

Dünya ve Türkiye'deki Zeytinyağı Yarışmaları ve Fonksiyonları



Yazar: Dilşen Oktay- Mehmet Ulaş

Altın sıvı, iksir, sıvı altın gibi tanımlarla ifade edilen; mitolojik tanrıların ve tanrıçaların, imparator ve imparatoriçelerin, firavunların, padişahların, peygamberlerin kullandığı ve sonrasında soyluların masalarının baş tacı; günümüzde sağlıklı yaşamın kilit unsurlarından biridir "zeytinyağı". İnsanlık tarihi kadar eski bir geçmişi olan zeytin ağacı ve zeytinyağı, üzerinde yaşadığımız Anadolu topraklarının kültüründe önemli bir yere sahiptir.

Zeytinyağı üretimi ve ticaretine dair en önemli yerlerden biri olan 2600 yıllık Klazomenai, Urla'nın İskele Mahallesi'nde bulunan dünyanın en eski zeytin ışıkliklerindendir. Burada zeytini yağa işlerken kullanılan bocurgatlar ve taşıma, depolama amaçlı amforalar ve pitoslar kadar ilginç bir başka ayrıntı da hırsız çukurudur. "Hırsız çukuru" fabrika sahibine kalan "göz hakkı" gibi de düşünülebilir. Ama o dönemde paranın icat edilmediği göz önüne alındığında zeytinyağı sıkma (tasiriye) bedelini fabrikacının bu şekilde tahsil ettiği anlaşılmaktadır.

Zeytinyağı, sadece zeytin meyvesinin kırılıp hamur haline getirilip, merkezkaç kuvveti veya yoğunluk farkı prensibine dayalı ayırma işlemlerinden sonra elde edilen üründür. Zeytinyağı, tüketimi doğrudan gerçekleştirilecek yegâne bitkisel yağ olup diğer bitkisel yağlardan daha üstündür.

Üretilen zeytinyağlarının sınıflandırılması, kimyasal parametrelere göre yapılır. Bu parametreler; serbest asitlik derecesi, absorbans değerleri ve peroksit değeridir. Bu rakamlar tüketiciler arasında pek bir şey ifade etmese de; ticari olarak büyük öneme sahiptir. Nitekim tüketiciler kendi damak zevkine uygun olan, bir bölgenin, bir çeşidin, bir markanın, bir üreticinin veya bir satıcının garanti ettiği zeytinyağlarını tüketmektedir. Ticari kaygının ön planda olduğu durumlarda maalesef tüketiciler ismine doğru ürünle buluşmamaktadır.

Zeytinyağı ticareti yapılan her dönemde taklit ve taşış edilmiş bir üründür. Bununla beraber üretiminin, tüketiminin ve kültürünün yaygın olduğu Akdeniz havzası ülkeleri dışında son yıllarda Amerika, Asya, Afrika ve Avustralya'daki pek çok ülkede özellikle zeytinyağına yoğun bir ilgi bulunmaktadır. Hatta iklimsel olarak koşulları zorlayan Japonya örneğinde olduğu gibi; yıllık 30 tonluk üretimi nasıl arttırırız konusundan yola çıkarak zeytincilik araştırma enstitüsü kuran ülkeler

olmuştur. Diğer yandan, Japonlar zeytini ve zeytinyağının; sadece gıda olarak değil, kozmetik alanında da kullanımını yaygınlaştırmak için de çalışmalar yapmaktadır. Kaliforniya'da "Zeytinyağı Konseyi", "Extra Virgin Alliance", Avustralya'da "Zeytin Derneği" gibi oluşumlar da zeytin ve zeytinyağı üzerine akademik ve eğitim odaklı çalışmalar yaparak sektörel gelişime katkıda bulunmaktadır.



Natürel zeytinyağının sınıflarının belirlenmesinde kimyasal parametrelerin yanı sıra duysal parametrelere göre değerlendirilmesi zorunluluk haline getirilmiştir. Kimyasal olarak natürel sızma kategorisinde olan bir zeytinyağı, içeriğinde kusur bulundurmasından dolayı duysal açıdan natürel sızma yağ kategorisinde yer alamamaktadır.

Duysal analizler, eğitilmiş ve antrenmanlı 8-12 panelist ve bir panel lideri tarafından gerçekleştirilmektedir. Analiz edilen zeytinyağının, pozitif ve negatif özellikleri belirlenip, puanlanarak analizin güvenilirliği istatistiksel açıdan değerlendirilir. Analiz sonucu kimyasal parametrelerle desteklenerek zeytinyağının sınıfı belirlenir.

Diğer yandan duysal analizler natürel sızma zeytinyağı kalite yarışmalarında kullanılan bir metottur. Tek farkı, kusur taşımayan ve ekstra pozitif özelliklere meyvensilik, acılık, yakıcılık ve farklı aromalara sahip natürel sızma zeytinyağlarının kalitelerinin panel grubu tarafından tescillenmesidir. Dünya ve Türkiye'de natürel sızma zeytinyağı kalite yarışmaları düzenlenmektedir. Sadece üretici ülkelerde değil, hedef pazar konumundaki ülkelerde de bu yarışmalar yapılmaktadır. Üretimini gerçekleştirdiği, ticaretini yapacağı veya tüketimini gerçekleştireceği zeytinyağının kalitesinin ulusal veya uluslararası panel tarafından tescillenmesi, bu yarışmalara olan talep ve ilgiyi büyük bir ivme ile arttırmaktadır.

Zeytinyağı yarışmalarının temel fonksiyonları aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

1. Zeytinyağı kalitesine dikkat çekmek ve doğru üretim yapanları ödüllendirmek.
2. Zeytinyağı ticaretini canlandırmak, üreticileri tanıtmak.
3. Üreticiler arasında rekabeti kızıştırarak daha kalite üretime yol açmak.
4. Zeytinyağı üreticisinin farkındalığını arttırmak, özellikle üretimde aksayan noktalarda iyileştirme yapması yönünde üreticiyi motive etmek.
5. Tüketicileri kaliteli üreticilerle buluşturmak.

Konu derinlemesine incelendiğinde daha başka işlevler de bulunabilir ancak temel olarak yukarıda saydığımız maddeler geçerlidir.

Dünyada zeytinyağı yarışması yapan İtalya, İspanya gibi üretici ülkeler aslında kimlerle ticaret yapabileceğini ortaya koymak adına bu yarışmaları yaparken; Amerika, Japonya, İngiltere, İsrail, Avustralya gibi daha çok zeytinyağı ithal eden ülkeler de hangi ülkelerin ve üreticilerin zeytinyağları kaliteli ve hangilerinden alım yapabileceğini görmek için yarışma düzenlerler.

Bu anlamda dünyada ciddi bir zeytinyağı yarışma sektörü de oluşmuştur. Bazı yarışmalar katı kurallar ve derecelendirme yaparak belli kategorilerde ödül verirken, bazı yarışmalar da üreticileri

deyim yerindeyse "yüreklandirmek" için çoğunlukla 100'lük ölçeğe göre belirli bir sayının üzerinde puan alan her numuneye ödül vererek yarışmalarını gerçekleştirirler. Bu yarışmalarda görev alan tadımcılar bulundukları ülke, çalışmaları, deneyimleri ve referanslarının yanında iletişim yetenekleriyle de doğru orantılı olarak seçilirler. Duyusal analiz yöntemiyle yarışmalar gerçekleştirildiği için yarışma organizatörleri için tadımcı grubunun uyumu çok önemlidir. Grubun ahengini bozan bir tadımcı yarışmada bir yıl sonra görev alma şansını büyük ölçüde riske eder. Bu sebeple özellikle uluslararası yarışmalarda, düzenleyiciler son derece dikkatli ve grubun dinamiklerini göz önünde bulundurarak hareket ederler. Tadımcılar açısından da ulusal ve uluslararası yarışmalarda görev almak öğretici, gelişimi destekleyici bir deneyim olmasının yanında bir prestij ve çoğu zaman da gurur kaynağı halini alır.

Bu kadar titizlik gerektiren bir konu önemli bütçe ve maliyetleri de beraberinde getirir. Yarışma popülerleştikçe, katılımcı sayısı arttıkça, gelirler de artar ve yarışma düzenleyicilerinin sorumluluğu da artar. Böylesi bir işin çekiciliği ve prestiji söz konusuysa yarışma sayısında da artış olmuştur. Son yıllarda zeytinyağı meraklısı pek çok ülkede farklı farklı yarışmalar düzenlenmektedir. Uluslararası Zeytin Konseyi'nin (IOC) Mario Solinas Yarışması, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'nin (UZZK) yarışması üreticiler tarafından daha mesafeli algılanırken; İtalyan derneklerinin ve platformlarının düzenledikleri L'Orciolo d'Oro, Flos Olei, Biol, Leone d'Oro, Armonia, Sol d'Oro, Monocultivar Expo gibi yarışmalar, diğer ülkelerden Olive Japan, Olivinus, Terra Olivo, New York International Olive Oil Competition, Athena International Olive Oil Competition, Los Angeles International Olive Oil Competition, SIAL Olive d'Or gibi yarışmalar, Türkiye'de Zeytindostu Derneği'nin kalite yarışması üreticiler tarafından daha çok ilgi görmektedir. Algı farkı devlet ve özel sektör gibi düşünülebilir çünkü IOC ve UZZK'nın faaliyet alanı geniştir ve başka sorumlulukları da vardır ancak diğer grupların odağı yarışma olduğu için tanıtım çalışmaları daha yoğundur.

Yarışmaların güvenilirliği tartışmalarına gelindiğinde tartışmaya açık bir alana girmiş oluruz. Çünkü yarışmalar yukarıda da belirttiğimiz gibi farklı işlevlere sahiptir. Eğer kaliteden ziyade ticaret odağı ağır olan bir organizasyon söz konusu ise o halde yarışmaya sadece katılmak bile yeterlidir. Bilinen, tanınan yarışmalarda görev alıp da sonra gruptan ayrılarak kendi yarışma düzenleyen tadımcılar ile onlarla çalışan başka tadımcılar da vardır.

Bir de üreticilerin hassasiyeti var ki o da eğer bir üretici kızırsa, aynı yarışmaya bir daha katılmaz. Dolayısıyla yarışma düzenleyenler gerçekten zor bir iş kotarmak durumundalar. Çünkü her yıl dinamikler değişir. Ama başarılı, sürekliliği ve çok katılımcısı olan Flos Olei, Olive Japan, sadece organik zeytinyağların yarıştığı Biol, L'Orciolo d'Oro gibi yarışmalara bakıldığında görülen şu ki çekirdek bir tadımcı kadrosu ile referans sonucu gruba eklenen her yeni katılan tadımcı dikkatle gözlemlenmekte; sadece zeytinyağı tadımındaki değil ayrıca gruba uyumu da gözlemlenmektedir. Bunun yanında düzenleyiciler yıl boyu tüm dünyada tanıtım çalışması yapmaktalar. Örneğin Flos Olei organizatörleri her ay ülke ülke gezmekte, bastırdıkları kataloğun satışı ve tanıtımıyla ilgilenmekte; Olive Japan organizatörleri de bir yıl boyunca ülke ülke, fuar fuar gezerek yarışmalarını tanıtmaktalar.



Ulusal olarak UZZK yarışması 2017'den beri yapılmaktadır. Yarışma geçtiğimiz yıl IOC Mario Solinas Türkiye ayağı şeklinde tanıtılmış, bu yıl ise UZZK'nın kendi adıyla duyurulmuştur. Henüz yarışma yeni olduğu ve belli tonajda üretim, katılımcıların kurumsal olma zorunluluğu gibi kuralları olduğu için yarışmalar dünyasında ilk adımlarını atmaktadır.

Türkiye'de en eski yarışma Zeytindostu Derneği'nin kalite yarışmasıdır. 2007 yılından beri istikrarlı bir şekilde düzenlenmekte, birçok uluslararası yarışmadan farklı olarak kimyasal analizi de akredite bir laboratuvara bizzat yaptırmakta ve yine ulusal tanınmış panellerden tadımcılarla çalışmaktadır. Zeytindostu Derneği kalite yarışması başladığı yıllarda Türkiye'de tanınmış panel olmadığı için İtalya'da ONAÖO'ya numuneleri göndermek suretiyle duyuşal analizleri gerçekleştirirken son 6 yıldır Türk tadımcılar ve zaman zaman davetli yabancı tadımcılarla duyuşal analizleri yapmaktadır. İlk yıllarda iki elin parmaklarını geçmeyen katılımcı sayısı 2018 yılında 100'ün üzerine çıkmış ve bu da yarışmanın prestij kazandığının bir göstergesi olmuştur.

Sonuç olarak zeytinyağı yarışmaları konusu günden güne popülerliği artan, organizatörler ve görev alanlar sayesinde sektörleşen ve büyüyen bir yapıya sahip. Her konuda olduğu gibi bu konuda da söz konusu insan olduğu için suistimale açık alanlar var. Ancak dünyada ve Türkiye'deki örneklerinde olduğu gibi etik kurallara, iletişime ve disipline önem verildiğinde sürdürülebilir, saygın ve güvenilir organizasyonlar gerçekleştirilebilir. Dünyada prestijli ve geniş katılımlı yarışmalar, basın aracılığıyla kamuoyuna aktarılmaktadır. Bu yarışmalarda, meyvemsilik düzeylerine göre sınıflandırma yapılır ve her sınıfı temsilen altın, gümüş ve bronz düzeyinde ödüller verilir. Yarışma sayısının artması, birden fazla firmaya ödüllerin dağıtılması ve panel sonuçlarına dışarıdan etki edilmesi, bu organizasyonlara olan güveni ve kalite anlayışını zedelemektedir. Uluslararası Zeytin Konseyi, ulusal ve uluslararası Zeytinyağı Kalite Yarışmaları için genel bir düzenleme yapılması ve bir takvime bağlanması konusunda gerekli adımları atmalıdır. Yarışma panel jürisinde yer alacak panelistlerin aktif, antrenmanlı ve Uluslararası Zeytin Konseyi bünyesinde kurulacak zeytinyağı tadım panelistleri havuzunda yer alması zorunluluğu getirilmelidir.