

**ZEYTİNYAĞI
ÇALIŞTAYI**
11 Şubat 2026



SEALİFE OTEL KONYAALTI-ANTALYA

ANTALYA ZEYTİNYAĞI ÇALIŞTAYI-11 Şubat 2026

ANTALYA TARIM VE ORMAN MÜDÜRÜ ANTALYA İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRÜ

FIRAT ERKAL

AYHAN GÖK

DÜZENLEME KURULU

İbrahim IRMAK

İbrahim YAVUZ

İlknur SELÇUK KÖKER

Serap DERYALI

Ali ÇANDIR

Nazif ALP

R. Başak BEZMİŞ

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Renan TUNALIOĞLU

Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ

Dr. Belkıs YAŞA

Dr. Gül KAHRAMAN

Dr. Fatih Alpay VURAN

Semra DEMİRAĞ

CANLI YAYIN ve TEKNİK EKİP

Erkan ŞAHİN

Ramazan TURAN

Tuğba İNAL

Çağla TURAN DİCLELİ

1. ÇALIŞTAYIN AMACI VE KAPSAMI

1.1. Çalıştayın Gerekçesi

Zeytin ve zeytinyağı sektörü, Türkiye genelinde olduğu gibi Antalya ili için de hem ekonomik hem kültürel hem de stratejik bir tarımsal faaliyet alanıdır. Son yıllarda artan fidan dikimleri, üretim alanlarının genişlemesi ve ağaç varlığındaki artış; Antalya’da zeytinciliğin görünür bir tarımsal faaliyet alanı haline geldiğini göstermektedir. Ancak üretim miktarındaki artışın, katma değere aynı oranda yansımadağı görülmektedir.

Küresel ölçekte zeytinyağı sektörü; kalite, coğrafi kimlik, markalaşma ve deneyim ekonomisi üzerinden yeniden şekillenmektedir. Üretim miktarının tek başına rekabet avantajı sağlamadığı; aksine üst segment, izlenebilirlik, duyuşsal kalite ve hikâye temelli pazarlamanın belirleyici olduğu bir döneme girilmiştir.

Antalya’nın sahip olduğu: Yerel çeşit potansiyeli (Tavşan Yüreğı, Beylik vb.), İklim avantajı, Turizm altyapısı, Tarihsel ve kültürel miras unsurları göz önüne alındığında, ilin zeytinyağı sektöründe yalnızca üretici konumunda kalması yerine, yüksek katma değerli ve markalı üretim modeline geçmesi gerekliliğı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç doğrultusunda “Antalya Zeytinyağı Çalıştay’ı düzenlenmiştir.

1.2. Çalıştayın Temel Amacı

Çalıştayın temel amacı; Antalya zeytinyağı sektörünü üretimden pazarlamaya kadar bütüncül bir yaklaşımla ele alarak, kalite temelli bir dönüşüm vizyonu ortaya koymaktır.

Bu kapsamda çalıştay şu sorulara yanıt aramıştır:

- Antalya zeytinyağının küresel değer zincirindeki konumu nedir?
- Üretim artışı katma değere nasıl dönüştürülebilir?
- Yerel çeşitlerin üretimi ekonomik avantaja nasıl çevrilebilir?

- Coğrafi işaretlerin ulusal ve AB tescili Antalya için ne ifade etmektedir?
- Duyusal analiz ve kalite güvence sistemleri nasıl kurulmalıdır?
- Zeytinyağı üretim ve tüketimi turizmle nasıl entegre edilmelidir?
- Antalya için sürdürülebilir bir zeytinyağı pazarlama modeli nasıl oluşturulabilir?

Çalıştay, yalnızca sorun tespiti yapmakla sınırlı kalmamış; uygulanabilir çözüm önerileri ve stratejik öncelikler geliştirmeyi hedeflemiştir.

2-AÇILIŞ KONUŞMALARI

11 Şubat 2026 tarihinde Sealife Konyaaltı Otel’de gerçekleştirilen “Antalya Zeytinyağı Çalıştayı”, zeytin ve zeytinyağı sektöründe kalite bilincinin artırılması, bilimsel bilginin yaygınlaştırılması, markalaşma süreçlerinin güçlendirilmesi ve turizmle bütünleşen sürdürülebilir bir değer oluşturulması amacıyla düzenlenmiştir.

Programın açılışında Antalya Ziraat Odası Başkanı **Nazif Alp**, Antalya’da zeytinciliğin son yıllarda güç kazandığını, uzun yıllardır üreticilere zeytin fidanı dağıtım yapılarak sektörün desteklendiğini ifade etmiş; zeytin ve zeytinyağının yalnızca bir tarımsal ürün değil, aynı zamanda sağlıklı yaşamın önemli bir unsuru olduğunu vurgulamıştır. Sektörün sürdürülebilirliği için kamu, üniversite ve paydaş iş birliğinin önemine dikkat çekmiştir.

Kültür ve Turizm İl Müdür Yardımcısı **İlknur Selçuk Köker**, zeytin ve zeytinyağının Antalya açısından tarımsal değerinin yanı sıra kültürel, gastronomik ve turistik bir unsur olduğunu belirtmiş; gastronomi turizmi kapsamında görünürlüğün artırılması, coğrafi işaretli ve markalı ürünlerle uluslararası tanıtımın güçlendirilmesi ve turizm işletmelerinde nitelikli kullanımın yaygınlaştırılmasının önemini ifade etmiştir.

Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı **Halil Bülbül**, dünya ve Türkiye zeytinyağı üretim-tüketim verilerine değinerek rekabetin miktardan ziyade kalite ve katma değer üzerinden şekillendiğini vurgulamış; Antalya’nın erken hasat imkânı, yerel çeşitleri ve ekolojik avantajlarıyla önemli bir potansiyele sahip olduğunu belirtmiştir. Kalite odaklı üretim, izlenebilirlik, markalaşma ve ortak aklın güçlendirilmesinin gerekliliğine dikkat çekmiştir.

İl Tarım ve Orman Müdür Yardımcısı **İbrahim İrmak** ise Antalya’nın zeytin yetiştiriciliği açısından sahip olduğu avantajlara değinmiş; planlı üretim, bilimsel yöntemlerin yaygınlaştırılması, kalite odaklı yaklaşım ve paydaşlar arası güçlü iş birliğinin sürdürülebilir başarı için temel unsurlar olduğunu ifade etmiştir. Kurum olarak verimlilik, katma değer, markalaşma ve rekabet gücünün artırılmasına yönelik çalışmaların sürdürüleceğini belirtmiştir.

Açılış konuşmalarında ortak olarak; kalite odaklı üretim, markalaşma, turizm entegrasyonu ve kurumsal iş birliğinin güçlendirilmesi konularının Antalya zeytinyağı sektörünün geleceği açısından belirleyici olduğu vurgulanmıştır.

3-SUNUMLAR

R. BAŞAK BEZMİŞ-PEYZAJ YÜKSEK MİMARİ-ANTALYA TARIM ORMAN İL MÜDÜRLÜĞÜ

Zeytin; geçmişten geleceğe uzanan köklü bir miras, zeytinyağı ise bu mirasın en saf ve en değerli armağanıdır. Burada yalnızca bir tarım ürününü değil; binlerce yıllık bir kültürü, emeği, bereketi ve sürdürülebilirliği konuşuyoruz.

Antalya; iklimi, toprak yapısı ve güçlü tarımsal geleneğiyle zeytin ve zeytinyağında büyük bir potansiyele sahiptir. Turizm kenti kimliği ve gelişmiş gastronomi kültürü sayesinde ise bu ürünü yüksek katma değerli bir markaya dönüştürebilecek önemli avantajlar taşımaktadır.

Bu anlayışla hayata geçirdiğimiz **1. Antalya Natürel Sızma Zeytinyağı Kalite Yarışması**, yalnızca bir kalite değerlendirmesi değil; Antalya zeytinyağının niteliğini görünür kılan ve üreticimizi teşvik eden stratejik bir adımdır.

Bugün gerçekleştirdiğimiz bu çalıştay ise yarışma sürecinin önemli bir parçasıdır. Amacımız;

- Antalya zeytinciliğinin mevcut durumunu değerlendirmek,
- Üretimden kaliteye kadar tüm süreci ele almak,
- Markalaşma ve uluslararası rekabet gücü konusunda ortak bir vizyon oluşturmak,
- Ve sürdürülebilir bir yol haritası ortaya koymaktır.

Yarışma kaliteyi ortaya koyacak, Çalıştay ise bu kaliteyi geleceğe taşıyacaktır.

PROF. DR. RENAN TUNALIOĞLU -ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ-ZİRAAT FAKÜLTESİ

“Zeytin Bahçesinden Kaliteli Zeytinyağı Üretimine Yolculuk”

Zeytin ağacı yalnızca bir tarım ürünü değildir; bereketin, barışın, sağlığın ve sürekliliğin simgesidir. Bilimsel çalışmalar artık açıkça göstermektedir ki zeytinin ana vatanı Anadolu topraklarıdır. Mardin, Kahramanmaraş ve Gaziantep hattından dünyaya yayılan bu kadim ağaç, bugün milyonlarca hektarlık alanda yetiştirilmektedir.

Türkiye, dünya zeytin üretiminde üst sıralarda yer almakta; çoğu yıl ilk dört ülke arasında bulunmaktadır. Ancak bu sıralama iklim değişikliği, alternans (var-yok yılları) ve ihracat politikaları gibi etkenlere bağlı olarak değişebilmektedir.

Antalya’da zeytin yetiştiriciliği geçmişte daha çok susuz, dağlık alan üretimi şeklinde yapılmıştır. Daha sonra turizmin gelişmesiyle birlikte zeytin ikinci planda kalmış; özellikle Tavşan Yüreği ve Beylik gibi yerel çeşitler geri plana itilmiştir. Oysa bu yerel çeşitler, Antalya iline adapte olmuş, Yüksek kalite potansiyeline sahip, coğrafi kimliği güçlü ve markalaşmaya uygun çok değerli genetik kaynaklardır. Bu nedenle korunmaları ve yeniden ön çıkarılmaları büyük önem taşımaktadır.

Kaliteli zeytinyağı; bahçeden şişeye kadar uzanan bütüncül bir sürecin doğru yönetilmesiyle elde edilir. Bahçe yönetiminde doğru çeşit seçimi, uygun budama ve gübreleme, hastalık ve zararlılarla bilinçli mücadele ve su yönetimi büyük önem taşımaktadır.

Hasat sürecinde doğru olgunluk zamanının belirlenmesi, meyveye zarar vermeden toplama ve bekletmeden işleme tesisine ulaştırılması zeytinyağında kaliteyi doğrudan etkilemektedir.

Yanlış uygulamalar sonucunda elde edilen zeytinyağının yağın sabunluk kalitede olması ise kaçınılmazdır.

İşleme ve depolama aşamalarında düşük sıcaklıkta sıkım, hijyenik tesisler, ışık ve oksijenden korunmuş depolama koşulları ve uygun ambalaj kullanımı kalitenin korunması açısından kritik öneme sahiptir.

Son 20 yılda yapılan bilimsel çalışmalar sonucunda, zeytinyağının değerini belirleyen en önemli unsurlardan birinin fenolik bileşikler olduğunu ortaya koymuştur. Kaliteli bir zeytinyağında hedef, zeytindeki fenolik bileşenleri en yüksek düzeyde zeytinyağına aktarabilmek ve zeytinden yağa dönüşüm sırasında açığa çıkan fenolikleri koruyabilmektir.

Bu fenolik bileşikler acılık ve yakıcılık duygusunu oluşturur, oksidatif stabiliteyi artırır ve sağlık açısından koruyucu etki sağlar. Sektörde sıkça karşılaşılan bazı hatalı inanışlar bulunmaktadır. “Zeytin sütü” “göbek yağı” gibi bilimsel karşılığı olmayan ifadeler yada “ zeytin çekirdeği yutmanın faydalı olduğu düşüncesi” ve “incir ağacının zeytin sineğini engellediği inanışı” bilimsel gerçeklerle örtüşmemektedir. Bu nedenle doğru bilginin yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Dünya pazarında başarı artık yalnızca üretim miktarıyla değil; kalite, marka, coğrafi işaret, sürdürülebilir üretim ve doğru pazarlama ile mümkündür.

Nitelikli üretim yapan ülkeler 250 ml zeytinyağını dahi yüksek fiyatlarla satabilmekte ve pazarlarını yıllar öncesinden planlayabilmektedir. Bu durum bize kusursuz zeytin danesinden kusursuz zeytinyağı elde edildiğinde, katma değeri yüksek bir ürün elde edildiğini göstermektedir. Nitekim zeytinyağındaki minör bileşenlerin keşfiyle birlikte zeytinyağı artık sıradan tarım ürünü olmaktan çıkmış; karbonun elmasa hatta pırlantaya dönüşmesi gibi yüksek değerli bir ürüne dönüşmüştür.

Bizlerin görevi; yerel çeşitlerimizi korumak, kaliteli üretimi yaygınlaştırmak, markalaşmayı güçlendirmek ve zeytinyağını gerçek değeriyle buluşturmaktır.

DR. GÜL KAHRAMAN-HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ-BİYOÇEŞİTLİLİK ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZİ-

“Tavşan Yüreği Zeytinyağının Anti kanser Etkisi”

Ben yaklaşık yirmi yıl boyunca Hacettepe Üniversitesi Onkoloji Hastanesi’nde görev yaptım. kemik iliği koordinatörlüğü sürecinde kanser hastalarının tedavi yolculuklarına birebir eşlik ettim. Bu süreçte kemoterapi ve radyoterapinin ne kadar zorlu olduğunu, hastaların yaşam kalitesini ve iyileşme süreçlerini nasıl etkilediğini yakından gözlemlene fırsatı buldum. Bu nedenle hep şu soruyu sordum: Bu tedavilerin yan etkilerini azaltabilecek, hastaların süreci daha hafif atlattırmasını sağlayabilecek doğal bir mekanizma olabilir mi?

Doktora sürecine başladığımda odağım tamamen moleküler kanser biyolojisiydi. Zeytin ve zeytinyağı açıkçası hiç gündemimde yoktu. Ancak danışman hocamın yönlendirmesiyle zeytinyağı üzerine çalışmaya başladım ve bu karşılaşma bilimsel yolculuğumda bir dönüm noktası oldu.

Türkiye'nin farklı bölgelerinden elde edilen zeytinyağlarını kimyasal ve biyolojik analizlere tabi tuttuk. Fenolik bileşenler, yağ asidi profili ve minör bileşik içeriklerini inceledik. Literatürde genellikle yüksek toplam fenol miktarının sağlıklı ilişkilendirildiği belirtiliyordu. Ancak biyolojik deneyler sırasında dikkat çekici bir sonuçla karşılaştık: Fenol miktarı düşük olmasına rağmen Tavşan Yüreği zeytinyağı, karaciğer kanseri hücreleri üzerinde kemoterapi ilacına yakın düzeyde etki gösterdi.

Bu sonucu doğrulamak için deneyleri defalarca tekrarladık. Her tekrar aynı güçlü biyolojik etkiyi ortaya koydu. Bu noktada Tavşan Yüreği çeşidinin yalnızca kimyasal içeriğiyle değil, bileşenler arasındaki özgün dengeyle etkili olduğunu anladık. Zeytinyağının karakteristik yapısında; oleik asit oranı, fenolik bileşik dengesi ve özellikle oleokantal varlığı belirleyici rol oynamaktadır.

Oleokantal molekülünün anti-inflamatuar etkileri, hücre ölümünü tetiklemesi ve kanserle ilişkili sinyal yollarını baskılaması bilimsel olarak giderek daha fazla ortaya konmaktadır.

Deneylerimizde Tavşan Yüreği zeytinyağı ekstresi, tek başına dahi anlamlı düzeyde hücre ölümüne neden oldu. Daha da önemlisi, kemoterapi ilacıyla birlikte kullanıldığında ilaç dozunu yaklaşık yüzde doksan oranında azaltarak benzer biyolojik etkiyi sürdürdü.

Bu sonuç, doğal biyoaktif bileşiklerin kanser tedavilerinde destekleyici rol oynayabileceğini göstermesi açısından son derece değerlidir.

Ayrıca bu bulgular, Antalya'ya özgü yerel bir çeşit olan Tavşan Yüreği zeytininin stratejik ve bilimsel önemini de ortaya koymaktadır. Bugün gelinen noktada hedefimiz; bu biyoaktif bileşikler daha ayrıntılı incelemek, moleküler mekanizmalarını ortaya koymak ve uluslararası literatüre güçlü bilimsel katkılar sunmaktır. Çünkü zeytin yalnızca bir tarım ürünü değil, aynı zamanda sağlık, biyoçeşitlilik ve sürdürülebilir gelecek açısından son derece kıymetli bir doğal kaynaktır.

DR. BELKIS YAŞA- BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ-

“Zeytinyağı ve Zeytin Yaprağının Sağlıkta Kullanımı”

Hekimler olarak biz Anadolu tıbbının geçmişten günümüze ana düsturu olan “Yediğin ilacın, ilacın yediğin olsun” ifadesini söyleriz . İşte bu anlayışın hayata geçebilmesi için üretim çok değerlidir. Bu bağlamda zeytin; yaprağıyla, meyvesiyle, çekirdeğiyle ve yağıyla bütüncül bir sağlık örneğidir. Altı bin yıllık bir medeniyetin temsilcisi olan zeytin ağacı, çoğu zaman “ölmez ağaç” olarak anılır. Anadolu'dan başlayıp Akdeniz'e ve Batı'ya uzanan bu yolculuk, zeytinin kadim bir kültür mirası olduğunu göstermektedir.

Tarih boyunca zeytin ve zeytinyağı; yaraların temizlenmesinde, gıdaların korunmasında, ağrıların hafifletilmesinde ve çeşitli tedavi amaçlarıyla kullanılmıştır. Zeytin dalı ise barışın sembolü olmuştur. Akdeniz diyetinin ana yağ kaynağı zeytinyağıdır ve bu artık tartışmasız kabul edilen bir bilimsel gerçektir. Bunun temel nedeni içeriğindeki değerli fenolik bileşikler, oleik asit, tokoferoller, skualen ve benzeri biyoaktif maddelerdir.

Oleik asit; hücre zarlarını koruyan, antioksidan özellik gösteren ve kalp-damar sağlığını destekleyen çok önemli bir yağ asididir. İnsan vücudu az miktarda üretebilse de yeterli değildir; bu nedenle besinlerle alınması gerekir. Bu açıdan en uygun kaynak zeytinyağıdır. Zeytinyağındaki fenolik bileşikler; LDL kolesterol oksidasyonunu azaltır, kan basıncı ve insülin direnci üzerinde olumlu etki gösterir, kardiyometabolik hastalık riskini düşürür. Bu nedenle kaliteli sızma zeytinyağı, koruyucu hekimliğin önemli bir parçasıdır. EFSA (Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi) ve AB Sağlık Beyanı içeriğindeki polifenollerinin kan lipidlerinin oksidatif stresten koruması amacıyla günlük 20 gr zeytinyağı alımını önermektedir.

Doğru hasat, doğru ekstraksiyon ve doğru depolama; doğru zeytinyağı demektir. Doğru zeytinyağı ise hekimlerin güvenle önerebileceği doğal bir destek anlamına gelir. Zeytinyağı yalnızca gıda olarak değil, haricen de kullanılmaktadır. Yara iyileşmesini destekleyici, cilt bariyerini güçlendirici, antioksidan ve antibakteriyel etkileri bilinmektedir. Geleneksel kullanımlardan biri de Kırkpınar güreşlerindeki zeytinyağı uygulamasıdır.

Zeytin yaprağı da en az meyvesi kadar değerlidir. Oleuropein başta olmak üzere güçlü biyoaktif bileşikler içerir. İçeriğindeki fenolik bileşenler antioksidan, anti-inflamatuar, bağışıklık düzenleyici ve kardiyometabolik hastalıklara karşı koruyucu etkiler göstermektedir. Standartlaştırılmış zeytin yaprağı ekstreleri; tansiyon ve kan şekeri kontrolünde destekleyici olabilir. Ancak bu kullanım mutlaka hekim takibiyle olmalıdır. Planlı ameliyatlardan önce kesilmesi gerektiği de unutulmamalıdır. Bilimsel çalışmalar; zeytinyağının ve zeytin yaprağının kalp-damar hastalıkları, nörodejeneratif hastalıklar, metabolik sendrom ve bazı kanser türleri üzerinde koruyucu etkiler gösterebildiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak zeytin hem kadim bir gıda hem doğal bir şifa kaynağı, hem de sürdürülebilir sağlıklı yaşamın temel unsurlarından biridir. Zeytinyağı gerçekten bütüncül anlamda "gıda ile ilacın buluştuğu" eşsiz bir üründür.

PROF. DR. ORHAN ÖZÇATALBAŞ–AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ-ZİRAAT FAKÜLTESİ

"Dünyada ve Türkiye'de Zeytinyağı Ticareti ve Markalaşma"

Bugün burada sadece bir tarım ürününü konuşmak için değil, Akdeniz'in ruhunu, binlerce yıllık bir mirası ve bu mirasın küresel ekonomideki izdüşümünü yeniden anlamlandırmak için bir aradayız. "Dünyada ve Türkiye'de Zeytinyağı Ticareti ve Markalaşma" konusunu ele alırken kendimize sormamız gereken en can alıcı soru şudur: Eksiğimiz nedir ve bunu nasıl tamamlayabiliriz? Bu sorunun cevabı aslında kültür, ekonomi ve sürdürülebilirlik sacayağında gizlidir. Şunu iyi bilmeliyiz ki, tüm bu süreci şekillendiren temel unsur yalnızca soğuk rakamlar ya da klasik iktisat teorileri değildir. Kültür, insan ve toplum bu sürecin asıl belirleyici unsurlarıdır. Artık klasik iktisadın o meşhur "al, tüket ve yok et" yaklaşımı miadını doldurmuştur. Bugünün ve geleceğin dünyasında geçerli olan, son birkaç on yıldır yıldızı parlayan döngüsel ekonomi anlayışıdır; yani "al, tüket ve yeniden dönüştür" yaklaşımıdır. Tarımda da, diğer tüm sektörlerde de gerçek bir sürdürülebilirlik ancak bu anlayışla mümkündür.

Bu noktada coğrafi işaretler, bizim için sadece yerel kültürü koruyan romantik unsurlar olmaktan çıkıp stratejik birer kalkınma aracına dönüşmektedir. Bir ürünü rakiplerinden farklılaştıran, ona yeni anlamlar yükleyen ve tüketim isteği oluşturan temel yapı markadır.

Marka; bir mal veya hizmeti rakiplerinden ayıran tüm unsurların bütünüdür ve bizler küresel arenada var olmak istiyorsak ayırt edici olmak zorundayız. Türkiye bugün sofralık zeytin üretiminde dünya birincisi, zeytinyağı üretiminde ise en üst sıralardadır. Ancak bu büyük üretim gücüne rağmen ihracat değerinde maalesef hak ettiğimiz yerin gerisindeyiz. İspanya dünya üretiminin neredeyse yarısını tek başına gerçekleştirirken, İtalya dışarıdan ithal ettiği yağı kendi marka gücüyle harmanlayıp daha yüksek fiyatlarla satabiliyor. Bizde ise dökme satış hâlâ yaygın bir alışkanlık olarak devam ediyor. Oysa rakamlar bize çarpıcı bir gerçeği fısıldıyor: Dökme olarak 4-5 dolara satılan bir zeytinyağı, doğru bir markalaşma ile 400-500 dolara kadar alıcı bulabiliyor. Bu uçurum, aslında bizim kaybettiğimiz marka değeridir. Beş dolar neresi, beş yüz dolar neresi... Aradaki bu farkı kapatacak olan bizleriz.

Unutmamalıyız ki zeytinyağı yalnızca bir tarım ürünü değil, aynı zamanda çok güçlü bir turizm ürünüdür. İtalya ve Yunanistan örneklerinde gördüğümüz zeytin rotaları, tadım merkezleri ve spreylere zeytinyağı gibi yenilikçi ürünler katma değeri katlayarak artırmaktadır. Bu yaklaşımın Antalya’da da uygulanması sadece bir hayal değil, somut bir imkân meselesidir. Kırsal turizm, ekoturizm ve zeytinyağı turizmi önümüzde duran devasa fırsat pencereleridir. Coğrafi işaretin ekonomik etkisi net bir şekilde ölçülebilir durumdadır. Dökme bir yağ 4-5 dolar seviyesindeyken, Avrupa Birliği coğrafi işareti aldığı anda 13-15 dolara, organik ve markalı bir kimliğe büründüğünde ise 25-45 dolar seviyesine ulaşmaktadır. Yol haritamız bellidir: Coğrafi işaret, markalaşma ve kaliteyi bir araya getirdiğimizde yüksek katma değer kendiliğinden gelecektir.

Antalya için en büyük fırsatımız ise Tavşan Yüreği gibi yerel değerlerimizdir. Bu özel zeytin çeşidinin yüksek potansiyeli, Avrupa Birliği tescili ve ultra premium bir marka dönüşümüyle Antalya için küresel ölçekte önemli bir sıçrama sağlayabilir. Bizim şansımız, hikâyemizin hazır olmasıdır. Bu coğrafyada 2200 yıllık bir zeytin kültürü bulunmaktadır. Yani bizim hikâyemiz zaten toprağımızda yazılıdır; yapmamız gereken tek şey bu hikâyeyi güçlü bir markaya dönüştürmektir.

Başarılı bir gelecek için doğru politikalar üretmek, Ar-Ge ve inovasyona odaklanmak, örgütlenmek, uzman bilgiden yararlanmak ve yerel değerlerimize küresel bir vizyonla sahip çıkmak zorundayız. Sürekli eğitim ve küresel iş birlikleriyle bu yolda ilerlediğimizde, marka oluşturmamak için hiçbir gerekçemiz kalmaz. Türkiye’nin ve Antalya’nın bu potansiyele sahip olduğuna yürekten inanıyorum.

SEMRA DEMİRAĞ-PROFESYONEL TURİST REHBERİ

“Antalya’nın Sessiz Mirası: Zeytin, Zeytinyağı ve Turizmde Yeni Bir Değer”

Antalya’nın sessiz mirası çünkü Antalya’da zeytin ve zeytinyağının bilinen 2200–2500 yıllık bir geçmişi bulunmaktadır. Zeytinin yaklaşık 8000 yıllık bir geçmişi vardır. MÖ 6000 yıllarında Yukarı Mezopotamya’da ortaya çıkmıştır. Anadolu’dan Girit’e, oradan Yunanistan’a ve Avrupa’ya yayılmıştır. Bu yayılımda Fenikeli tüccarlar ve kolonist Yunanlılar önemli rol oynamıştır.

Zeytinyağı; aydınlatmada, sağlıkta, mekanikte, dini ritüellerde ve günlük yaşamda kullanılmıştır. Antik çağlarda kokulu zeytinyağları parfüm olarak da değerlendirilmiştir. Roma İmparatorluğu döneminde zeytinyağı en önemli ticari ürünlerden biri hâline gelmiştir. Orta

Çağ'da kiliselerde aydınlatma ve şifa amacıyla kullanılmaya devam eden zeytinyağı, endüstri devrimiyle birlikte yeniden önem kazanmıştır. 20. yüzyılda farklı yağların yaygınlaşmasıyla kullanımı azalsa da, sağlık açısından değerinin anlaşılmasıyla tekrar yükselişe geçmiştir.

Antalya; Perge başta olmak üzere Patara, Myra, Phaselis, Side ve daha birçok antik kentte zeytin işliklerine sahiptir. Bu durum, bölgenin tarih boyunca önemli bir zeytinyağı üretim ve ticaret merkezi olduğunu göstermektedir.

Günümüzde ise oleo turizm kavramı öne çıkmaktadır. Zeytin hasadı deneyimleri, zeytinyağı tadım atölyeleri, gastronomi etkinlikleri, trekking rotaları ve müzeler bu turizmin parçalarıdır. Antalya; güçlü turizm altyapısı, tarımsal potansiyeli ve kültürel mirasıyla oleo turizm için son derece uygun bir destinasyondur. Zeytinyağlı mutfağın korunması, yerel kalkınmanın desteklenmesi ve kırsaldan göçün azaltılması açısından oleo turizm önemli fırsatlar sunmaktadır. Aynı zamanda turistlerin kaliteli zeytinyağı ürünlerini deneyimleyerek ülkelerine götürmeleri, tanıtım açısından büyük katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak Antalya; tarihsel mirası, kültürel zenginliği ve turizm gücüyle zeytin ve zeytinyağı temelli yeni bir kalkınma modeline öncülük edebilecek potansiyele sahiptir.

DR. FATİH ALPAY VURAN-BATEM

“Zeytinyağında Kalite Bir Sayı mıdır? Kimya ve Duyuların Kesişiminde Yeniden Düşünmek”

Zeytinyağında kalite yalnızca sayılarla ifade edilebilir mi? Asitlik, peroksit sayısı, fenolik içerik ve UV absorbansı gibi ölçülen değerler önemlidir; ancak bunlar yalnızca kabul edilebilir sınırları gösterir, son sözü söylemez. Natürel sızma zeytinyağında kimyasal eşiklerin yanında hiçbir duysal kusurun bulunmaması gerekir. Dolayısıyla kimyasal analiz güvenlik ve sınıflandırma sağlarken, nihai kaliteyi duysal analiz belirler. Bu durumu bir güzellik yarışmasına benzetebiliriz. Belirli standartları karşılayan adaylar arasından son kararı denge, uyum ve genel etki belirler. Zeytinyağında da analitik olarak kusursuz bir ürün, duysal açıdan karakterini kaybetmiş olabilir. Fenolik açıdan zengin bir yağ ise dengesi yoksa kabul görmez.

Duysal analizde retronazal algı büyük önem taşır. Dil yalnızca temel tatları algılamakta, aroma algısı burun yoluyla gerçekleşir. Bu nedenle zeytinyağının gerçek karakteri duyuların birlikte çalışmasıyla ortaya çıkar. Dünya bitkisel yağ tüketiminde zeytinyağının payı yaklaşık %1,5'tir. Türkiye'de kişi başı yıllık tüketim ortalama 2 litre civarındadır. Bu miktarın artırılması, kalite bilincinin gelişmesi açısından önemlidir.

Zeytinyağı kalitesi; %40 tarımsal faktörler, %20 endüstriyel süreçler, %20 tasarım ve sunum, %20 sektör imajı ile oluşan bütüncül bir yapıdır. Hasat zamanı, ekstraksiyon koşulları, filtrasyon ve depolama süreçleri kaliteyi doğrudan etkiler. Yanlış depolama, özellikle plastik kap kullanımı, oksidasyona ve kalite kaybına yol açar. Bu nedenle cam veya paslanmaz çelik kaplar tercih edilmelidir.

Natürel sızma zeytinyağının duysal olarak kusursuz olması gerekir. Meyvemsilik, acılık ve yakıcılık temel olumlu özelliklerdir. Kızılaşma, küf, bayatlık gibi kusurlar ise kaliteyi düşürür. Türkiye'de duysal analiz laboratuvarlarının sayısı sınırlıdır. Bu nedenle piyasadaki birçok zeytinyağı yeterli duysal değerlendirmeden geçmeden tüketiciye ulaşabilmektedir.

Doğru hasat, doğru üretim ve doğru depolama ile yüksek kaliteli zeytinyağı elde etmek mümkündür. Kaliteli zeytinyağı; besin değeri yüksek, fenolik bileşenlerce zengin ve sağlık açısından koruyucudur. Aynı zamanda tokluk hissi sağlayarak dengeli beslenmeye katkı sunar.

Sonuç olarak zeytinyağında gerçek kalite; kimyasal uygunluk, duyuusal denge ve doğru üretim zincirinin birlikte sağlanmasıyla mümkündür.

4-ÇALIŞMA MASALARI

4.1. ÜRETİM SÜREÇLERİNDE KARŞILAŞILAN TEMEL SORUNLAR VE ÇÖZÜM ALANLARI

-Budama: Zeytin bahçelerinde en önemli sorunlardan biri doğru ve profesyonel budama hizmetine erişimdir. Yaşlı ağaçların form kazanması, verim ve kalite artışı için düzenli ve bilinçli budama gerekmektedir.

Üreticiler: Doğru uzman kişilere ulaşmakta zorlanmaktadır. Daha önce budama eğitimi almış olsalar bile profesyonel uygulama ihtiyacı duymaktadır. Bahçelerinin uzun vadeli bakımını sağlayacak teknik destek talep etmektedirler.

Çözüm: Bu konuda profesyonel hizmet alınması gereklidir! Nitekim **kamu kurumları** bu sorunun çözümüne yönelik destek vermekteler, İlçe düzeyinde budama kursları düzenlemekte, mevcut profesyonel budamacılar ile iletişim kurulmasına aracılık etmektedir. Eğitim süreleri artırılarak daha kapsamlı içerik sunulmaktadır. Fakat üreticilerle iletişim ve iş birliğinde biraz daha fazla yol kat edilmesi gerekmektedir.

-Gübreleme: En önemli problemlerden biri analiz yapılmadan gübreleme uygulanmasıdır. Bu durum, ağacın yanlış beslenmesi, maliyet artışı ve verim kaybına neden olmaktadır.

Çözüm: Üreticinin:

- Toprak ve yaprak analizine dayalı gübreleme yapması,
- Üretici bilgilendirme toplantılarına katılımın artırılması,
- Belediyeler aracılığıyla toprak analiz hizmetlerinin yaygınlaştırılması,
- Kuraklıkla mücadele kapsamında kaolin gibi destek uygulamalarının sürdürülmesi

-Organik Tarımın Desteklenmesi: Zeytin yetiştiriciliği, doğası gereği organik üretime uygun bir yapıya sahiptir. Buna rağmen: Destek mekanizmalarına erişim sınırlıdır. Çeşit seçimi ve pazar beklentileri konusunda yönlendirme ihtiyacı vardır.

Organik üretimin yaygınlaştırılması için: Desteklerin kolay erişilebilir olması, çeşit planlamasının uluslararası kalite beklentileriyle uyumlu yapılması gerekmektedir.

-Fidan Sorunu: Üreticiler: Belirli yerel çeşit fidanlara ulaşmakta zorlanmakta, güvenilir ve sertifikalı fide temininde sorun yaşamakta, yüksek maliyetlerle karşılaşmaktadır. Bu nedenle güvenilir fidan üretimi ve dağıtımının artırılması kritik önem taşımaktadır.

-Yabancı Ot ve Zararlı Sorunları: Yabancı otlar: Biçilerek toprağa kazandırıldığında doğal gübre etkisi oluşturmakta, toprak neminin korunmasına katkı sağlamaktadır.

Kemirgen zararları: Fiziksel koruma yöntemleri her zaman yeterli olmamakta, biyolojik mücadele yöntemleri alternatif çözüm sunabilmektedir. Bazı bölgelerde ayrıca ağaç zararlıları yaygın olarak görülmektedir.

-Sulama ve Kuraklık Sorunu: Damlama sulama bulunan alanlarda sorun sınırlı olsa da: yaz yağışlarının azalması, kuraklık stresinin artması sonucunda yağ verimi ve kalite düşüşü yaşanmaktadır. Kuraklığa dayanıklı üretim modelleri önem kazanmaktadır.

-Hasat ve İşçilik Sorunları: Hasat döneminde İşleme Altyapısı ve Fabrika Yetersizliği Bölgede:

- Zeytinyağı fabrikası sayısı yetersiz,
- Rekabet az olduğu için üretici koşulları sınırlı,
- Zeytinler bekletilmekte ve kalite kaybı yaşanmakta,
- Farklı kalitedeki zeytin daneleri birlikte sıkılmaktadır.

Çözüm: Yeni yatırımların artırılması, farklı fon kaynakları ve hibelerden faydalanılarak, örnek tesislerin kurulma ve rekabetin güçlendirilmesi, kaliteli üretim için farklı hatları kapsayan sıkım sistemlerinin kurulması gerekmektedir.

-Araştırma-Geliştirme ve İletişim İhtiyacı

Sektörde AR_GE Çalışmalarının arttırılması: Meyve tutum dönemindeki çevresel etkilerin bilimsel olarak araştırılması, tüm paydaşları kapsayan sürekli bir iletişim ağı kurulması, öncelikli gereksinimler arasındadır.

4.2. SAĞLIK, FONKSİYONEL GIDA VE BİLİM DEĞERİ

- Zeytinyağının anti-kanser, kalp-damar koruyucu ve benzeri sağlık etkilerinde belirleyici olan polifenol içeriği açısından tüketici doğru zeytinyağını nasıl seçmelidir?

Çözüm Önerisi: Fenolik analiz ve tüketici bilgilendirmesi

Üretim yılı içinde zeytinyağlarının fenolik bileşen analizleri yapılmalıdır. Analiz sonuçlarının şişe üzerinde kare kodlu bilgilendirme ile sunulması önerilmektedir.

Karekod içeriğinde: EFSA günlük hidroksitirozol önerisi (5 mg/gün), Oleokantal ve hidroksitirozol oranları, Yağın kimyasal karakterizasyonu ve Hasat tarihi yer almalıdır.

Bu uygulama, sağlık amacıyla zeytinyağı tercih eden tüketicinin katma değeri yüksek ve izlenebilir ürünlere yönelmesini sağlayacaktır.

- Zeytin yaprağı sağlık amaçlı kullanılabilir mi? Zeytin yaprağı ve ekstraktlarının fonksiyonel gıda veya gıda takviyesi olarak ticari ürüne dönüştürülmesi nasıl sağlanabilir? Kurumlar bu süreçte üreticiye pazar ve proje desteği sunabilir mi?

Çözüm Önerisi: Zeytin yaprağının fonksiyonel ürüne dönüştürülmesi

Ticari kullanım için ilk pestisit uygulamasından önce (Mart–Nisan) yaprak hasadının önemi üreticiye anlatılmalıdır. Yaprakların çay formu veya standart ekstrakt olarak değerlendirilmesi;

özellikle %15–20 oleuropein içeren standardizasyon ve analiz süreçleri vurgulanmalıdır. Kurumlar tarafından ürün geliştirme, proje ve pazarlama desteği sağlanması önerilmektedir.

- Sağlıklı ve kaliteli zeytinyağı üretimi için üretici gerekli eğitim ve teknik desteği kimlerden ve nasıl almalıdır? Kaliteyi belirleyen üretim basamaklarında doğru uygulamaların yaygınlaştırılması nasıl sağlanır?

Çözüm Önerisi: Kaliteli üretim için eğitim ve teknik uygulamalar

Filtrasyon hattı ve separatör temizliği düzenli yapılmalıdır. Ruhsatsız pestisit kullanımının önlenmesi, ruhsatlı ürünler ile biyolojik ve biyoteknik mücadele yöntemlerinin (ör. feromon tuzakları) yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Üreticilerin; AB ve TÜBİTAK projeleri, yerinde eğitim programları, bilgi ağı ve iyi uygulama paylaşımları aracılığıyla doğru hasat, taşıma ve sıkım teknikleri konusunda eğitilmesi önerilmektedir.

- Zeytinyağında sağlık algısını zedeleyen tağşiş (hile ve karışım) sorunları nasıl önlenebilir?

Çözüm Önerisi: Tağşişle mücadele ve kalite güvencesi

Sağlıklı zeytinyağı algısını zedeleyen en önemli unsur tağşiştir. Düşük kaliteli yağların rafinasyon ve katkılarla nitelikli ürün gibi sunulmasını önlemek için etkili denetim ile caydırıcı ceza-ödül mekanizmaları oluşturulmalıdır. Özellikle ısı, ışık ve su teması gibi üretim kriterleri net biçimde tanımlanmalı, işletmelere yönelik teknik eğitim ve standart uygulama rehberleri hazırlanmalıdır.

Sonuç: Sağlık temelli yaklaşım; bilimsel analiz, şeffaf tüketici bilgilendirmesi, eğitim ve denetim, fonksiyonel ürün geliştirme başlıklarının birlikte ele alınmasını gerektirmektedir. Bu bütüncül yapı sağlandığında, zeytinyağı yüksek katma değerli bir sağlık ürünü olarak konumlanabilecek ve uluslararası rekabet gücü artacaktır.

4.3-ANTALYA'DA ZEYTİNYAĞI MARKALAŞMA SÜRECİ

Temel Altyapı ve Kalite

1. Kalitenin garanti edilememesi: Üretici ve işletmecinin teknik bilgi ve beceri eksikliği (hasat, sıkım, sıcaklık kontrolü).
2. Depolama ve muhafaza yetersizliği: Üretilen kaliteli yağın uygun tanklarda saklanamaması nedeniyle hızla bozulması.
3. Denetlemenin (tağşiş ve sahtecilik) yetersizliği: Taklit ürünlerin dürüst üreticinin maliyetini yükseltmesi, haksız rekabetle geride kalması.
4. Ayırt edici özelliklerin saptanmaması: Ürünün polifenol ve kimyasal üstünlüğünü kanıtlayacak analizlerin/laboratuvarların eksikliği.

Çözüm Önerileri: “Mobil ve Merkezi Analiz-Sıkım Ağı”

Çözüm: Üreticinin bilgi eksikliğini ve depolama hatasını gidermek için bölge bazlı “Zeytin Eğitim ve Mükemmeliyet Merkezleri” kurulmalıdır.

Uygulama: Çiftçi ve işletmeci eğitimleri verilmesi, Hasat zamanını belirlemek için ücretsiz analiz yapılması, İklimlendirilmiş, azot basılmış profesyonel ortak depolama alanları sunulması

→ Böylece ürün, şişelenmeden önce kalitesi garanti altına alınır.

Kurumsal Yapı ve Standartlaşma

1. Antalya'da GI (Coğrafi İşaret) eksikliği:Uluslararası, ulusal, bölgesel bir tescil ve korumanın olmaması.
2. Üretici örgütlenmesinin yetersizliği: Küçük üreticilerin birleşip “güç birliği” (kooperatif/birlik) kuramaması.
3. Sözleşmeli tarım uygulamalarının yetersizliği: Üretici ile sanayici arasında yasal ve güvenli bağın yokluğu.
4. Fiyat istikrarsızlığı ve alım-satım sözleşmesi eksikliği :Piyasa dalgalanmalarına karşı üreticinin korunmasız kalması.

Çözüm Önerileri: “Antalya Zeytinyağı Konseyi ve Tek Çatı GI” Dağınık yapıyı toplamak için Antalya Zeytinyağı Marka Konseyi kurulmalı ve Antalya Valiliği'nin Tavşan Yüreği zeytinyağı AB Coğrafi İşaret başvurusu tamamlanmalıdır.

Uygulama:

- Belediye, ticaret borsası ve üniversite iş birliği
- GI standartlarına uyan ürünlere Antalya Logosu ile satış izni
- Tağşişin önlenmesi
- Sözleşmeli tarımın konsey denetiminde teşviki

Marka Kimliği ve Yerel Değerler

1. Tavşan Yüreği'nin niş ürün olarak işlenmemesi: Antalya'nın en büyük özgün çeşidinin standart bir ürün gibi harcanması.
2. Lyrboton Kome'den yararlanılmaması: Dünyanın en eski üretim merkezlerinden birinin sunduğu tarihsel hikâyenin kullanılmaması.
3. Marka hikâyesinin oluşturulmaması: Antalya imajının yalnızca “deniz-kum-güneş turizmi” odaklı kalması, tarımsal derinliğin anlatılamaması.
4. Butik satış alanlarının eksikliği (Kaleiçi, havalimanı vb.): Turistin kaliteli yerel ürüne ulaşabileceği modern vitrinlerin olmaması.

Çözüm Önerileri: “Lyrboton Kome Zeytin Yolu” Deneyim Rotası Hikâye eksikliğini gidermek için Lyrboton Kome merkezli kültür rotası oluşturulmalıdır.

Uygulama:

- “Antik Zeytin Rotası” turizminin geliştirilmesi
- Tavşan Yüreği zeytinyağının premium/lüks segmentte konumlandırılması
- Manavgat ve Kalecik'te tadım atölyeleri kurulması

Eğitim, Finans ve Motivasyon

1. Markalaşma eğitimi ve vizyon eksikliği: Modern pazarlama stratejileri konusundaki yerel yetersizlik.
2. Finansal desteklerin yetersizliği: Şişeleme, tasarım ve laboratuvar gibi yüksek maliyetli süreçlerde teşvik azlığı.
3. Profesyonel girişimlerin yetersizliği: Sektörde vizyoner ve uzmanlaşmış butik işletmeci sayısının azlığı.
4. Başarı hikâyelerinin bilinmemesi: Uluslararası madalya alan markaların örnek gösterilmemesi ve motivasyon kaybı.

Çözüm Önerileri: “Marka Elçileri ve Başarı Teşvik Sistemi”: Küresel başarıların yerelleştirilerek üretici motivasyonunun artırılması.

Uygulama:

- Uluslararası ödül alan markaların Bölge Elçisi ilan edilmesi
- Başarı hikâyelerinin eğitim modülü olarak paylaşılması
- Butik girişimcilere tasarım ve laboratuvar için Marka Fonu desteği

Küresel Rekabet ve Algı Yönetimi

1. Tüketici bilincinin olmayışı: Kalite göstergelerinin dikkate alınmaması, düşük fiyatın öne geçmesi.
2. Medyadaki dezenformasyon: Yanlış bilgilerin sektöre ve fiyat algısına zarar vermesi.
3. Dış ticarete kümelenme eksikliği: Küçük markaların küresel pazarda tek başına güçsüz kalması.
4. Küresel tanınırlık ve marka zayıflığı: Türkiye büyük üretici olmasına rağmen dünya sofralarında “marka” olarak yer alamaması.

Çözüm Önerileri: “Dijital Antalya Zeytin Portalı”: Tanınırlık ve dezenformasyon sorununu çözmek için çok dilli dijital platform kurulmalıdır.

Uygulama:

- Sertifikalı üreticilere küresel erişim sağlayan e-ticaret altyapısı
- Ürün analiz raporlarının şeffaf paylaşımı
- Bilimsel temelli “Hakiki Zeytinyağı” kampanyaları

4.4- ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞININ TURİZM, GASTRONOMİ VE EKONOMİK DEĞER ZİNCİRİNE ENTEGRASYONU

Bu bölüm; Antalya’da zeytin ve zeytinyağı kültürünün turizm, gastronomi ve uygulama ile bütünleştirilerek yüksek katma değerli bir modele dönüştürülmesine yönelik mevcut sorun alanlarını ve uygulanabilir çözüm stratejilerini ortaya koymaktadır.

Turizm Rotalarına Entegrasyon

Antalya'da zeytin ve zeytinyağına ilişkin tarihsel miras, üretim kültürü ve doğal peyzaj unsurları bulunmasına rağmen bu değerler turizm ekosistemine bütüncül ve tematik bir yapı içinde yeterince entegre edilememektedir.

Ziyaretçilerin deneyimleyebileceği dijital yönlendirme sistemlerinin, hasat temelli tur programlarının ve kültürel etkinliklerin sınırlı olması; zeytin kültürünün turizmde görünürlüğünü ve ekonomik katkısını azaltmaktadır.

Çözüm Önerileri:

- Antik üretim merkezleri, Zeytinpark ve modern tesisleri kapsayan tematik zeytin rotaları tasarlanmalı ve mevcut turizm ağına entegre edilmelidir.
- Dijital haritalama, mobil uygulamalar, QR kodlu yönlendirmeler ve etkileşimli deneyim araçları geliştirilerek turistlerin rotalara erişimi kolaylaştırılmalıdır.
- Bölgedeki anıt zeytin ağaçları envanterlenmeli; tarihçelerini ve kültürel değerlerini anlatan QR kodlu bilgilendirme sistemleri kurulmalıdır.
- Zeytin hasadı dönemi, tur operatörleri ve seyahat acenteleriyle iş birliği içinde turistik takvime dönüştürülmelidir: Gününbirlik hasat turları, Deneyim odaklı yaratıcı programlar, Acenta kataloglarına entegrasyon.
- Duyusal tadım atölyeleri, tur paketlerinin temel bileşeni haline getirilmelidir.
- Lyrboton Kome'deki Apollon zeytin hasadı şenliği yeniden canlandırılmalı; zeytinlik alanlarda spiritüel ve kültürel etkinlikler düzenlenmelidir.
- Kapsamlı bir Zeytin Festivali planlanarak: B2B (İşletmeden İşletmeye) buluşmaları, Gastronomi atölyeleri, Rehberli rota ziyaretleri, Ünlü şef etkinlikleri, Kozmetik, sağlık ve yan ürün tanıtımları gerçekleştirilmelidir.

Şefler, Oteller ve Restoranlarla Sürdürülebilir İş Birliği

Turizm sektöründe zeytinyağının yerel kimliği ve kalite değeri, otel ve restoran mutfaklarına yeterince yansımamakta; üretici-tüketici bağı zayıf kalmaktadır. Aracı yapılar maliyeti artırırken yerel üreticinin gelirini sınırlamakta, işletmelerin sürdürülebilir kaliteli ürüne erişimini zorlaştırmaktadır.

Çözüm Stratejileri

- Zeytinyağlı Akdeniz mutfağı atölyeleri otel ortamına taşınarak deneyimsel gastronomi alanları oluşturulmalıdır.
- Şefler, satın alma yöneticileri ve üreticileri buluşturan periyodik tedarikçi günleri düzenlenmelidir.
 - Araçların azalması üretici gelirini artırır.
 - Otellerin kaliteli ürüne sürdürülebilir erişimi sağlanır.
- Yerel kurumlar iş birliğiyle yalnızca bölgeye özgü/coğrafi işaretli zeytinyağı kullanan işletmelere sertifikasyon verilmelidir.
 - Prestij ve pazarlama değeri oluşturur.
 - Mutfak yarışmalarıyla kalite teşvik edilir.
- Restoran menülerinde kullanılan zeytinyağının:
 - Hangi bahçeden temin edildiği
 - Hasat yöntemi,

- Tat profili belirtilmeli;
- Şeflerin bu hikâyeyi aktarabilmesi için eğitim programları uygulanmalıdır.
- Mutfak personeline yönelik profesyonel tadım ve doğru kullanım eğitimleri verilmelidir.
- İmza yemek yarışmaları ile motivasyon artırılmalıdır.
- Otellerde coğrafi işaretli ürün kullanım oranı teşvik edilmelidir.
- Uygun alanlarda yerel ürün sergi ve satış noktaları kurulmalıdır.
- Zeytinliklerde agro-turizm tesisleri geliştirilerek:
 - Sabah hasat,
 - Öğleden sonra atölye,
 - Akşam gurme deneyimi içeren paketler oluşturulmalıdır.

Bu model, kitle turizmine kıyasla daha yüksek kâr marjı sağlayan nitelikli turizm ürünü üretir.

Tadım, Hasat Deneyimi ve Gastronomi Etkinliklerinin Ekonomik Değere Dönüşümü

Hasat ve tadım faaliyetleri çoğunlukla düşük katma değerli tarımsal etkinlikler olarak kalmakta; markalaşma, deneyim tasarımı ve doğrudan satış mekanizmaları yeterince gelişmemektedir. Bu durum özellikle turizmin yavaşladığı sezonlarda ekonomik fırsatların kaçırılmasına neden olmaktadır.

Çözüm Stratejileri

- Hasat deneyimi “Tarladan Sofraya Gastronomi Serüveni” markasıyla sunulmalıdır.
 - Turistin topladığı zeytinden elde edilen yağ,
 - Özel şişe ve kişisel hasat sertifikası ile verilmelidir.
 - Tarımsal faaliyet yüksek katma değerli turistik ürüne dönüşür.
- Ekim–Aralık dönemi:
 - Hasat festivalleri ve gastronomi haftalarıyla desteklenmeli,
 - Düşük sezon otel doluluğu artırılmalı,
 - Şehir ekonomisine doğrudan katkı sağlanmalıdır.
- Profesyonel tadım etkinlikleri sonrası:
 - Butik satış noktalarında,
 - Antalya’ya özgü/coğrafi işaretli ürünlerin Premium fiyatla doğrudan satışı yapılmalıdır.
 - Araçların azalması yerel üreticiye ekonomik fayda sağlar.

Sonuç: Zeytin ve zeytinyağı; Antalya için yalnızca bir tarımsal ürün değil, kültürel miras, gastronomik kimlik ve sürdürülebilir turizm aracıdır. Tematik rotalar, deneyimsel gastronomi, doğrudan üretici-turizm entegrasyonu ve hasat temelli etkinliklerin bütüncül biçimde kurgulanması; bölgeyi dört mevsime yayılan yüksek katma değerli bir destinasyona dönüştürecektir. Bu dönüşüm gerçekleştiğinde Antalya zeytinyağı; sadece bir gıda ürünü değil, yaşanan, anlatılan ve ekonomik değere dönüşen bir kültür haline gelecektir.

4.5.DESTEKLEMELER, ÜRETİLECEK POLİTİKALAR VE ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNÜN İYİLEŞTİRİLMESİ

Desteklemelerle İlgili Sorunlar ve Politika İhtiyaçları

Zeytincilik sektöründe destek mekanizmalarına ilişkin temel sorunlar;

- Desteklerin parçalı ve dağınık yapıda olması,
- Kurumlar arası koordinasyon eksikliği,
- Başvuru süreçlerinin teknik ve bürokratik karmaşıklığı,
- Küçük ölçekli üreticilerin projelendirme ve finansmana erişimde zorlanması,
- Desteklerin çoğunlukla üretim miktarına odaklanması, kalite, markalaşma ve katma değer boyutunun geri planda kalması
- Coğrafi işaretli ürünlere özgü destek modellerinin yetersizliği,
- Desteklerin sahadaki gerçek ihtiyaçlarla tam örtüşmemesi gibi yapısal problemlerden kaynaklanmaktadır.

Ambalajlama ve Üretim Standartları;

- Ambalajlama faaliyetlerinin yatırım projelerinde zorunlu unsur haline getirilmesi önerilmektedir.
- Paketleme ekipmanları ve ambalaj sarf malzemeleri uygun maliyet kalemi olarak destek programlarına eklenebilir.
- Mevcut desteklerde ambalaj standardı zorunluluğu bulunmadığından, zeytinyağı üretim hatlarında denetimler artırılmalıdır.
- Kullanılmış su bidonlarının yaygın kullanımı: Ürün kalitesini ve marka algısını düşürmekte, mikroplastik riski nedeniyle insan sağlığı açısından sorun oluşturmaktadır.

Bu nedenle dolum, ambalaj ve paketleme süreçleri belirli standartlara bağlanmalıdır.

Alan Bazlı Teşvikler: Orman vasfını kaybetmiş veya yangından etkilenmiş alanlarda zeytin dikiminin teşvik edilmesi destek politikalarına dahil edilebilir.

Destek Tanıtımı ve Farkındalık Sorunlarının Aşılması

Desteklere erişimin artırılması için:

- Genç çiftçilere yönelik proje hazırlama eğitimleri sağlanabilir.
- Büyük üreticilere destek tanıtım etkinlikleri düzenlenebilir.
- Zeytin temalı işletmelere yönelik farkındalık çalışmaları yürütülebilir.
- Tematik parklar ve turizm noktaları oluşturulabilir.

Yapısal Çözüm Yaklaşımı: Destek, tanıtım ve farkındalık sorunlarının çözümü; Kurum bazlı yapılandırılmış iletişim + destek bazlı sade anlatım + üreticiye doğrudan temas ekseninde kurgulanmalıdır.

Kurum Bazında

- TKDK/IPARD, KKYDP, Kalkınma Ajansları, GEKA, İl Tarım ve Orman Müdürlükleri ve yerel yönetimler ortak koordinasyon mekanizmasıyla hareket etmelidir.
- Tek çatı altında “zeytincilik destek masası / dijital platformu” kurulmalıdır.
- Entegre bilgilendirme dili oluşturulmalıdır.

Destek Bazında

- Programlar teknik mevzuat dili yerine üretici odaklı sade anlatımla sunulmalıdır.
- “Hangi destek – kime uygun – ne kazandırır – nasıl baş vurulur” formatında modüler rehberler hazırlanmalıdır.
- Destekler somut örnek projeler üzerinden anlatılmalıdır.

Üreticiye Ulaşma Yöntemleri

- Köy/kırsal mahalle bazlı yerinde bilgilendirme toplantıları
- Mobil destek ekipleri
- Kooperatif ve birlik merkezli eğitim–tanıtım günleri
- Örnek tesis ziyaretleri ve demonstrasyonlar
- Saha danışmanlığı modeli
- Yerel kanaat önderleri üzerinden yayılım stratejisi

Bu yaklaşım sayesinde destek mekanizmaları: Uzak ve karmaşık algısından çıkarılarak, Üreticinin günlük pratiğine dokunan, Somut fayda üreten ve güven kuran bir yapıya dönüşebilir.

Markalaşma ve Zeytinyağını Mutfak Dışına Taşıyacak Destekler

Destekleyici kurumlar perspektifinden; Tavşan Yüreği ve Beycik zeytini özelinde politika üretimi yalnızca üretimi değil değer zincirinin tamamını dönüştüren bir yaklaşımla ele alınmalıdır.

Destekleme Politikalarının Odağı

- Modern sıkım ve depolama altyapıları
- Lisanslı ve sertifikalı üretim modelleri
- Ortak işleme, dolum ve markalama tesisleri
- Kooperatif ve birliklere yönelik kurumsal kapasite geliştirme
- Genç çiftçi ve girişimci destekleri
- Dijital izlenebilirlik ve kalite standardizasyonu yatırımları

Politika Üretim Alanları

- Coğrafi işaretli ürünlerde katma değer temelli destek modeli (kalite, sertifika, marka, ihracat performansı)
- Bölgesel marka kümelenmeleri
- Gastronomi ve deneyim turizmi entegrasyonu
- Yan ürün geliştirme teşvikleri (kozmetik, doğal bakım, fonksiyonel ürünler)
- Kamu alımlarıyla yerel ürün kullanımının artırılması

Sektörel İyileştirme Perspektifi

- Parçalı üretim yapısından çıkarak örgütlü üretim modellerine geçiş
- Pazar erişimi ve ihracat kanallarının kurumsal desteklerle açılması
- Zeytinyağının yalnızca tarımsal ürün değil; kültürel, turistik ve endüstriyel değer zinciri ürünü olarak konumlandırılması ile mümkün olacak bütüncül bir dönüşüm hedeflenmelidir.

4-6- “ZEYTİNYAĞI ÜRETİM SÜREÇLERİ”

Bu rapor; Antalya bölgesinde zeytinin hasadından başlayarak taşınması, işlenmesi, depolanması, ambalajlanması ve yan ürün yönetimine kadar uzanan tüm süreçlerde karşılaşılan teknik ve yapısal sorunları analiz etmek ve Antalya zeytinyağını üst kalite segmentine taşıyacak uygulanabilir çözüm önerilerini ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır.

Hammadde Kalitesi ve Lojistik Yönetimi:

Antalya’da zeytin üretimi küçük ve parçalı bahçe yapısı nedeniyle homojen değildir. Aynı gün fabrikaya farklı olgunluk derecelerine sahip, ezilmiş, çürümüş veya yerden toplanmış zeytinlerin gelmesi kaliteyi doğrudan düşürmektedir.

Hasat sonrası zeytinlerin uzun süre çuvallarda bekletilmesi, uygun olmayan taşıma koşulları ve geç sıkım; kızışma, fermenta kusurları, serbest yağ asitliğinde artış ve meyvemsilik kaybına neden olmaktadır. Kıyı kesimlerdeki yüksek sıcaklıklar bu bozulmayı hızlandırmaktadır.

Çözüm Önerileri

- Hasat–fabrika senkronizasyonu sağlanmalı, randevulu sıkım sistemi uygulanmalıdır.
- Zeytinin 6–8 saat içinde işlenmesi hedeflenmelidir.
- Zeytin fabrikaya taşınırken çuval kullanımı kaldırılarak delikli plastik kasa sistemi teşvik edilmelidir.
- Zeytin danesi olgunluk endeksine göre ayrılarak farklı üretim hatları oluşturulmalıdır.
- Çiftçilere yönelik sürekli eğitim programları ile erken hasat ve doğru taşıma bilinci artırılmalıdır.

Proses Kontrolü ve Üretim Teknolojisi:

Fabrikalara geç gelen zeytinler ve işletmelerdeki hijyen, sıcaklık ve proses kontrol eksiklikleri kaliteli hammaddenin dahi değer kaybetmesine yol açmaktadır.

Yüksek sıcaklıkta malaksasyon, uzun yoğurma süreleri ve hatalı separatör ayarları fenolik bileşik kaybına ve oksidatif hasara neden olmaktadır. Ayrıca üreticilerin daha fazla yağ verimi talebi, işletmeleri kalite yerine miktara yönlendirebilmektedir.

Çözüm Önerileri

- Bölgesel teknik parametre rehberi hazırlanmalıdır. Malaksasyon sıcaklığı ≤ 27 °C (Türk Gıda Kodeksi/Zeytin ve zeytinyağı Tebliği), Süre: 20–45 dakika olmalıdır.

- Anlık sıcaklık sensörleri ve otomasyon sistemleri yaygınlaştırılmalıdır.
- Fabrika personeline zorunlu kalite, hijyen ve duyuşal analiz eğitimleri verilmelidir.
- Sezon boyunca kimyasal ve duyuşal geri bildirim ile fabrika bazlı kalite raporları hazırlanmalıdır.
- Paslanmaz çelik ekipman ve azot blanketing uygulamaları standart hale getirilmelidir.

Depolama, İzlenebilirlik ve Ambalajlama:

Üretim sonrası farklı partilerin karıştırılması, yetersiz tank kapasitesi, sıcaklık kontrolünün olmaması ve kayıt sistemlerinin eksikliği kalite kayıplarına yol açmaktadır. Zeytinyağı; ışık, hava ve sıcaklığa duyarlı bir üründür. Gıda ile temasa uygun olmayan ambalajlar raf ömrünü kısaltmakta ve kaliteyi düşürmektedir.

Çözüm Önerileri

- Parti bazlı dijital izlenebilirlik sistemi kurulmalıdır.
- Depolamada 18–20 °C sıcaklık kontrolü ve azot koruması sağlanmalıdır.
- Yağlar koyu renk cam, laklı teneke veya paslanmaz çelik tanklarda muhafaza edilmelidir.
- Sezon sonlarında fabrika kalite performans raporları hazırlanmalıdır.
- Yüksek kaliteli partiler için “Antalya Kalite Havuzu” oluşturularak üst kalite markalama desteklenmelidir.

Taklit ve Tağşış Sorunu:

Piyasada daha ucuz bitkisel yağlarla karıştırılmış sahte ürünlerin varlığı; hem tüketiciyi yanıltmakta hem de gerçek üreticinin pazarlama gücünü zayıflatmaktadır. Özellikle turizm sektöründe düşük fiyat odaklı talep, kaliteyi olumsuz etkilemektedir.

Çözüm Önerileri

- Etkin denetim ve yaptırımlar sürdürülmeli, ifşa mekanizması güçlendirilmelidir.
- Tüketici farkındalığını artıracak bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Kaliteli üretimi teşvik eden sertifikasyon ve marka destekleri geliştirilmelidir.

Pirina ve Karasu Yönetimi – Çevresel Sürdürülebilirlik

Pirina ve karasu yüksek organik yükleri nedeniyle çevre için risk oluşturmaktadır. Kontrolsüz bertaraf toprağa ve ekosisteme zarar vermektedir. Antalya’da pirina işleme tesis sayısının yetersiz olması atık yönetimini zorlaştırmaktadır.

Çözüm Önerileri

- Bölgesel ortak bertaraf ve biyokütle enerji tesisleri kurulmalıdır.
- Mobil veya merkezi karasu arıtma sistemleri yaygınlaştırılmalıdır.
- Çevre kurallarına uyan işletmelere “Temiz Üretim / Yeşil Fabrika” sertifikası verilmelidir.
- Şeffaf çevresel performans izleme sistemi oluşturulmalıdır.

- Pirina işleme tesislerinin sayısı artırılarak atıkların hızlı uzaklaştırılması sağlanmalıdır.

Sonuç: Zeytinin hasadından ambalajlamaya kadar tüm süreçler zeytinyağı kalitesini doğrudan belirlemektedir. Antalya'nın yerel çeşitleri yüksek kimyasal ve duyuşsal potansiyele sahiptir; ancak bu potansiyel ancak doğru hammadde üretimi ve hasadı, kontrollü üretim teknolojisi, izlenebilir depolama, tağışişle mücadele ve çevreye duyarlı temiz üretim anlayışıyla gerçek değerine ulaşacaktır.

Bu bütüncül yaklaşım benimsendiğinde Antalya zeytinyağı yalnızca duyuşsal açıdan üstün bir ürün değil, aynı zamanda doğaya saygılı ve sürdürülebilir bir üretim kültürünün simgesi haline gelerek küresel pazarda güçlü bir marka değeri kazanacaktır.

5. STRATEJİK ÖNCELİKLER

Antalya Zeytinyağı Çalıştayı kapsamında gerçekleştirilen açılış konuşmaları, akademik sunumlar ve çalışma grubu değerlendirmeleri sonucunda, ilin zeytinyağı sektöründe sürdürülebilir ve yüksek katma değerli bir yapıya geçebilmesi için temel stratejik öncelikler belirlenmiştir. Bu öncelikler, üretim artışına dayalı geleneksel yaklaşımdan kalite ve değer temelli bir modele geçişini ifade etmektedir.

“Kaliteli üretim; tesadüfi değil sistematik bir yönetim sürecidir”

Antalya'da üretim kapasitesi son yıllarda artış göstermiştir. Ancak kalite standardizasyonu ve katma değer üretimi aynı hızda gelişmemiştir. Bu nedenle sektörün ilk ve en önemli önceliği, miktar odaklı üretim anlayışından kaliteyi merkeze alan sistematik bir üretim modeline geçiştir. Bu model; olgunluk indeksine dayalı hasat planlamasını, erken hasat uygulamalarının yaygınlaştırılmasını, toprak ve yaprak analizine dayalı gübreleme programlarını, budama ve taç yönetiminde standartlaşmayı ve iklim değişikliğine karşı adaptasyon stratejilerini içermektedir. Kalite, tesadüfi bir sonuç değil; planlı ve izlenen bir süreç haline getirilmelidir.

Natürel sızma zeytinyağının tanımı yalnızca kimyasal sınır değerleri karşılamakla sınırlı değildir; duyuşsal kusursuzluk da zorunlu bir kriterdir. Antalya'da akredite bir duyuşsal analiz panelinin bulunmaması önemli bir yapısal eksikliktir. Bu nedenle uluslararası standartlarda çalışan bir duyuşsal analiz panelinin kurulması, eğitimli panelistlerin yetiştirilmesi ve parti bazlı duyuşsal değerlendirmenin sistematik hale getirilmesi gerekmektedir. Fenolik analiz kapasitesinin artırılması da kalite güvence sisteminin ayrılmaz bir parçasıdır. Kalite güvencesi olmayan bir markanın sürdürülebilirliği mümkün değildir.

Antalya'nın rekabet avantajı, yerel çeşit zenginliğidir. Özellikle Tavşan Yüreği çeşidi, ilin farklılaşma potansiyelinin temel unsurlarından biridir. Anonim üretim modelinden kimliği belirgin ürün modeline geçiş zorunludur. Bu çerçevede coğrafi işaret süreçlerinin tamamlanması, sertifikalı fidan üretiminin desteklenmesi ve yerel çeşitlerin performans

analizlerinin yapılması gerekmektedir. Yerel çeşitler yalnızca tarımsal bir unsur değil, Antalya markasının stratejik taşıyıcı kolonlarıdır.

Kalite iddiasının sürdürülebilir olması için izlenebilirlik sistemi kurulmalıdır. Parti bazlı üretim ve numaralandırma sistemi, QR kodlu dijital izleme altyapısı ve depolama tanklarının ayrı takibi gibi uygulamalar hem güveni artıracak hem de tağşiş riskini azaltacaktır. İzlenebilirlik güven üretir; güven ise fiyat avantajı sağlar.

Antalya'nın fiyat rekabeti yerine kalite rekabetine yönelmesi stratejik bir zorunluluktur. Bu doğrultuda çatı marka yaklaşımı benimsenmeli, ambalaj ve tasarım standartları belirlenmeli ve premium ile ultra premium segment hedeflenmelidir. Sağlık temelli konumlandırma, dijital pazarlama ve e-ihracat kanalları ile desteklenmelidir. Dökme satış modelinin kademeli olarak azaltılması, değer artışı için temel koşuldur.

İlin en güçlü sektörü turizmdir. Zeytinyağının bu ekosisteme entegre edilmesi, Antalya için önemli bir ekonomik kaldıraç oluşturacaktır. Zeytin ve zeytinyağı rotalarının oluşturulması, hasat festivallerinin düzenlenmesi, tadım ve deneyim merkezlerinin kurulması ve otel ile restoranlarda yerel yağ kullanımının teşvik edilmesi, zeytinyağını yalnızca bir gıda ürünü olmaktan çıkararak kültürel ve deneyimsel bir değere dönüştürecektir.

Sürdürülebilir dönüşüm ancak eğitimle mümkündür. Üreticilere yönelik sürekli eğitim programları, budama ve hasat sertifikasyonları, duyuşal farkındalık çalışmaları ve marka-fiyatlandırma eğitimleri kalite zincirinin temel unsurlarıdır. Genç üretici ve girişimcilerin desteklenmesi ise sektörün geleceği açısından kritik önemdedir.

Zeytinyağının sağlık boyutu Antalya için önemli bir ekonomik fırsat sunmaktadır. Yüksek polifenollü erken hasat ürün segmentinin geliştirilmesi, fenolik analiz etiketlemesi ve sağlık beyanı taşıyabilecek ürünlerin araştırılması premium fiyatlandırmaya geçiş için güçlü bir araçtır.

Tüm bu stratejik önceliklerin uygulanabilmesi için kurumsal koordinasyon gereklidir. Kamu, üniversite ve sektör temsilcilerinden oluşan bir koordinasyon mekanizması oluşturulmalı; performans göstergeleri belirlenmeli ve uygulamalar düzenli olarak izlenmelidir. Strateji ancak uygulamaya dönüştüğü ölçüde değer üretir.

Bu çerçevede Antalya için dönüşüm modeli; üretimden değere, anonimden kimlikliye, dökmeden markalıya ve miktardan kaliteye geçişi ifade etmektedir.

6. ANTALYA MODELİ: KALİTE ODAKLI DÖNÜŞÜM ÇERÇEVESİ

Antalya Modeli, üretim artışına dayalı klasik tarımsal genişleme anlayışından; kalite, izlenebilirlik, kimlik ve deneyim temelli bütüncül bir dönüşüm yaklaşımına geçişi tanımlamaktadır. Modelin temel varsayımı, küresel rekabet ortamında avantajın üretim miktarında değil, birim başına elde edilen katma değerde olduğudur.

Model, kalitenin bahçede başladığını kabul eder. Analize dayalı gübreleme, budama standartları, olgunluk indeksine göre hasat planlaması, sertifikalı fidan kullanımı ve iklim risk yönetimi üretim disiplininin temel unsurlarıdır. Bu yaklaşım kaliteyi sistematik hale getirir.

İkinci aşamada kalite güvencesi ve izlenebilirlik yer alır. Akredite duyusal analiz paneli, parti bazlı izleme sistemi, QR kodlu takip altyapısı ve depolama standartları, Antalya zeytinyağının güvenilirliğini artırarak premium segmentte konumlanmasını mümkün kılacaktır.

Modelin üçüncü boyutu kimlikli ve premium segment üretimdir. Yerel çeşit temelli markalaşma, coğrafi işaret süreçleri ve yüksek polifenollü erken hasat segmenti bu yaklaşımın temelini oluşturur. Fiyat rekabeti yerine kalite rekabeti esas alınır.

Dördüncü boyut ise turizm entegrasyonudur. Zeytin rotaları, hasat festivalleri, tadım merkezleri ve gastronomi turizmi entegrasyonu ile zeytinyağı deneyim ekonomisinin parçası haline getirilir.

Model, değer zincirinin tüm aşamalarını kapsayan bütüncül bir kalkınma perspektifi sunar. Amaç; birim fiyat artışı, premium segment payının yükselmesi, dökme satışın azalması ve ihracat değerinin artmasıdır. Uzun vadede Antalya'nın üretim miktarıyla değil kalite standardı ve marka değeriyle anılan bir merkez haline gelmesi hedeflenmektedir.

7. POLİTİKA ÖNERİLERİ

Kalite odaklı dönüşümün sürdürülebilirliği için destek ve politika mekanizmalarının yeniden kurgulanması gerekmektedir. Mevcut desteklerin üretim miktarı yerine kalite parametreleriyle ilişkilendirilmesi, erken hasat ve yüksek polifenollü üretimin teşvik edilmesi önemlidir. Duyusal analizden kusursuz çıkan partilere kalite primi verilmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin desteklenmesi, üreticiyi değer üretmeye yönlendirecektir.

Antalya'da akredite bir duyusal analiz ve kalite merkezinin kurulması stratejik bir gerekliliktir. Bu merkez hem analiz hem eğitim hem de sertifikasyon işlevi üstlenmelidir. İzlenebilirlik sistemi zorunlu hale getirilmeli, parti numarası uygulaması ve dijital takip altyapısı yaygınlaştırılmalıdır.

Yerel çeşitlerin korunması için sertifikalı fidan programları, performans araştırmaları ve genetik materyalin muhafazası desteklenmelidir. Markalaşma ve premium segment teşvikleri, e-ihracat destekleri ve ambalaj danışmanlığı programları ile güçlendirilmelidir. Oleo-turizm için kurumsal bir master plan oluşturulmalı ve uygulamaya geçirilmelidir. Ayrıca etkin piyasa denetimleri ve tağşişle mücadele mekanizmaları sektörün itibarını korumak açısından önemlidir.

8. SONUÇ VE 2026–2030 YOL HARİTASI

Antalya Zeytinyağı Çalıştayı, sektörün yalnızca teknik değil yapısal dönüşüme ihtiyaç duyduğunu ortaya koymuştur. Antalya güçlü üretim kapasitesi, yerel çeşit zenginliği ve turizm altyapısı ile önemli bir potansiyele sahiptir; ancak bu potansiyelin ekonomik değere dönüşmesi kalite standardizasyonu ve markalaşma ile mümkündür.

2026–2027 döneminde kurumsal yapılanmanın tamamlanması, duyu analizi altyapısının hazırlanması, pilot izlenebilirlik sistemlerinin başlatılması ve eğitim programlarının devreye alınması hedeflenmektedir.

2028–2029 döneminde akredite analiz merkezinin faaliyete geçmesi, çatı markanın lansmanı, coğrafi işaret süreçlerinin tamamlanması ve oleo-turizm uygulamalarının yaygınlaşması planlanmaktadır.

2030 ve sonrasında ise Antalya'nın premium segmentte güçlü biçimde konumlanması, dökme satış oranının belirgin şekilde azalması, uluslararası görünürlüğün artması ve sürdürülebilir üretim uygulamalarının entegre edilmesi amaçlanmaktadır.

Başarı; premium ürün oranı, ortalama ihracat birim fiyatı, duyu analizden geçen parti sayısı, dökme satış oranındaki azalma ve turizm entegrasyonunun artışı gibi ölçülebilir göstergelerle izlenmelidir.

Sonuç olarak Antalya için mesele daha fazla üretmek değil; doğru ürünü doğru standartta üretip doğru pazarda konumlandırmaktır. Nihai hedef, Antalya'yı zeytinyağında miktarla değil kaliteyle anılan; izlenebilirliği yüksek, duyu güvenirliliği kanıtlanmış, coğrafi kimliği güçlü ve turizmle entegre bir premium üretim merkezi haline getirmektir.

ÇALIŞTAY FOTOĞRAFLARI









KATILIMCI LİSTESİ

	AD-SOYAD	KURUM
1	ABDULLAH ŞANAL	EGEYA YAĞ FABRİKASI
2	ABDURAHMAN KAPAN-	ÜRETİCİ
3	ADEM AKTAŞ	GEBİZ ZEYTİN KOOPERATİFİ
4	AHMET ÖZDEMİR-	ÜRETİCİ
5	AHMET YALÇIN YAŞAR	ÇEVRE MÜHENDİSLERİ ODASI
6	ALİ ARSLAN	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
7	ALİ ÇİLESİZOĞLU	TRT
8	ALİ ÖZGÜÇ	KUMLUCA ZİRAAT ODASI
9	AVNİ BİLGİÇ	ANTALYA MÜLKİYELİLER BİRLİĞİ
10	AYŞE DENİZ	ATSO
11	AYŞE GÜNBEY ŞERİFOĞLU	TARIMDA KADIN KOOPERATİFİ
12	AYŞENUR SUNGUR	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
13	AYTEN BALABAN	CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞK.
14	BAYRAM HASÇAĞAN	KONYAALTI İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
15	Beste İNCE ALPTEKİN	ATSO Meslek Komiteleri Müdürlüğü Memuru)
16	BETÜL AY	BETÜL AY (DİYETİSYEN)
17	CAHİT C. ALTUNOĞLU	GIDA KONTROL GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
18	CENGİZ ABUKAN	TOSUNLAR ZEYTİNYAĞI
19	CEREN ŞAHİN	ÇEVRE MÜHENDİSLERİ ODASI
20	CESUR HOŞAFÇI	KÜLTÜR TURİZM İL MÜDÜRLÜĞÜ
21	ÇETİN SALMAN	ANTALYA TİCARET BORSASI
22	ÇİĞDEM CEREN	BATEM
23	ÇİĞDEM KARAOKUTAN	2MİZ ZEYTİNYAĞLARI
24	DOÇ. DR. MEHMET BAHAR	KAPADOKYA ÜNİVERSİTESİ

25	DR. BELKIS YAŞA	BURSA TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
26	DR. ÇAĞLA MCKENZIE	BİLİM ÜNİVERSİTESİ
27	DR. FATİH ALPAY VURAN	BATEM
28	DR. GÜL KAHRAMAN	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
29	DR. ORÇUN BURAK SAVUZ	ANTALYA TOHUM SERTİFİKASYON MÜDÜRLÜĞÜ
30	EMSAL ERDOĞAN	KONYAALTI İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
31	ENDER GÜMÜŞ	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
32	ENGİN PEK	BETUYAB
33	ERDEM ÖZMEN	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
34	ERKAN DEVELİ	ANTBİRLİK
35	FEVZİYE HANIM	ANKA KADIN KOOPERATİFİ
36	FULYA TURAN	ANTALYA TARIM ORMAN İL MÜDÜRLÜĞÜ
37	GÜLŞEN ELMAS	VALİLİK AB
38	HABİBE ŞAHİN	MANAVGAT ZİRAAT ODASI
39	HALİL BÜLBÜL	ANTALYA TİCARET BORSASI
40	HARUN SERTKAYA	SERTAKAYA ZEYTİNYAĞI FAB.
41	Hatice PARLAK	BÜYÜKŞEHİR Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığına
42	HAYAT DURMUŞ	SERİK BOĞAZKENT GİRİŞİMCİ KADINLAR BİRLİĞİ
43	İBRAHİM İRMAK	İL TARIM ORMAN MÜDÜR
44	İBRAHİM YAVUZ	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
45	İFFET GÖZDE BOZDOĞAN	BAKA
46	KEREM ARMAN	BTA FİRMA
47	MEHMET ÖMER TOKGÖZ	ÇEVRE ŞEHİRCİLİK
48	MEHTAP KÖSE	TARIM VE KIRSAL KALIKINMAYI DESTEKLEME KUR.
49	MERAL BAHAR	ÜRETİCİ
50	MERAL ÖZDEMİR	ÜRETİCİ
51	MEZİYET AVCI	EKOLOJİK YAŞAM DERNEĞİ
52	MURAT ŞAHİNER	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
53	MUSTAFA FETTAHOĞLU	ULU ZEYTİNYAĞI FABRİKASI
54	MUSTAFA YETENER	Kaptan Çevre Sağlığı Gıda Tar. Hay. San. Tic. Ltd. Şti.
55	MÜZEYYEN ŞAKLAR	VALİLİK AB
56	NAZİF ALP	ANTALYA ZİRAAT ODASI
57	NEVİN ÖZER	KONYAALTI İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
58	OKAN EVREN	KONYAALTI İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
59	Osman YILMAZ-	ÜRETİCİ
60	ÖNCÜ CEYLAN BALOĞLU	ZİRAAT MÜHENDİSLERİ ODASI
61	ÖNER ÖZ	ATSO
62	PROF. DR. AHMET BAYANER	AKDENİZ ÜNİVERSİTE-İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAK.
63	PROF. DR. ORHAN ÖZÇATALBAŞ	AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
64	PROF. DR. ÖZLEM GÜZEL	AKDENİZ ÜNİVERSİTE-TURİZM FAK.
65	PROF. DR. RENAN TUNALIOĞLU	ADNAN MENDERE ÜNİ.
66	PROF.DR AYHAN TOPUZ	AKDENİZ ÜNİVERSİTE-GIDA MÜH.
67	R. BAŞAK BEZMİŞ	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
68	RASİM METİN	MANAVGAT ZİRAAT ODASI
69	RÜVEYDA BAŞİM	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ

70	SELİM SARIKAYA	BST FİRMA
71	SELVAN DİLMAN KOVAN	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
72	SEMRA DEMİRAĞ	AROV
73	SERAP DERYALI	İL KÜLTÜR TURİZM MÜD.
74	SEVCİHAN ULUSOY İLHAN	TARIM VE KIRSAL KALIKINMAYI DESTEKLEME KUR.
75	TARIK YAŞA	BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
76	TAYFUN KAYRANCIOĞLU	ANTALYA TİCARET BORSASI
77	TEKİN ALTAŞ	KEPEZ İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
78	TUĞBA İNAL	İL TARIM ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ
79	TÜLAY ATEŞ	MİLİ EĞİTİM
80	UĞUR MÜŞTAH	EGEYA YAĞ FABRİKASI
81	VAHİDE YANIK	ANTALYA TİCARET BORSASI
82	VİCDAN ALKAN	KEPEZ İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ
83	YAVUZ BAYRAM MARAŞ	CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞK.
84	ZAFER TAN	BÜYÜKAKÇA ZEYTİNCİLİK
85	Zeki KAYRAK-	ÜRETİCİ
86	ZEKİ ÖZEN	GASTRONOMİ DERNEĞİ BAŞKANI