

AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE BAĞLAMINDA ŞARAP SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME

A REVIEW ON THE WINE SECTOR IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN UNION AND TURKEY

Dr. Erkin Cihangir KARATAŞ

Bağımsız Araştırmacı, ecihangirk@hotmail.com

Edirne / Türkiye

ORCID: 0000-0002-4906-9696

Özet

Türkiye dünyanın en büyük şarap pazarı olan AB'ye hem coğrafi olarak yakındır hem de Gümrük Birliği gibi bir anlaşmaya taraftır. Türkiye'nin yüksek şarap potansiyelinin kullanılması zengin AB pazarına kaliteli ve nispeten ucuz ürün sağlama imkânı Türkiye ve AB için kazan-kazan odaklı bir ilişki kurma fırsatı sunmaktadır. Söz konusu fırsat Türkiye'nin yok denecek büyüklükteki şarap ihracat hacmini artırarak benzer coğrafi yapıdaki AB ülkelerine yakın, önemli büyüklükte bir gelir elde etme imkânı sağlayabilir. Bu çalışma dünyanın en büyük şarap üreticisi ve tüketicisi olan Avrupa Birliği'ni ve aday ülke konumunda olan Türkiye'yi şarap sektörü bağlamında inceleyerek literatürdeki eksiğin doldurulmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir. Çalışmanın amacı Türkiye'nin atıl durumda olan şarap potansiyelinin iktisadi açıdan değerlendirilmesi gerektiği konusunda farkındalığı arttırmaktır. Çalışmada Türkiye'nin zamanla üzüm üretiminde düşüş olmaksızın şarap sektöründeki küçülme olduğu görülmüştür. Yıllar içinde Türkiye'nin şarap ticareti bağlamında AB ile ilişkileri tersine dönerek ihracatçı konudan ithalatçı konuma geldiği gözlenmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin şarap için uyguladığı dolaylı vergi oranı AB'nin uyguladığı vergi oranıyla uyum göstermekten çok uzaktır. Giderek artan vergi yükünün Türkiye'nin şarap potansiyelinin gelişme göstermesi önünde bir engel teşkil ettiği söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: Avrupa Birliği ve Türkiye, Tarım Ekonomisi, Şarap Sektörü, Dolaylı Vergiler.

Abstract

Turkey is geographically close to the EU, the world's largest wine market, and is a party to an agreement such as the Customs Union. The opportunity to use Turkey's high wine potential to provide quality and relatively inexpensive products to the rich EU market provides an opportunity to establish a win-win relationship for Turkey and the EU. The said opportunity may increase Turkey's wine export volume, which is almost non-existent, and provide an opportunity to generate a significant income close to EU countries with similar geographical structure. This study aims to contribute to filling the gap in the literature by examining the world's largest wine producer and consumer, the European Union, and Turkey, which is a candidate country, in the context of the wine industry. The aim of the study is to raise awareness about the need to evaluate Turkey's idle wine potential from an economic point of view. In the study, it was observed that there was a shrinkage in the wine sector without a decrease in grape production in Turkey over time.

Over the years, it has been observed that Turkey's relations with the EU in the context of wine trade have reversed and become an importer from an exporter. In addition, Turkey's indirect tax rate for wine is far from being in line with the EU's tax rate. It can be said that the increasing tax burden is an obstacle to the development of Turkey's wine potential.

Keywords: European Union and Turkey, Agricultural Economics, Wine Sector, Indirect Taxes.

1. GİRİŞ

Üzümün ve başka çeşit bazı meyvelerin mayalanması yoluyla elde edilen alkollü içkiye şarap denir. Mayalanma süreci boyunca maya meyve şekerini tüketerek etanol, karbondioksit ve ısı açığa çıkartır. Bu süreç sonunda elde edilen içkinin alkol oranı hammadde içeriğine göre genellikle %9 ila %15 arasında değişmektedir. Şaraba olan yaklaşım dünyanın çeşitli yerlerinde kültürden kültüre farklılık gösterir. Hristiyan kültürün egemen olduğu toplumlarda şaraba yüklenen dini anlam onu modern zamanlarda sofrta kültürünün de vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Buna karşılık İslam uygarlığı dini öğreti gereği şaraba temkinli yaklaşmıştır. Bu durumun sözü edilen toplumlarda şarabın sofrta kültürünün bir parçası olarak yerleşmesine engel olduğu söylenebilir. Fakat ister Hristiyan ister İslam olsun dünyadaki tüm ülkeler için ticaretin bir parçası olmuştur. Bugün de şarap küresel ticaretin bir parçası olmaya devam etmektedir. Her ne kadar bireysel tercihler değişse de dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olan şarap sektörünü görmezden gelmek mümkün görünmemektedir. Küresel ticaretin bu bölümünden pay almak veya aldıkları payı büyütebilmek için ülkeler ve firmalar ciddi bir rekabet içindedirler. Ülkelerin sektörel birikimleri ve coğrafi koşulları şarap pazarında ciddi bir avantaj olsa da sonradan gelenin avantajından da yararlanmak mümkün olabilir.

Şarap sektörü söz konusu olduğunda üretimi etkileyecek birçok etken bulunmaktadır. Bunlar kullanılan hammaddeden seçilen üretim yöntemine kadar değişiklik gösterebilir. Ar-Ge yapısının yanı sıra üretim için kullanılacak ekipmanlar da bu etkenlere eklenebilir. Ayrıca üretimde bulunan ülkenin iç pazar yapısı, dış ticaret ortakları, ürünün vergilendirilme biçimi, mevcut rekabet koşulları ve hukuki çerçeve gibi doğrudan üretim süreciyle ilgili olmayan fakat dolaylı etki eden unsurların da etken olduğu göz ardı edilmemelidir. Avrupa ve Kuzey Amerika'da şarap önemli bir pazara sahiptir. Bu doğrultuda özünde bir iktisadi birlik olan Avrupa Birliği'ni ve onun ticari ortağı olan aday ülke konumundaki Türkiye'yi şarap sektörü bağlamında ele almak anlamlı olacaktır. Bu noktada Türkiye'nin kültürel yapısıyla ilgili dezavantajlarının olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Fakat halihazırda yüksek üzüm rekoltesi ve Avrupa Birliği gibi büyük bir pazara komşu olması da avantajları arasındadır. Bu nedenle Türkiye'nin şarap sektöründeki avantajlarını ve dezavantajlarını iyi analiz ederek Avrupa Birliği ile kazan-kazan ilkesine uygun bir ticaret hacmi büyümesi yakalamak temel hedef olmalıdır.

Bu çalışmada Avrupa Birliği ve Türkiye şarap sektörü ve ticareti bağlamında ele alınacaktır. İlk bölümde dünyadaki bağcılığa ve şarap sektörüne değinilecektir. İkinci bölümde Avrupa Birliği'nde şarap üretimi ve ticareti ele alındıktan sonra AB'de şarabın vergilendirilmesi incelenecektir. Üçüncü ve son bölümde ise Türkiye'nin şarap sektörü ve Avrupa Birliği ile olan şarap ticaretine değinilerek Türkiye'nin ve AB'nin şarap bağlamında vergi yapısı arasında bir karşılaştırma yapılacaktır. Son olarak Türkiye'nin şarap sektörü yoluyla iç pazarının canlanmasına katkı sağlamak ve Avrupa Birliği ile arasındaki ticaret hacmini büyütmek için yapılması gerekenler tespit edilmeye çalışılacaktır.

2. DÜNYADA BAĞCILIK ve ŞARAP SEKTÖRÜ

Şarap sözcüğü eğer bir meyve ile birlikte anılmıyorsa genellikle bir ya da birkaç çeşit üzümünden elde edilen mayalı alkollü içki için kullanılır. Kullanılan üzümün rengine göre kırmızı, beyaz ya da pembe renk alır ve şarap için renk ayrımı genel bir sınıflandırmaya dönüşmüştür. Şarabın içerdiği alkol oranı rengine doğrudan bir bağlılık göstermez ama genellikle rengi açıldıkça alkol oranı da düşer. Buna karşılık beyaz bir şarap kırmızı bir şaraptan daha yüksek oranda alkol de içerebilir.

Yakın zamana kadar şarabın ilk olarak üretilmiş olduğu yerin milattan önce 4000 yılında orta doğu olduğu düşünülüyordu. Fakat son arkeolojik bulgular şarabın doğum tarihini iki bin yıl daha geriye Gürcistan'a taşımıştır (Curry, 2017). Şarap ile ilgili ilk tarihi kayıtlar antik Mısır'a aittir ve milattan önce 2500 olarak tarihlendirilir. Üzüm ve şarap üretim sürecine dair kayıtlar o yıllarda bir şarap endüstrisinin artık oluştuğuna işaret etmektedir. Daha sonraki dönemde antik Yunanistan'dan şarabın Karadeniz ve Akdeniz çevresine yönelik ticari faaliyetlere konu olduğu bilinmektedir. Artık uluslararası ticaretin bir parçası olan şarap Yunan mitolojisinde de şarap ve festival tanrısı olan Dionysos'un kişiliğinde kendine yer bulmuştur. Bu Avrupa'da şarabın dinin ve kültürün bir parçası haline gelişin ilk adımı sayılabilir. Roma dönemi ise üzümün ve şarabın Akdeniz'den kurtulup kıta Avrupa'sına yayıldığı dönem olmuştur (Amerine, 2023). Bu dönemde Ren ve Tuna boyları Fransız düzlüklerine kadar üzüm ve bağcılık taşınmıştır. Bu öyle bir taşınıştır ki artık şarap, anasını kucağı olan güney Kafkasya'dan çıkıp bugünkü evine uzanmıştır.

Hristiyanlıkta İsa'nın kanını betimleyen şarabın Orta Çağ'ın yalıtılmış Avrupa karasında ciddi bir gelişim gösterdiği yadsınamaz. Kuzeyden Norman, doğrudan Macar akınları ve Akdeniz'den Arap ablukası Avrupa kıtasını kendi içine hapsetti. Kıra içinde seyahat ve ticaret durdu ve feodal etki alanları gelişti. Bu dönemde kıtaya yayılmış olan kiliselerin de yalıtılmış birer feodal beylik şeklinde yaşadığını söylemek yanlış olmaz. İşte bu kapalı ekonomi döneminde kiliseler kendi ihtiyaçları olan şarabı üretirken üretim tekniğinde ve ürün gelişiminde ciddi ilerlemeler kaydettiler. Böylece şarap Avrupa kültürünün bir parçası haline geldi. Avrupa'nın yanı sıra Hristiyan tabanın yaşadığı İslam ülkelerinde de şarabın üretimine ve satışına izin verilmişti. Yine de Müslüman nüfusun şaraba talep göstermemesi doğal olarak şarabın burada Hristiyan dünyadaki gelişimi yakalayamamasına neden oldu. Fakat bu durum bugüne kadar Müslüman nüfusun çoğunlukta olduğu bazı ülkelerde şarabın iç tüketime ve dış ticarete konu olan bir mal olarak yerini almasına engel olmamıştır. Bu ülkelere Fas, Cezayir, Mısır, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye örnek olarak gösterilebilir.

Bağcılık her ne kadar şarap sektörü ile yakından ilişkili olsa da bağcılığın tümüyle şarap sektörüne adanmış değildir. Bağcılık faaliyetiyle üretilen üzüm şarap dışı gıda sektörlerine de hammadde ya da nihai mal olarak konu olur. Üretilen üzüm yaş sofralık veya kuru üzüm olarak nihai mala dönüştüğü gibi meyve suyu ve sirke sanayi gibi gıda endüstrisinde hammadde olarak yer alır. Bu noktada şarap sektörü üzümün kullanıldığı yüksek katma değerli üretimin mümkün olduğu bir sektör olarak ticari faaliyette gıda sektörünün diğer dallarından daha önemli bir yere sahiptir. Dünyada bağcılığın yakından bağlantılı olduğu sektörlerle bakıldığında şarap sektörünün uluslararası ticarete değer olarak daha büyük bir hacme sahip olduğu görülür. Bu nedenle bağcılığa şarap sektörü gözünden bakmak anlamlı olacaktır.

Dünya genelinde bağcılığın yapıldığı tarım alanları 2003 yılında yaklaşık 7,8 mha'dan 2021 yılında 7,3 mha'ya kadar küçülme eğiliminde olmuştur. Bu alanlar AB, Çin, Rusya ve İran'da büyürken ABD, Moldova ve Türkiye'de ciddi biçimde küçülmüştür. 2021 yılı verilerine göre dünyada bağcılık faaliyetinin yürütüldüğü tarım arazilerinin %13,2'si İspanya'da yer almaktadır. Bu oranla İspanya bağ yüzölçümü olarak dünyada birinci sıradadır. Bağ yüzölçümü bakımından İspanya dünyada birinci sırada yer alsada elde ettiği üzüm rekoltesi bakımından birinci olan Çin'in gerisinde kalmıştır. Çin dünyada 2021 yılında üretilen üzümün 11,2 milyar tonunu üreterek birinci sırada yer almıştır.

Tablo 1: Dünyada Üzüm ve Şarap Sektörü (2021)

Faaliyet	Ürün			
	Yaş Üzüm (ton)	Kuru Üzüm (ton)	Sofralık Üzüm (ton)	Şarap (1000 hl)
Üretim	69 432 872	1 382 014	30 109 213	260 979
Tüketim		1 380 475	30 061 901	234 711
İhracat	5 168 105	837 960		113 236
İthalat	4 697 931	809 599		108 714

Kaynak: OIV

Şarap üretimi konusunda 2000-2021 yılları verileri için dünya genelinde artış ya da azalış gibi düzenli bir eğilim yoktur. 2021 yılı verilerine göre dünya şarap üretiminde İtalya'nın %19,3'lük üretim payıyla başı çektiği görülür. Dünyanın en büyük şarap tüketicisi olan ülke ise ABD'dir. Küresel şarap tüketiminin %14'ü bu ülkeye aittir. Tüketim yapısı bakımından ABD'den sonraki ilk beş ülke Avrupa ülkeleridir. Dünyada 111,6 mhl şarabın ihracatından toplam 34,3 milyar Avro gelir elde edilmiştir ve bu miktarlar bir önceki yıla göre artış göstermiştir. İtalya'nın küresel şarap ihracatından elde ettiği pay 2021 yılında 7,1 milyar avro'dan fazladır. Almanya 15,4 mhl'yle en yüksek miktarda şarabı ithal eden ülke olurken ABD 6,24 milyar Avro ile dünyada şarap ithalatına en çok para harcayan ülke olmuştur. Tüm dünyada şarap tüketimi konusunda yıllık olarak sabit bir miktar yoktur. Tüketim yıllar içinde değişiklik göstermiştir. Dünyada yaklaşık olarak 235 mhl şarap tüketilmiştir. Bu noktada ABD ithalatına uyumlu olarak şarap tüketiminde 33 mhl'le dünyada ilk sırada yer almıştır. Tüketim hacmi büyüklüğü konusunda onu Avrupa ülkeleri izlemiştir (OIV, 2022: 3-16).

Dünyada şarap sektöründeki dış ticaret hacmi hem miktar hem de değer olarak düzenli bir biçimde büyümüştür. Şarap ithalatçısı ve tüketicisi olan ülkelerin genellikle üst gelir grubunda yer alan gelişmiş ülkeler profili çizdiği görülmektedir. Bu büyük şarap ithalatçısı grubuna Japonya'yı da eklemek doğru olur. Yukarıda bahsedilen profile uymayan Rusya ve Çin dışında başka büyük ithalatçı yoktur. Buna karşılık şarap üretiminde ve ihracatında her ne kadar gelişmiş ülkelerin payı büyük olsa da gelişmekte olan ülkeler de bu pazara girmek için uğraş vermektedir. Son yıllarda Şili, Güney Afrika ve Arjantin gibi ülkeler dünya pazarında iyi bir yer edinmeyi başarmışlardır. Öyle ki bu ülkeler şarap ihracatından ciddi gelirler elde etmektedirler. Örneğin 2021 yılında Güney Afrika 634 milyon, Arjantin 700 milyon avroluk ihracat gelirine sahip olurken Şili 1,66 milyar avroluk ihracat büyüklüğünü yakalamıştır. Bu kârlı ve sürekli büyüyen pazarında yer edinebilmek için diğer gelişmekte olan ülkeler de sektörel yatırımlarını, AR-GE ve küresel çapta tutundurma faaliyetlerini arttırmaktadırlar (OIV, 2022: 19).

Dünyada ulusal ve uluslararası ölçekte şarap yarışmaları düzenlenmektedir. Bu yarışmalarda üreticiler, tüketiciler, uzmanlar ve sektörle ilgili olan diğer faaliyet kollarından kişi ve şirketler bir araya gelir. Bunlar genellikle üst gelir grubuna hitap eden organizasyonlar olup sektörle ilgili olan kesimlerin yoğun ilgisini çekerler. Burada şirketler pazarlama ve tutundurma faaliyetleri yürütürken kişisel ve kurumsal tüketiciler için hem ürünleri tanımak için birer fırsat hem de bu tür turizm etkinliği haline gelir. Bu tür uluslararası yarışmalarda ödül almak üreticilerin ticari hacminin artmasına olanak sağlar. Bağcılık ve şarap turizmi aynı zamanda turizm sektörünün bir kolu olarak üst gelir grubu ülkelerde oldukça popülerdir. Şarap turizminin 2020 yılındaki pazar büyüklüğü 8 milyar doların üzerindedir (López, 2022; Enotourism Global Market Report, 2023). Bu da şarapçılığın yalnızca tarım ve sanayi sektörü olarak değil aynı zamanda hizmet sektörü olarak değerlendirilmesi gerektiği anlamını taşır.

3. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE BAĞCILIK ve ŞARAP SEKTÖRÜ

Avrupa Birliği'nin düşüncesinin ve uygulamasının kuramsal açıdan üzerine oturduğu ayakların en önemlisi kuşkusuz ekonomik bir birlik oluşturma düşüncesidir. Bunun ardından kültürel bir kavram olan Avrupalılık ya da Avrupalı kimliği gelir. Avrupa Birliği'nin kurucu metinlerinden olan Maastricht Anlaşması'nın 49. Maddesi Avrupalılığın Avrupa kültürüne ait olmak anlamına geldiğinden bahseder. Eski Komisyon başkanı J. Delors Avrupa kültürünün eski Yunan, Roma ve Hristiyan-Yahudi ayakları üzerinde durduğunu söylemiştir (Karluk, 2014). İşte tam da bu noktada şarabın bu üçlü geleneğin tamamıyla olan bağlantısı onu Avrupa kültürünün ayrılmaz bir parçası olduğunu söylemek için yeterli kanıtımız vardır. Bu kültürel etki yoğunluğu Avrupa'yı şarabın bugünkü vatanı haline getirmiştir. Bu nedenle Avrupa'da şarap tarımdan turizme ekonominin tüm sektörlerinde ve ticarete kendine önemli bir faaliyet alanı bulmuştur. Bu nedenle şarap bağlamında Avrupa Birliği müktesebatı oldukça geniş bir yer tutar. Bu müktesebatın çıkış noktası ise savaş sonrasında Avrupa'nın gıda arz güvenliğini sağlamak ve tarımı yapılandırmak için geliştirilen ve 1962 yılında uygulamaya koyulan Ortak Tarım Politikası (OTP)'dir. Avrupa Birliği'nde şarap ile ilgili olan tüm değişkenler, OTP ve OTP'ye bağlı olarak Ortak Pazar Örgütü (OPÖ) tarafından ayrıntılı biçimde düzenlenmiş ve denetlenmiştir (CEEV, 2023). Bu noktadan sonra AB şarap sektörü önemli ölçüde gelişme göstermişse de daha sonraki yıllarda sektöre yönelik düzenlemeler yeniden yapılandırılmıştır.

OTP'nin ilk uygulamasının sonunda AB ölçeğinde büyük bir üretim fazlası meydana geldi öyle ki bu fazla literatürde "şarap gölü" ve "tereyağı dağı" olarak anılmaktadır. Bu nedenle 1976-78 yılları arasında yapılan düzenleme ekim yasağı ve fazlalığı damıtma zorunluluğu gibi önlemlerle mevzuat piyasa üzerinde oldukça müdahaleci bir hal almıştır. Ardından seksenli yıllarda üretimi azaltabilmek için bağ alanlarının azaltılması için mali teşvikler gündeme getirilmiştir. 1999 yılında şarap mevzuatına arzı ve talebi daha dengeli hale getirecek, üreticinin yüksek kalite üretim yapmasına olanak sağlayarak uluslararası ticarete rekabet gücünü arttıracak ve bağların yeniden yapılandırılması için mali destek sağlayacak kapsamlı bir düzenleme daha getirilmiştir. 2008 yılındaki yapılandırmada ise mevzuat AB şarabının rekabet gücünü ve küresel saygınlığını arttırmak, AB ölçeğinde şarap pazarı yönetiminin basitleştirilmesi ve şarap geleneğinin korunması gibi amaçları içermektedir. 2013 yılında gerçekleşen yapılandırmada ise değişerek gelişen OTP şarap mevzuatı yapısının uyumlaştırılmasını ve basitleştirilmesini içermiştir. Bugüne gelince AB OTP ve OPÖ ışığında şarap sektörü için üç temel amaç belirlemiş bulunmaktadır. Bunlardan ilki AB şarap üreticisini daha rekabetçi hale getirmek, ikincisi piyasa kurallarını daha açık, basit ve etkili kılmak ve üçüncü olarak AB şarapçılığının geleneklerini koruyarak onu kırsaldaki toplumsal ve çevresel rolünü güçlendirmektir (European Commission/EC, Wine; 2023). Tüm bu düzenlemeler AB'nin şarap pazarındaki gücünün yalnızca gelenek olarak açıklanmasını imkansız kılmaktadır. Şarap mevzuatının evriminden AB şarap sektörünün bilinçli ve iyi düşünülmüş bir planlama sürecinin sonucunda önemli gelişme gösterdiğini görmek mümkündür.

Mevcut durumda şarap için AB ölçeğinde ikisi temel olmak üzere bir dizi düzenleme mevcuttur. Bunlardan birincisi 2016 yılında yürürlüğe giren (EU) 1308/2013 numaralı tarım ürünlerinde ortak pazar örgütünün oluşturulmasına dair tüzüktür. İkincisi ise (EU) 1306/2013 numaralı ortak tarım politikasının finansmanı, yönetimi ve izlenmesine dair tüzüktür. Bu iki temel düzenlemeye bakılarak şarabın AB müktesebatında bir tarım ürünü olarak kabul edildiğini söylemekte herhangi bir sakınca yoktur. Bu iki temel tüzüğe ek olarak iki ayrı tüzük grubu mevcuttur. Bunlardan birincisi sektöre yönelik olarak Komisyon tarafından çıkarılmış olan uygulama tüzükleri ikincisi ise yetkilendirme (yetki devri esasına dayanan) tüzükleridir. Bu tüzüklerin numaraları ve düzenleme konuları Tablo 2'de gösterilmiştir (EC, The EU Wine Legislation; 2023).

Tablo 2: AB Şarap Mevzuatı

Düzenlemenin konusu	Tüzük Numarası		
	Temel düzenlemeler	Yetkilendirmeye dair düzenlemeler	Uygulamaya dair düzenlemeler
Menşe tanımlamalarının (bölge işaretleri, geleneksel terimler vb) korunması ve etiketleme		2019/33	2019/34
Destekleme programları		2017/256 2016/1149	2016/1149 2016/1150
Yetkilendirme düzeni	1308/2013 2016/1149	2018/273	2018/274
Bağ sicili, zorunlu beyanlar, sevkiyatlara eşlik eden belgeler, kontroller, cezalar		2018/273	2018/273
Önolojik* uygulamalar		2019/934	2019/935
Pazarın izlenmesi		2018/273	2018/274 2017/1185 D062193/03

*Şarap ve şarap yapımı ile ilgilenen bilim dalı.

Kaynak: Avrupa Komisyonu

Mevcut şarap mevzuatı oldukça kapsamlıdır. Bu mevzuatın içinde üretim için kullanılacak üzümün olgunluk derecesinden, şarabın içereceği sülfür-dioksit miktarına kadar birçok ayrıntı düzenlenmiştir. Bu ayrıntılar her ürün için olduğu gibi uygulanmaz. Bunun için iki ayrı kalite standardı belirlenmiştir. Bu standartlar sofr şarapları (Table Wines/TW) ve belirli bölgelerde üretilen kaliteli şaraplar (Quality Wines Produced in Specified Regions/QWPSR) olarak belirlenmiştir. Bu noktada AB üye ülkelere bu standartların üzerine çıkma yetkisini tanımıştır. Buna göre üye ülkeler bu standartlardan daha sıkı kurallar içeren bir standart belirleyebilirken daha aşağıda üretime izin veremezler. Buna ek olarak AB şarap mevzuatının göze çarpan düzenlemelerinden biri de Birlik üzümüne Birlik dışından başka bir üzümün ya da Birlik şarabına Birlik dışından başka bir şarabın karıştırılarak şarap üretimi yapılmasına izin vermemesidir. Bu durum AB şarabının kalitesini korurken yerel üreticileri ve çiftçileri ölçek esasına dayanan rekabete karşı korunmasını sağlamaktır. Ayrıca yeni üretim yöntemlerine ve yeni ürün çeşitlerine yönelik çalışmaları destekleyerek şarap sektöründe katma değer yaratmayı teşvik ederken sürdürülebilir bir üretim sağlama kaygısı da taşır. Bunlar AB'nin şarap politikası AB'nin sosyal, ekonomik politikaları ve OTP ile uyum içerisinde olma gayreti içinde olduğunu gösterir (EC, EU Wine Policy Contributes; 2023).

AB şarap politikasının hayata geçirilmesinde Doğrudan AB ölçeğinde sağlanan fonların etkisi vardır. Bu fonlar sayesinde genç girişimci teşvik edilmiş küçük üretici de korunmuş olurken şarap sektörünün piyasa talebine uygun üretim yapması da sağlanmıştır (EC Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector, 2020: 4). Şarap sektöründeki fonlar hasat sigortası, ar-ge, yeşil hasat, tüketiciyi sorumlu tüketim hakkında bilinçlendirmek, girişimci yatırımı ve AB dışında yapılacak tanıtımlar gibi belirli konuları desteklemek için verilir. 2017 ve sonraki yıllarda İtalyan şarap sektörüne yıllık 337, Fransız şarap sektörüne 287, İspanyol şarap sektörüne 210 milyon Avro olmak üzere toplam on dokuz üye ülkenin şarap sektörüne doğrudan AB tarafından 1 105 milyon Avro destek sağlanmıştır (EC, Wine; 2023). Buna ek olarak üye ülkelerin ulusal düzeyde yaptıkları desteklemeler de bulunmaktadır.

3.1. AB’de Şarabın Vergilendirilmesi

AB temelde bir ekonomik birlik olup serbest dolaşım önündeki engellerin kaldırmıştır. Bu doğrultuda birlik içinde serbest dolaşımı engelleyici gümrük vergileri kaldırılmıştır. Fakat AB henüz bir ortak vergi politikası ihdas edememiştir. Her ne kadar ortak bir vergi politikası olmasa da AB birlik içinde haksız rekabeti önleyici birtakım önlemleri almak için ortak bir rekabet politikasını yürürlüğe koymuştur. Buna ek olarak ortak çevre ve enerji politikaları da söz konusudur. Vergi ortak politikaların daha az kusurlu işlenmesi amacıyla bir araç olarak düşünüldüğü için AB genelinde vergi oranlarının yakınsamasıyla ilgili birtakım düzenlemeler yapılmıştır. Maastricht Antlaşmasının içerdiği vergi düzenlemeleri bun örnek olarak gösterilebilir. Maastricht Antlaşması’yla alkollü içkiler, madeni yağlar ve işlenmiş tütün ürünleri kamu sağlığını, çevre kirliliğini ve enerji tasarrufunu gözetmek amacıyla ÖTV’ye tabi tutulmuştur (İliaz, 2006: 178). Bu nedenle tarım ürünü olarak düzenlenmiş olan şarap içerdiği alkol nedeniyle 92/83/EEC ve 92/84/EEC numaralı alkollü içkilerin vergilendirilmesine dair yönergelerde şarabın vergilendirilmesi konusunda temel düzenlemelerin kapsamı içine alınmıştır. Bu yönergelerde alkollü içkilerden alınacak asgari vergi oranları düzenlenmiştir. Yönergeler şaraptan alınacak olan asgari ÖTV’yi 0 (sıfır) Avro olarak belirlemiştir. AB’nin bu noktadaki tutumu şarabın bir tarım ürünü olarak değerlendirmesi tutumuyla çelişme göstermez.

Tablo 3 AB’nin Şarabı Vergilendirmesi ve Şaraptan Elde Ettiği Vergi Geliri

Üye Ülke	2023 Yılı 1 hl Taze Üzüm Şarabının ÖTV Tutarı (€)	2023 Yılı Taze Üzüm Şarabı KDV Oranı (%)	2023 Yılı 1 hl Köpüklü Şarabın ÖTV Tutarı (€)	2023 Yılı Köpüklü Şarap KDV Oranı (%)	2023 Yılı 1 hl Düşük Alkollü Taze Üzüm Şarabının (<= 8.5% alkol oranı) ÖTV Tutarı (€)	2023 Yılı 1 hl Düşük Alkollü Taze Üzüm Şarabının (<= 8.5% alkol oranı) KDV Oranı (%)	2023 Yılı 1 hl Düşük Alkollü Köpüklü Şarabın (<= 8.5% alkol oranı) ÖTV Tutarı (€)	2023 Yılı 1 hl Düşük Alkollü Köpüklü Şarabın (<= 8.5% alkol oranı) KDV Oranı (%)	Vergi Geliri (2021 yılı / milyon Avro)	2021 Yılı Vergi Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)	2021 Yılı Vergi Gelirinin Toplam Vergi Geliri İçindeki Payı (%)
Bulgaristan	0	20	0	20	-	20	-	20	160,55	0,23	0,74
Avusturya	0	20	0	20	-	-	-	-	342,22	0,08	0,19
Belçika	74,91	21	256,32	21	23,91	21	23,91	21	789,3	0,16	0,36
Macaristan	0	27	42,6	27	-	-	-	-	273,16	0,18	0,52
Litvanya	199	21	199	21	93	21	93	21	432,95	0,77	2,39
İrlanda	424,84 616,45	23	849,68	23	141,57	23	141,57	23	1175,89	0,28	1,31
Letonya	111 55,5*	21	111 55,5*	21	-	-	-	-	248,18	0,74	2,42
Finlandiya	421	24	421	24	287 198 36	24	287 198 36	24	1543	0,61	1,43
Hırvatistan	0	25	0	25	-	-	-	-	134,7	0,23	0,65
İtalya	0	-	0	-	-	-	-	-	1399	0,08	0,18
Çekya	0	21	95,41	21	-	-	-	-	531,51	0,22	0,62
Yunanistan	0	24	0	24	-	-	-	-	465	0,26	0,65
Almanya	0	19	136	19	-	-	51	19	3170	0,09	0,21
Kıbrıs	0	19	0	19	-	-	-	-	30,9	0,13	0,36
Danimarka	202,78 151,41	25	247,83 196,46	25	69,66	25	114,7	25	110,25	0,03	0,07
Estonya	147,82	20	147,82	20	63,35	20	63,35	20	223,33	0,71	2,12

Fransa	3,98	20	9,85	20	-	-	-	-	4132	0,17	0,37
İspanya	0	21	0	21	0	21	0	21	1089	0,09	0,24
Slovakya	0	20	79,65	20	-	-	54,16	20	275,62	0,28	0,78
Hollanda	88,3	21	88,3	21	44,24	21	44,24	21	1114	0,13	0,33
İsveç	252,8 529,05	25	252,8 529,05	25	0 88,74 131,13 180,43	25	0 88,74 131,13 180,43	25	1654,66	0,31	0,72
Slovenya	0	22	0	22	0	22	0	22	117,76	0,23	0,59
Polonya	41,6	23	41,6	23	20,8	23	20,8	23	2944,45	0,51	1,39
Malta	20,5	18	20,5	18	-	-	-	-	17,58	0,12	0,39
Portekiz	0	13	0	23	-	-	-	-	225,54	0,11	0,3
Romanya	0	19	12,19	19	-	-	-	19	316,2	0,13	0,5
Lüksemburg	0	13 16	0	16	0	16	0	16	64,5**	0,1**	0,26**
AB Ort.	107,77	20,77	126,41	21,46	81,04	21,69	76,70	21,25	851,15	0,25	0,74
Açıklama	Daha yüksek alkol oranına daya yüksek vergi ilkesine uygun vergilendirme koyu renkle belirtilmiştir. *Küçük işletme ve yeni girişim indirimi **2020 yılı verisi										

Kaynak: Avrupa Komisyonu Veri Tabanı

İlgili yönergeler alkollü içkilerin asgari vergi düzeyinin üzerinde vergilendirilmesi hususunu üye ülkelerin takdirine bırakmıştır. Bu nedenle şaraptan alınan ÖTV ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Üye ülkelerin on beşinde taze üzüm şarabında alınan ÖTV sıfırken köpüklü şaraplardan ÖTV almayan üye sayısı ondur. AB çapında KDV matrahı bir oran olarak belirlenmişken ÖTV matrahı her hl şarap için belirli bir miktar olarak ifade edilmiştir. Bu da her fiyattan şarap için sabit bir vergi belirlemiş olur. Örneğin Finlandiya’da yüksek bir vergi tutarı göze çarpar ve hl başına 421 avro olarak belirlenmiştir. Bu da Finlandiya’da standart (>%15 yaklaşık standart aralık >%8,5) ölçüde alkol içeren her bir şişe (0,75 litre) taze üzüm şarabından yaklaşık 3,15 Avro ÖTV alındığı anlamına gelmektedir. Üye ülkelerin verilerine dayanılarak AB genelinde bir hükme varılacak olursa standart alkollü taze üzüm şarabı ve köpüklü şaraptan şişe başına alınan ortalama ÖTV yaklaşık 0,88 Avro iken KDV yaklaşık %21,11’dir. Tablo 4’te Tablo 3’teki verilere dayanılarak AB genelinde farklı fiyatlardaki şaraplardan alınan toplam dolaylı vergi örneği yer almaktadır.

Tablo 4 AB’de Bir Şişe Standart Alkollü Şaraptan Alınan Ortalama Vergi Miktarı (€)

Ürün	Vergisiz Fiyat	ÖTV	KDV	Dolaylı Vergi Toplamı	Son Fiyat
Taze Üzüm Şarabı	100	0,80	100,8 x 21,46 = 21,63	22,43	122,43
Köpüklü Şarap	100	0,95	100,95 x 21,46 = 21,66	22,61	122,61
Ortalama	100	0,88	100,88 x 21,46 = 21,64	22,52	122,52

Kaynak: Tablo 3’teki verilere dayanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 4’ten anlaşılacağı üzere yüksek fiyatlı ürünlerin üzerindeki toplam vergi yükünün son fiyatta daha küçük bir yüzdelik paya sahiptir. Bu durum sabit ÖTV yapısının yüksek marka değeri ve katma değer içeren ürünleri daha avantajlı bir konuma taşımaktadır. Özel tüketim vergisinin yüksek fiyatlı ürünlerde daha yüksek olması yaygın olan beklentidir. Fakat verilere bakıldığında AB şarap sektörü için aynı şeyi söylemek güçtür.

Bu durumun şarap sektöründe yüksek katma değerli ürünlerin yaygınlaşmasına yönelik olarak tasarlanıp tasarlanmadığı sorusuna yanıt vermek güçtür. Fakat ÖTV'nin Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve Almanya gibi şarap sektörü güçlü olan ülkelerde sıfır olarak kabul edilmiş olması dikkat çekicidir. AB genelinde şarabın sabit ötv ile vergilendirilmiş olmasında bu ülkelerin şarap sektörünü korumak ve büyütmek gibi bir gayenin olduğu söylenebilir. Sonuç olarak AB dünyanın en büyük şarap piyasasına sahip olmasında çok önemli olayı vardır. AB'nin genel vergi yapısına bakıldığında yüksek ötv uygulayan üye ülkelerin şaraptan elde ettikleri vergi gelirinin toplam vergi gelirleri arasında Birlik ortalamasına yakın bir orana sahip olduğu görülür. Buradan da yüksek vergilendirmenin vergi geliri kaygısıyla yapılmadığı sonucu çıkarılabilir. Şaraptan alınan verginin toplam vergi gelirleri içindeki payı yüksek olan ülkelerin genellikle AB ortalamasına yakın ötv vergilendirmesi yapan ülkeler olması dikkat çekicidir.

3.2. AB'de Bağcılık, Şarap Üretimi ve Ticareti

Avrupa Birliği dünyadaki şarap bağı yüzölçümünün %45'ine sahipken toplam şarap üretiminin %63'ünü gerçekleştirmektedir. Dünyada tüketilen şarabın %57'si Birlik içinde tüketilirken yapılan şarap ihracatının %70'ini gerçekleştirmektedir. Bu denli büyük bir şarap sektörü beraberinde şişe ve cam, tarım ve şarap üretim ekipmanları sanayi ve fiçi ve mantar üretimi için ormancılık gibi diğer sanayi dallarında da gelişmeyi tetiklemektedir. Örnek vermek gerekirse AB dünyadaki fiçi üretiminde birinci sıradayken, üye ülke Portekiz şarap mantarı üretiminde lider konumdadır. Buna ek olarak şarap sektörü için de ambalaj üreten cam sanayiinde 50 bin kişi istihdam edilmiştir (CEEV, EU Wine Sector; 2023). Birlik ölçeğinde üretilen üzümün en önemli bölümü şarap üretimi için kullanılmaktayken AB ürettiği üzümün oldukça küçük bir kısmını sofralık ve kuru üzüm olarak kullanmaktadır. Tüketilen kuru üzümün büyük bölümü Birlik dışından ithalat yoluyla elde edilmektedir. 2020 ve 2021 verileri için AB'nin kuru üzüm ithalatının tüketim, üretim ve ihracat toplamından daha fazla olduğu dikkat çekicidir. Bu noktada kuru üzümün uzun süre bozulmadan saklanabildiği için sivil ve askeri amaçlı olarak hazır yemek sanayinde sıklıkla kullanıldığına anımsamakta yarar vardır.

Tablo 5: AB Üzüm Pazarı (2021 - ton)

	Taze Üzüm	Sofralık Üzüm	Kuru Üzüm
Üretim	21 637 448	1 422 255	17 353
Tüketim		1 033 014	148 764
İhracat	1 183 392		61 461
İthalat	1 539 804		282 387

Kaynak: OIV

Avrupa Birliği içinde en son tamamlanan pazarlama döneminde toplamda 158,6 milyon hl şarap üretimi yapılmıştır. Bu üretime her tür şarap dahilken üretim için yaklaşık 3,3 milyon ha bağ arazisine ihtiyaç duyulmuştur. 2020 yılı için AB genelinde toplamda 2,2 milyondan fazla bağ işletmesi faaliyet göstermiştir. Bu sayı bile tek başına şarap sektörünün yarattığı istihdam büyüklüğü bakımından AB ekonomisine katkısını gözler önüne sermek için yeterlidir. Üretimin büyük çoğunluğu İspanya Fransa ve İtalya tarafından yapılmış olsa da toplam on sekiz üye ülkede şarap üretimi yapılmaktadır. Şarap ihracatından en büyük geliri 2020 yılı için 10,1 milyar dolarla Fransa elde etmiştir (OEC, Wine in France; 2021). Üye ülkelerin tamamı üretici olmasa da hepsinde belirli bir oranda tüketim mevcuttur. Özellikle Danimarka Hollanda, Belçika ve İsveç gibi ülkeler net tüketici durumundadır. Almanya'nın ise ithalatı ihracatından iki kat fazladır. Bu ülkelerin üst gelir grubuna ait olduğu da hatırlanırsa pazardaki tüketici profiline dair önemli bir ipucu elde edilebilir. Net ithalatçı ülkelere üst gelir grubuna dahil olmayan Polonya da eklenebilir. Zira Polonya birlik içindeki büyük nüfus yapısıyla önemli bir tüketicidir. AB iç pazarındaki tüm üye tüketicilerin tükettiği toplam şarap miktarı 113,4 milyon hl'den fazladır.

Bu miktarın büyük çoğunluğu birlik içinde üretilmiş olan ürünlerden meydana gelmesine rağmen içinde ithal şarapların da olduğunu unutmamak gerekir.

Tablo 6 AB’de Şarap Üretimi

Üye Ülke	2021Agustos- 2022Temmuz Pazarlama Yılı	2021		2020	2021/2020
	Üretim (1000 hl)	Tüketim (1000 hl)	Bağ Yüz Ölçümü (ha)	Bağ İşletmesi (adet)	İşletme Başına Düşen Bağ Alanı (ha)
Bulgaristan	893	848	65 870	44 289	1,48
Çekya	592	2 206	17 866	16 541	1,08
Almanya	8 448	19 800	103 421	35 093	2,84
Yunanistan	2 469	2 207	112 026	193 284	0,57
İspanya	39 374	10 350	962 531	483 749	1,98
Fransa	37 132	25 202	797 600	75 153	10,61
Hırvatistan	526	900	23 063	33 377	0,69
İtalya	50 416	24 200	718 457	302 686	2,37
Kıbrıs	68	163	7 769	17 740	0,43
Lüksembur g	98	257	1 263	279	4,52
Macaristan	3 082	1 829	64 470	26 279	2,45
Malta	11	71	395		
Hollanda	8	3 774			
Avusturya	2 460	2 360	46 000	12 097	3,80
Portekiz	7 359	4 600	194 268	114 220	1,70
Romanya	4 823	4 000	188 891	844 015	0,22
Slovenya	581	670	14 789	28 498	0,51
Slovakya	342	613	15 075	4 371	3,44
Belçika		2 497	527		
Estonya		275			
Finlandiya		232			
İrlanda		890			
Letonya		83			
Litvanya		344			
İsveç		2 123	97		
Danimarka		1 591			
Polonya		1 332			
AB Toplamı	158 682	113 417	3 334 378	2 231 671	1,43 (Ort.)

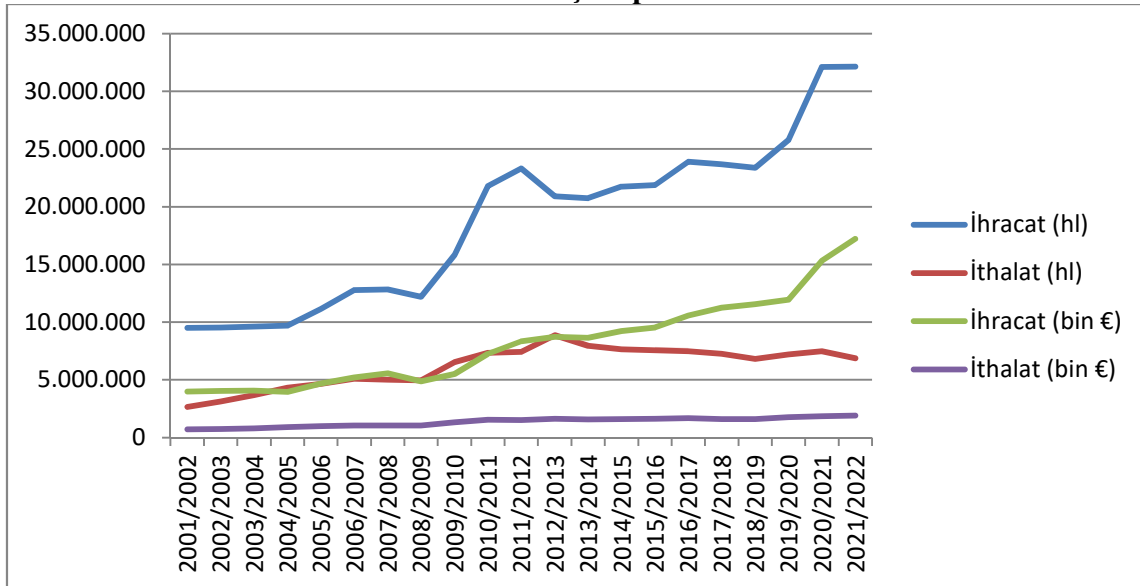
Kaynak: Avrupa Komisyonu ve OIV Veri Tabanı, Eurostat.

AB içerisinde mevcut olan bağ arazilerinin yüz ölçümü son yirmi yılda küçülme göstermiştir. Üretimde de küçülme görülmesine karşın bu küçülme bağ yüz ölçümleriyle doğru orantılı olacak kadar büyük olmamıştır (EC Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector, 2019: 3-4). Bağ yüzeyindeki azalmanın daha büyük oluşu üretimdeki teknolojinin zamanla gelişmiş olmasına bağlanabilir.

Birlik raporları üretimde söz konusu olan küçülme ve olumsuz seyreden hava koşullarına bağlamanın yanı sıra Birlik içindeki tüketimin de azalmasıyla ilişkilendirmişlerdir. Fakat Birlik içindeki talep azaltımının dış talepteki artışla telafi edilmiş olduğu da belirtilmiştir. Buna ek olarak dünya pazarındaki fırsat birliğinin rekabet kulvarını hacim ekseninden kalite eksenine doğru kaydırmasına neden olduğu belirtilmiştir (EC Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector, 2020: 52). Bu çıkarımın doğruluğunu büyüyen dış ticaret hacmine bakarak sınamak da mümkündür. Fakat Avrupa Yeşil Mutabakatı ışığında AB çevre ve tarım politikaları sürdürülebilir bir üretim için bütünsel bir yönetim planının parçaları haline gelmişlerdir. Bu nedenle AB içindeki şarap üretiminin sürdürülebilir bir üretim yapısını tahsis edebilmek için alınan önlemler çerçevesinde de düşmüş olabileceği hatırlanmalıdır. Eğer bu durum geçerliyse birliğin kalite eksenli rekabet iddiası suya düşmüş olmaz. Buna ek olarak Birlik tüketicisinin sürdürülebilir ürünlere yönelmek (Pomarici ve Sardone, 2020: 36-37) konusunda zamanla bilinçlendiği bir gerçektir. Bu durum talebi sürdürülebilir olarak üretilmiş olan şaraplara yönlendirmiş dolayısıyla geleneksel ürünlere olan talebi düşürmüş olabilir. Öyle ki sürdürülebilir olarak üretilmiş olan şaraplara yönelik talep henüz karşılanamamıştır (EC Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector, 2020: 55).

AB genelinde bağ yüz ölçümünde küçülme ve şarap üretiminde son yıllarda azalma görülmesine karşın Birlik şarap ihracını hacim olarak arttırmıştır. Bu artışla doğru orantılı olarak şarap ticareti aracılığıyla elde ettiği gelirlerde de düzenli bir artış görülmüştür. Avrupa Birliği şarap ihracatından 2021/2022 pazarlama döneminde toplam 32,1 milyar hL şarap ihraç ederek bundan 17,2 milyar Avro'dan fazla gelir elde etmiştir. Birliğin şarap sektörüne müdahaleci bir tarım politikası götüğü hatırlanırsa son yirmi yıllık dönemde üretimdeki artışın da dış ticaretteki pazarlama başarılarına bağlı olarak şekillendirildiğini söylemek yanlış olmaz. Grafik 1'den de izlenebileceği üzere son yirmi yılda Birliğin şarap ihracatında da üretimdeki artışa paralellik arz eden sürekli bir büyüme görülmüştür. Özellikle son iki dönemde ihracatta hacim bakımından artış olmadığı halde ihracat gelirinin artmaya devam ettiği gözlenmektedir. Bu durum yukarıda sözü edilen birliğin artık katma değer üzerinden rekabet etme politikasının istenen sonuçları vermeye başladığını göstermektedir.

Grafik 1 AB Şarap Ticareti



Kaynak: Avrupa Komisyonu Veri Tabanı

Avrupa Birliği'nin şarap ihracatında düzenli bir büyüme eğilimi gözlenmesine rağmen aynı durum ithalat için söz konusu olmamıştır. Hacim bakımından toplam ithalatın hareketli ortalama çizgisine bakıldığında yirmi yıllık dönemin ilk yarısında büyüme görülürken ikinci yarısında küçülme göze çarpar. Nihai eğilim artış yönünde olsa da oldukça zayıf seyretmiştir. İthalat harcamalarında ise doğrusal bir artış görülür fakat bu artış ihracattaki artışın oldukça altındadır. 2021/2022 pazarlama döneminde toplam 6,87 milyar hı şarap ithal edilmiştir. İthalata harcanan toplam para ise 1,89 milyar Avro'ya karşılık gelir. Buna göre AB ithal ettiğinden neredeyse 4 kat fazla ihracat gerçekleştirirken ihracat yoluyla ithalatından yaklaşık 10 kat fazla gelir elde etmiştir. Bu dış ticaret değerlerine bakarak AB'nin ihraç ettiği şarapların genel olarak yüksek katma değerli ürünler olduğu söylenebilir. En büyük ithalat ortağı ABD'den sonra Şili'dir. İthalatta diğer büyük ortaklar Arjantin ve Güney Afrika'dır. Bu da AB'nin ithalatta ortaklarının genellikle uzak coğrafyalarda bulunan ülkeler olduğunu göstermektedir. Buna göre AB'nin şarap ithalatı konusunda ithalatta bulunduğu ortakların sağladığı kalitede ürünleri daha yakın tedarikçilerden daha uygun fiyata sağlama fırsatını değerlendirebileceği çıkarılabilir.

4. TÜRKİYE'DE BAĞCILIK ve ŞARAP SEKTÖRÜ

İslam dininin yaygın olarak kabul edildiği topraklarda İslam'ın yasaklaması nedeniyle Hristiyan toplumların tersine şaraba yaklaşım temkinli olmuştur. Fakat şarabın toplum ve ticaret hayatından tamamen dışlandığını söylemek kesinlikle yanlış olur. İslam toplumlarında tarihin her döneminde şarap hem ticari mal olarak kabul edilmiş birçok kez toplum içinde de tüketilmiştir. Bu çalışmanın konusu her ne kadar tarihi ve dini metinleri şerh etmek değilse de konunun iktisadi önemini vurgulamak için bu tarihi ve dini kaynaklara atıf yapmakta yarar vardır. İslam'ın kutsal kitabı olan Kur'an'da şarap kesin bir dille yasaklanmıştır (DİB Bakara/219, 2008: 38). Bu nedenle Müslümanlar için şarabın tüketilmesi yasaklanmıştır. Yasak olan bir madde de onlar için mal hükmünde olmadığı için ticareti yapılamaz (DİB, 2017). Bu hükümlerin İslami nüfusun yoğun olduğu ülkelerde şarabın bir kültür ögesi olarak yoğun bir gelişim göstermesine engel olduğu açıktır. Fakat tarihi belgeler bu toplumların her dönemde şarabı hem üretip tükettiklerini hem de ticaretini yaptıklarını göstermektedir. Halil İnalçık sahabenin eski adetlere uyararak içki içtiklerini yazmıştır. Bununla paralel olarak Emevileri, Gazneliler, Selçuklular, Babürlüler, Safeviler, Anadolu Türkmen beylikleri gibi farklı yer ve zamanlarda var olmuş İslam uygarlıklarında şarabın işret meclislerine çokça tüketildiğini yazmıştır (İnalçık, 2015: 5-42). Bu tutumun yalnızca işret meclisleri gibi seçkin sınıfa özgü olmadığı Anadolu'da Türkler arasında şarabın hep yaygın olduğuna da değinilmiştir (İnalçık, 2015: 278). İspanyol elçisi Clavijo ise benzer bir tabloyu Timurlular için çizer. O şarabın işret meclislerinden toylara kadar birçok yerde kadın veya erkekler tarafından şarabın su gibi çokça tüketildiğini belirtmiştir. Ordugahtayken Timur'un etrafından üç yüzden fazla şarap sürahisinin durduğunu da yazmıştır (Calvijo, 2016: 185-194).

Osmanlılar için de durum farklı değildir. Şarap kimi zaman devlet otoritesi yoluyla yasaklansa da bunun dini değil siyasi nedenlerden kaynaklandığı ve geçici bir önlem olarak kısa aralıklarla uygulandığı bilinmektedir. Osmanlı kaynaklarının Türkiye için daha büyük önemi vardır. Çünkü Türkiye Osmanlı'nın ardılı durumundadır ve kısmen aynı coğrafyayı ve kültür komşularını paylaşır. Buradan hareketle Hail İnalçık Has-Bağçede 'Ays u Tarab adlı eserinin neredeyse üçte ikilik bölümünde Osmanlı'da şarap tüketimi mümkün olduğunu işret meclislerinin son hız devam ettiğini, şarabın sanattaki, sofraya kültüründeki yerine değinir. Eserde bu durumun hilafetten önce de sonra da aynı biçimde sürdüğünü vurgulanmıştır. Osmanlı'da şarabın pahasına, kalitesine ve ticaretine de vurgu yapılmıştır. Osmanlı'nın Marmara çevresindeki köylerinde şarap üretildiği, bunların doğrudan İstanbul piyasasına bağlı oldukları, şarap üreticisinin refah düzeyinin korunması için bir vakfa bağlandıkları ve buğday ve arpa üreten köylerden daha yüksek bir yaşam standardına sahip oldukları kaydedilmiştir. Şarabın dış ticaretinden fiçı başına gümrük vergisi alındığı iç pazarda satışından ise yine fiçı başına vergi alındığı da kaynaklarda geçmektedir.

Örnekler vermek gerekirse Niğbolu’da iç pazarda satılan şaraptan fiçı başına 4 akça vergi alınırken, 1575 yılı dolaylarında yalnızca Girit’ten ihraç edilen şarabın yıllık vergi geliri 15000 düka altını bulmuştur. Adanın yıllık şarap ihracatı yaklaşık 1000 fiçı olarak kayda geçmiştir. Girit şarabının ihracat yönünün Lehistan olması ve 1520-1600 yılları arasında yönü Osmanlı’dan Levant’a olan şarap ticaretinin önemli artış göstermesi de ayrıca dikkat çekicidir (İnalçık, 2009: 235-265). Kayıtlar bize şarap üretiminin ve ticaretinin İslamca yasak olmasına karşılık Hilafet’ in ilgili ticaretin gelirinden mahrum kalmak istemediğini açıkça göstermektedir. Bunun son derece doğal karşılanması gereklidir. Çünkü kayıtlarda görünen ihracattan ve iç pazardaki satıştan elde edilen gelirin hacmi hem üretici hem de devlet otoritesi açısından oldukça büyüktür. Bu durum 17. yy sonlarına kadar devam etmiştir. Bu dönemde Batı Anadolu, Girit, Mora ve Kıbrıs’ın ihraç ürünleri arasında şarap diğer ürünlerle birlikte yerini almış durumdadır (İnalçık ve Quataert, 2009: 602). Kayıtlar Osmanlı’daki şarap üretim bölgelerinin kısmen Türkiye sınırları içinde kaldığını ve ticaret ortaklarının Avrupalılar olduğunu göstermektedir. Osmanlı’da bile tıpkı bugünkü gibi şarabın pahasına ve kalitesine vurgu yapılmıştır. Bu tabloya bakarak Türkiye’nin bugünkü bağıcılık ve şarap sektörünü değerlendirmek daha yerinde olacaktır.

Bugün Türkiye bağıcılık faaliyetine oldukça uygun bir coğrafyaya sahiptir. Bu bölgelerin bir kısmında geçmişten günümüze bağıcılık faaliyeti hep süregelmiştir. Üzüm üretim hacmi konusunda Türkiye’nin herhangi bir sıkıntısı yoktur denebilir. Üzüm düşük su ihtiyacı ve yüksek güneşlenme olanağına sahip olması nedeniyle Türkiye coğrafyası için elverişli bir tarım ürünüyken gıdaya dayalı sanayi kolları için de yüksek şeker içermesi nedeniyle oldukça iyi bir hammadde konumundadır. Türkiye’nin bağ yüzeyi ve üzüm üretim hacmi arasında bir ilişki kurulacak olursa Avrupa benzeri bir tablo arz eder. OIV verilerine göre Türkiye’nin zamanla bağ yüzeyi azalmışken üzüm üretiminde artış görülmüştür. Bu durumu gelişen tarım tekniklerine bağlamak yanlış olmaz. Üzüm üretimi konusunda Türkiye Avrupa’nın ilk üçte gelen şarap üreticisi ülkelerindeki üretimin hemen arkasından gelecek bir üretim hacmi yakalamıştır. Bağ yüz ölçümü olarak da durum aynıdır. Buna göre Türkiye’nin yaş üzüm üretim verimliliğine üretim hacmi/bağ yüzeyi şeklinde bakarsak 8,9’luk İtalya verimliliğine çok yakın olan 8,7’lik bir değer buluruz. Bu da AB’nin lider üzüm ve şarap üreticileri olan İspanya ve Fransa’nın yaklaşık 5,5’lik verimliliğinden oldukça iyi bir değerdir. Sadece bu oran bile Türkiye’nin şarap üretim potansiyeline bir kanıt niteliği taşır.

Tablo 7 Türkiye Üzüm Pazarı (2021)

Bağ Yüz Ölçümü (ha)		Yaş Üzüm (ton)	Sofralık Üzüm (ton)	Kuru Üzüm (ton)
419 488	Üretim	3 670 000	1 856 929	357 540
	Tüketim		1 677 004	101 782
	İhracat	264 505		257 165
	İthalat			1 407

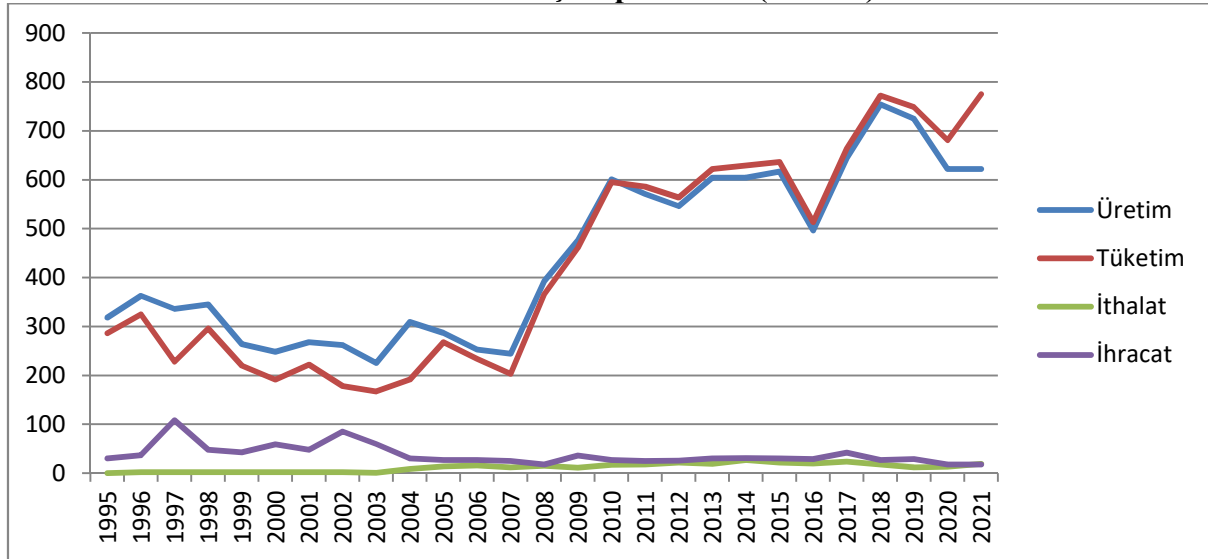
Kaynak: OIV

Türkiye ürettiği üzümün büyük bölümünü kuru üzüm olarak ihraç etmektedir. Öyle ki Türkiye dünyada kuru üzüm üretiminde birinci sıradayken dünya kuru üzüm ihracatının da %30’undan fazlasını yaparak en büyük ihracatçı durumundadır. 2019 ve 2020 yılları için kuru üzümü kg başına 2,15\$ değerle (TOB Tarım Ürünleri Piyasaları – Üzüm, 2021: 1) ihraç ederek bu üründen yaklaşık 550 milyon \$ gelir elde etmiştir. Türkiye’nin kuru üzüm ithalatı ise ihracatıyla karşılaştırılabilecek ölçüde değildir. Türkiye bu alanda net ihracatçı sayılabilir. Bu alanda ihracatının büyük bölümünü AB ülkeleri oluşturmaktadır. Fakat ihraç edilen kuru üzüm tamamı AB piyasasında doğrudan nihai tüketiciye ulaşamamaktadır. Türkiye’den çıkan kuru üzüm AB piyasası içinde ithalatçı firmalara, aracılara, paketleme şirketlerine ulaştıktan ya da gıda sanayi için bir girdiye dönüştükten sonra nihai tüketici ile buluşmaktadır (CBI Entering the European Market, 2020).

Kuru üzümün üye ülkelerde işlem görerek ya da görmeyerek ikinci defa ihraç edilmesinin mümkün olduğunu da hatırdan çıkarmamak gerekir. Bu durumun zaten katma değer konusunda fakir olan kuru üzümün Türkiye için satış kârlılığını düşürmekte olduğu kesindir.

Türkiye'nin şarap üretimi ve ihracat verilerine bakıldığında durum pek iç açıcı görünmemektedir. Grafik 2'ye bakarak Türk şarap sektörünün üretim hacminin genellikle iç talebi ancak karşılayabildiğini son yıllarda ise iç talebi bile karşılayamayacak bir üretim hacmine gerilediğini göstermektedir. 2021 yılında 622 bin hl'lik üretime karşılık 775 bin hl tüketim gerçekleşmiştir. Bu düzenli düşüş eğiliminin üzüm üretimindeki bir daralmadan kaynaklanmakta olmadığı kesindir. Çünkü OIV verilerine göre Türkiye aynı dönemde yaş ve kuru üzüm üretiminde gayet istikrarlı bir üretim sergilemiştir. Grafik 2'de yer alan sayılar AB üyesi ülkelerle karşılaştırılmayacak kadar küçüktür. Örneğin Türkiye ile yakın nüfusa sahip olan Almanya'da yıllık tüketim 19800 bin hl'dir. Tabii ki toplumların tüketim alışkanlıkları benzer değildir. Fakat arzın talebi karşılamadığı bir ortamda talebin üst sınırını kesin olarak belirlemek kolay değildir. Üretim açısından bakıldığında ise benzer coğrafi koşullara ve yakın üzüm üretim hacmine sahip olan İspanya'da ise üretim 39 000 bin hl'nin üzerindeyken İtalya'nın yıllık şarap üretimi 50000 bin hl'yi aşmaktadır. Özellikle ithalat ve ihracat dengesi bakımından Türkiye'nin zamanla ihracatı azaltırken ithalatı artmış 2021 yılına gelindiğinde ise artık 19 bin hl ile ithalat 18 bin hl'lik ihracatı geçmiştir. Türkiye ithalat ihracat dengesinde neredeyse başa baş noktasına geldiği 2020 yılında şarap ihracatından yaklaşık 6,9 milyon dolar gelir sağlamıştır. Aynı dönemde İspanya'nın şarap ihracatı 3,1 milyar (OEC Wine in Spain, 2021), İtalya'nın 6,3 milyar doların (Ozgun, 2022) üzerindedir.

Grafik 2 Türk Şarap Sektörü (1000 hl)

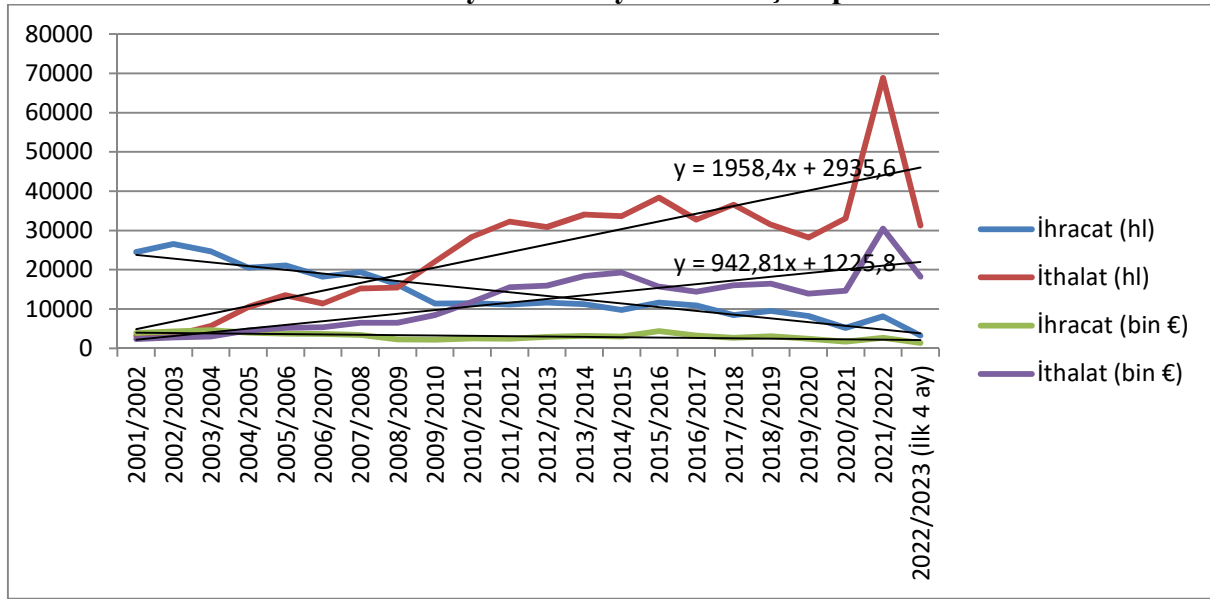


Kaynak: OIV

Türkiye'nin AB ile şarap konusunda dış ticaretine bakılacak olursa son yirmi yılda ihracatta düzenli olarak düşüş yaşanmıştır. Yaşanan düşüş hem hacim hem de gelir bakımından eş zamanlı olarak izlense de hacim yönünden düşüş değer yönünden yaşanan düşüşten daha büyüktür. Buna ek olarak ihracatta yaşanan düşüşün eğimi hacim yönünden daha diktir. Buradan da Türkiye'nin AB'ye ihraç ettiği şarapların katma değerinin artış gösterdiği söylenebilir. Öyle ki 2001/2002 pazarlama döneminde Birliğe ihraç edilen şarap miktarı yaklaşık 24 bin hl'den 2021/2022 pazarlama döneminde yaklaşık 3200 hl'ye gerilemiştir. Buna karşın elde edilen gelir yaklaşık 3900 bin avrodan 2,6 milyon avroya gerilemiştir. Yaşanan küçülme hacim yönünden 7,5 katken değer yönünden 1,5 katın altındadır. Bu da oranlar genel olarak tür şarapçılığında kalite artışına kanıt olarak gösterilmeye yetmezken ihracattaki kalitenin artışına işaret edebilir.

Türkiye'nin AB'den yapmış olduğu şarap ithalatında ise ihracatın aksine düzenli bir artış gözlemlenmiştir. Son yirmi yılda Türkiye'nin şarap ithalatı 10 kat artarak 2021/2022 pazarlama dönemi için 31 bin hl'yi aşmıştır. Buna mukabil ithalat için ödenen miktar 7,6 kattan fazla artarak 18 milyon avroya ulaşmıştır. İthalatın miktar yönünden değer yönüne göre daha dik bir artış eğimi gösterdiği Grafik 3'te yer alan eğim denklemlerinden de tespit edilebilir. Türkiye'nin şarap dış ticaretinin büyük bölümünü AB ile yaptığı düşünülürse Türkiye'nin şarap sektörü ciddi bir daralma içindedir. Öyle ki Türk tüketicisinin hacim yönünden talebi kalite yönünden talebinin önünde seyretmektedir. Bu da Grafik 2'de de gözlenen Türkiye'nin şarap konusunda iç piyasadaki arz açığı sorununu destekler niteliktedir.

Grafik 3 Türkiye'nin AB'ye Yönelik Şarap Ticareti



Kaynak: Eurostat (Verilere Brexit öncesi dönem için Birleşik Krallık verileri dahilken Brexit sonrası BK verileri dahil değildir).

AB'ye tam üyelik için müzakere sürecinde olan Türkiye'de şarabın vergilendirilmesi AB müktesebatına aykırı bir yapı arz etmemekle beraber matrah olarak AB içindeki genel görünüm pek uyumlu değildir. Türkiye'nin şaraba uyguladığı vergiler içinde KDV ve ÖTV yer alır. Bu durum KDV bakımından Birlik uygulamasıyla uyumludur. Zira AB genelinde KDV oranının ortalaması Türkiye'de uygulanan %20'lik tutarın biraz üzerinde seyretmekle birbirlerine yakın matrahlar olduğu görülebilir. Buna karşılık Türkiye şaraba uyguladığı ÖTV ile AB'nin şaraba öngördüğü "0" ÖTV yaklaşımıyla uyum göstermez. Fakat bu durum ilgili ürüne ÖTV uygulanmasını üye ülkelerin takdirine bırakmıştır. Buradan hareketle Türkiye şarabın vergilendirilmesi konusunda AB müktesebatına uyumlu bir yapı sergiler. AB üyesi ülkelerde şarabın vergilendirilmesi konusunda uygulanan bazı düzenleme ilkelerinin Türkiye'de de uygulandığı görülmüştür. Örneğin daha yüksek alkole daha yüksek ÖTV'nin tekabül etmesi ya da köpüklü şaraplara uygulanan verginin taze üzüm şarabına uygulanan vergiden yüksek olması gösterilebilir.

Tablo 8 Türkiye’de Şarabın Vergilendirilmesi (Yürürlük:5/7/2023)

ÖTV		
G.T.İ.P. NO	Ürün	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL) - Litre
22.04	Taze üzüm şarabı	30,4445
2204.10	Köpüklü şaraplar	205,6908
22.05	Vermut ve diğer taze üzüm şarapları	310,4386
2205.10.10.00.00	Alkol derecesi hacim itibariyle % 18 veya daha az olanlar	246,5234
2205.10.90.00.12	Alkol derecesi hacim itibariyle % 22 ve fazla olanlar	845,9684
KDV Oranı		%20

Kaynak: GİB

Fakat uygulanan ÖTV'nin fiyat üzerinde yarattığı yükün büyüklüğü bakımından Türkiye'deki mevcut durum AB genelinde yer alan uygulamayla örtüşmemektedir. Türkiye'de yürürlükte olan vergi düzenlemesi şaraptan alınan vergiyi sabit tutarda sınıflandırmak yerine sınıflandırılmış olan vergi matrahını alkol yüzdesine göre hesaplamaktadır. Bu noktada Türkiye'de 100 birim değerinde bir şişe şaraptan alınan ÖTV tutarı en az 2,96 TL'ye karşılık gelir. Bu tutar üye ülkeler içinde uygulanan en düşük ÖTV tutarının yaklaşık 98 birim kat üstündeyken AB ortalamasının yaklaşık dört birim kat üzerindedir. Türkiye'de 100 TL değerinde bir şişe şaraptan alınan ÖTV tutarı en yüksek 139,58 TL'ye karşılık gelir. Bu tutar ise üye ülkeler içinde uygulanan en yüksek ÖTV tutarının 21,9 birim kat üstündeyken AB ortalamasının (yüksek dilimdeki ortalama) yaklaşık 147 birim kat üzerindedir. ÖTV tutarına ortalama olarak bakıldığında ise Türkiye 100 birim değerinde bir şişe şaraptan 47,4 birim vergi alırken bu tutar AB ortalamasından yaklaşık 16 birim kat fazladır. Vergi noktasından bakıldığında şarap üzerinde oldukça ağır bir vergi yükü vardır. Bu durumun iç talep üzerinde ciddi bir daraltıcı etkiye neden olduğu söylenebilir. Türkiye'nin tüm alkollü içkilerden elde ettiği vergi geliri 2022 yılı bütçesi için 29,75 milyar TL'dir (HMB Genel Yönetim Bütçe Gelirleri, 2023). Bu tutar 2022 yılı ortalama Avro kuru üzerinden hesaplanacak olursa 1,8 milyar Avro'nun altında bir tutar olduğu görülür. Oysa Türkiye büyüklüğünde bir ülke için bu vergi gelirin benzer yapılı üye ülkelerin yalnızca şaraptan elde ettikleri vergi gelirleriyle (Bkz. Tablo 3) karşılaştırılamayacak kadar küçük kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin şarap üzerindeki vergileri Lafferci bir yaklaşımla yeniden düzenlemesi yararına olacaktır.

Tablo 9 Türkiye’de Bir Şişe Şaraptan Alınan Ortalama Vergi Miktarı

G.T.İ.P. NO	ÖTV'nin hesaplandığı alkol yüzdesi	100 TL için ÖTV tutarı	ÖTV'li Fiyat	KDV Tutarı	Nihai Fiyat
22.04	13%	$(30,4445 \times \%13) \times 0,75 = 2,9683$	102,9683	20,59366	123,56196
2204.10	13%	$(205,6908 \times \%13) \times 0,75 = 20,0548$	120,0548	24,01096	144,06576
22.05	13%	$(310,4386 \times \%13) \times 0,75 = 30,2677$	130,2677	26,05354	156,32124
2205.10.10.00.00	18%	$(246,5234 \times \%18) \times 0,75 = 44,3742$	144,3742	28,87484	173,24904
2205.10.90.00.12	22%	$(845,9684 \times \%22) \times 0,75 = 139,5847$	239,5847	47,91694	287,50164
Ortalama		47,4499	147,4499	29,48998	176,939928

Kaynak: Tablo 8'deki verilere dayalı olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'nin üzüm rekoltesi ve bağ yüzeyi çok büyük oranda sofralık, kuru üzüm ve pekmez gibi üretim gibi şarap dışı amaçlara adanmıştır. Şaraplık üzümlere ait olan üretim ise oldukça küçüktür. Şaraplık ve sıralık olarak üretilen üzüm miktarı toplam üretimin ancak %11'ine ulaşır (TOB Üzüm Değerlendirme Raporu, 2020: 12). Bunun yalnızca şaraplık olarak kullanılan kısmı 2014 yılında %5'tir (Sırlı v.d., 2015, 57) ki düşen şarap üretiminden hareketle buradan da %5'in altında olduğu sonucu çıkarılabilir. Oysa Türkiye'nin üzüm yetiştirmek için oldukça uygun fakat üzüm üretimi yapılmayan arazileri mevcuttur. Türkiye'de üzüm bağ yüzeyinin ve üzüm hasatının en büyük olduğu alanlar büyük ölçüde paralellik gösterir ve bu alanlar İzmir, Manisa, Denizli, Mersin, Gaziantep, Diyarbakır ve Mardin olarak sıralanabilir (TOB Tarım Ürünleri Piyasaları – Üzüm, 2021: 2). Buna rağmen Türkiye'de şarapçılık büyük ölçüde Marmara bölgesi, Denizli, Nevşehir, Tokat, Elâzığ, Diyarbakır, Mardin, etrafında toplanmıştır. Türkiye'nin üzüm yetiştiriciliği potansiyelini değerlendirmek açısından Sırlı Vd.'nin çalışmasıyla (Sırlı v.d., 2015, 62) bakanlık verilerini karşılaştırmak yararlı olacaktır. Bu da mevcut bağlı alanlarını ve üzüm üretimi ile üzüm üretimine uygun alanları kıyaslama imkânı vererek Karadeniz'in kıyı şeridinin tamamen, Kırıkkale, Çorum Amasya, Samsun hattının Akdeniz bölgesinin doğusunun ve Iğdır'ın üzüm tarımı açısından büyük ölçüde atıl olduğunu göstermektedir. Buna Ege bölgesinin kuzeyini ve Marmara bölgesini de eklemek gereklidir. Her ne kadar Türkiye'nin şarap üretimi büyük çoğunlukla Marmara bölgesi ve Elâzığ, Diyarbakır, Mardin yapılsa da şarap bağcılığı açısından değerlendirilecek büyük bir potansiyele sahip olduğu görülür.

Türkiye'de şarap üretimine uygun olarak yabancı ve yerli birçok üzüm türü yetiştirilebilmektedir. Bunlar arasında özellikle Türkiye'nin coğrafyasına has ya da Türk tarım araştırmacıları tarafından geliştirilmiş olan üzüm türlerinden elde edilen şarapların üretim hacmini artırmak ya da bu alanda AR-GE faaliyetlerini desteklemek Türkiye'nin uluslararası pazarda elini güçlendirebilir. Bu doğrultuda gösterilecek çabanın şarap turizmi üzerinde de katkısı olacağı düşünülebilir. Şarap sever turistler genellikle kendi coğrafyalarında bulunmayan yerel üzüm türlerinden elde edilmiş şarapları denemeye eğilim göstermektedirler. Fakat Türkiye'de yürürlükte olan şişeleme büyüklüğünde sınırlama, reklam ve tadım yasağı (28674 Sayılı Resmî Gazete Kanun No. 6487, 2013) hem şarap sektörünü hem de şarap turizmin olumsuz etkilemektedir. İlgili yasa sektöründeki markaların tutundurma faaliyetleri açısından en iyi araçlardan biri olan reklamı yasaklayarak Türk şarapçılığının uluslararası ölçekte rekabet etmesi önünde engel teşkil etmektedir. Buna bir örnek olarak 13 Şubat 2023 tarihli Vinexpo'da uygulanan reklam yasağı gösterilebilir. Paris'teki dünyanın en büyük şarap fuarlarından biri olan fuarda Türk şaraplarının marka adları sansürlenmiştir. Oysa Avrupa Komisyonu tarafından yaptırılmış olan değerlendirme Avrupalı şarap tüketicisinin genel olarak isimler konusunda hassas olduğunu göstermiştir (EC Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector, 2020: 60). Tüm bunlara rağmen Türk şaraplarının IWC gibi uluslararası yarışmalarda başarılar elde ettiği bilinen bir gerçektir.

Türkiye büyüklüğünde bir ülke için şarap işletmesi sayısı oldukça azdır. Kayıt dışı bazı işletmelerin eskiden beri varlığı bilinmektedir (Gümüş ve Gümüş, 2009: 43). Bu işletmeler kayıt altına alınarak AB içinde faaliyet gösteren butik şarap üreticileri gibi dönüştürülerek yaygınlaştırılabilir. Bu bağlamda kırsal kalkınmayı ve tarımı desteklemek için proje bazlı destek veren LEADER gibi AB desteklerinden faydalanılarak butik şarap girişimleri çoğaltılabilir. Ayrıca üreticiler kapsamlı bir devlet desteğinden yoksundurlar. Yalnızca genel olarak uygulanan ihracat desteğinden faydalanabilmektedirler. Türkiye'nin şarap mevzuatı AB mevzuatı ile kıyaslandığında oldukça eksiktir. Mevcut mevzuat düzenlemelerinin de uyum düzeyi yukarıda belirtilen nedenlerden ötürü oldukça düşüktür.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm bu verilere bakarak Avrupa Birliği'nde şarap ve şarapçılık kültürel bir öge olmanın yanı sıra başlı başına üye ülkelerin ekonomilerine katkı sağlayan bir sektör olarak değerlendirilmesi doğru olacaktır.

Şarapçılığın hammaddesi üzüm olduğundan bu tarımsal girdinin her üye ülkede yaygın bir biçimde yetiştirildiğini söylemek doğru olmaz. Bunun nedeni temelde ülkelerin farklı iklim ve bağcılık için uygun tarım arazisi yüzölçümünden kaynaklanan farklılıklardır. Birlik genelindeki üretim hacmindeki değişimi yalnızca coğrafi belirleyicilere bağlamak doğru olmaz üretim hacmini aynı zamanda ülkelerin nüfus büyüklükleri de etkilemektedir. Buna rağmen şarap hemen hemen tüm üye ülkelerde kendine tüketim alanı bulmuştur. Öyle ki Avrupa Birliği dünyanın en büyük şarap üreticisi olmakla birlikte aynı zamanda en büyük tüketici konumundadır. Hal böyle olunca Avrupa Birliği ölçeğinde şarapçılık ayrı bir önem kazanmıştır. Bu nedenle Birlik şarap sektörünü düzenleyecek ve destekleyecek oldukça kapsamlı bir mevzuat yaratmıştır. Bu mevzuatın içinde bağ alanları ve önolojik uygulamalardan, etiketleme, bilinçli tüketim ve pazarın düzenlenmesine kadar birçok ayrıntıyı içinde barındırmaktadır. Tüm bu düzenlemeler şarap için ortak bir pazar uygulaması yaratarak şarap kalitesini korumayı ve adil bir rekabet ortamı yaratmanın yanı sıra yetki devrini de esas alarak üyelerin kendine has yöntem ve geleneklerini de korumaya olanak tanımıştır. Birlik mevzuatı şarabın vergilendirilmesine dair birtakım düzenlemeler de getirmiştir. Bu bağlamda şarap bir tarım ürünü olarak kabul edilmiş ve bu esasa dayalı olarak vergilendirilmiştir. Fakat AB ölçeğinde ortak maliye politikası olmadığından üye ülkelerin egemenlik haklarından biri olan vergilendirme yetkisine tamamen sınırlanmamıştır. Verginin asgari sınırının belirlenmesi ortak pazardaki rekabeti korumak açısından gerekli olsa da şarabın asgari vergi tutarı sıfır olarak belirlenmiştir. Bu oran üye ülkelerin tercihine bağlı olarak değişmekle birlikte vergi yükü yüzde olarak değil her ülke için ayrı bir sabiti içerecek şekilde düzenlenmiştir. Buna rağmen şarap üzerindeki vergi yükü Birlik ölçeğinde genel anlamda makul kabul edilebilir bir düzeyde kalmıştır. AB'nin şarap sektörü üretim hacmi ve ihracat geliri bakımından son yirmi yılda büyüme göstermiştir. Sektör özellikle İtalya Fransa ve İspanya'da oldukça güçlüdür. Öyle ki İtalya dünyanın en büyük şarap üretimini yaparken en yüksek geliri Fransa sağlamıştır. AB'nin şarap üreticisi olan ülkeleri şarap ve ilgili sanayi kollarında birçok istihdam yaratmanın yanı sıra her yıl düzenlenen fuar ve yarışmalara üst gelir grubundan önemli miktarda turisti ülkelere çekerek turizm gelirlerine de şarap sektörü aracılığıyla büyük katkılar sağlamaktadırlar. Şarap konusunda otorite olan AB eğer geliştirmekte olan ülkeler içinde şarap potansiyeli yüksek olan ülkelere destekler sağlarsa yüksek kaliteli yerel şaraplara ucuz ulaşabilir. Bu destekler AB'nin şarapçılık konusunda teknik ekipman ve bilgi üreten şirketleri için yeni pazarlar oluşturmakla kalmayacak her yıl üye ülkelerde yapılan fuar ve yarışmalara daha büyük katılım sağlayarak turizm gelirlerinde de artışa olanak sağlayacaktır.

Türkiye'nin durumu şarap sektörü açısından değerlendirilecek olursa pek iç açıcı bir tabloyla karşılaşılmaz. Her şeyden önce Türkiye'nin şarap mevzuatı son derece yüzeyseldir ve Türk şarap pazarında kurumsallaşma düşük kalmıştır. Türk şarap sektörü için her ne kadar kültürel bazı kısıtların söz konusu olduğu bilirse de coğrafi ve iktisadi bakımdan gelişime açık bir yapı ortaya koyduğu muhakkaktır. Öncelikle devletin şarap üzerindeki dolaylı vergi yükünü ve sektörle ilgili yasakları yeniden gözden geçirerek bunların sektör üzerinde oluşturduğu yükü azaltmasında fayda vardır. Yüksek dolaylı vergi oranının devletin vergi gelirlerinde de azalmaya neden olabileceği düşünülmelidir. Bu tür kısıtlamalar zamanla girişimcilerin sektöre yatırım yapmasına engel olarak geçtiğimiz yirmi yılın sonunda ortaya artık bir talep fazlası çıkarmıştır. Bu açık çoğunlukla Avrupalı üreticiler tarafından kapatılmaktadır. Bu da ülkenin dış ticaret açığına katkı yapar. AB'nin OTP'nın arzı kısıtlayıcı tedbirler aldığı düşünülürse Türkiye de gelecek yıllarda büyüyen talep açığını rahatlıkla kapatabileceği hatırdan çıkarılmamalıdır. Arzın üstünde oluşan talepten tüketiciyi mevcut uygulamalara tüketimden vazgeçirme girişiminin başarısız olduğu görülmektedir. Bunun yerine üretimi destekleyici bir model benimsenerek bilinçli tüketim konusunda farkındalığın artırılmasına yönelik tedbirleri artırarak hem toplum sağlığına hem de ekonomiye daha büyük katkılar sağlanabilir. Üretim ve tüketim üzerinde uygulanan haddinden fazla kısıtlayıcı önlemlerin kaçakçılık ve kaçak üretim gibi toplum sağlığını ve güvenliğini olumsuz etkileyen daha ciddi sorunlara neden olabileceği de düşünülmelidir.

Türkiye üzüm üretimi bakımından uygun bir coğrafya da bulunmaktadır. Üretimin büyük bölümü kuru üzüm üretimi gibi nispeten küçük katma değerli bir ürüne yönelmiştir. Oysa şarap gibi daha yüksek katma değer içeren bir ürün Türkiye'nin elde edeceği geliri kuşkusuz arttıracaktır. Üstelik bunun dünya kuru üzüm üretimindeki öncü konumunu sarsmadan uygulanabilmesi mümkündür. Türkiye hem iş gücü hem de toprak arazi potansiyeli bakımından şarapçılığın geliştirilmesine uygundur. Üzümün nispeten verimsiz arazilerde yetişebilmesi ve düşük su tüketimi de sürdürülebilir üretime, kırsal kalkınmaya, istihdama ve ilgili sanayi kollarında gelişmeye olanak tanıyacaktır. Ayrıca Türkiye'nin tek düze olmayan coğrafi yapısı çok farklı üzüm türlerinin yetişmesi de ürün yelpazesini genişleterek dünya şarap sektöründe bir çekim alanı oluşturabilir. Bu bağlamda Türkiye AB'den kırsal kalkınma bazlı fonlar sağlayarak istihdamına katkı sağlamanın yanı sıra dünyanın en büyük şarap tüketicisi olan ekonomik bölgesine ihracat gerçekleştirebilir. İhraç edilecek ürünün yüksek katma değerli yapısı Türk çiftçisinin de kalkınmasına neden olacağı unutulmamalıdır. Bu bağlamda Türkiye'nin arasında bir gümrük birliği anlaşması olan Avrupa ile kazan kazan ekseninde bir iş birliğine girmesi her iki tarafın çıkarına olacaktır.

KAYNAKÇA

Curry, Andrew (2017) "Oldest Evidence of Winemaking Discovered at 8,000 Year Old Village", *NatGeo*, <<https://www.nationalgeographic.com/history/article/oldest-winemaking-grapes-georgia-archaeology>> (11 Şubat 2023).

Amerine, Maynard A. (2023) "Wine", *Encyclopedia Britannica*, <<https://www.britannica.com/topic/wine>> (11 Şubat 2023).

Organisation Internationale de la vigne et du vin - OIV (2022) "State of the Vine and Wine Sector 2021": 3-16.

Organisation Internationale de la vigne et du vin - OIV (2022) "State of the Vine and Wine Sector 2021": 19.

López, Ana M., (2022) "Market Size of Wine Tourism Worldwide in 2020, with Forecast for 2030", *Statsita* <<https://www.statista.com/statistics/912835/market-size-enotourism-worldwide/>> (14 Şubat 2023).

The Business Research Company (2023) "Enotourism Global Market Report", <<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/enotourism-global-market-report>> (14 Şubat 2023).

Karluk, R., (2014) *Avrupa Birliği*, (İstanbul: Beta Yayınları)

Comité Européen des Entreprises Vins - CEEV (2023) "EU Wine Sector", <https://www.ceev.eu/about-the-eu-wine-sector/?utm_source=pocket_reader> (17 Şubat 2023).

European Commission (2023) "Wine", <https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine_en> (17 Şubat 2023).

European Commission (2023) "The EU Wine Legislation", <https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine/eu-wine-legislation_en?utm_source=pocket_reader> (18 Şubat 2023).

Commission (2020) "EU Wine Policy Contributes to Maintaining the Reputation and Competitiveness of EU Wine", <https://agriculture.ec.europa.eu/news/eu-wine-policy-contributes-maintaining-reputation-and-competitiveness-eu-wine-2020-10-26_en?utm_source=pocket_reader> (19 Şubat 2023).

EC (2020) "Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector", *Commission Staff Working Document*, European Commission, Brussels.

İlhan, N., (2006) "Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim Vergisi Uyumlaştırması ve Türkiye", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

The Observatory of Economic Complexity - OEC (2021) "Wine in France" <<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/wine/reporter/fra>> (11 Şubat 2023).

Agrosynergie EEIG (2019) “Evaluation of the CAP Measures Applicable to the Wine Sector”, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Pomarici, E. ve Sardone, R., (2020) “EU Wine Policy in the Framework of the CAP: Post-2020 Challenges”, *Agricultural and Food Economics*, Sayı 8(17): 36-37.

Diyanet İşleri Başkanlığı – DİB (2008) “Bakara/219”, *Kur’an-ı Kerim Meali*, (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları).

Diyanet İşleri Başkanlığı – DİB (2017) “İslam’ın haram kıldığı şeylerin gayrimüslimlere satışı caiz midir?”, <<https://kurul.diyamet.gov.tr/Cevap-Ara/931/islamin-haram-kildigi-seylerin-gayrimuslimlere-satisi-caiz-midir>> (07 Mart 2023).

İnalçık, H., (2015) *Has-Bağçede ‘Aş u Tarab: Nedimler Şâirler, Mutribler*, (İstanbul: İş Bankası Yayınları).

de Calvijo, R. G., (2016) *Timur Devrinde Kadis’ten Semerkand’a Seyahat*, (İstanbul: Köprü Yayınları).

İnalçık, H. (2009) *Osmanlı İmparatorluğu’nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi Cilt 1: 1300-1600*, (İstanbul: Eren Yayıncılık).

İnalçık, H. ve Quataert, D., (2009) *Osmanlı İmparatorluğu’nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi Cilt 2: 1600-1914*, (İstanbul: Eren Yayıncılık).

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2021), “Tarım Ürünleri Piyasaları”, *Üzüm*, TEPGE, Ankara.

Centre for the Promotion of Imports – CBI (2020), “Entering the European Market for Dried Grapes”, <<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/dried-grapes/market-entry>> (10 Mart 2023).

The Observatory of Economic Complexity - OEC (2021) “Wine in Spain”, <<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/wine/reporter/esp?redirect=true>> (11 Mart 2023).

Ozbun, T., (2022) “Export Value of Wine from Italy 2014-2021”, <<https://www.statista.com/statistics/633929/export-value-of-wine-from-italy/>> (11 Mart 2023).

T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı – HMB (2022) “Genel Yönetim Bütçe Gelirleri”, <<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/sites/3/2023/01/Genel-Yonetim-Butce-Gelirleri-Ekod4.xls>> (20 Nisan 2023).

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2020), “Üzüm Değerlendirme Raporu”, Ankara.

Alsancak Sırlı, B v.d., (2015) “Türkiye’de Üzüm (*Vitis spp.*) Yetiştirmeye Uygun Potansiyel Alanların Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) Teknikleri Kullanılarak İklim ve Topoğrafya Faktörlerine Göre Belirlenmesi”, *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 24(1): 56-64.

Resmi Gazete (2013) “Kanun No. 6487”, <<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/06/20130611-1.htm>> (15 Nisan 2023).

Gümüş, S. G. ve Gümüş, A. H., (2009) “Avrupa Birliğine Üyelik Sürecinde Türkiye Şarap Sektörünün Sorunları”, *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Sayı 46(1): 43-51.