan malzemeler için toplu alım fırsatı*
- *Paketleme alanı*
- *Temizlik personeli*
- *Teknik personel*

ETKİNLİK PROGRAMI

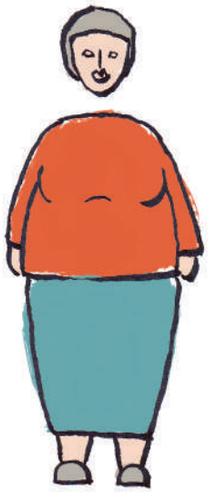
Ortak mutfak, gıda girişimcilerini bir araya getirmenin avantajını kullanarak hem kendi topluluğu için hem de halka açık bir çok etkinlik düzenleyebilir.

Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

- *Farklı beslenme rutinlerini öğrenelim* *(çiğ, vegan, vejetaryen, glutensiz, ...)*
- *Atıksız pişirme* *(geri dönüşüm)*
- *Geleneksel Mutfağı Öğreniyoruz*
- *Pişirme Teknikleri*
- *Gıda İşletmeciliği*
- *Yeni Bir Menü Tasarla*
- *Şefler Anlatıyor*
- *Ustalar Anlatıyor*
- *Tabak Tasarımı*
- *Yiyecek Fotoğrafçılığı*
- *Tadım Etkinliği*
- *Sporcu Beslenmesi*
- *Sağlıklı Atıştırmalıklar*

ORTAK MUTFAK

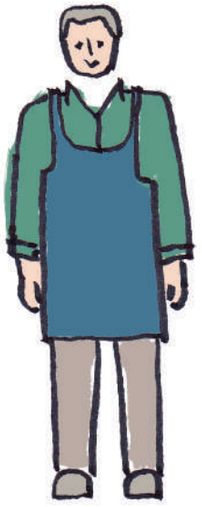
GİRİŞİMCİLER İÇİN FIRSAT DEMEK



Kendi İçin Yaptığını İşe Dönüştürmek İsteyenler

Evde yemek yapanlar,
kendi gıdasını üretenler,
yeni yaşam biçimlerine uygun ürünler üretenler,
belli bir gıdaya odaklananlar,
gıda saklama teknikleriyle ilgilenenler ...

TECRÜBELİ GİRİŞİMCİ



Meslek Olarak Yaptığını İşe Dönüştürmek İsteyenler

Gıda sektöründe çalışanlar,
belirli bir konuda uzmanlaşmış ve bu konuya yenilik getirebileceğini düşünenler ...

USTA GİRİŞİMCİ

Bilgisini İşe Dönüştürmek İsteyenler

Üniversite öğrencileri,
yeni mezunlar,
fikri olanlar,
gıda sektörü ile yeni teknolojileri buluşturmak isteyenler ...

GENÇ GİRİŞİMCİ

KİM KURMALI?

Ortak mutfak, sektörde öncü olanların bir araya geldikleri bir oluşum tarafından kurulmalı.

Paylaşılan mutfaklar, kendi kendini finanse eden, hibe destekli, kurumsal destekli ve yatırımcı kaynaklı projelerin bir birleşimidir.

ORTAK MUTFAK

GEZİCİ MUTFAKLA BİRLİKTE ETKİLEŞİM AĞI DEMEK

Ortak mutfak kent merkezlerinde ...

... ve gezici mutfak ile her yerde!

Nerede hasat, orada gezici mutfak.

ORTAK MUTFAK AĞI

Ortak mutfaklar kent merkezlerinde konumlanır ve birbirleri ile iletişim içerisinde bir ağ olarak çalışırlar. Böylece bölgenin tüm zenginliklerini kapsarlar. Malzemeler, kültürler, teknikler, bilgi birikimleri bu ağ içerisinde dolaşarak yapıyı daha zengin hale getirir. Bu durumdan hem girişimciler, hem bölge, hem de ülke kazançlı çıkar.

GEZİCİ MUTFAK

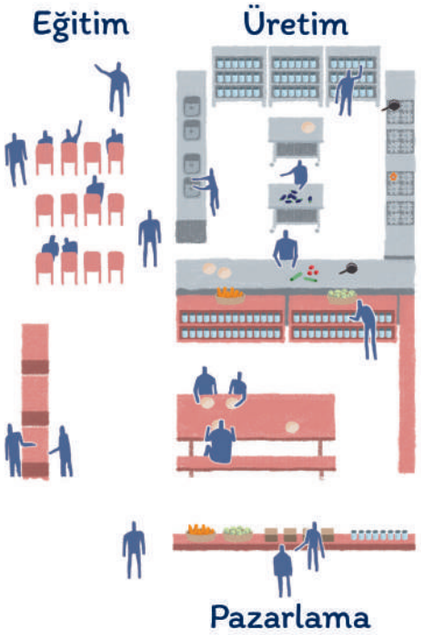
Ortak mutfak, kendi mekanına da sığmaz ve gezici mutfağı ile kırsalın bilgisi ve malzemesi ile bir araya gelmek üzere onların ayağına gider. Hasat zamanlarının kendiliğinden birleştirici etkisine gezici mutfak da katılır ve hasat zamanları daha da önemli birer etkinliğe dönüşür, çünkü en taze ürün orada ve o zamandadır.

ORTAK MUTFAK

FARKLI MEKAN VE İŞLEYİŞ DEMEK

Ortak mutfak, gıda ve yemek sektöründe kişisel çabalar ve imkanlarla üretim ve girişimde bulunmaya çalışan kişi ve küçük kuruluşları bir araya getirmek ve desteklemek amacıyla kurulur.

Evde yemek yapanlar, küçük işletme sahipleri ve gıda girişimcileri bu mekanı kiralayarak risk almadan, daha profesyonelce ve paylaşımcı bir ortamda girişimlerini büyütebilirler. Ortak mutfak temel olarak üç işlevi üstlenir: üretim, eğitim ve pazarlama.



Üretim

1.

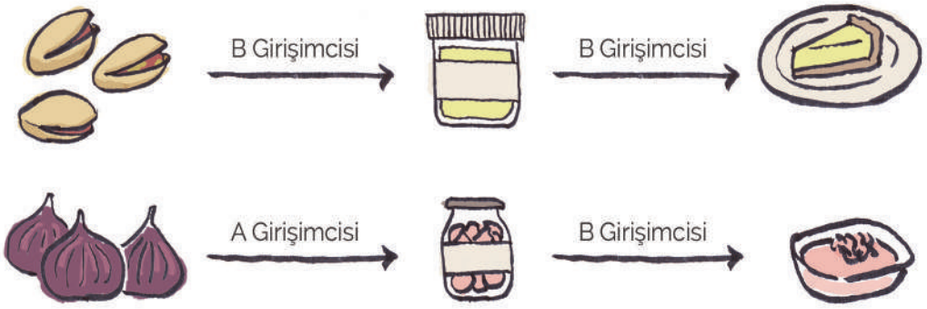
Alaylı ustalar ve genç profesyoneller etkileşim içerisinde yeni menüler hazırlarlar.

2.

Yeni tarifler denenir, geleneksel ürünler modern beklentilere göre yorumlanır.

3.

Farklı işletmeler işbirlikleri yapar, birlikte üretir.
Bir işletmenin son ürünü diğeri için işlenmeyi bekleyen bir hammadeye dönüşür.



Eğitim

4. Teorik eğitimler verilir, tarifler paylaşılır. Hem alaylı ustalar, hem de profesyonel şefler davet edilerek pratik ve tecrübe aktarımı sağlanır.

5. Amatör üreticiler profesyonel makine ve aletleri kullanmayı öğrenir.
Böylece ürünlerinin kalitesi yükselir, verimlilikleri artar.

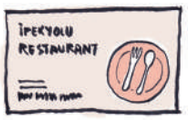
6. Girişimciler, işletme ve pazarlama stratejileri hakkında bilgi sahibi olur, deneyim paylaşır.

Pazarlama

7. Girişimcilerin ürünleri ve menüleri müşteri kitlesine ulaşır, görünürlük kazanır.

8. İnternet üzerinden satış yaparak çok daha geniş kitlelere ulaşma ve il, ülke sınırlarını aşma imkanı elde edilir.

9. Markalaşma ile üretilen ürünlerin katma değeri artırılır.



Adıyaman
"GÖR"
PERRE
CENDERE KÖPRÜSÜ
SAMSAT
KAHTA KALESİ
NEMRUT

04

Rota

Hikayemi Yazıyorum
Rotamı Tasarlıyorum

Farklı Hikayelerle Farklı Rotaları Nasıl Tasarlarız?

Neden FARKLI ROTA?

Önceden tasarlanmış, bilindik, kitlesel turistik rotalar yerine farklılık arayanların, kendi zamanlarına göre, kendilerinin hikayelerini yazdığı ve tasarladığı yeni yolculuklarla özellikle kırsal alanları kalkındırmak, farkındalık yaratmak, yöresel deneyimleri paylaşmak için.

Kimlerle HAZIRLANMALI?

Ziyaretçiler ve yöre halkının bir araya getirildikleri bir ROTA AĞI ile

Nereleri KAPSAMALI?

Farklı ROTA, öncelikle İpekyolu illeri Gaziantep, Adıyaman ve Kilis, daha sonra Mezopotamya ve Akdeniz havzasını kapsamalı

Neler KEŞFEDİLMELİ?

Bilinenler yeniden keşfedilmeli. Ancak farklılık, yöre halkı ile birlikte doğa, kültür, inanç, deneyim temaları kapsamında yeni rotalarla ve hikayelerle olmalı.

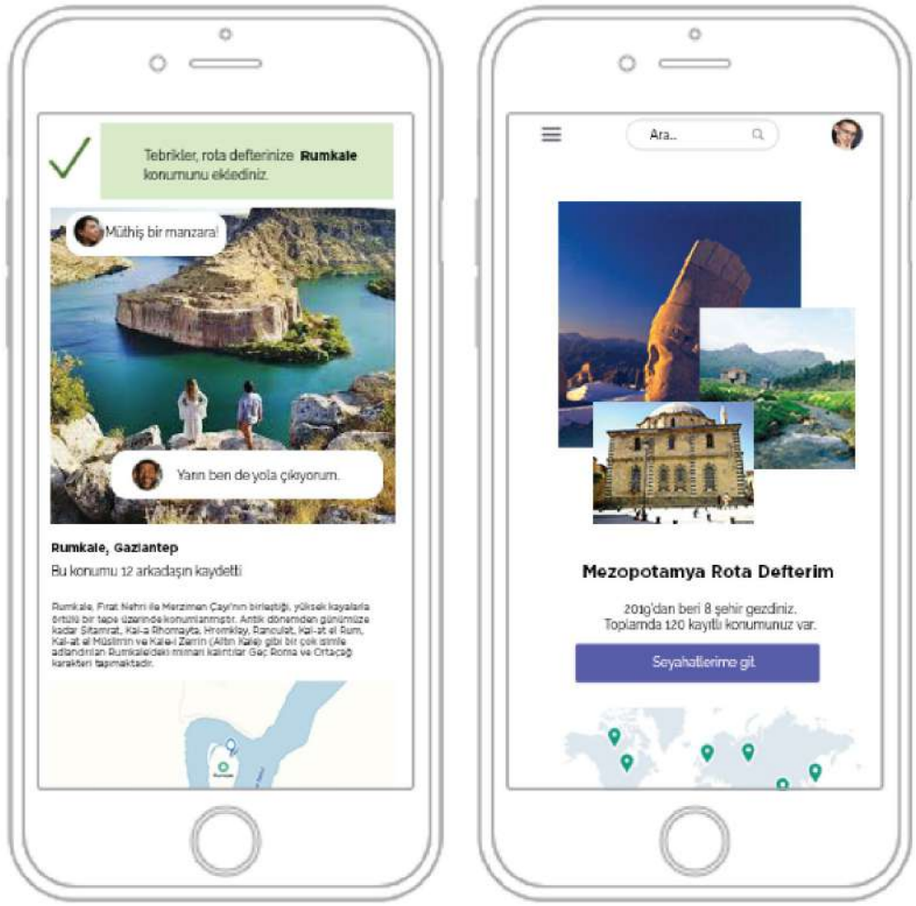
Neler Yapılmalı?

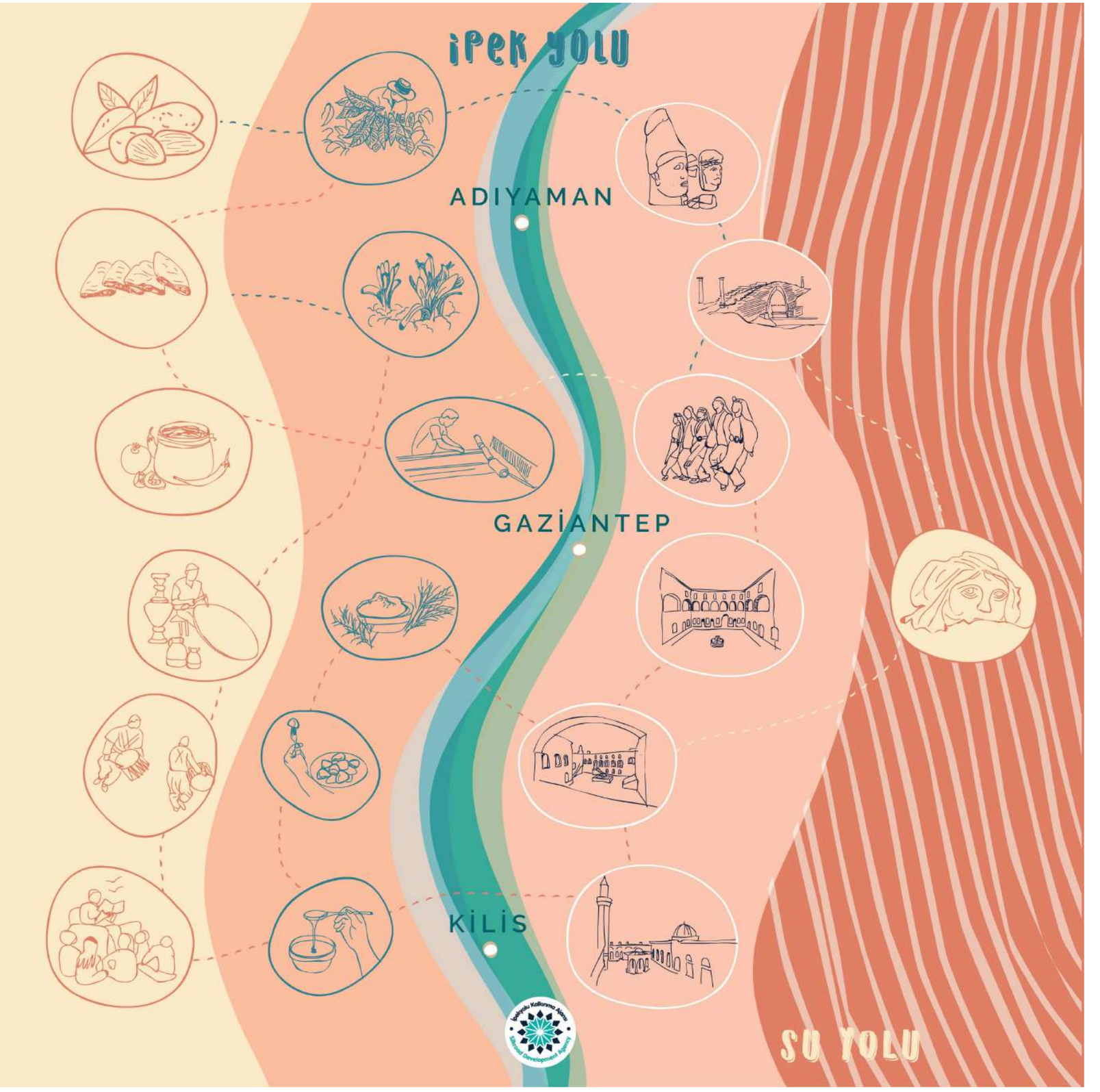
Ağ tasarımı ilkeleri belirlenmeli
Rota hikayeleri yazılmalı
Örnek rota tasarlanmalı
Yerel liderler belirlenmeli
Rehber kitap ve harita hazırlanmalı
Sosyal medya aplikasyonu tasarlanmalı

HİKAYEMİ YAZIYORUM
ROTAMI TASARLIYORUM
DEĞERLERİ KEŞFEDİYORUM
LEZZETLERİ TADIYORUM

Alışmış herkesin bildiği kitlesel turistik rotalar yerine farklılık arayanların, kendilerine uygun zaman aralıklarında, kendilerinin tasarladığı yolculuklara özellikle kırsal alanlarda koruma bilincini geliştirmek, değerlerin farkındalığını yaratmak, deneyimleri paylaşmak için rotalar tasarlanabilir.

Kültür, tarih, ekonomi, ekoloji, gastronomi, tasarım, bilim, teknoloji, felsefe, inanç vb. benzer konularda uzmanlaşmış ve bu konulara ilgi duyanların bir araya geldikleri bir **ROTA AĞI** oluşturarak deneyimlerin gittikçe artan paylaşımlarla çoğalması ve yeni keşif rotalarının oluşması sağlanabilir.




İPEK YOLU
ADIYAMAN
GAZİANTEP
KİLİS
SU YOLU

DOĞA

Özgürleşmenin Ortamı
Ortamın Fırsatları

GAZİANTEP

Hınzırlı Yaylası
Dülükbaba Ormanı
Nurdağı
Rumkale

ADIYAMAN

Gölbaşı Tabiat Parkı

KİLİS

Ravanda Kalesi Çevre Köyleri
Bektaşoğlu, Belenözü, Gökmusa,
Yeşiloba, Aşağı Kalecik, Koşcağız,
Sabanl

KÜLTÜR

Geçmişin Derinliği
Derinliğin Gizemi

GAZİANTEP

Rumkale
Belkıs/Zeugma Antik Kenti
Dülük Antik Kenti
Karkamış

ADIYAMAN

Nemrut
Kahta Kalesi
Cendere Köprüsü
Karakuş Tümülüsü
Perre Antik Kenti
Arsameia
Gerger Kalesi

KİLİS

Tarihi Sabunhane
Ravanda Kalesi
Oylum Höyük
Kilis Sokakları

İNANÇ

Gönül Köprüleri Köprülerin Kişilikleri

GAZİANTEP

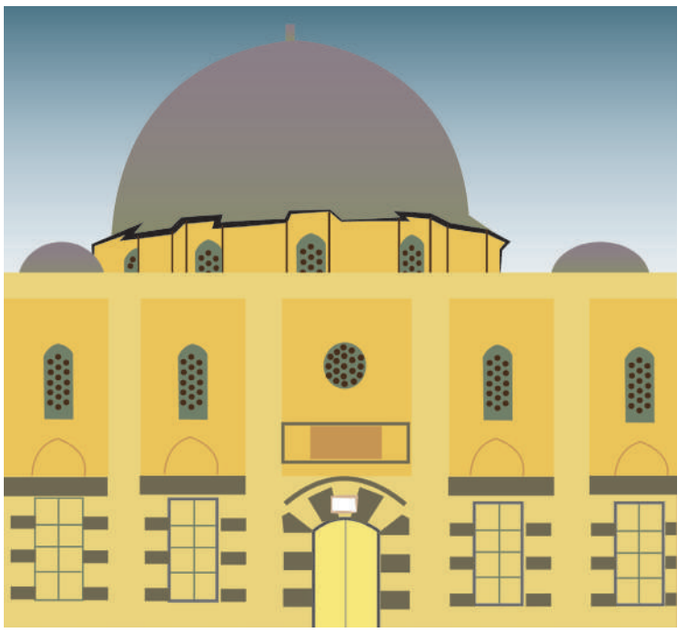
Mehmet Nuri Paşa Cami
Şeyh Fethullah Cami
Tahtani Cami
Alaüddevle Cami
Boyacı Cami
Şirvani Mehmet Efendi Cami

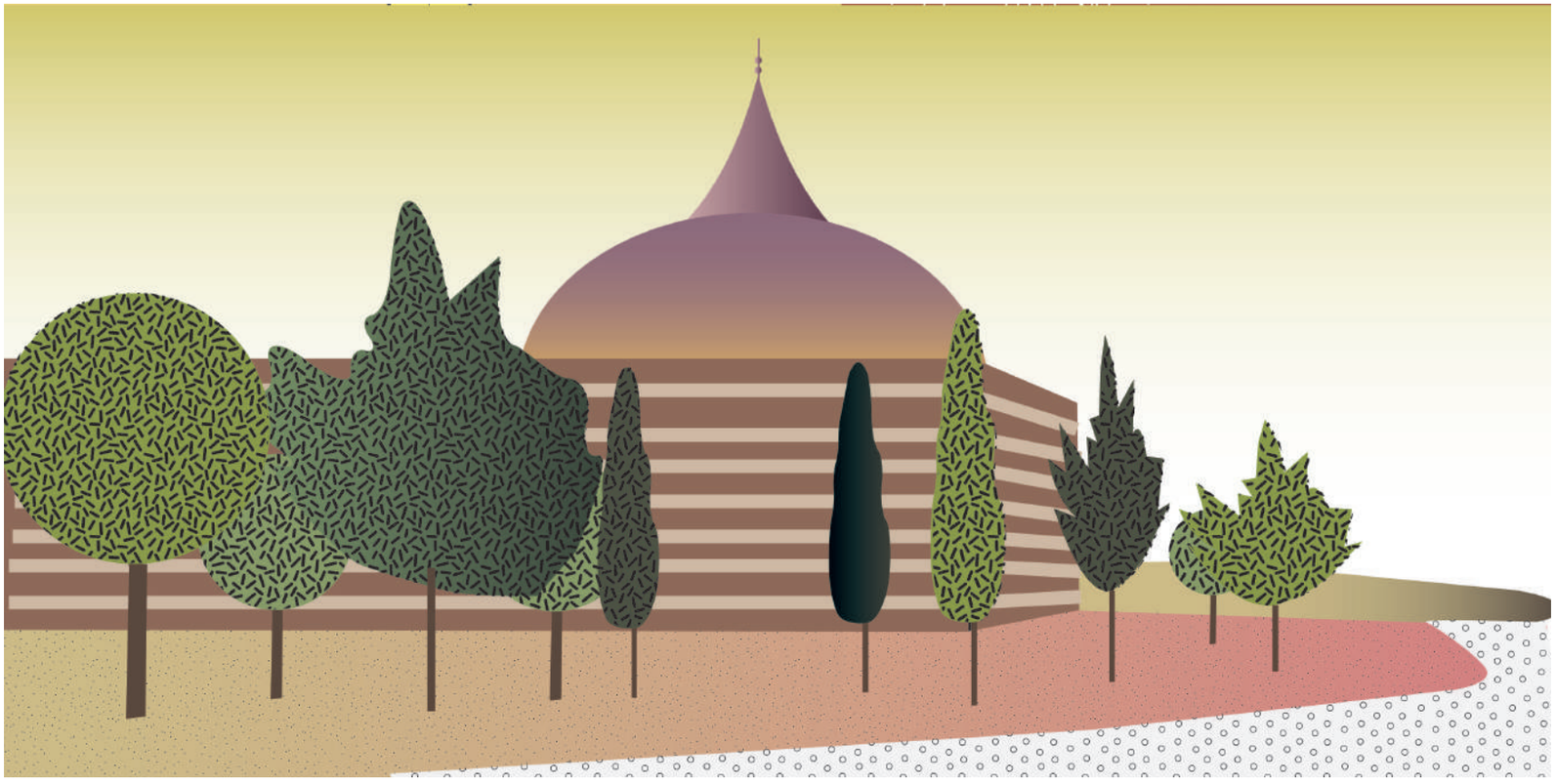
GAZİANTEP

Dülük
Kendirli Kilisesi
Patrik Aziz Nerses Kilisesi
Yakubi Azizi Barşavma Manastırı
Hz. Yuşa Peygamber Türbesi
Fevkani Kilisesi

KİLİS

Mevlevihane
Ulu Cami
Tekye Camisi
Şurahbil Bin Hasane Zaviyesi
Şeyh Mansur Türbesi





ADIYAMAN

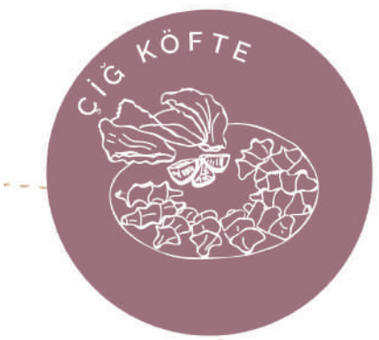
Safvan Bin Muattal Türbesi
Hz.Üzeyir Makamı
Abuzer Gaffari, Mahmut El Ensari,
Abdurrahman Erzincani
Ulu Cami, Kaf Cami,
Tarihi Mor Petrus ve Mor Paulus Kiliseleri

DENEYİM

	GAZİANTEP		ADI
YEMEK YAPIMI	SALÇA KATMER	EKŞİLİ UFAK KÖFTE	HİTAP
HASAT ZAMANI	FISTIK	ZAHTER	TÜTÜN
GELENEKSEL ÜRETİMLER	BAKIR	KUTNU DOKU	BESİ BEBEK
YAŞAYAN TARİH	FOLKLOR	MÜZELER	HARFANE

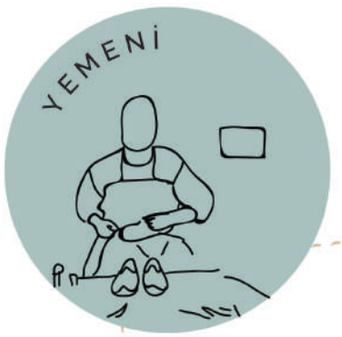
YAMAN

KİLİS



YEMEK YAPIMI

HASAT ZAMANI



GELENEKSEL
ÜRETİMLER

YAŞAYAN TARİH

KALE
YESEMEK
KARKAMIŞ
RUMKALE
ZEUGMA
Gaziantep
"GÖR"

05

Üretici Ağı

Tarladan Sofraya

Tarladan Sofraya En Kısa Yolu Nasıl Kurgularız?

Neden AĞ?

Temiz üretim yapan doğru üreticileri bulmak gittikçe zorlaşıyor. Bu tür üreticilerin ve üretimlerin desteklenmesi, bölgesel gastronomi kimliğini destekleyici sağlıklı ve yerel ürünlere erişimin sağlanması için.

Nasıl BİR AĞ?

Yerel, güvenilir üreticiye ve sağlıklı gıdaya erişim için kurulan üretici ağıdır. Üreticiler arasında etkinlikler, buluşmalar aracılığıyla bağlantılar kurularak, yerel ürünler ve lezzetler hakkında bilgi paylaşımı yapılır, küçük üreticiler desteklenir.

Yerel yönetimler, saha operasyonu, bilgilendirme, lojistik, sertifikasyon gibi konularda küçük üreticileri destekler.
Temiz üreticiler, kamu kurumları tarafından denetlenir.
Üretici ve tüketiciler, aracı olmadan bir araya gelir.
Kamu, ürünlerin dağıtım ve satışında, yerel pazarları kullanarak aktif rol alır.
Kamu kurumları, toptan alımlarında sağlıklı ürünleri tercih ederek temiz üreticiyi destekler.

AĞ **Ortakları?**

Küçük ölçekli çiftçiler ve üreticiler
Yerel yönetimler
Kamu kurumları

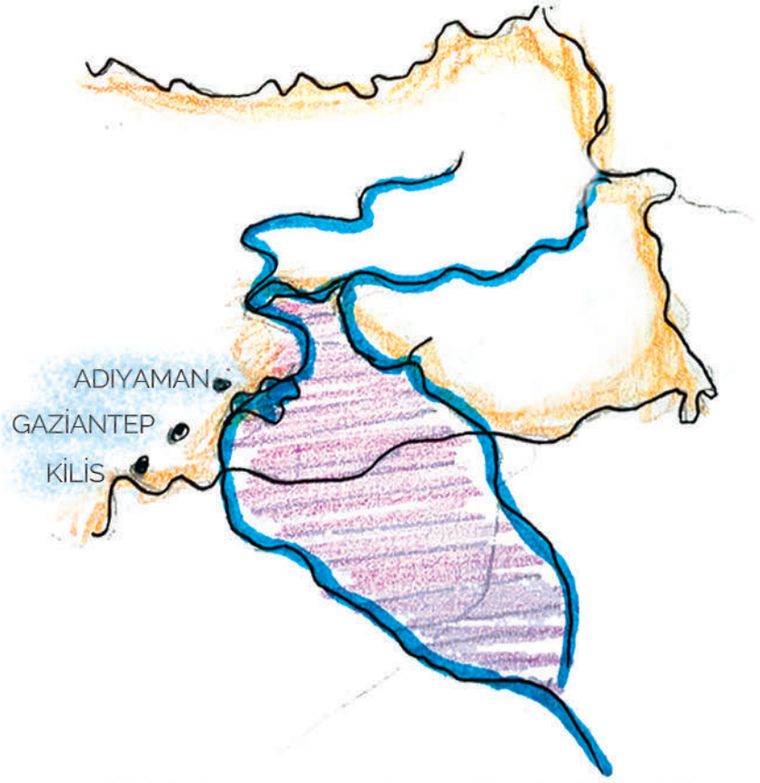
Tarladan Sofraya bir AĞ önerisi

Mezopotamya & Tarım

Tarladan Sofraya kurulacak AĞ, tam da tarımın başladığı öngörülen Mezopotamya topraklarının merkezi bir bölgesi olan Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerini kapsar. Tarih boyunca tarım, özellikle de buğday; bu bölgenin en önemli üretim potansiyelini oluşturmuştur. Buğdayın vahşi atası olan siyez (einkorn) buğdayı bu topraklarda türer.

+

TARIM HAYVANCILIK



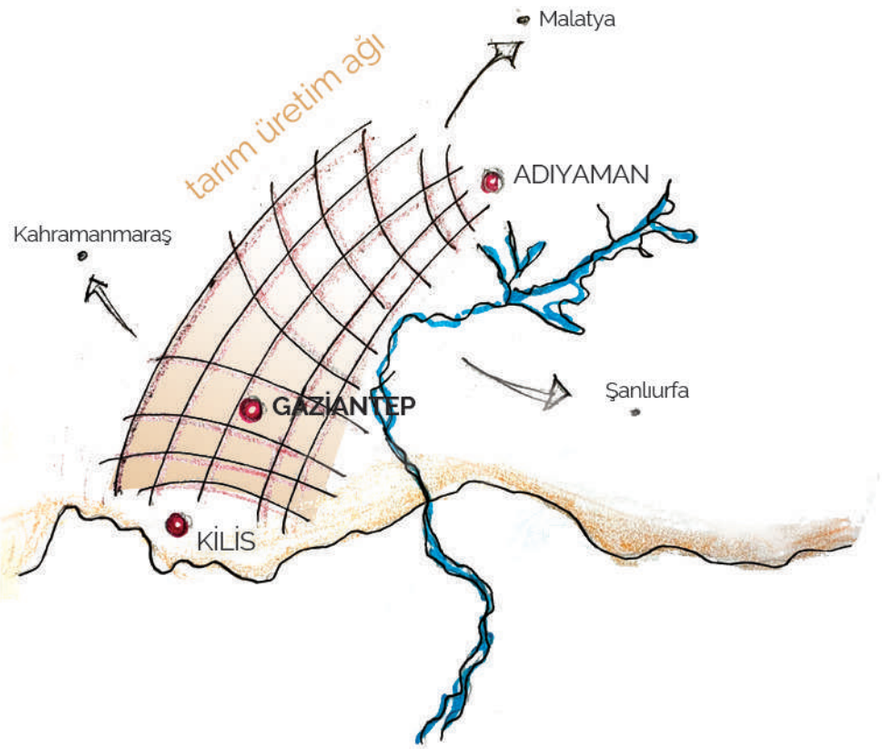
Tarıma ek olarak hayvancılık da gelişmiştir. Bölgeye özgü bir tür olan Anadolu yaban koyunu (Ovis gmelinii anatolica) sıklıkla beslenir. Et, süt ve kuyruk yağı üretimi yaygındır.

Dolayısıyla bölgenin mutfağı buğday ve ete dayanan bir mutfaktır.

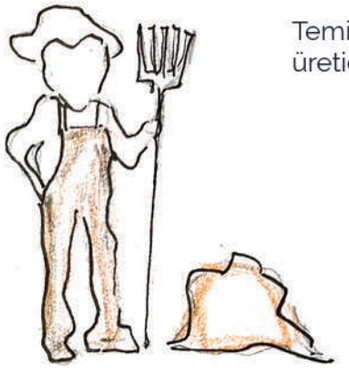
Fırat ve Dicle'yle beslenen zengin topraklardan dolayı bölge buğday yanında sebze ve meyve üretimine de elverişlidir. Bozkır kültürü ve tarihten gelen Ticaret Yolu, bölgenin baharat üretimi ve yabani otların kullanımı konusunda ilerlemesini sağlamıştır.

Amaç

GAZİANTEP, ADIYAMAN, KİLİS arasında bir üretici ağı oluştur-arak, bu ağın çevre illere ve zamanla tüm Mezopotamya bölgesine yayılmasına çalışmak.



Neden Ağ?

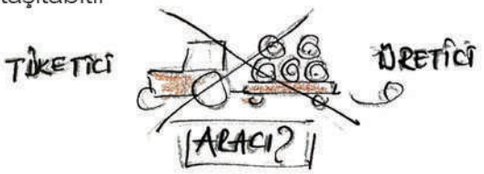


Temiz üretim yapan yerli & küçük üreticileri bulmak ve desteklemek

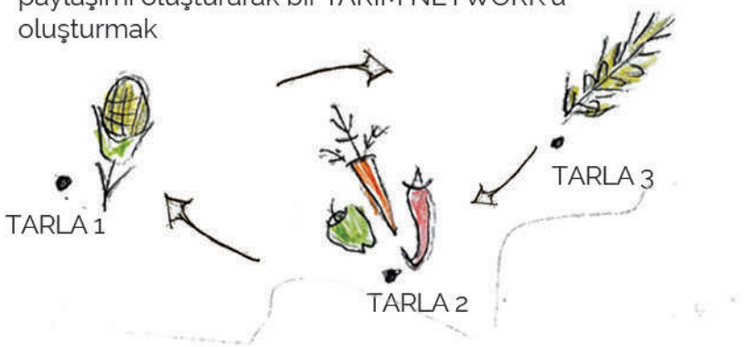
Ürünlere daha hızlı ulaşmak
Aracıların azaltılması

↓ ↓

Daha ekonomik ve ulaşılabilir tüketim ürünleri



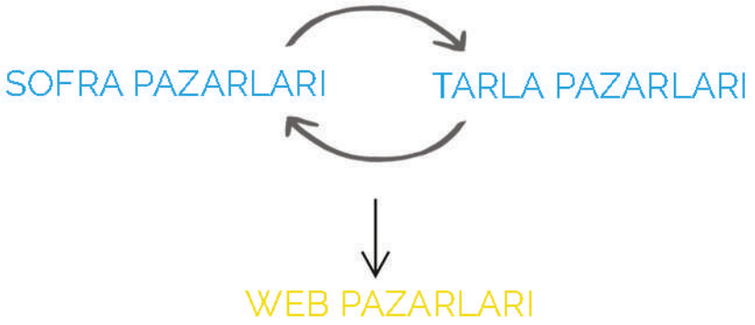
Yerli üreticiler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı oluşturarak bir TARIM NETWORK'ü oluşturmak



Nasıl Ağ?

Ağda tüketici-üretici ilişkileri organik ve çift taraflıdır. Ağda üreticinin tüketiciyi bulması gibi tüketici de üreticiyi bulur, buna uygun koşullar hazırlanır. İki tarafın birebir, yüz yüze teması amaçlanır.

Tüketici ve üretici birbirlerini 2 ortamda ziyaret ederler.



3. olarak web pazarları ise sanal ortamda bu ikili ilişkilerin kamu ve yerel yönetimler tarafından düzenlendiği bir üst mercek görevi görür.

Tüketiciye ulaşmak icin → SOFRA PAZARLARI

Şehirlerde, yerleşim alanlarında düzenli olarak kurulur.

Üreticiye ulaşmak icin → TARLA PAZARLARI

Çiftliklerde, yerel üretim tesislerinde mevsimlere göre farklı temalarla düzenlenir.

Kamuya ulaşmak icin → WEB PAZARLARI

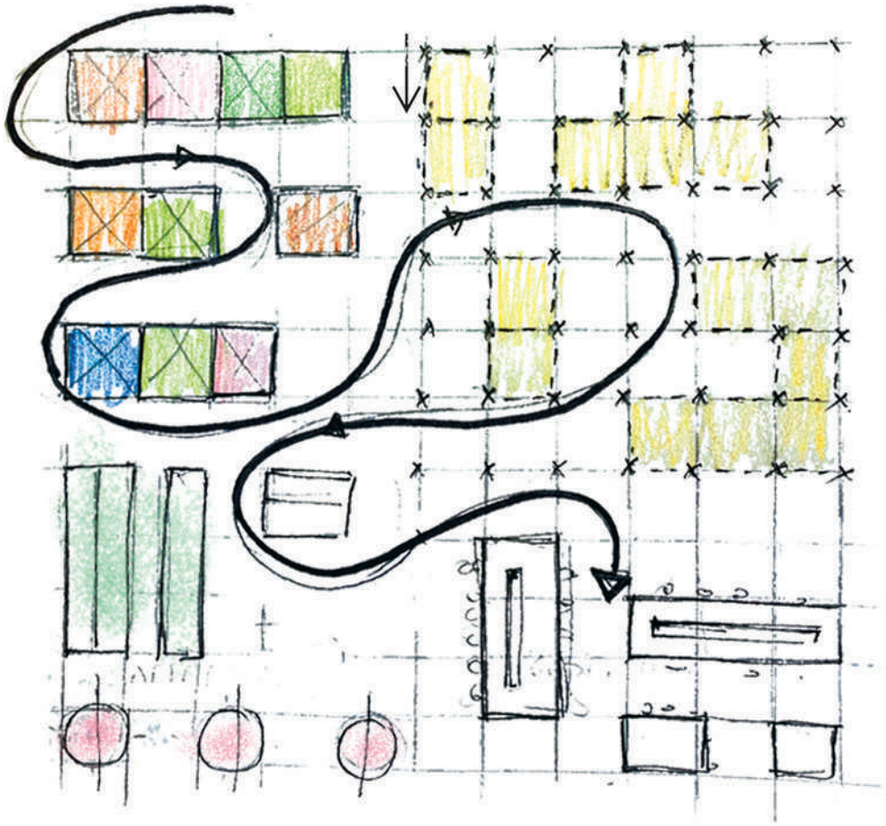
Ürün satışları, takaslar, atölye duyuruları, üretici için sertifika-eğitim programları düzenlenir.

Sofra Pazarları

Pazarda sadece ürünlerin satışı ve sergilemesi gerçekleşmekle kalmaz, sofraya kadar olan süreci deneyimletilir. Tüketiciler aldıkları ürünlerle direkt yemek pişirmeye, servis etmeye başlayabilirler. Yerel tarifler paylaşılır, üretilir ve üretici, tüketici ve ziyeretçiler ortak bir sofrada buluşurlar.

SABİT PAZAR BÖLÜMÜ
(et, hayvansal ürünler vb.)

GEÇİCİ PAZAR BÖLÜMÜ
(sebze, meyve, tahıl vb)



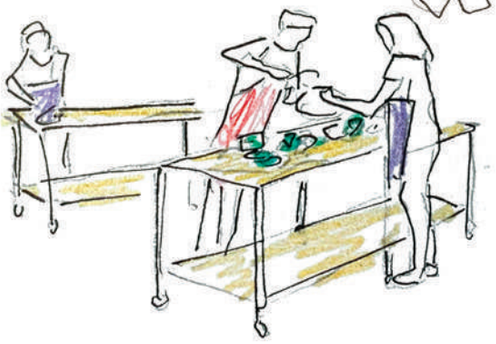
ÜRETİM BÖLÜMÜ

SOFRA BÖLÜMÜ

Örnek gridal planlı sofra pazarı

YEREL TARİFLER İÇİN ATÖLYELER

ORTAK SOFRALAR



ORTAK AÇIK MUTFAKLAR

TADIMLIK TEZGAHLAR

Tarla Pazarları

Tarla pazarlarında tüketicilerin tarım alanlarını yerinde ziyaret ederek tüketicilerin üretim sürecine katılımı sağlanır. Mevsimlere göre değişen konseptlerle ziyaretçiler hasat, meyve sebze toplama, kurutma, ekim, bakım vb. aktivitelere katılırlar. Kendi topladıkları ürünler ya da yerinde taze toplanmış sebze-meyveyi satın alabilirler.

Tarla pazarları ayrıca üreticiler için de birbirlerini yerlerinde ziyaret etmek, bilgi ve deneyim alışverişi yapmak, toplu atölyeler, eğitimler, sertifika programları düzenlemek için toplanma fırsatı verir.

Tarla pazarlarını ziyaretçiler için de daha çekici hale getirebilmek amacıyla çiftliklerde mini festival alanları, geçici strüktürler, atölye alanları, çeşitli toplanma-buluşma noktaları vb. tasarlanabilir.

EKİM ATÖLYELERİ

HASAT ZAMANI

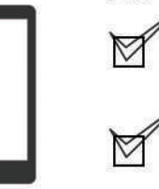
YEREL OTLARI TANIMA EĞİTİMLERİ

DALINDAN MEYVE

Web Pazarları

Web pazarları, özellikle organik ve temiz üretim yapan yerli küçük üreticileri desteklemek, aralarında bilgi ve deneyim paylaşımını sağlamak, ürünlerinin online platformda satışını gerçekleştirmek için bir platform olur. Kamu ve yerel yönetimler de bu platforma dahil olarak eğitim ve festival duyuruları, organik ve doğal üretim sertifikaları, atölye ve tohum paylaşımı vb. konularda yerel üreticiye destek olabilirler.

Tarla pazarında başlayan
üreticiler arası paylaşım süreci



Web pazarında devam eder.

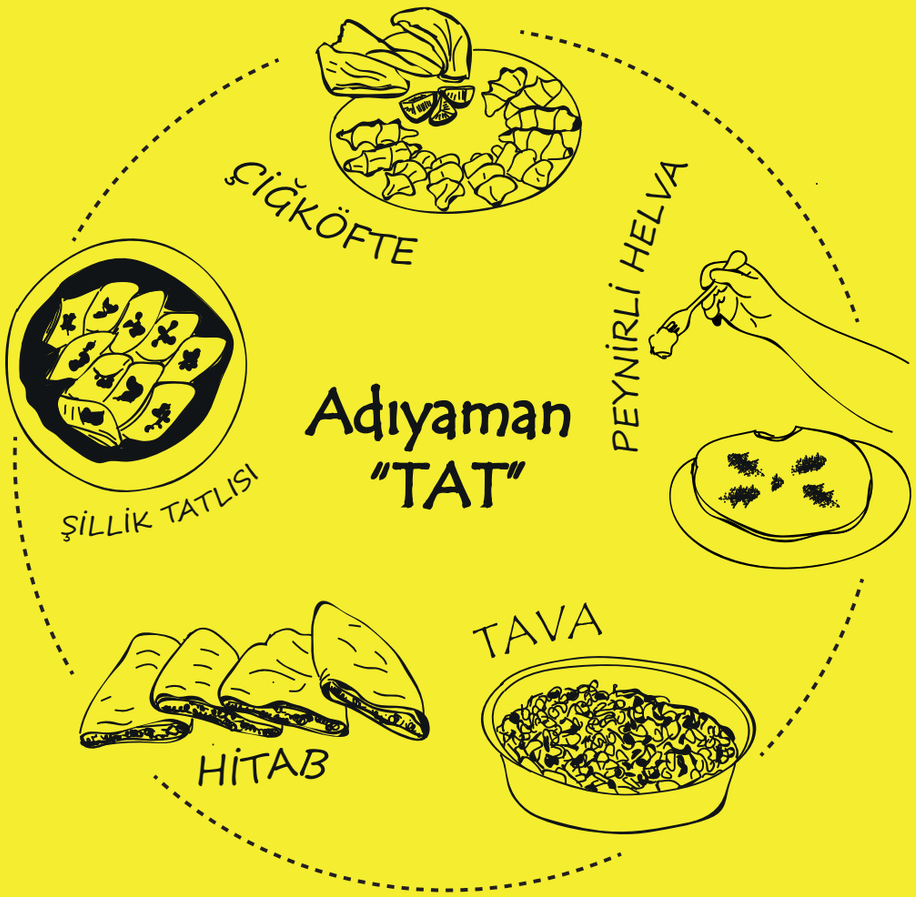
- TAKAS ÜRÜNLERİ
- TEMİZ TARIM ÜRÜNLERİ
- ÜRETİM GİRDİLERİ
- EKİM-BAKIM YÖNTEM DENEYİM PAYLAŞIMI
- ETKİNLİK-ATÖLYE-EĞİTİM DUYURULARI
- ONLINE PAZAR-ÜRÜN SATIŞI
- YEREL TOHUM PAYLAŞIMI

ZEYTİNYAĞI

KONSERVE

KURUTULMUŞ
ÜRÜNLER

Özellikle çevre ilçe ve köylerde üretilen organik ürünler Türkiye geneline web pazarları üzerinden pazarlanabilir. Özellikle Kilis yöresinde üretilen butik gıda ürünlerine son yıllarda artan bir talep gözlemlenmektedir. Web pazarları böylece, yöre halkının ürün ihracatı ve özellikle kadın iş gücünün değerlenmesinde önemli bir rol oynayabilir.


Adıyaman
"TAT"
ÇİĞKÖFTE
PEYNİRLİ HELVA
TAVA
HİTAB
ŞİLLİK TATLISI

06 Değişen Menü

Gelecek Menüleri Nasıl Tasarlarız?

Neden DEĞİŞİM?

Dünyanın ihtiyacı olan yemekler değişime katkı sağlamakta. Yeni nesil beklentiler, ekonomiler ve değişen yaşam tarzları geleneksel menülerde zorunlu değişimler yapılmasını talep ediyor.

Neler DEĞİŞİYOR?

Günümüzde, hızla gelişen teknoloji, değişen trendler, sosyal medya, bilgiye ulaşılabilirliğin ve satın alınan ürünlerdeki alternatiflerin artması mutfak alışkanlıklarımızı da değiştiriyor.

Koruyuculu, katkı maddeli, şekerli, glutenli, ürünler konusunda bilinç oluşmaya başladı.

Artık yemek yeme şekli, süresi, yediği yer, yemeği paylaşım şekli işin doğrusu yemekle ilgili her türlü alışkanlık hızla değişiyor.

Değişime **Nasıl** Hazır Olmalıyız?

Yeni nesil teknolojileri ve pazarları takip ederek, yeni nesil gereksinmeler için yatırım ve eğitim ortamları yaratarak.

Değişen Menüleri **Kim** Tasarlamalı?

Ortak mutfaklarda farklı kültürleri ve yeni nesil beslenme alışkanlıklarını dikkate alan harmanlanmış menüleri yeni nesil şefler hazırlamalı.

Değişen menü

yeni nesil menüler

Dünyanın ihtiyacı olan yemekler değişime katkı sağlar.
Yeni nesil beklentiler, ekonomiler ve değişen yaşam tarzları, geleneksel menülerde zorunlu değişimler yapılmasını talep ediyor. Alıştığımız lezzetler, soslar, baharatlar, alışık olmadığımız tatlar ile biraraya gelerek yeni kompozisyonlar oluşturuyor.

Bu kaçınılmaz değişim, sahip olduğumuz geleneksel lezzetlerin yeni akımlarla harmanlanması anlamına geliyor. Bu harman ufuk açıcı ihtimaller doğurmaktadır.

MENÜ

Falafelli humuslu dürüm + sumaklı ot salatası

Bulgurlu pazı dolması

Fırında sebze dizmesi

Bulgurlu ızgara patlıcan ruloları

Peynir dolgulu içli köfte

Üzümlü nohut salatası

Domatesli pirpirim salatası

Cevizli zeytin piyazı

Zencefilli kabaklı buğday salatası

Bol otlu bademli siyez buğdayı

Kinoalı lavaş üzerinde yumurta

Birecik patlıcanlı omlet

Antep fıstıklı kinoa pudingi

Yoğurtlu peygamber üzümlü muhallebi

Sumak şerbeti

harmanlanmış geleneksel mutfak

bilinçli beslenme çağı

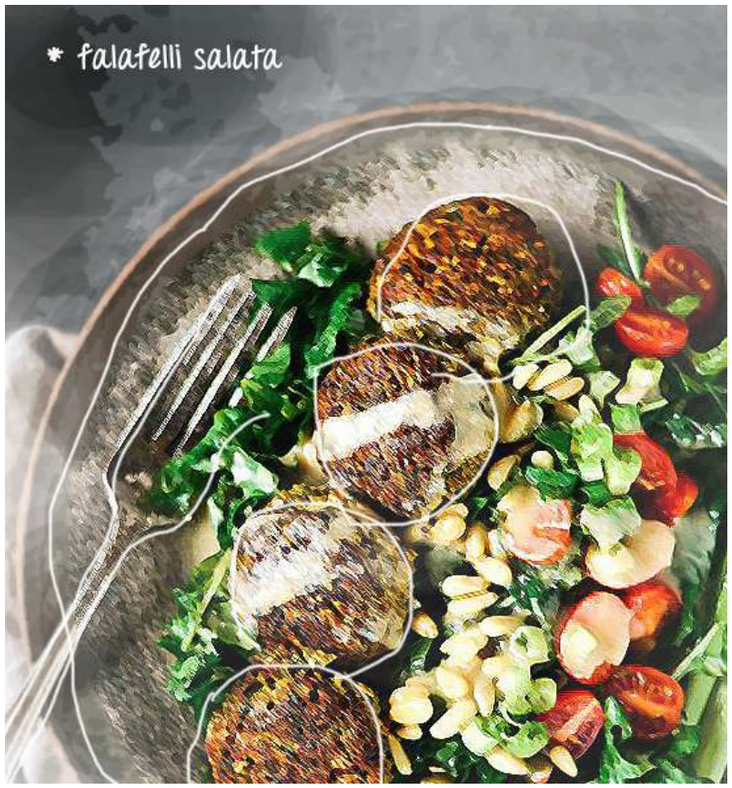
Günümüzde, hızla gelişen teknoloji, değişen trendler, sosyal medya, bilgiye ulaşılabilirliğin ve satın alınan ürünlerdeki alternatiflerin artması, mutfak alışkanlıklarımızı da değiştiriyor. Koruyuculu, katkı maddeli, şekerli, glütenli ürünler konusunda yavaş yavaş herkes bilinçleniyor.

Artık, yemek yeme şekli, süresi, yemeğin yendiği yer, yemeği paylaşım şekli, işin doğrusu yemekle ilgili her türlü alışkanlık hızla değişiyor.

herkese göre bir menü

Ortak mutfağın menüleri, farklı kültürleri ve yeni nesil beslenme alışkanlıklarını dikkatle harmanlamış yeni nesil şefler tarafından hazırlanmalı.

Alaylı ustalarla yeni nesil şeflerin bir araya gelişinden ortaya çıkacak eşsiz menüler, hem sağlıklı hem de lezzetli içeriklerden oluşuyor.



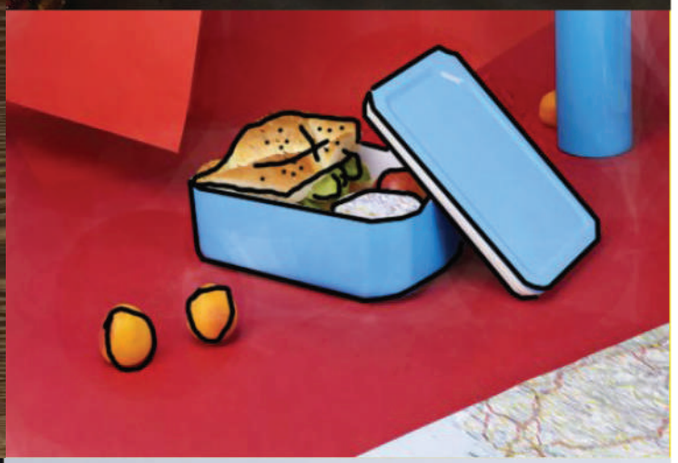
kişiye özel & tedavi amaçlı

Herkese hitap edebilir olmak açısından, kişiye özel tedavi amaçlı menüler de programa alınmalıdır. Farklı tedaviler gören veya diyet programlar uygulamak isteyen kişilerin, öncelikle sağlık kontrolleri, kan değerleri ölçümü, şeker düzeyi, kolestrol, B12 ve demir değerlerine kadar birçok fonksiyonu değerlendirilir. Örneğin diyabet ya da hipertansiyonu olan kişiler için farklı beslenme listeleri hazırlanır ve kişilerin talebine göre kendilerine iletilir.

vegan/ vejetaryen

Vejetaryenlik, bitkisel kaynaklı besinlerin ağırlıklı olarak tüketilmesini içeren bir beslenme tarzıdır. Veganlar hayvansal gıda tüketimini reddetme olarak adlandırılır. Bu beslenme tarzını benimsemiş kişiler hayvansal gıdalarla alacakları besin ögelerini bitkisel odaklı diğer gıdalardan alırlar.

Bakliyat, otlar ve sebzeler konusunda oldukça zengin olan güneydoğu mutfağı vejeteryan ve veganlar için de oldukça zengindir.



çocuklar için sağlıklı menü

Çocukların yeme düzenleri ile birlikte biyolojik saatleri de değişkenlik gösterir. Çocuklar için kahvaltı, öğle yemeği, akşam yemeği ve ara öğünlerden oluşan bir günlük sağlıklı beslenme programı oluşturulabilir. Okullara da aktarılacak bu programlarla çocukların sağlıklı besinlere ulaşmasının kontrolü sağlanmış olur. Sadece çocuk menüleri hazırlayacak işletmeler açılabilir ve bu menülerin okullara iletilmesi sağlanabilir.

toprağa dokunan geleceğin şefleri

Yerel tohumlar, sağlıklı, kimyasal madde içermeyen ve geleceğe aktarabileceğimiz zenginliklerimizdir. Türk mutfağını geliştirip geleneksel mutfağımzla harmanlayacak olan yeni nesil şeflerin, zenginlik kaynağı olan çiftçilerle ve toprakla teması öğrenmesi, üretimle içi içe eğitilmesi gerekmektedir. Toprağa dokunmak, ekip, biçmeyi öğrenmek, kuraklığa, iklim değişimine ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye karşı duyarlı olma bilgisi aşılanmalıdır.

hasat zamanı

Adıyaman Besni'de üzüm hasadı zamanı....
Gaziantep Araban ovasında sarımsak zamanı...

Hasat zamanı, üretime destek olmak, birlikteliği hatırlamak, bilgileri paylaşmak, üretim ve tüketim arasında kaybolan bağları yeniden canlandırmak ve üretenle dayanışmak demektedir.

ortak mutfak

Ortak Mutfakta üretilen ürünler, herkese ulaşmalıdır. Bu ürünlerin sokakta belli tadım noktalarında insanlara sunulması ve satışı sağlanmalıdır. Ortak mutfakta hazırlanan menülerin insanların farklı bölgelerden erişebilmesini sağlanabilr.

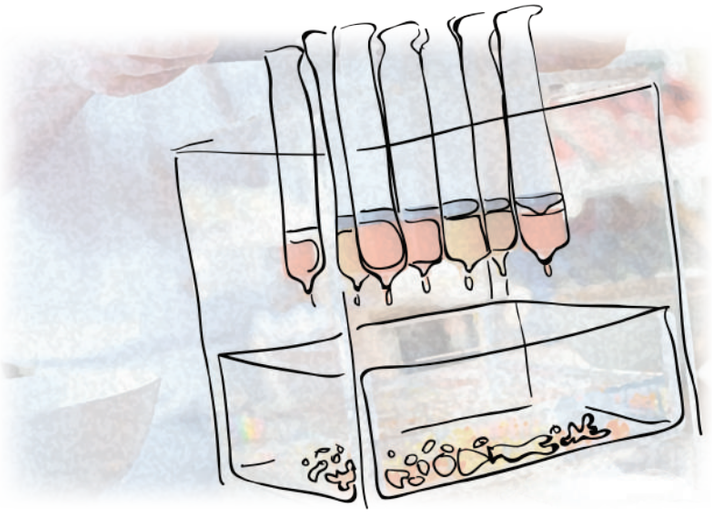
moleküler gastronomi

Moleküler gastronomi, yemeklerin hazırlanırken yaşadığı fiziksel ve kimyasal süreci takip eden bir yemek bilimi dalıdır. Her zaman kendini geliştirerek alternatif malzemelerle yepyeni bir dünya oluşturmayı hedefler.

Yemeği teknoloji ve bilimle buluşturmak, yemeğin tat ve dokusunu fizik ve kimyayla harmanlamak, geleneksel yemekleri yörenin çiçekleri, renkleri ve endemik lezzetleriyle farklı sıcaklık, basınç ve diğer bilimsel koşullarla yeniden yorumlamak. Böylelikle geleneksel yemekler farklı duygusal ve duyusal bir yaklaşımla deneyimlenebilir.

Yerel malzemelerle dünya malzemelerini ve farklı teknikleri biraraya getirerek sunumlarıyla göz dolduran tabaklar tasarlayan şefler dünyaca ünlüdür.

Yörenin çiçekleri, renkleri, endemik lezzetleri mutfakta yerini alır.



Gaziantep
"KOKLA"
ZAHTER
SALÇA
BAHARATLAR
MENENGİÇ
YEMEK

07 Lezzet Her Yerde

Herkese, Her Keseye, Her Yere

Lezzetleri herkese, her keseye, her yere nasıl ulaştırabiliriz?

Neden
Herkes, Her Yer, Her Kese, Hesaplı?

Anadolu lezzetlerini bilindik ortamların dışında ucuz ve sağlıklı ortamlarda sunulması hem çeşitlilik hem de yerel odaklı iş yaratma açısından önemli.

LEZZETLER
Nerede?

Lezzetler kent merkezlerinde, mahallelerde ve kırsal alanlarda farklı hikayelerle sunulabilir.

- Lezzet Sokakta (Sokak satıcıları)
- Lezzet Evlerde/Mahallelerde (alım garantili ev yemeği) (Tek rakibimiz annelerimiz)
- Lezzet Köylerde (yerel lezzet, her zaman farklı lezzet) Lezzet sefertasında
- Diğer (pazar, okul, fabrika vb. gibi)

Nasıl
Sunulmalı?

Üretiminden satışına kadar ki sürecin iyi tasarlandığı bir sunum ile hedef kitleye ulaşılmalı. Sunum temaları belirlenmeli, kontrollü, denetlenebilir, hijyenik ortamların sağlandığı sistem tasarlanmalı.

Her yerde herkes için

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin yemek ve mutfak kültürünün zenginliği, bu coğrafyanın ve tarihin kendisine kazandırdığı çok boyutlu ve çok kültürlü yaşam çeşitliliğinden, zengin kimliğinden ve göz alıcı renklerinden gelir. Geleneksel yemek alışkanlıkları da bir o kadar özgün ve çeşitlidir. Bu özellikler ne kadar gün yüzüne çıkartılır ve arşivlenerek genç nesiller tarafından deneyimlenirse mutfak kültürü ve aslında kültürün ta kendisi korunmuş olur.

Bölge yemeklerinin, evlerde pişen anne yemeklerinin, o göz kararı tariflerin ne kadar değerli olduğu fark edilmelidir. Kültürümüze sahip çıkmanın ilk yolu onu korumak ve bizden sonraki nesillere aktarmaktır görüşüyle üzerimize düşen bu leziz görevin yeni nesil mutfak görüşüyle harmanlanmasıdır. Ancak bu şekilde lezzete yeni bir boyut katılabilir, her yerde ve herkes için yapılacak uygulamalarla gelecek kuşaklara ulaştırılabilir ve ölümsüz olabilir.

Binlerce yıllık bu kültürün yaşayan ögelerini evlerde, sokaklarda, fırında, çarşıda, antik şehirlerinde, insanın kendisinde görebiliriz. Yeryüzünde herşeyi taşımayı başarmış olan insan, yemeği de bir müzik gibi taşır. Kimi zaman tepside, kimi zaman elinde, kimi zaman sefer tasında taşır.

Yemek yapmak, yemeğe ulaşmak, yemeği paylaşmak hep kolektif bir çabanın ürünüdür. Beraber toplanır, beraber temizlenir, hazırlanır, konuşulur, odun yakılır, karıştırılır beklenir ve paylaşılır. Güneşin doğuşundan batışına kadar geçen zaman da insan, mutfak ve yaşam hep iç içedir.

zahter
fıstık
menengiç
pul biber

Lezzet sokakta

Tek Rakibimiz Annelerimiz

Herkesin annesi en güzel yemeği yapar. Anne elinden yemek gibisi yoktur. Her annenin başka bir tarifi vardır, kendisinden kattığı bir şey vardır o yemeğe. Tüm bu eklentiler paylaşıldıkça ve bizlere aktarıldıkça güzellikleri büyür.

Gaziantep'te bir sokağın köşesinde sıcak payamlı şekerinizi taze taze atıştırabilir, Adıyaman'daki üzüm bağlarında envai çeşit üzüm toplayabilirsiniz.

Kahvaltıda yenen fırında domatesler, şekerli peynirli ekmek, ipe geçirilmiş bademler, cevizler... Lezzet sokakta bir el arabasında, oturacağınız bir bankta, sıra sıra dizilmiş ve size annesi kadar iyi yemek yapabildiğini ispatlayabilecek gençlerin tezgahlarındadır.

Anadolu lezzetlerini bilindik ortamların dışında ucuz ve sağlıklı ortamlarda sunulması hem çeşitlilik hem de yerel odaklı iş yaratma açısından oldukça önemlidir.

Lezzetler, kent merkezlerinde mahallelerde ve kırsal alanlarda farklı hikayelerle sunulabilir.

ANTEP FISTIKLI
KEK & KURABIYE

S Sofrası

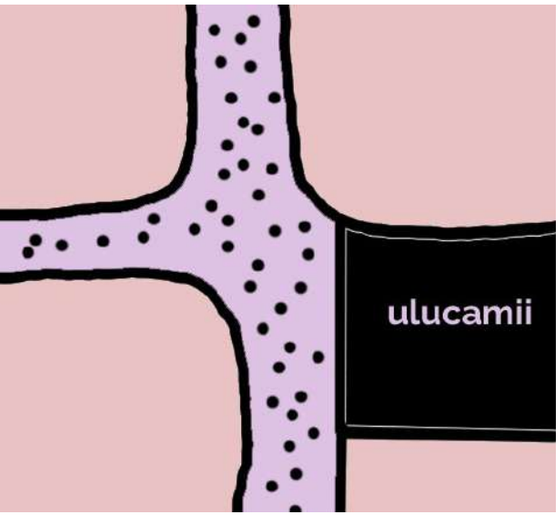
besni tavası
yarpuzlu köfte
meyir çorbası
dövmeç
bunara pilavı
kerebiç

*Katmerci Usta
*Beyrancı Usta

* bakırcılar
çarşısı

ANNEMİN MUTFAĞINDAN LEZZETLER
%100
organik

PIDE KUTUSU



Adıyaman'dan bir sokak

Katmerci usta ile Beyrancı usta... Tüm ustalar yanyana! Herkesin usta olduğu bir bölgedeyiz. Binbir emekle yetiştirilmiş ürünler, hijyenik aşamalardan, lezzet katan ellerden geçerek bize ulaştırılıyor. Nemrut'a çıkmadan iyi beslenmek şart. Sabahları, Adıyaman'da günün en önemli öğünü olan kahvaltılıkları da bu sokakta bulabilirsiniz.

Kış aylarında kurutulmuş sebzelerden yapılan kızartma, pekmez, tahin, Adıyaman peyniri, zeytin, ayran, pekmez; yazın ise fırında közlenmiş biber, domates ve patlıcan yenilebilir.

Yörenin florasında yarpuz, tolik, kenger, pirpirim, tuzik, kaz ayağı, neneçük, pekışık, bıldir, sumak, kerbeş, dağ nanesi, menengiç, hardal, körmen, kıvırcık ve bendik olarak adlandırılan yabani bitkiler yemek kültüründe yaygındır. Hemen hemen her yemekte kullanılan bu yabani bitkilerin çeşitlerini sokaktaki satıcılara sorup tanımanız mümkündür.

Gaziantep'te...

Bakırcılar Çarşısı, Kapalı Çarşı, Kale bölgesi turu... Gezilecek ne çok yer var. Hepsi buraların vazgeçilmez öğeleriyle dolu. Kısıtlı zamanda ve gezerken yemekten hoşlanan ve bir yandan bir çok yer görmek isteyen meraklılar için yemek yemeyi kolaylaştırma ve çeşitlendirme yöntemleri geliştirilebilir. Paket yaptırıp bisikletinizin sepetine yerleştirebilir, tabldot alabilir, veya hemen dükkanın önünde ayak üstü karnınızı doyurup yola koyulabilirsiniz.

Kilis'te...

Kilis'te bir kabaltının altından geçerken siyah beyaz kesme taşlı binalara bakarak, bir anne tarifiyle yapılmış katmeri yiyebilir, oradan hamamları ve pasajlarını gezip açık havada beraber Kilis tava yiyip, Ravanda Kalesi'ne ilerler, zeytinliklerde çay molası verebilirsiniz.

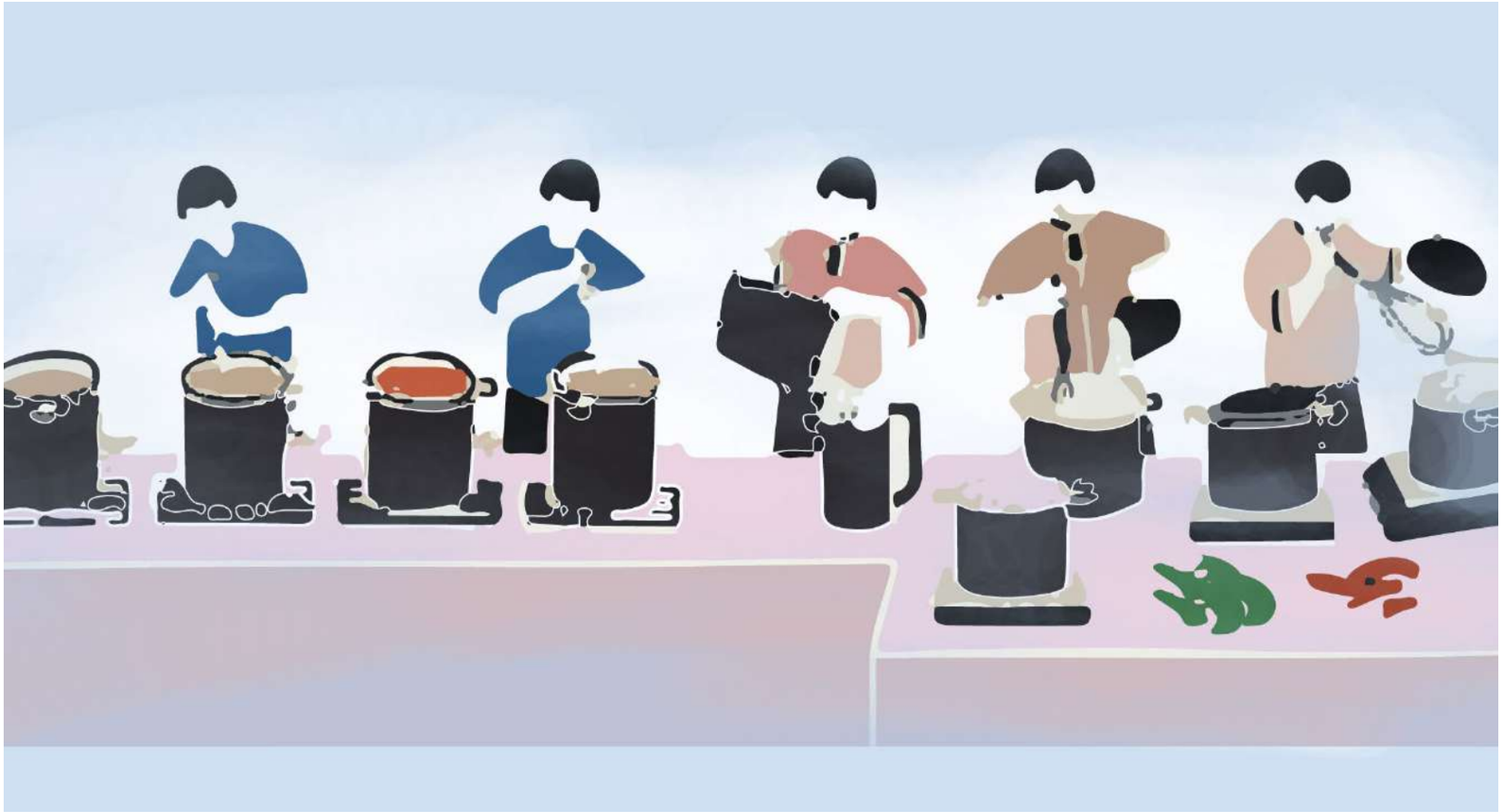
Lezzet evlerde

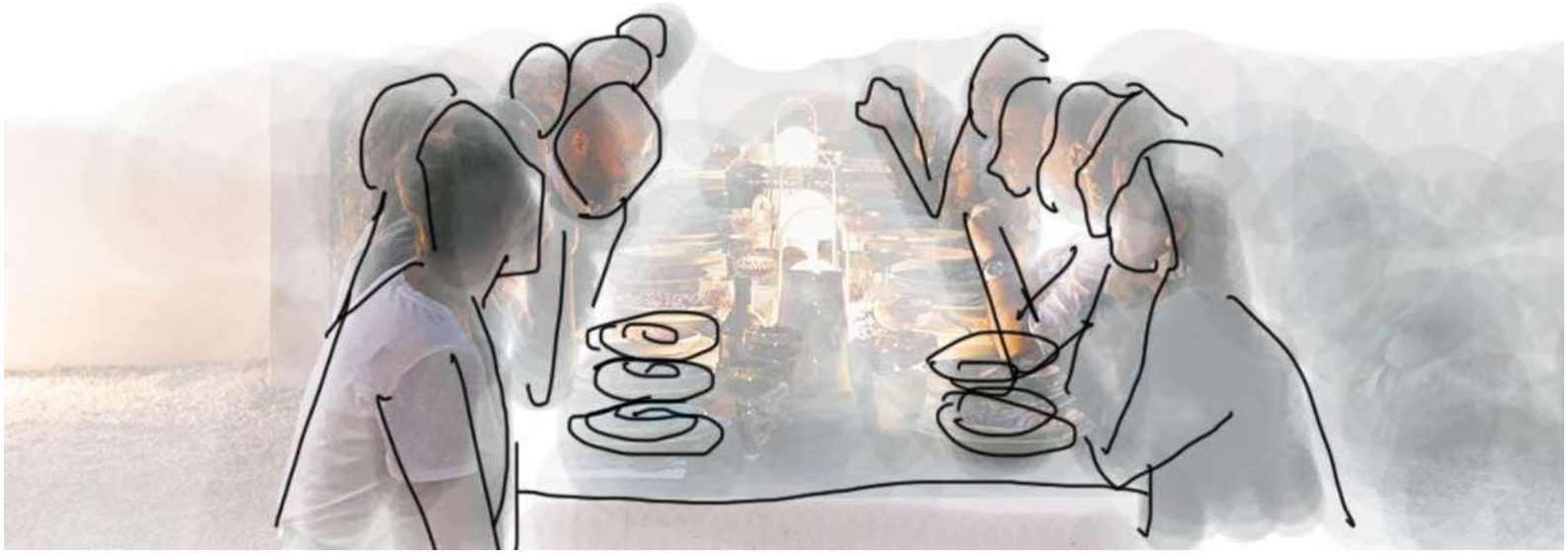
ev sofrası

Bölgede gönüllü bazı haneler yerli/yabancı turistlere sofralarını açabilir ve hazırlamadan pişirme ve sunuşa kadarki tüm süreç deneyemini misafirleriyle paylaşabilirler. Dünyada pek çok örneği bulunan bu sofra biçimi, ister gönüllü ister ekonomiye katkı sağlayacak şekilde dönüştürülebilir.

odun ateşi

Tarih boyunca insanların ateş etrafında bir araya gelme ritüeli halen geçerlidir ve en lezzetli yemeklerin odun ateşinde yapıldığı söylenir. Bölgedeki köy evlerinde odun ateşi deneyimi paylaşılabilir ve lezzet rotalarında bir durak olarak bu noktalar işlenebilir.





Lezzet sefertasında

"Tıka basa dolu sepetlerimizi, sefer taslarımızı açacağız, soğuk börekler ve taze meyveler yiyeceğiz." - Yakup Kadri Karaosmanoğlu

Sefertası ve beraberinde kullanılacak yemek gereçleri yerel üreticiler tarafından üretilir, böylece bölge ekonomisine de katkı sağlanmış olur.

Geri dönüştürülmüş ve doğal malzemeler kullanılarak üretilecek bu ürünler bölgenin yeme-içme ve paketleme kimliğinin de bir parçası olacak şekilde tasarlanıp geliştirilebilir.

Sefertaslarının paketlerinde tarihi bölgelere, rotalara ve haritalara dair görseller ve tanıtıcı yazılar eklenebilir.

Lezzet molası

Perre Antik Kenti'ne giderken, Ravanda Kalesi'ne tırmanırken, çantanızda şehir merkezinden aldığınız sefertasınızla yola devam edebilirsiniz. Lezzete istediğiniz zaman istediğiniz yerde ulaşabilir, gezi molalarınıza yerel tatlar eşliğinde devam edebilirsiniz.

Seyir durakları

Ziyaretçiler için tasarlanmış, güneşten de koruyacak oturma birimleri sayesinde kendinizi tarihin içerisinde ve evinizin sofrasındaymış gibi hissedebilirsiniz. Yörenin eşsiz lezzetleri, nereye gitseniz onları da götürebileceğiniz bir şekilde ayarlanmıştır.

LEZZET SAATİ

Lezzet nerede?

Değişken zamanlarda, her yerde!

Bu sefer sefertasında!

Gelecek sefer mahallede!

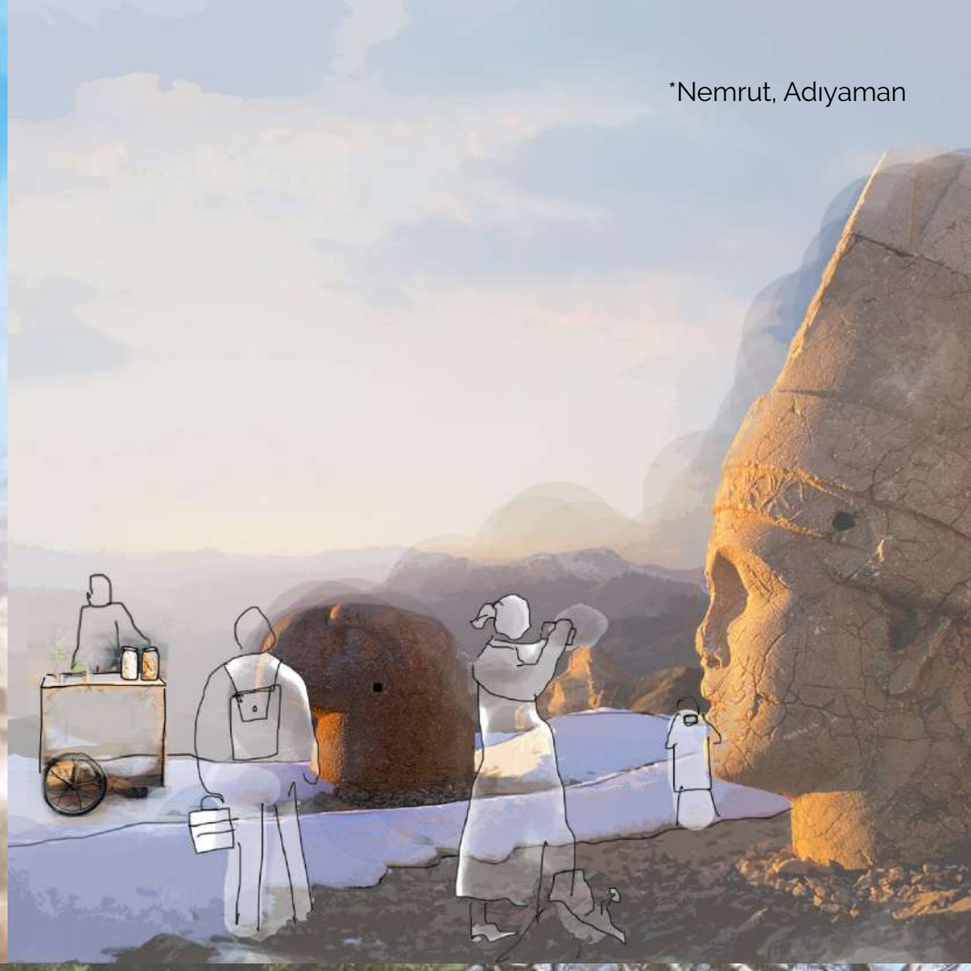
Bu gece sokakta!

Bu pazar Kilis'te!

Haftaya Adıyaman'da!

Sonra da Gaziantep'te!

*Ravanda Kalesi, Kilis



*Nemrut, Adıyaman

*Yesemek, Gaziantep

SAMİMİYET
MANEVİYAT
SU
GÜÇ
DOĞANIN SESSİZLİĞİ
Adıyaman
"HISSET"

08

PaylAŞ

Sosyal Gastronomi

Paylaşmanın Yaratacağı Etkiyi Nasıl Yaygınlaştırabiliriz?

Neden PAYLAŞIM?

Kültürümüzü en ayrıcalıklı kılan davranış biçimi olan paylaşma özelliğimiz, özellikle yaşadığımız güncel sorunları da dikkate alarak yeniden değerlendirilmeli.

Tüketim alışkanlıklarının paylaşım ekonomisi üzerine kurgulandığı yeni dünyada, özellikle gıda konusundaki israfların değerlendirilmesi için geliştirilen sosyal gastronomi akımı yeni açılımlar için güzel örnekler sunmakta.

Önce
AŞ

Günümüzde yoksul kesimin ihtiyacı olan aş, israf edilen pek çok yiyecekten karşılanabilecek büyüklükte. Bu nedenle, önce 'sıfır atık' ya da 'döngüsel ekonomi' yaklaşımı ile fazla gıdaların paylaşılması için yeni bir sistem tasarlanmalı.

Sonra
Deneyim ve Yenilik Paylaş

Paylaşım ekonomisi yaklaşımı ile farklı alanlarda paylaşım temaları seçilmeli. Gıda sisteminde üretim, dağıtım, tüketim aşamalarında sorunların çözümü için yaratıcı ve yenilikçi fikirler işe dönüştürülmeli.

Kimler DESTEKLENMELİ?

Sosyal gastronomi alanında ekonomik faydanın yanı sıra sosyal fayda amaçlayan start-up kuran, yeni nesil girişimciler desteklenmeli.

Ayrıca gıda üreticilerinin küresel düzeyde yarışabilir hale gelmesi için yeni hizmetler oluşturulmasına olanak sağlayan ortamlar oluşturulmalı ve desteklenmeli.

AŞ
paylAŞ

Sosyal Gastronomi

Dünya üzerinde

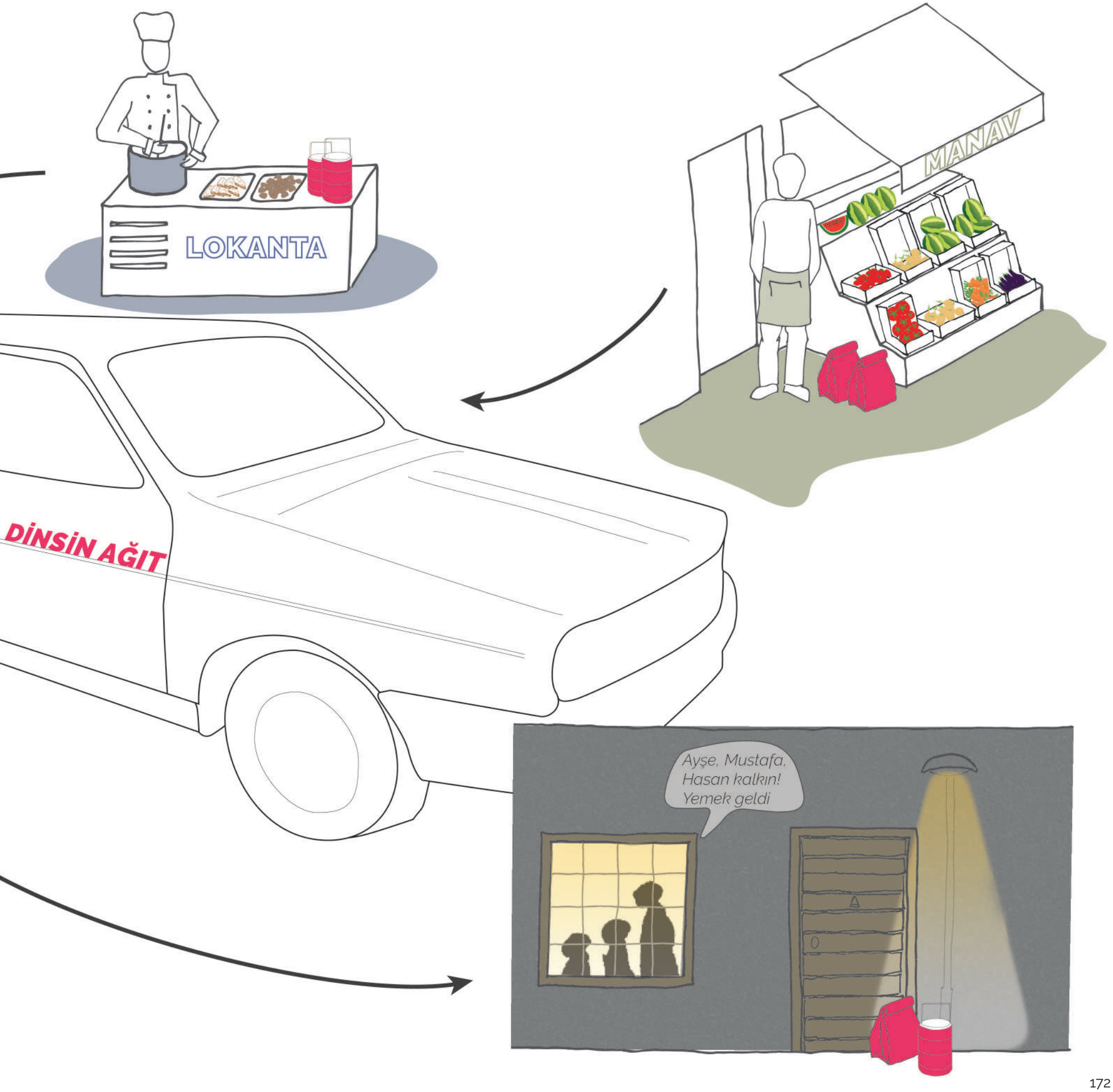
Halbuki dünyada, herkese yetecek kadar gıda üretiliyor, fakat eşit olarak dağılmıyor ya da israf ediliyor.

Tüketim alışkanlıklarının paylaşım ekonomisi üzerine kurgulandığı yeni dünyada, özellikle gıda konusundaki israfların değerlendirilmesi için gastronomi önderleri tarafından "sosyal gastronomi" akımı geliştirilmektedir.

Paylaşmak bu akımın en önemli ve en öncelikli yaklaşımlarından biri.

"Topla Dağıt, Dinsin Ağıt"

Gıdanın paylaşımı ve dağılımı ile ilgili örnekleri çok uzaklarda aramaya gerek yok. Mehmet Tekerlek, Gaziantap'te yaşayan bir memur. 1963 yılından beri mesaiden sonra her akşam, restoran, lokanta, fırın, pastane, otel, manav gibi işletmelerden ve yardım yapmak isteyen kişilerden topladığı ihtiyaç fazlası yiyecekleri ihtiyacı olan evlere dağıtmıştır.
"Topla Dağıt, Dinsin Ağıt" sloganıyla ayda 300 aileye ulaştı.


LOKANTA
MANAV
DİNSİN AĞIT
Ayşe, Mustafa, Hasan kalkın! Yemek geldi

İSRAF ETME

paylAŞ

Topla-Dağıt App

Günümüzde yoksul kesimin ihtiyacı olan aş, israf edilen pek çok yiyecekten karşılanabilecek büyüklükte. Bu nedenle, önce 'sıfır atık' ya da 'döngüsel ekonomi' yaklaşımı ile fazla gıdaların paylaşılması için yeni bir sistem tasarlanmalı.

Mehmet Amca'nın verdiği ilhamla bir toplama-dağıtma merkezi kurularak AŞ paylAŞmak bir sosyal girişim haline getirilebilir.

Genç girişimciler tarafından app (mobil telefon ve internet uygulaması) geliştirilerek toplanan ve paylaşılan AŞ'a herkes destek olabilir.

ARTI BİR PORSİYON DAHA!
Lokantada yemek siparişi verirken bir porsiyon da paylAŞmak için söyleyin! Yarısı işletmeden yarısı sizden karşılansın, ihtiyaç sahiplerine ulaştırılsın.

Lokanta, fırın, pastane, manav, otel, gibi işletmelerden toplanan yiyecekler, bir merkezde ikiye ayrılabilir. Tüketmeye hazır olanlar paylAŞmak üzere sokak sokak dağıtılır.

Toplanan diğer malzemeler değerlendirilerek BİRLİKTE PİŞİR! Etkinliği ile yepyeni yemeklere dönüştürülür.
Kalan atıklar ise kompost yapılarak doğadaki döngüsünde yerini bulur.

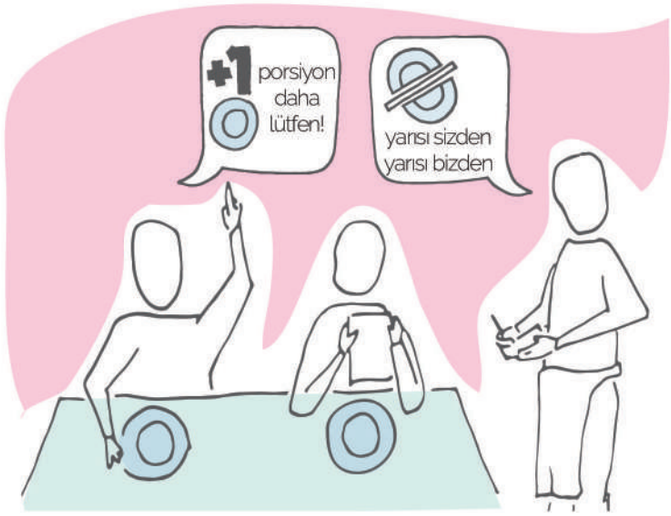
Gün sonunda işletmelerden fazla kalan yiyecekleri, paylAŞmak istedikleri ürünleri toplanır.

Toplama merkezinde tüketime hazır olan yiyecekler diğerlerinden ayrılır.

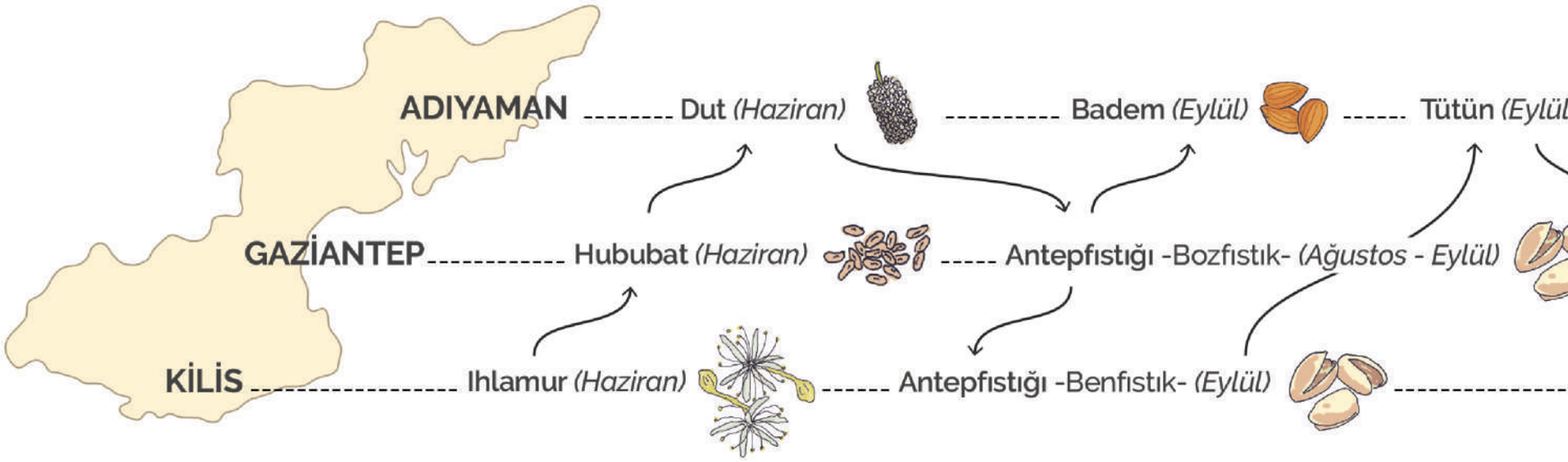
PaylAŞ

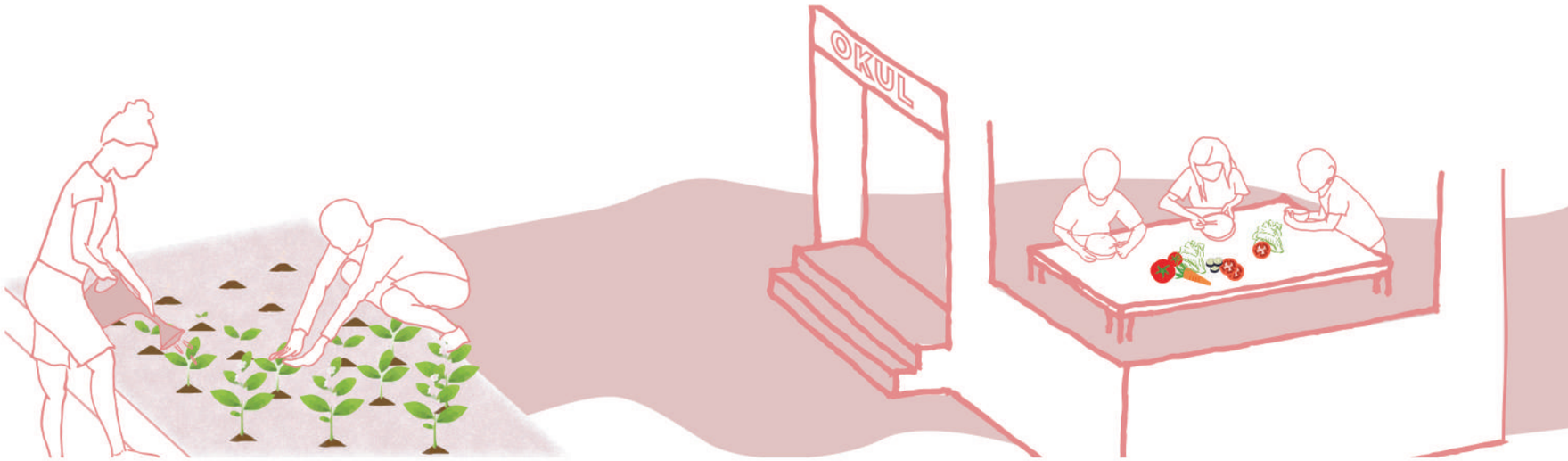
paylAŞ

app



atıklar komposta ...
KOMPOST
Artıklar, karton kutular, sebze meyve kabukları, yapraklar vs kompost yapımında kullanılır.
MALZEME
Değerlendirilebilecek malzemeler çürüyenlerden ayrıştırılarak yepyeni yemeklere dönüştürülür.
malzemeler birlikte pişir etkinliğine ...
BİRLİKTE PİŞİR
BİRLİKTE YE!
Birlikte pişirilen yemekler Birlikte Ye etkinliklerinde mahalle sofralarında yerini alabilir.
Diğer zamanlarda ise dağıtım ağına gönderilebilir.
YEMEK
Tüketime hazır olan yiyecekler paketlenerek dağıtım ağına gönderilir.
... dağıtıma ...
paketlenenler dağıtıma...
topla . dağıt . paylAŞ
+1 PORSİYON DAHA!
İşletmeler uygulama sayesinde müşterilerini de paylAŞıma dahil ederler.
DAĞITIM
paylAŞılan yemekler Mehmet Amca'nın başlattığı dağıtım ağındaki sofralara ulaştırılır.



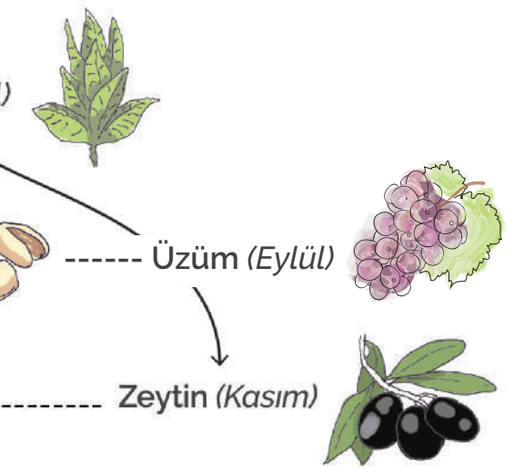


Derdini paylAŞ!

Yuvalama Yapan Kadınlar

Deneyim ve Yenilik paylAŞ!

Alaylı Ustalar ile Okullu Şefler bir arada!



ETKİNLİK
paylAŞ Hasat Rotası

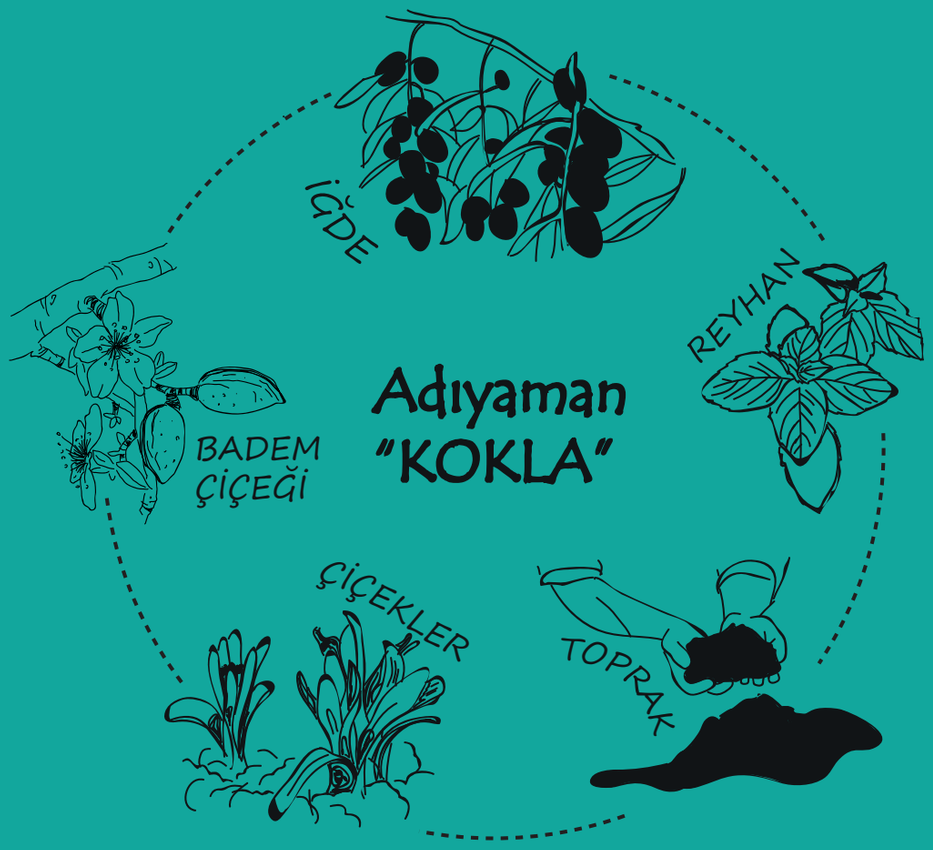
Hasat zamanlarına göre etkinlikler dizisi oluşturulabilir.
Bir app (mobil telefon ve internet uygulaması) ya da internet sitesi aracılığıyla bu etkinlikler için duyurular ve başvurular yapılabilir. Gönüllü ve meraklı olan kişiler, kendilerine uygun olan zaman aralığındaki ürünün hasadına katılarak deneyim ve farkındalık kazanır, bölgeyi tanır.

TANI, YETİŞTİR
paylAŞ Okul Bostanları

Çocuklarla sebze, baharat ve otlar tanıştırılarak okul bahçelerinde ekim yapacakları bir bölüm sağlanabilir. Yetişen ürünler etkinlik ya da beslenme saatlerinde birlikte hazırladıkları salata ve yemeklere dönüşür. Böylece öğrenciler sağlıklı gıda ve beslenme ile ilgili farkındalık kazanmalarının yanında, sorumluluk almayı, birlikte üretmeyi ve bölgelerinde yetişen ürünleri öğrenmiş olurlar.

DENEYİM ve YENİLİK
paylAŞ Alaylı Ustalar Okullu Şefler

Ustaların ve annelerin kıymetli birikimlerinin ve deneyimlerinin aktarımı için açık mutfakta eğitim programları düzenlenebilir.
Mutfak okullarıyla staj programı anlaşmaları, bölgedeki şeflerle eğitim programları yapılabilir. Aynı zamanda bu sayede, gıda üreticilerinin küresel düzeyde yarışabilir hale gelmesi için yeni hizmetler oluşturulmasına olanak sağlanabilir. Alaylı Ustalar ile Okullu Şefler bir araya gelerek etkileşim içerisinde yeni menüler hazırlayabilirler.


İĞDE
REYHAN
Adıyaman
"KOKLA"
BADEM
ÇİÇEĞİ
ÇİÇEKLER
TOPRAK

09 Standart, Eğitim, Sertifikasyon

Standart, Eğitim ve Sertifikasyon Oluşturmada Yeni Sistemleri Nasıl Kurarız ?

Neden
STANDART, EĞİTİM, SERTİFİKASYON?

Turizm bölgelerinin kalitesi bütün ürün ve hizmetlerin ziyaretçilerin ihtiyaçlarını, güvenlik, hijyen, erişilebilirlik, iletişim, altyapı, sosyal donatı ve hizmetler belirli standartlar çerçevesinde karşılanmalı ve eğitim programları başlatılmalı, farklı ürünler ve hizmetler için sertifikasyon verilmeli.

PROGRAMLAR
Ne Olmalı?

Hizmet Kalitesi sunum, servis, hijyen başta olmak üzere yörenin tarihi ve kültürel değerlerini tanıtan bilgilendirici konuları da kapsamalı. Eğitim programı üniversitelerle işbirliği içinde hazırlanmalı.

Usta - Şef Eğitim Programları aşçılık mesleğinin itibar kazanması, gıda girişimlerinin desteklenmesi, sektörel işbirlikleri ar-ge, eğitim destekleri gibi amaçlara yönelik eğitimler düzenlenmeli.

Kimler DERS Vermeli?

Başarılı Şefler, Bilinçli Üreticiler, Bilinçli Tüketiciler, Üniversiteler

SERTİFİKASYON SİSTEMİ
Nasıl Çalışır?

Gastronomi turizmi sektöründe çalışmakta olan işletmeler, hizmet ettikleri konuya özel olarak standartlarını iyileştirerek sertifika başvuru dosyalarını hazırlar, bağımsız denetleyiciler tarafından denetlenir ve sertifika almaya hak kazanır.

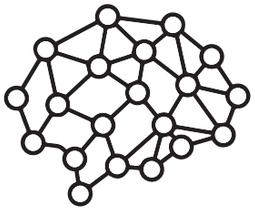
01. Standartlar

Standartlar

Yemek, Mutfak, Hijyen, Hizmet-Sunum, Pazarlama, Ürün Geliştirme

Beceriler

Problem Çözme, Birlikte Çalışma, İletişim, Kültürel Bilinç vb.

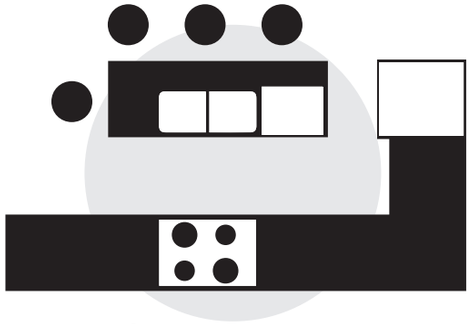


02. Eğitim

Yerinde ve Uygulamalı Eğitim Modeli

Eğitim Kiti

Standartlar & Beceriler



Mutfak Akademisi

Yerinde Eğitim & Deneyim

Eğitim ve Deneyim Mutfağı
Üniversite Staj Programı
Usta - Şef Eğitim Programları

03. Sertifikasyon

Yeterlilik Belgesi
Kalifiye Personel &
Potansiyel Eğitmen

Açık & Online Eğitim Programı
Değişim Programı
Sertifikasyon Sistemi

Mutfakta Pişenler

Ustadan El Al,
Talep Edene El Ver

Ya Sonra?
Sektörel Buluşmalar
Sosyal Ağlar
Tematik İşbirlikleri
Festivaller
Bölgesel Etkinlikler
Sosyal Projeler

Gastronomi turizmi **deneyim odaklıdır**. Bu nedenle **yaratıcılık, orijinallik, özen, benzersizlik ve duyulara hitap** edilmesi çok önemlidir. Özellikle gastronomi turizminde son yıllarda ziyaretçi beklentileri giderek yükseldi ve özelleşti. Ziyaretçiler, **benzersiz, unutulmaz ve anlamlı deneyimler** yaşamak ister. Bu nedenle gastronomi turizminin farklı alanlarında **hizmet kalitesinde** belirli standartların yakalanması zorunluluk haline gelmiştir.

Dünya genelinde hizmet standartlarının yakalanması için üç ana kategoride çalışmaların yapılması önerilmektedir:

01. Eğitim, araştırma, işbirliği

Gastronomi turizmi değer zinciri içindeki tüm sektörlerde insan kaynaklarının iyileştirilmesine yönelik eğitimin yaygınlaştırılması ve sürekli hale getirilmesi, güncel bilgi ve teknolojilerin düzenli adaptasyonu ve hizmet becerilerinin geliştirilmesi

02. Tanıtım, miras, pazarlama

Yöresel yemeklerin ve bu yemek kültürüyle birlikte oluşmuş olan somut ve soyut diğer mirasların ve ürünlerin korunması, yeni trendler ve yaklaşımlar doğrultusunda tanıtılması, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi, kamuoyunun bilinçlendirilmesi

03. Standartlar, sertifika sistemleri

Ziyaretçi memnuniyetini arttırmak üzere hizmet standartlarının geliştirilmesi, değerlendirme yöntemlerinin oluşturulması ve değer zincirinin tamamı için sertifikasyon sistemlerinin kurulması

Eğitim

Gastronomi turizminde güçlü bir bölgesel gelişme sağlanması için araştırma ve eğitim en temel unsurlardandır. Araştırma, **kalite garanti programları geliştirilmesi, performans kriterlerinin oluşturulması, yenilikçi pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi ve yemek kalitesinin ve çeşitliliğinin geliştirilmesi** için önemlidir. Araştırma programları yalnızca okullar ve kamu kurumları tarafından değil aynı zamanda işletmelerin de gündeminde olmalıdır.

İnsan sermayesinin geliştirilmesi, müşteri memnuniyetinin sağlanması ve sektörün artı değerinin yükseltilmesi için en temel unsurdur ve araştırma süreçleri ile doğrudan ilişkilidir. Özel kurumlar, girişimciler, kamu sektörü, üniversiteler ve atölyelerin eğitim alanında ana aktörler olarak yer alması beklenir.

Standartlar

Bölge genelinde hizmet düzeylerinin genel standartların üzerinde olması, tutarlılık göstermesi ve üst düzey hizmet sunumu için dünya standartları ile kıyaslama yapmayı sağlayacak bir yönetim aracı geliştirilmelidir. Bu kapsamda, sertifika sistemleri gastronomi turizmi değer zincirinin tamamında yer alan özel ve kamu işletme ve organizasyonlarında kalite yönetimini sağlamak amacıyla geliştirilmektedir.

Sertifikasyon

Gastronomi turizmi sektöründe çalışmakta olan işletmeler, hizmet ettikleri konuya özel olarak standartlarını iyileştirerek sertifika başvuru dosyalarını hazırlamalı, bağımsız denetleyiciler tarafından denetlenmeli ve sertifika almaya hak kazanmalıdır. Böyle bir kalite standardı, bölgenin tamamında tutarlı ve üst düzey hizmet kalitesi sağlanmasını garanti altına alacak ve bölgenin tanıtım ve marka değerini de yükseltecektir.

Sertifikasyona konu olacak kalite standartları yemek, mutfak, hizmet sunumu, hijyen, pazarlama ve ürün geliştirme konularında olmalıdır.

Sertifikaların alınmasından sonra izleme, değerlendirme ve sürekli iyileştirmenin sağlanması önemlidir. Bu şekilde hizmet kalitesi standartları sürdürülebilir olacaktır. Bu nedenle

- İşletmelerde düzenli kalite kontrol yapılması
- Doğru ve sürekli bilgi paylaşımı
- Standartların güncellenmesi
- Kullanıcı değerlendirme sistemlerinin geliştirilmesi
- Ödül ve açık değerlendirme sistemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Mesleki Yeterlilik Belgesi

Gastronomi hizmet sektöründe çalışanlara ve işletmecilere servis, sunum, hijyen, yönetim, pazarlama gibi temel beceriler ile problem çözme, birlikte çalışma, iletişim, kültürel bilinç gibi sosyal beceriler konularında eğitim verilmesi için programlar oluşturulmalı, bu programlar bölgesel bir ağ tarafından denetlenmelidir. Programlar yeterlilik belgeleri sınıflandırılması yapılarak tematik bazda oluşturulmalı, minimum seviyedeki yeterlilik belgesi işletmeler için zorunlu hale getirilmelidir.

Okullar

Yemek, aşçılık ve turizm okullarının kalitesinin iyileştirilmesinin yanısıra, bölgedeki mevcut örgün eğitim kurumlarında gastronomi turizminin bileşenleri ile ilgili seçmeli dersler açılmalıdır. Açık ve online eğitim olanakları geliştirilmeli ve uluslararası eğitim kurumlarıyla değişim programları oluşturulmalıdır. Teknolojik ve toplumsal yenilikler takip edilmeli, müfredat yeni koşullara uyarlanmalıdır. Bölge genelinde staj programları, okul ve işletmeler arasında köprü oluşturularak geliştirilmelidir.

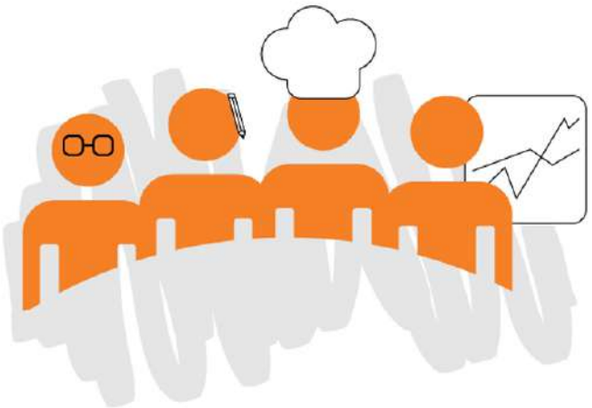
Yeni Alet Çantası Eğitim Kiti

Dünya genelinde sosyal etkiye duyarlı turizm yaklaşımları, çeşitliliğe duyarlı ve birleştirici tanıtım ve pazarlama teknikleri, ekolojik ürünler, sağlıklı beslenme, tarımsal üretimin kalitesi ve yöre insanı ile ziyaretçilerin etkileşimine yönelik iyi uygulamalar ve eğitim programlarına ilişkin kitler oluşturulmalı, online ortamlarda değer zincirinin tüm aktörlerinin erişimine açılmalıdır.

Girişim Ekosistemi

Öğrenmenin temel unsurlarından biri de sosyal ağlar ve işbirliği olanaklarının geliştirilmesidir. Kongre, fuar gibi etkinlikler, web siteleri, haber bültenleri, bilgiye erişim olanaklarının arttırılması ve sektörün tüm bileşenlerinin birbiri ile iletişim halinde olması, bilginin paylaşımını ve yeniliklerin takibini kolaylaştıracak, standartların yükselmesini destekleyecektir.

Sektörde yeni işletmelerin desteklenmesi için girişim destekleri sağlanmalıdır. Girişimci bir ekosistemin oluşturulması için genç yenilikçi şirketlerle (startup) birlikte, büyük şirketler, risk sermayesi yatırımcıları, üniversiteler ve sivil ve kamusal kurumlar biraraya getirilmelidir. Tematik ve çözüm odaklı işbirlikleri bölgesel ölçekte standartların yükseltilmesi için gereklidir.



01

Yemek
Standartları

02

Mutfak
Standartları

03

Hijyen
Standartları

04

Sunum
Standartları

05

Pazarlama
Standartları

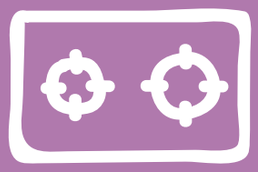
06

Ürün Geliştirme
Standartları

Yemek Standartları

Yemek kalitesi standartları gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biridir. Yemek hizmetinin kalitesinin ölçülebilmesi için yöneticilerin ve gıda güvenliği uzmanları tarafından kullanılırlar.

Gıda güvenliği
Gıda kalitesi/tazelik
Besin değeri
Görünüm/sunum
Porsiyon büyüklüğü
Süreklilik/tutarlılık
Tat
Doku
Uygunluk
Kullanım kolaylığı
Paketleme
Depolama
Fiyatlandırma



Mutfak Standartları

Yemek kadar yemeğin yapıldığı yer de belirli standartlara uymalıdır. Bu yalnızca sağlık, güvenlik ve kolaylık açısından değil, aynı zamanda yemeğe verilen değerin de bir göstergesi olması açısından önemlidir.

Mekân
Sağlamlık
Sağlık ve güvenlik mevzuatına uyumluluk
Zemin güvenliği ve hijyen
Açık renk duvarlar
Temiz bakımlı duvarlar
Malzeme
Temizlemesi kolay
Pürüzsüz, hijyenik, emici olmayan, zehirli olmayan yüzeyler
İş kazaları için gerekli önlemler
Yuvarlak köşeler
Temizlemesi kolay mutfaklar
Tasarım
İş akışının kolay gerçekleşmesi
Kirlenme riskinin azaltılması
Malzemeye ulaşım kolaylığı
Atık
Geri dönüşüm ve gıda yardımı amacıyla atık ayrıştırması

Hijyen Standartları

Hijyen standartları yeme-içme tesislerinde en belirleyici konulardan biridir. Tesisler müşterilerin sağlığını koruma zorunluluğu taşırlar, bu nedenle hijyen konusundaki temel standartlara uyulmak zorundadır.

Personel hijyeni
Günlük duş alınması
Tırnak temizliği
Saç ve görünüşte özen
Üniforma/giysi temizliği
Ellerin temizliği
Temel hijyen
Yemek salonu
Mutfak
Tuvaletler
Ofis
Mobilyalar
Yemek hazırlanan ortam
Düzenli çöp atma
Bulaşık
Servis hijyeni
Tabak, tepsi, bardak ve çatal-bıçak temizliği
Hijyenik depolama alanları
Parmak izi bırakmadan taşıma
Dökmeden ve düşürmeden taşıma

Sunum Standartları

Hizmet standartları yemek kalitesi kadar önemlidir. Hizmet standartları, işletmenin türüne, üslubuna, tarzına, temasına, ambiyansına, sunum yöntemine ve görev dağılımına göre değişse de genel bir standart bölge genelinde korunmalıdır.

Ücret karşılığının hizmet kalitesiyle uyumu
Esneklik ve seçenekli ürünler
Konuklarla profesyonel etkileşim
Müşteri öncelikli tutum
Müşteri öncelikli sistemler ve süreçler
Etkili sorun çözümü
Hizmette mükemmellik odaklılık
Personel hiyerarşisinde yapıcı eleştiri

Pazarlama Standartları

Pazarlama dili ve kimlik unsurları, bölgedeki işletmeler tarafından benimsenmeli ve uyumlu olmalı ve farklı platformlardan yapılmalıdır.

Mesajlardaki tutarlılık
Doğru ve erişilebilir bilgi
Düzenli güncelleme
Değişen müşteri ihtiyaçlarına yönelik düzenli araştırma
Dürüst ve gerçek bilgilendirme
Dışlayıcı olmayan pazarlama

Ürün Geliştirme Standartları

Bölgedeki kurum ve işletmelerin yeni ürünler ve hizmetler geliştirmesi teşvik edilmelidir. Ancak bu ürünler ve hizmetlerin güvenilirlik, açıklık ve erişilebilirlik açısından belirli standartları olması gerekir.

Kullanıcıya gerekli yönlendirmeyi yapmalı
Kabul edilebilir kalitede olmalı
Esnek ve çeşitli ürün ve hizmetler yer almalı
Yeterli tesis bulunmalı
Adil ücret politikası yürütülmeli
Yeterli güvenlik ve güvenilirlik sağlanmalı
Bilgi yönetimi yapılmalı
Ekolojik ürünlere öncelik tanınmalı
Ürünlere toplumun tüm kesimleri tarafından erişilebilmeli

KEKİK
BAHARATLAR
Kilis
"KOKLA"
PEKMEZ
ZAHTER
ZEYTİNYAĞI

10 Yeni Nesil Girişim

Yeni Nesil Ekonomiler Bölgesel Kalkınmanın Yenilikçi Gücü Nasıl Olur?

Neden Moleküler Gastronomi?

Moleküler gastronomi geleneksel mutfağın bilimle buluştuğu bir akımdır. Bu süreçte, geleneksel malzeme ve pişirme teknikleri incelenir ve bilimsel yolla tohum iyileştirme, gıdaların değişimi, yeni menülerin hazırlanması, yeni üretim yöntemleri, pişirme ve sunum teknikleri geliştirilir.

Nasıl Geliştirilir?

Gıda üreticilerinin küresel düzeyde yarışabilir hale gelmesi ve yeni tarifler ve hizmetler oluşturmasına olanak sağlayacak ortamlar ve girişimciler desteklenmeli.

Gıda Endüstrisi Organize Hale Gelir mi?

Sanayi üretiminde model oluşturan ve lider kent rolü üstlenen Gaziantep dondurulmuş gıda, tıbbi medikal gastronomi, tıbbi gıda (vitaminler), alternatif tıp vb. benzer konularda yenilikçi ve yaratıcı ürünleri üreten sanayi kapasite oluşturabilir.

Gastro OSB'de **Neler** Olmalı?

Yenilik ve İnovasyon (Kuluçka Merkezi), Atık Gıda Endüstrisi, Gıda Girişimciliği

Gastro Fon Kurulmalı

Sosyal etki yatırımı yapanlar, yenilikçi program ve proje geliştirenler, yerel ve doğal ürünleri üretenler, dağıtım ve servis yapanlar ile gelişmiş ve gelecek pazara yatırım yapanlar fonlanmalı.

Gıda Kuluçka Merkezi Tasarlanmalı

Üretim, dağıtım ve tüketim alanlarını kapsayan yenilikçi ve yaratıcı fikirlerin geliştirilmesi için yeni nesil girişimcilerin etkileşim içinde olacakları ortamlar tasarlanmalı.

Gıda Endüstrisinde Yenilik

Moleküler Mutfak

Moleküler Gastronomi, yemeklerin, hazırlanırken yaşadığı fiziksel ve kimyasal süreci takip eden bir yemek bilimi dalıdır.

Moleküler mutfak ise moleküler gastronomiden faydalanarak yemek yapan şeflerin işidir.

Moleküler Mutfak gıdanın yenilikçi yöntemlerle hazırlanması, yemek tasarımı, sunumu, paketlenmesi, markalaşması hatta hikayesinin anlatılması gibi konuları kapsar.

Yerel mutfak kültürünün, global pazara ulaşması ve istihdam yaratılması için fırsatlar sunar.

Sağlık İçin Yemek

Gıdaların iyileştirici ve gençleştirici gücü

Sağlıklı beslenme, gıdanın iyileştiren ve gençleştiren yanını keşif önümüzdeki yıllarda hızını artırarak devam edecek. Ketojenik, şekersiz, vegan, vejetaryen ve pesketaryen beslenenler artarken sağlık takviyesi olarak kullanılan gıdaların üretimi de artıyor. Dondurulmuş sağlıklı gıda, tıbbi medikal gastronomi, tıbbi gıda (vitaminler), alternatif tıp vb. konularda yenilikçi ve yaratıcı ürünleri üreten sanayi kapasitesi oluşturabilir.

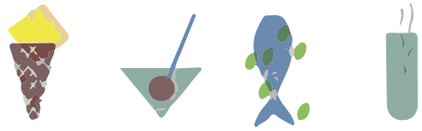
Yemek Tasarımı

"Yemek tasarımı inovasyon, ürün veya yemek yeme konusunda oluşturulan sistemlerin, yemek üretiminin, temini, saklanması, hazırlanması, tüketiciye ulaştırılması, sunumu, tüketimi ve yok olmasını kapsayan süreçlerin tamamına denmektedir."

Yemek tasarımı yapılırken yiyecek, toplum, çevre ve teknoloji eksenlerinde tasarım kurgusu yapılmalıdır.

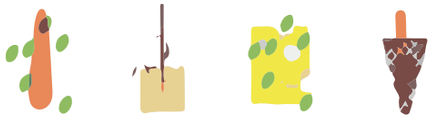
Yemek
Tasarımı

gıda kaynakları
gıda takviyesi
duyusal algı
ticari kullanım
üretim
dağıtım
pişirme
tüketim
kültür
güvenlik
alerjiler



toplumsal sınıf ticari
olan/olmayan
cinsiyet
inançlar
alışkanlıklar
ihtiyaçlar
etik kurallar
sağlık
eğitim
aile
iletişim

hayvanlar
bitkiler
biyoçeşitlilik
nüfus artışı
ormansızlaşma
hava kirliliği
su kirliliği
toprak kirliliği
iklim değişikliği
doğal kaynaklar
atık yönetimi

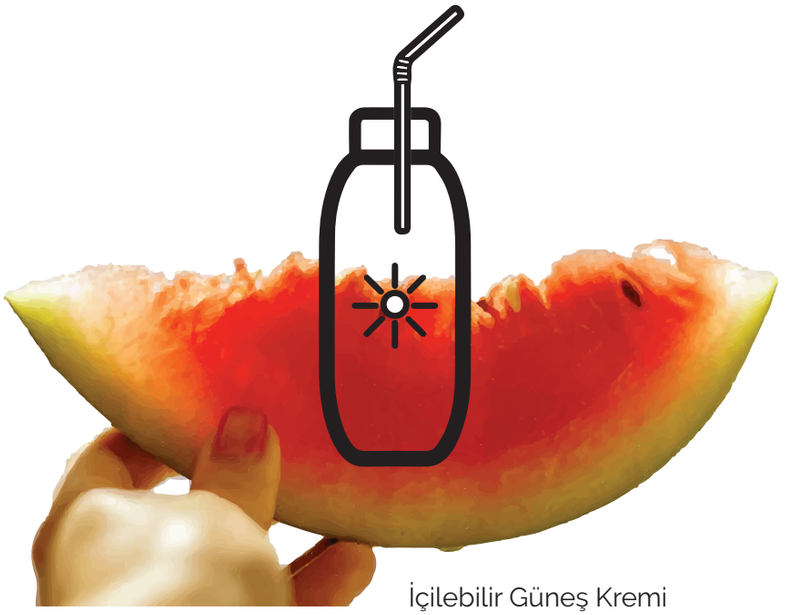


malzeme
iletişim
yazılım/donanım
nanoteknoloji
imalat
ulaşım
üretim
enerji

Francesca Zampollo,
Online School Of Food Design

Yenilikçi Ürünler

Bilim insanları, tasarımcılar, gıda mühendisleri, gıdanın alternatif alanlarda kullanımları hakkında arge çalışmaları yapıyorlar. Yenilikçi ürünler, teknoloji, sanayi, tarımsal üretim, mühendislik gibi sektörlerde istihdam yaratıyor, yenilikçi ekonomiler güçleniyor.



İçilebilir Güneş Kremi

Çevreci Paketler

Birçok insan artık aldığı yiyeceklerin gereksiz büyüklükteki plastik kutularda olmasından rahatsız oluyor. Butik işletmeler kadar birçok büyük zincir marka da artık gereksiz poşet ve paket kullanımını azaltırken çevre dostu paketleme ürünlerine yöneliyor.

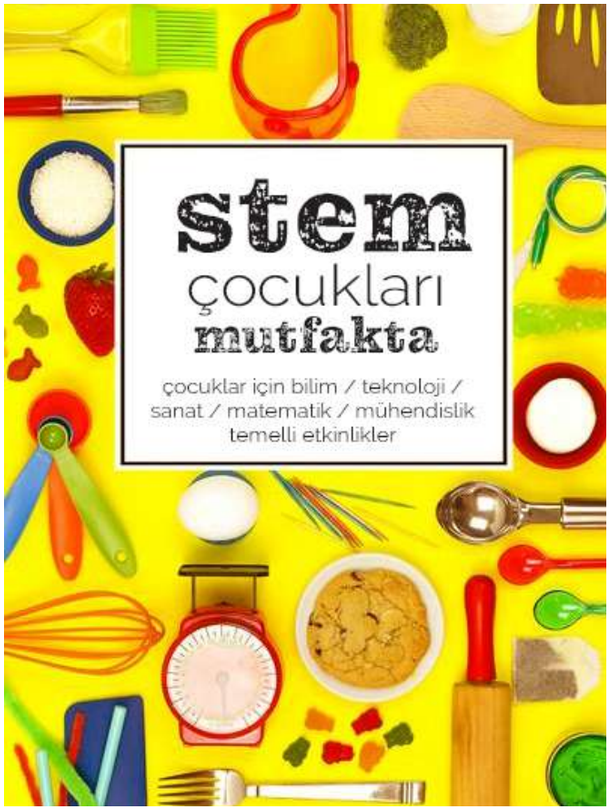
Yeni Nesil Mutfakta

STEM eğitimi fen (science), teknoloji (technology), mühendislik (engineering) ve matematik (mathematics) gibi dört önemli disiplinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir öğretim modelidir.

Günlük yaşamda problemlerle başa çıkmanın da bir matematiği olduğunu anlatıp, farklı düşünmelerini ve çeşitli süreçlere yeni çözümler arama kabiliyetlerini artırmalarını sağlar. Okul öncesi çağdan lisansüstü öğrenim çağına kadar uygulanabilecek olan yaklaşım, mutfağı bilim, teknoloji, mühendislik, sanat ve matematik etkinlikleri ile buluşturarak yeni neslin, deneyler aracılığıyla mutfak ile bağlantı kurmasını sağlar.

bir şef gibi yemek yaparken bir
bilim insanı gibi soru sor,
teknoloji uzmanı gibi tasarla,
mühendis gibi inşa et,
bir sanatçı gibi yarat,
bir matematikçi gibi sonuç çıkar,

ve en önemlisi
bir çocuk gibi oyna!



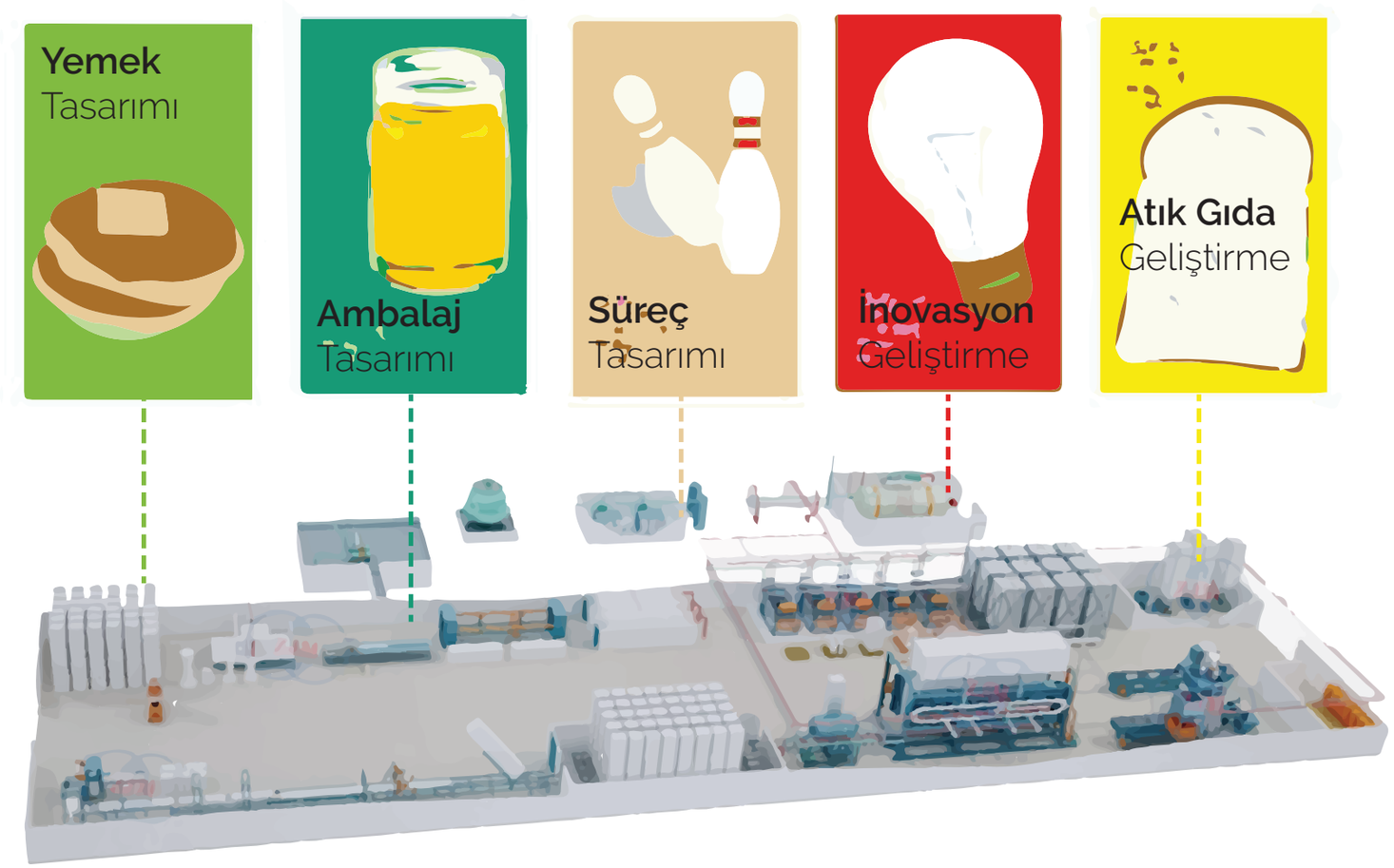
Organize Gıda Endüstrisi

Gastro OSB

Teknoloji ve bilgi odaklı gıda şirketlerinin bir arada yer alacağı Gastro OSB

- **Teknolojik yeniliklerle** gıda sektörünü geliştirmeyi,
- Gıda, mühendislik, tasarım, tarım sektörlerinde **yenilik ve katma değeri** yükseltmeyi,
- **Ortak yönetim** mekanizması ile rekabeti önlemeyi,
- Sektör paydaşları arasında **sinerji ve ölçek ekonomisi** yaratmayı,
- Yenilikçi yöntemler, deneyimler ve süreçlerin paylaşıldığı bir **ortaklık ekonomisi** yaratmayı amaçlar.

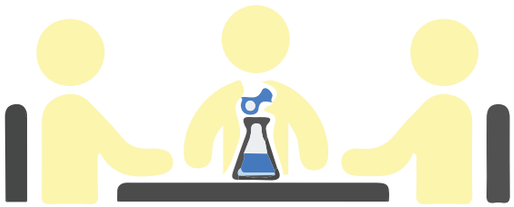
Yenilik ve İnovasyon (Kuluçka Merkezi)
Atık Gıda Endüstrisi
Gıda Girişimciliği Merkezi



Gastro Fon

Nasıl bir fon?

Gastronomi kültürü ve turizminin geliştirilmesine yönelik belirlenen konularda, yerel ve küresel ölçekte, sosyal ve çevresel olumlu etki yaratacak projeler ve girişimcilere hibe, mikro-finansman, kredi, ortaklık, kitle kaynağı gibi desteklerin sağlanması için uluslararası kuruluşlar, merkezi hükümet, bölgesel birlikler, finansal kurumlar, melek yatırımcılar ve özel sektör tarafından sağlanan kaynaklarla oluşturulacak ortak fon sistemi.

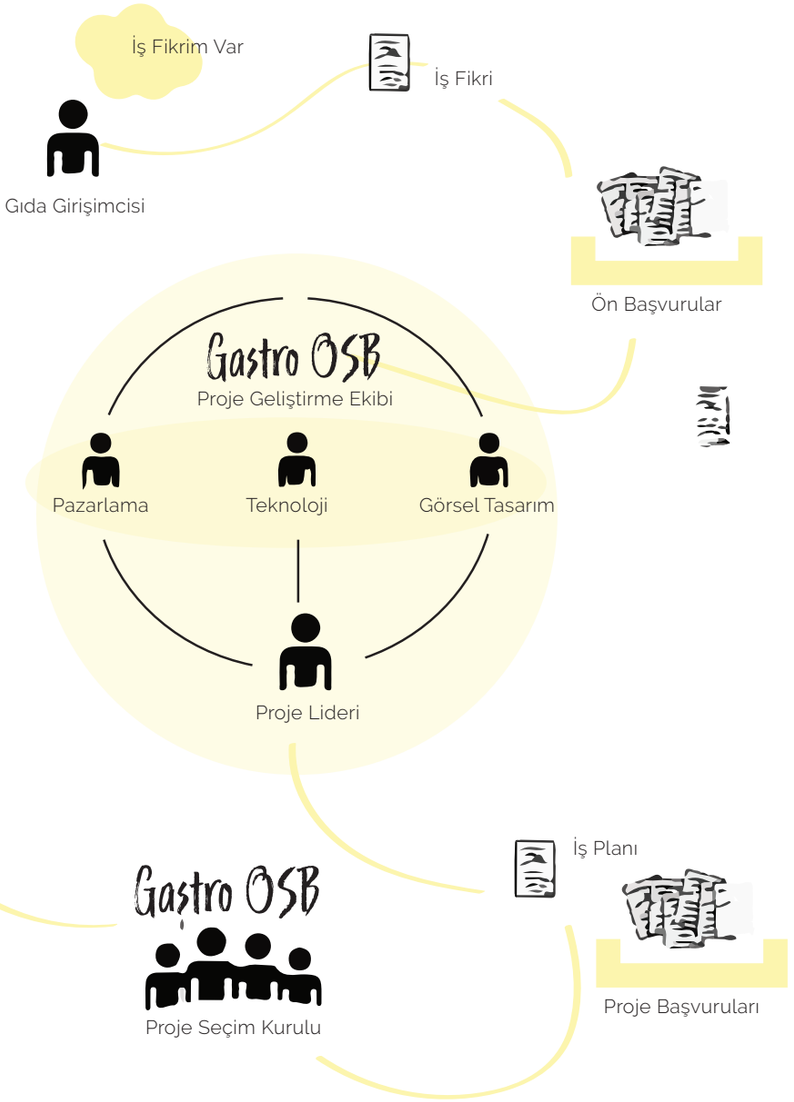


Ortak Proje fonu
Yeni Nesil Destek fonu
Sıfır Atık fonu
Gıda Girişimciliği fonu

Kimler FONlanmalı?

Sosyal etki girişimi yapanlar, yenilikçi program ve proje geliştirenler, yerel ve doğal ürünleri üreten, dağıtan ve servis yapanlar ile gelişmekte ve gelişmiş pazara yatırım yapanlar fonlanmalı.

Mutfak kültürünü yaşatma ve geliştirme, sektörler arası sinerjiyi arttırma, sektörü destekleyici yeni ürün geliştirme, çevreye duyarlı üretim ve paketleme hizmetlerini destekleme gibi amaçları olan, gastronomi turizminde sosyal etki yaratmak isteyen yeni girişimciler, mevcut işletmeler ile STK'lar



Yeni nesil gastronomi turizmi ve hizmet kalitesi standartlarına ilişkin "sosyal etki kriterleri" yöntemi ve puanlama sistemi belirlenir. Girişimciler bu kriterlere uygun proje veya iş fikirlerini, finansman olanakları, zaman planı ve organizasyon yapısını içerecek bir iş planına dönüştürür. Girişimci iş fikrini gastroFon'a sunar. Bu fikir için uygun finansman olanakları araştırılır. Destekçi ile girişimcinin buluşması sağlanır.

BAKIR

F ÜRÜN TASARIMLARI

Ürün 01: Alışveriş Torbası

Kod: 01-1

Kod: 01-2

Kod: 01-3

Kod: 01-4

Ürün 02: Alışveriş Çantası

Kod: 02-1

Kod: 02-2

Kod: 02-3

Kod: 02-4
(Çanta & Torba)

Ürün 02: Alışveriş Çantası

Kod: 02-5

Kod: 02-6

Kod: 02-7

Kod: 02-8

Ürün 03: Torba

Kod: 03-1

Ürün 04: Kutu

Kod: 04-1

Ürün 05: Antep Fıstığı

Kod: 05-1

Ürün 06: Baharat

Kod: 06-1

Ürün 06: Baharat

Kod: 06-2

Ürün 06: Baharat

Kod: 06-3

Ürün 06: Baharat

Kod: 06-4

Ürün 06: Baharat

Kod: 06-5

Ürün 07: Mutfak Önlüğü

Kod: 07-1

Kod: 07-2

Kod: 07-3

Ürün 08: Yaka İğnesi

GAZİANTEP

Kod: 08-1

ADIYAMAN

Kod: 08-2

KİLİS

Kod: 08-3

Ürün 09: Bardak

Kod: 09-1 .....

Kod: 09-2 .....

Kod: 09-3 .....

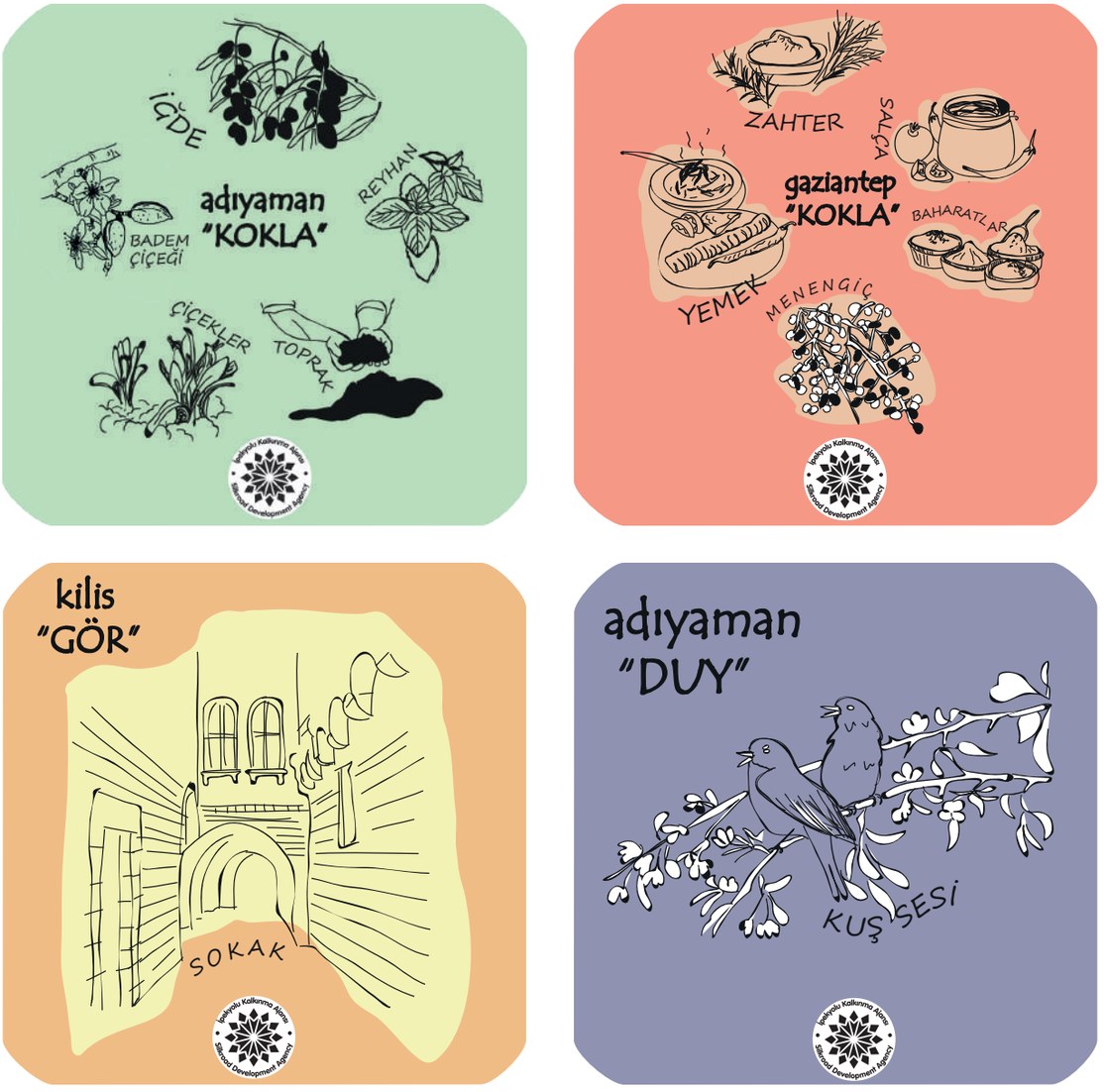
Kod: 09-4 .....

Kod: 09-5 .....

Ürün 10: Bardak Altlığı

Kod: 10-1

Ürün 10: Bardak Altlığı



Kod: 10-2

Ürün 10: Bardak Altlığı

Kod: 10-3

Ürün 11: Gastronomi Kartları

Kod: **11-1**

Ürün 12: Tabure

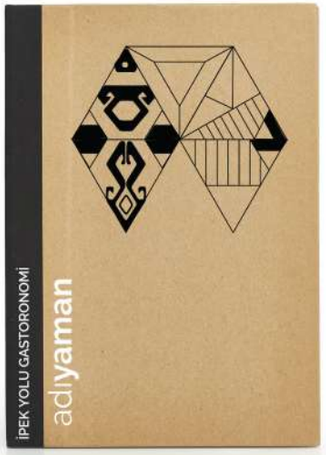
Kod: 12-1

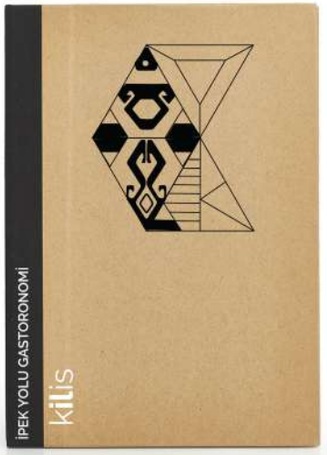
Ürün 13: Kutnu Kumaşı / Mendil & Çanta

Kod: 13-1

Kod: 13-2

Ürün 14: Defter





Kod: 14-1

Kod: 14-2

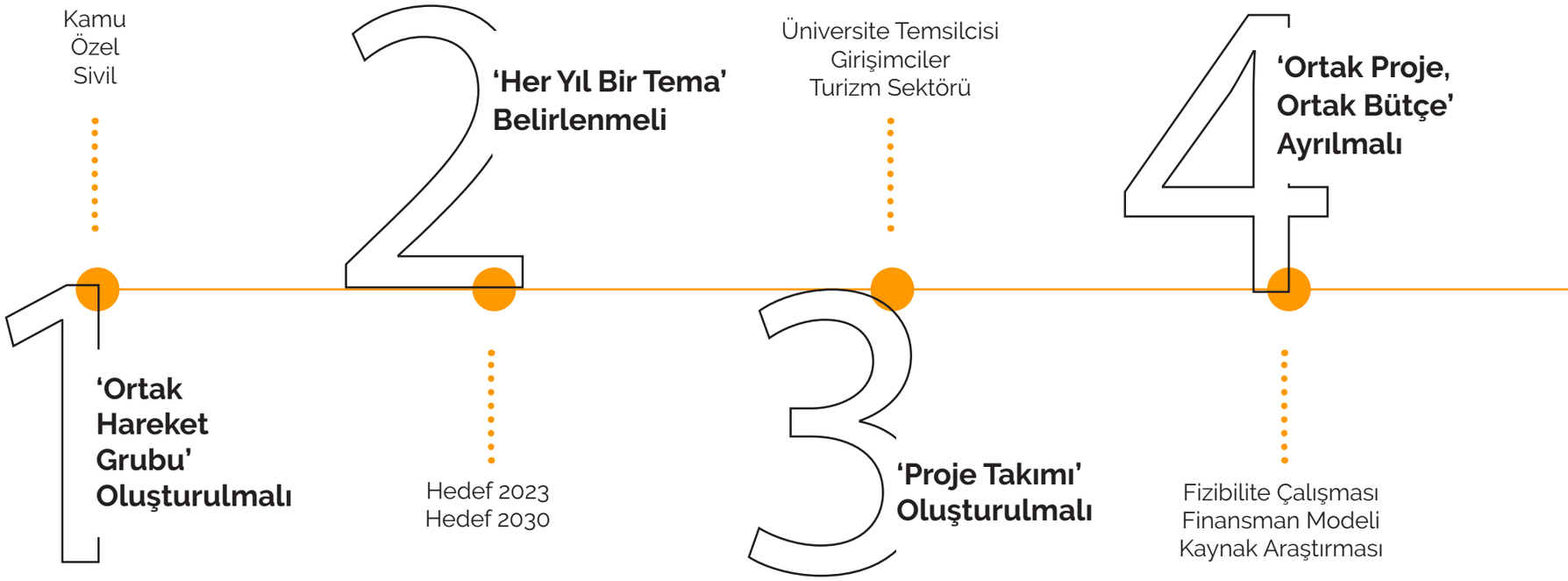
SONSÖZ

ORTAK HAREKETE ÇAĞRI

Gastronomi Turizm Strateji Planı (GTSP) gastronominin yalnızca yeme-içme ile tarih-kültür ilişkisi çerçevesinde ele alınmasından ziyade çok kapsamlı ve boyutlu değerlendirilmesi yönünde stratejiler ve eylemler bütünü ortaya koymakta.

Yeni nesil, sosyal, döngüsel, moleküler gastronomi ile gıda girişimciliği vb. gibi planın kavramsal çerçevesinde detaylıca ele alınan konular, gastronominin hem bilimsel hem de ekonomik ve sosyal boyutlarının önemini ve gelecek için yaratacağı etkileri önemli kılmakta.

Değişime açık, yenilik yaratan, özellikle yeni nesli içine alan GTSP, ilgili paydaşlarla tartışılmalı ve özellikle 'Eylemsel Çerçeve'de sunulan 55 proje önerisi kamu, özel ve sivil toplum örgütleri temsilcileri ile 2023 hedefleri için öncelikler belirlenmeli.



2023 Eylem Planı kapsamında önerilen projeler 'her yıl bir tema'

2019 Ortak HAREKET
2020 BÖLGESEL Gastronomi
2021 SOSYAL Gastronomi
2022 Yeni NESİL
2023 YENİ(den) Hedefler olarak belirlenmiştir.

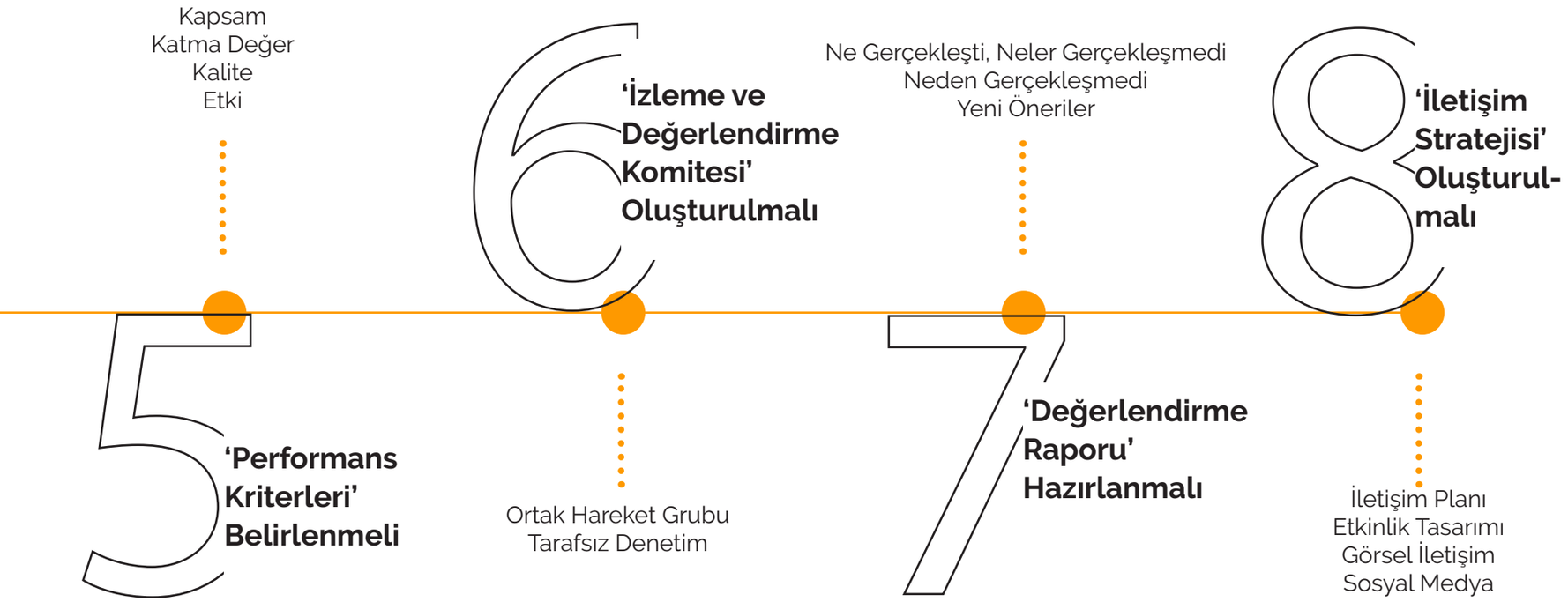
Birleşmiş Milletler, 17 adet Sürdürülebilir Küresel Kalkınma Hedeflerinin 6 adedinin, bu planın öncelikleri ile uyumlu olması, planın küresel ölçekte de önemini ortaya koymakta. Ayrıca planın, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın üretim, sanayi, teknoloji ve istihdam hedeflerini de içermesi ulusal ölçekte uygulanabilirliğini artırmakta.

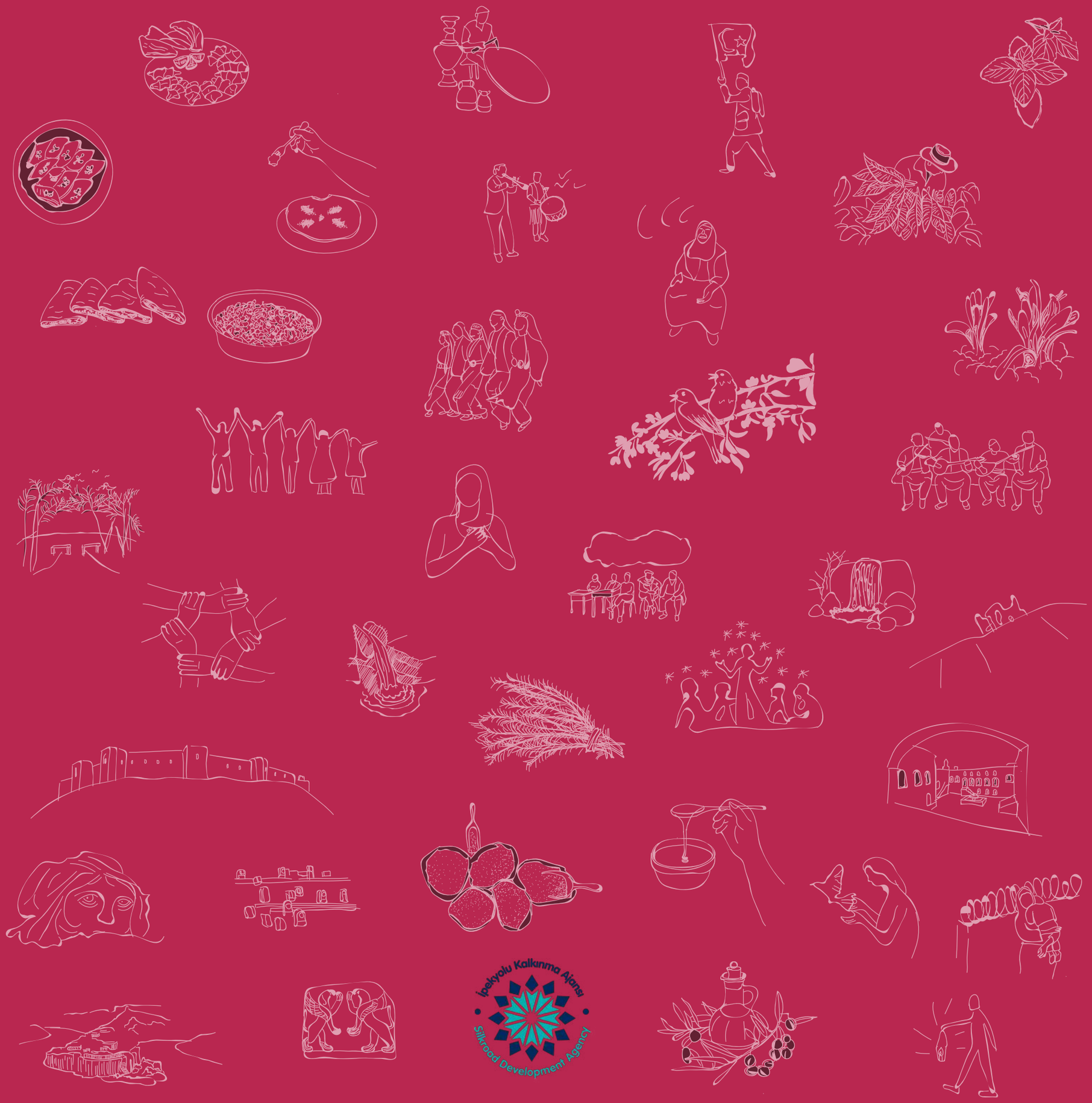
GTSP'de önerilen projeler, kurumlar arası işbirliği ve ortak hareket ile hayata geçebilecektir. Bu nedenle, projelerin hikayesinden, tasarımına kadar her aşamada işbirliği ve güç birliği gerekli olacaktır.

GTSP hikayesinin, değişim ve hareket temaları üzerine kurgulanması ise dinamik ve esnek süreci kapsayan, katılımcı plan olma hedefi ile uyumunun göstergesi.

Katılımcı plan olma hedefine ulaşmak için GTSP tüm paydaşlarla paylaşılmalı, 3 ay süre ile görüş ve öneriler yeniden alınmalı, sektör liderleri ile paydaş toplantıları yapılmalı.

GTSP'de belirtilen program ve projelerin tasarımından, süreçlerinin takibine kadar ki aşamalar takip edilmeli. Bunun için de aşağıdaki konular detaylı ele alınmalı.




İpekyolu Kalkınma Ajansı
Silkroad Development Agency