



**TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLEME  
SİSTEMİNİN MEVCUT YAPISI**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Yağmur EROL**

**Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı**

**Prof. Dr. Halil KIZILASLAN**

**2014**

**Her hakkı saklıdır**

T.C.  
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLEME  
SİSTEMİNİN MEVCUT YAPISI**

YAĞMUR EROL

TOKAT  
2014

Her Hakkı Saklıdır

Prof. Dr. Halil KIZILASLAN danışmanlığında, Yağmur EROL tarafından hazırlanan bu çalışma 06/05/2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği/oy çokluğu ile Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

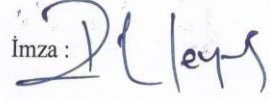
Başkan : Prof. Dr. Halil KIZILASLAN

İmza :



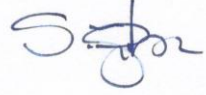
Üye : Doç. Dr. Rüştü YAYAR

İmza :



Üye : Yrd. Doç. Dr. H. Sibel Gülse BAL

İmza :



Yukarıdaki sonucu onaylarım



Doç. Dr. Naim Çağman

Enstitü Müdürü

14/05/2014

## **TEZ BEYANI**

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin içerdiği yenilik ve sonuçların başka bir yerden alınmadığını, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Yağmur EROL

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### TÜRKİYE’DE COĞRAFI İŞARETLEME SİSTEMİNİN MEVCUT YAPISI

Yağmur EROL

Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Halil KIZLASLAN

Coğrafi işaretler, belli bir bölgeye özgü bir ürünü tanımlayan ve onun kalitesi, tanınma durumu veya diğer karakteristik özellikleri bakımından coğrafi kaynağına atfedilen, bir bölgeyi temsil eden sanayileşme hakkıdır. Türkiye, geleneksel gıda çeşitliliği ve üretimi açısından zengin bir dokuya sahiptir. Bu özelliği bakımından her yöreye has farklı karakterlerde ürünler ve dolayısıyla coğrafi işaretler bulunmaktadır. Coğrafi işaretlerin AB’ye uyum sürecinin ivme kazandığı günümüz şartlarında, kültürel özellikler ile birlikte ön plana çıkması gerekli görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’nin doğal ve kültürel dokusunu ön plana çıkarmada birçok enstrüman kullanılabilir. Bunlar, bölgesel olarak giyim, gıda tüketimi, yaşam tarzı, doğal güzellikler gibi birçok olgu ülke ve bölgenin tanınmasında öncü olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, AB sürecinde geleneksel gıdaların korunması amacına yönelik coğrafi işaret sisteminin Türkiye’deki kavramsal çerçevesini, coğrafi işaret sisteminin işleyişini ve coğrafi işarete konu olan coğrafi ürünlerinin durumunu incelemektir. Bununla birlikte, bu çalışmada AB’ye uyum sürecinde Türkiye’deki ve Avrupa’daki kavramsal farklılıkları ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç gerçekleşirken, yöresel dokunun ve kültürün bozulmadan korunması önem arz etmektedir. Bu korumanın yurtdışına da taşınması, yöresel üretimin ticarete dönüştürülmesine yol açacaktır. Böylece ticari değer kazanan coğrafi ürünün, kırsal kesimin düşük gelir düzeyi de düşünüldüğünde ciddi bir gelir kaynağı olabileceği söylenebilir. Ayrıca istihdam sağlamanın yanı sıra, göçün önlenmesi, üretimin kendi tekniğine uygun yapılması ve ürün kalitesini arttırmada destekleyici bir araç olacağı düşünülmektedir.

**2014, 55 sayfa**

**Anahtar kelimeler:** Coğrafi İşaret, Yöresel Ürün, AB de Coğrafi İşaret,

## **ABSTRACT**

Master Thesis

Yağmur EROL

### **EXISTING STRUCTURE OF SYSTEM GEOGRAPHICAL MARKS IN TURKEY**

Gaziosmanpasa University

Graduate School of Natural and Applied Sciences

Department of Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. Halil KIZILASLAN

Geographical indications is the right of industrialization defining a product arisen from a particular area and its quality, status of recognition or attributed to its geographical source with regards to other characteristic features, representing an area. Turkey is a rich country with regards to traditional food range and production. Due to its prosperity, Turkey has many products in different characteristics special to every region; and also has geographical indications. In present conditions in which geographical indications continue to the process of adaptation to the EU, it is desirable for cultural features to stand out, as well. In this regard, many instruments are used concerning standing out Turkey's natural and cultural texture. Many features such as clothing, food consumption, life style, natural beauties might be pioneers on the recognition of both the country and the region. The aim of this study is to examine conceptual framework of geographical indication in Turkey, which targets the protection of traditional food in the process of the EU, operation of geographical indication system and listing of geographical products mentioned in geographical indications. In addition, it is also aimed to put forward the conceptual differences between Turkey and Europe in the process of adaptation to the EU. In order to serve this purpose, the protection of regional texture and culture is very important. The transportation of this protection process to outside of the country will lead regional production to turn into commerce. Thus, geographical product that gains commercial value is regarded as a serious source of income when countryside's low income statue is taken into consideration. Moreover, as well as employment, it can be used as a policy tool that prevents immigration, makes production more steadily and supports the increase of product quality.

**2014, 55 pages**

**Key Words:** Geographical Indication, Regional Product, Geographical Indication in EU.

## TEŐEKKÖR

Çalıőmamın tüm aőamalarında bilgi ve birimini esirgemeyerek, geliőimime katkıda bulunan, takıldığım noktalarda çalıőmama alternatif sunarak çalıőmamın ilerlemesinde katkıda bulunan danışman hocam Prof. Dr. Halil KIZILASLAN' a öncelikli olarak sonsuz saygı ve őükranlarımı sunarım. GOÜ Ziraat Faköltesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalının kıymetli öğretim üyelerine ve benden hiçbir yardımını esirgemeyen Arő. Gör. Hasan Gökhan DOĞAN' a ve çalıőmam sırasında moral ve motivasyonumu üst düzeyde tutmama yardımcı olan arkadaşlarım Derya AĞACADAĞ' a, Ayőegöl UTKU' ya ve Esra GÜREL' e teşekkür ederim. Ayrıca, hayatım boyunca olduğu gibi bu çalıőmam sırasında da maddi ve manevi olarak destek sağlayarak sabırlarını, sevgilerini ve ilgilerini esirgemeyen babam Nazım EROL' a, annem Hüsniye EROL' a ve değerli katkılarından dolayı kardeőlerim Tayfun EROL' a ve Damla EROL' a vefayı bir borç bilir teşekkür ederim.

Yağmur EROL

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iv</b>
<b>KISALTMALAR DİZİNİ</b> .....	<b>vi</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>GRAFİK DİZİNİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÇİZELGELER DİZİNİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Konunun Önemi.....	3
1.2. Konunun Amacı.....	3
<b>2. LİTERATÜR ÖZETİ</b> .....	<b>4</b>
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM</b> .....	<b>8</b>
3.1. Materyal.....	8
3.2. Yöntem.....	8
<b>4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA</b> .....	<b>9</b>
<b>4.1. DÜNYA’DA COĞRAFI İŞARET SİSTEMİNİN GELİŞİMİ</b> .....	<b>9</b>
<b>4.2. AVRUPA BİRLİĞİ’NDE COĞRAFI İŞARET SİSTEMİNİN GELİŞİMİ</b> ...13	
4.2.1. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Sistemi.....	15
4.2.2. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Türleri.....	16
4.2.2.1. Menşe Adı.....	16
4.2.2.2. Mahreç İşareti.....	17
4.2.2.3. Geleneksel Özellikli Ürün Adı.....	18
4.2.3. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Sisteminin Yararları.....	18
4.2.4. Avrupa Birliğinde Ön Plana Çıkan Ürünler.....	19
<b>4.3. TÜRKİYE’DE COĞRAFI İŞARET SİSTEMİNİN GELİŞİMİ</b> .....	<b>20</b>
4.3.1. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Tanımı.....	22

4.3.2. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Önemi.....	25
4.3.3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Unsurları.....	26
4.3.4. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Fonksiyonları.....	28
4.3.5. Türkiye’de Coğrafi İşaret Türleri.....	29
4.3.5.1. Menşe Adı.....	29
4.3.5.2. Mahreç İşareti.....	30
4.3.6. Türkiye’de Ön Plana Çıkan Coğrafi İşaretli Ürünler.....	31
4.3.7. Türkiye’de Tescilli Ürünler.....	33
<b>4.4. AVRUPA BİRLİĞİ’NDE VE TÜRKİYE’DE COĞRAFİ İŞARET SİSTEMİNİN FARKLILIKLARI VE UYUM SÜRECİNDE YAPILMASI GEREKENLER.....</b>	<b>43</b>
<b>6. SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>47</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>50</b>

## KISALTMALAR DİZİNİ

<b>Kısaltmalar</b>	<b>Açıklamalar</b>
<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>BSE</b>	Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü
<b>CI</b>	Coğrafi İşaret
<b>DTÖ</b>	Dünya Ticaret Örgütü
<b>DPT</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>EC</b>	European Community
<b>EEC</b>	European Economic Community
<b>FSMH</b>	Fikri ve Sinai Mülkiyet Hakları Antlaşması
<b>KHK</b>	Kanun Hükmünde Kararname
<b>PDO</b>	Protected Designation of Origin – Tescilli Menşe Adı
<b>PGI</b>	Protected Geographical Indication – Tescilli Mehreç İşareti
<b>TPE</b>	Türk Patent Enstitüsü
<b>TRIPS</b>	Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights
<b>TSG</b>	Traditional Specialities Guaranteed
<b>TÜSİAD</b>	Türk Sanayiciler ve İş Adamları Derneği
<b>WIPO</b>	World Trade Property Organization (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü)
<b>WTO</b>	World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)

## ŞEKİLLER DİZİNİ

		<b><u>Sayfa</u></b>
Şekil 4.1.	Menşe Adı.....	17
Şekil 4.2.	Mahreç İşareti.....	17
Şekil 4.3.	Geleneksel Özellikli Ürün.....	18

## GRAFİK DİZİNİ

### Sayfa

Grafik. 4.1.	Türkiye'nin Tescillenen Coğrafi İşaret Sayısının Yıllara Göre Dağılımı.....	34
--------------	---	----

## ÇİZELGELER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 4.1.	AB’de Coğrafi İşaret Korumaları.....20
Çizelge 4.2.	Coğrafi İşaret Tescil İşlemleri Ücret Listesi.....24
Çizelge 4.3.	Tescillenen Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gruplara göre Sınıflandırılması.....32
Çizelge 4.4.	Akdeniz Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....35
Çizelge 4.5.	Marmara Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....36
Çizelge 4.6.	Ege Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....37
Çizelge 4.7.	Karadeniz Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....38
Çizelge 4.8.	İç Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....39
Çizelge 4.9.	Güney Doğu Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....41
Çizelge 4.10.	Doğu Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi.....42
Çizelge 4.11.	Diğer Tescilli Ürün Listesi.....43

## 1. GİRİŞ

Coğrafi işaretler, belirli bir alandan kaynaklanan bir ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri bakımından coğrafi kaynağına atfedilen, bir bölgeyi temsil eden sınaî mülkiyet hakkıdır (Dimara ve ark., 2004; Ilıcalı, 2005; Josling, 2005; Kan ve Gülçubuk, 2008; Şahin ve Meral, 2012). Kullandıkları ürünlerin kökenini belirtme fonksiyonu dolayısıyla markaların ilk hali olarak karşımıza çıkmaktadır ve coğrafi kökeninden dolayı önem kazanan ürünleri ayırt etmek için kullanılmışlardır. Coğrafi işaretleri önemli kılan özellik ise yerel ürün ve tatların bu sistem içerisinde koruma altına alınabileceği ve bunun yerel ekonomik kalkınmada bir kalkınma aracı olarak kullanılabilmesi olgusudur. Dünya’da ve Türkiye’de belirli bir yöre ile özdeşleşmiş birçok ürün coğrafi işaret olarak tescillidir. Dünyaca ünlü bazı coğrafi işaretlerin ait oldukları bölgenin ve ülkenin ekonomik kalkınmasında çok önemli rol oynadıkları bilinmektedir. Bu ürünlerin etkin bir şekilde korunabilmesi için ürünlerin coğrafi işarete konu olma nedenlerinin belirlenmesi, ürün ile bölgesel bağın araştırılması, ürün özelliklerinin tespit edilmesi ve ürünün özgünlüğünü sağlayan bileşim öğelerinin ortaya konması ve hatta bu ürünleri benzerlerinden ayıran özelliklerin araştırılması gerekmektedir (Bayram, 2006). Bu nedenle coğrafi işaretler başta Avrupa ülkeleri olmak üzere bir çok ülkede gelişen bir trend olarak karşımıza çıkmakta, kültürel ve yerel mirasın hem korunması hem de sürdürülebilirliğini sağlaması açısından da gündemden düşmemektedir (Nordin, 2003; Bojnec, 2006; Orhan, 2010; Kan, 2011; Nanayakkara, 2011). Türkiye, sahip olduğu coğrafi konumu nedeniyle tarımsal ve hayvansal kaynaklı ürün çeşitliliğine sahiptir. Türkiye’de her il ve bölge taşıdığı coğrafi ve iklimsel özelliklerine göre yetişen ürünler ile özdeşleşmektedir (Bayram, 2006). Coğrafi işaretlerin korunmasında en önemli hususlardan biri denetim mekanizmasıdır. 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında coğrafi işareti tescil ettiren, söz konusu ürünün üretimi, işlenmesi veya diğer işlemleri ile uğraşan kişilerden oluşan ve yasal kuruluş biçimine bakılmaksızın herhangi bir dernek, birlik veya benzeri teşkilat coğrafi işaretin kullanımını denetleyebilir. Türkiye’deki genel uygulama, ilgili yöredeki kamu kurumlarından ya da derneklerden oluşan bir komisyon oluşturulması ve bu komisyonun belirli zamanlarda denetleme yapmasıdır. Ancak bu denetimin mahiyeti, hangi aşamalarda, ne şekilde yapılacağı gibi temel konular belirsizdir. Avrupa Birliği uygulamalarında ise denetim mekanizması coğrafi işareti

kullanacak olan tüm üreticilerin, akredite olmuş bir kuruma kendilerini denetletirmesi ve sertifika alması şeklindedir. Üreticiler ürünlerini ancak bu sertifika ile satabilmektedir (Kızıltepe, 2005). Denetim mekanizmalarının işleyişinde önemli sorunlardan biri de, ürünün özgünlüğünün ve üretim usullerinin belirlenmesidir. Bunun için coğrafi işarete konu ürün işlenmiş bir gıda ise kompozisyonun ve üretim yöntemlerinin tanımlanması ve bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle, Türkiye’de coğrafi işaret olarak korunan gıdaların özelliklerinin belirlenmesi, geleneksel ya da özgün olan yanlarının ortaya konması ve başka bölgelerde üretilen benzer ürünlerle farklılıklarının tespit edilmesi önemlidir (Kan ve Gülçubuk, 2008). Bir ürün için belirli bir kalite sembolü haline gelmiş coğrafi işaretlerin koruma altına alınmasında, o yöre ya da bölge halkı açısından çok büyük yararlar vardır (Dimara ve ark., 2004; Canada ve Vazquez, 2005).

## **1.1 Konunun Önemi**

Coğrafi işaretlerle ürünlerin korunması gelişmekte olan ülkeler için potansiyel ekonomik kazanç sağlamasına rağmen, günümüze de coğrafi işaretler en çok Avrupa ülkelerinde fayda sağlamaktadır. Türkiye'nin çok büyük bir ürün çeşitliliğine sahip olmasına rağmen, korunan coğrafi işaretli ürün sayısının az olması, coğrafi işaret koruması ile ilgili bilginin az olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çalışma, coğrafi işaretlemenin nasıl yapılacağını ve Avrupa birliğine uyum sürecinde neler yapılması gerektiği hakkında bilgi vermesi ve Avrupa Birliği ve Türkiye'de coğrafi işaretlerin kavramsal farklılıkları hakkında bilgi verilmesi ve Türkiye'deki mahreç ve menşe işareti ile işaretlenen coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel baz da ayrılması ve coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınmaya katkısı hakkında bilgi vermek ve konu ile ilgili öneriler geliştirmesi açısından önem taşımaktadır.

## **1.2. Konunun Amacı**

Bu çalışmada, coğrafi işaret sisteminin Türkiye'deki kavramsal çerçevesini, coğrafi işaret sisteminin işleyişini ve coğrafi işarete konu olan coğrafi ürünlerin listelenişi ve Avrupa Birliğine uyum sürecinde Türkiye'deki ve Avrupa'daki kavramsal farklılıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR ÖZETİ

**Deveci ve ark. (2013)**, “Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği” adlı çalışmalarında, yaşamak için yemek yeme olgusunun, yemek için yaşamak durumuna dönüşmesiyle birlikte son yıllarda yemek yemenin fizyolojik bir ihtiyaçtan öte sosyal bir amaç taşıyan ihtiyaç haline dönüştüğü ifade edilmiş. Yeni, farklı ve yöreye özgü lezzetlerin tadımının gerçekleştirilmesi, yöreye ait farkındalıkların yaratılması ve bunların turistler tarafından fark edilip deneyimlenmesi teorik çerçevede gastronomi turizmi olarak adlandırılan turizm davranışının kırsal turizm kapsamında Balıkesir’in Bigadiç ilçesinin yöresel unsurlarını oluşturan Bigadiç güveci ve helvası hususunda değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca Bigadiç ilçesinin gastronomi turizminden yararlanılması ve Yörenin yerel değerlerinin korunması için projeler oluşturulması gerektiğini ve hayata geçirilmesinin önemini belirtmiştir.

**Çalışkan ve Koç (2012)**, “Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi” isimli çalışmasında coğrafi bölgenin genel özelliklerinin ortaya koyduğu yöresel zenginliklerin coğrafi işaret yoluyla korunması, dünya ticaretindeki gelişmelere paralel olarak giderek önem kazanan bir konudur. Coğrafi işaretlerin, coğrafi bölgenin genel özellikleri, geleneksel üretim yöntemleri ve kültürel değerler ile harmanlanan bir süreçte ortaya çıkan geleneksel ve yerel ürünlere ticari açıdan koruma ve destek sağladığı ifade edilmiştir. Büyük bir potansiyel var olmasına rağmen Türkiye’de coğrafi işaret konusunda sınırlı gelişmelerin olduğunu açıklamıştır. Çalışmalarında Türkiye’de tescili sağlanan coğrafi işaretler ve coğrafi işaretler dağılım özellikleri değerlendirilmiştir. Buna göre coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerin belirlenmesinde yerel ve geleneksel ürünleri tanıtıcı festivallerden yararlanılması önerilmiştir. Bunların yanında, Türkiye coğrafyası, bilgisinin coğrafi işaretler konusuna yarar sağlayacağına dikkat çekilmiştir.

**Kan ve ark. (2011)**, “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları” adlı çalışmalarında, Türkiye’nin sosyal ve ekonomik yapısı içerisinde kırsal alanlar önemli bir ağırlığa sahiptir. Avrupa Birliği’nde kırsal alanların yaşam kalitesinin artırılması ve bu sayede kırsal alanlarda dönüşümün sağlanmasında yöresel ürünler etkili bir araç olduğu belirtilmiştir. Türkiye yöresel ürünler bakımından zengin bir ülkedir. Yerel bir kalkınma dinamiği olarak yöresel ürünlerin harekete geçirilmesi kırsal kalkınma için bir strateji oluşturmakta ve bu stratejide kırsal turizmin önemli bir araç olduğu ifade

edilmiştir. Türkiye’de coğrafi işaretler konusunda yapılacak düzenlemelerin kırsal turizm konusunda ilerlemelere ve yerel ürünlerin bulunduğu alanlarda ise ekonomik anlamda olumlu gelişmelere yol açabileceği söylenebilir. Coğrafi işarete sahip ürünlerin yerel ekonomik kalkınmada kullanılabilmesi ve bu mekanizmanın işleyebilmesi için örgütlenme, denetim, bilgilendirme, reklam tanıtım gibi alanlarda düzenlemeler yapılması gerektiğini belirtmiştir.

**Kan (2011)**, “Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması” adlı çalışmada, Akşehir Kirazı’ nın coğrafi işaret aldığı Afyonkarahisar ili Sultan dağ bölgesi ile Konya ili Akşehir bölgesinde coğrafi işaretin yerel ekonomik kalkınmaya etkisi ve nasıl bir örgütlenme modelinin kurulması gerektiği araştırılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, bölge ekonomisi açısından önemli olan kirazın görüşülen işletmelerin birincil gelir kaynağını oluşturduğu belirlenmiştir. İşletmelerin %48,46’sı, meyve-sebze alımı yapan komisyoncuların %72,50’si, firmaların ise %7,14’ü coğrafi işaret kavramından haberdar olduklarını belirtmişlerdir. İsim konusunda yaşanan sorunlar, bilgi eksikliği, kurumlar arası iletişimsizlik ve firmaların coğrafi işareti kullanmak istememeleri, coğrafi işaretin etkin kullanımını engelleyen faktörlerden en önemlilerinden biri olduğunu belirtmişlerdir.

**Albayrak ve Güneş (2010)**, “Traditional foods: Interaction between local and global foods in Turkey” isimli çalışmalarında, geleneksel ürünlerin önemi ve bu tür ürünlerin Türkiye açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Geleneksel ürünlerin pazarlama konusunda özellikle ürün farklılaştırması açısından önemli olduğu, geleneksel ürünlere dünya çapında talebin giderek artması küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından önemli avantaj olduğu belirtilmiştir. Türkiye’nin kültürel ve ekolojik açıdan farklılıklar taşıması coğrafi işarete sahip olabilecek bir çok ürünlerin olabileceği ve bu potansiyelin değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

**Ertan (2010)**, “Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi” adlı çalışmada, Dünyada tüketicilerin bilinçlenmesi ile ürünlerde kalite ve güven duygusu aranan en önemli özellikler olmaya başlamıştır. AB’de özellikle tarım ve gıda ürünlerinde yöresel ürünleri korumak ve daha fazla tüketicinin yararlanmasını sağlamak için coğrafi işaret, menşe ve mahreç ile ilgili yasalar ve uygulamalar son on yılda hız kazanmıştır. Türkiye’de de özellikle birçok tarımsal ürünler olup birçoğu uzun yıllardır

ülkedeki Tarım Satış Kooperatifleri ile azarlanmaktadır. Türkiye’deki bu kooperatiflere prestijli ve ünlü olan bu tarım ürünlerinin kendi markaları adı altında coğrafi işaretlerle pazarlamaları hem kendilerine hem de üreticilere büyük katma değerler sağlayacağını belirtmiştir.

**Orhan (2010)**, “Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği” adlı çalışmasında, yöresel ürünlerin korunması amacı ile çıkartılan Coğrafi İşaretli yöresel değerlerin turizm değerine dönüştürülmesi için yapılması gereken çalışmaları ortaya koymaktadır. Çalışmada İzmit Pişmaniyesinin hem kent ekonomisine katkı sağlaması hem de turistik bir değer taşıması açısından yerel bir değer olması söz konusudur. Bu bağlamda, Coğrafi İşarete sahip olan İzmit Pişmaniyesinin bir turizm elemanı olarak kullanılması Kocaeli kenti açısından önem arz ettiğini belirtmiştir.

**Kan ve Gülçubuk (2008)**, “Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler” adlı çalışmalarında, Ürünlerin ayırt edici özelliklerinden yararlanılarak elde edilen hak özellikle yerel ekonomilerin canlanmasında potansiyel oluşturmaktadır. Özellikle 1995 yılından sonra Türkiye’de koruma altına alınan coğrafi işaret kavramı yerel ekonomilerde özellikle kırsal alanların canlandırılmasında bir araç olarak kullanılabilme özelliğine sahip olup küreselleşmeye karşı yerel kültürün korunması için de önemli bir araç olduğunu ve işaretlerin kırsal ekonominin canlanmasına nasıl katkıda bulunabileceği belirtmiştir. Coğrafi İşaretlerin tescilini özendirme ve yaygınlaştırmak için ticari kuruluşlar, tüketici dernekleri gibi kuruluşlar aracılığı ile konunun önemini vurgulanmasıdır. Gerek ülke genelinde gerekse uluslararası toplantılarda gündeme getirilmesi gereğini vurgulamış ve bunun yanında coğrafi işaretlerin sadece bir kişi veya işletme tarafından başvurulmasının bazı sakıncalar ortaya çıkaracağı düşüncesi ile başvuru için birlik oluşmasının daha uygun olacağı fikrini savunmuştur.

**Gökovaı (2007)**, “Coğrafi İşaretler Ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği” isimli çalışmasında Fikri Sinai Mülkiyet Hakkı’ dan biri olan coğrafi işaretlerin korunması ile ilgili tarihsel gelişimi ve coğrafi işaretlerin ekonomik etkilerini, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından incelemekte ve ayrıca, Lizbon Anlaşması dahilinde dünyada korunan coğrafi işaretlerin ürünlere ve ülkelere göre dağılımına bakılmıştır. Coğrafi işaret korumasından diğer haklarda olduğu gibi en çok gelişmiş ülkelerin

faýdalandıkları gözlemlenmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, gelişmekte olan Türkiye'nin de coğrafi işaret korumasından, ekonomik olarak yeterince faydalanamadığı tespit edilmiştir. Ürünlerin coğrafi işaret sisteminin sağlayabileceği korumadan ekonomik kazanç elde edilebilmesi için gerekli kurumsal altyapının tesis edilmesi gerekmektedir. Böylece, coğrafi işaret koruması, diğerlerinin yanında kırsal kesime gelir ve istihdam sağlayan, ihracat gelirlerini arttıran bir politika aracı olarak kullanılabilirliğini belirtmiştir.

**Gönenç (2007)**, “Coğrafi işaretlerin koruyucu mekanizmasını engelleyen faktörler” isimli çalışmasında tescilli Mustafa Kemal Pasa tatlısı ve Gemlik zeytini üzerine yapılan çalışmaların sonucunda, tüketici ve üretici bilincinin son derece yetersiz olduğunu, aynı zamanda tescillerin de doğru yapılmadığını belirtmiştir. Bu şartlarda coğrafi işaretlerin kendilerinden beklenen koruyucu görevi yerine getiremeyeceği bildirilmiştir.

**Canada ve Vazquez (2005)**, “Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: Protected designations of origin of olive oil in Spain” isimli çalışmalarında coğrafi işaret almak için ürünlerin kalite sertifikasyon sisteminin kuruluşu, yerel gıda zinciri boyunca inovasyonun gelişimi ve coğrafi işaretlerinden konusunda kurumların rolü arasındaki ilişkileri incelenmiştir. İspanya'nın zeytinyağı ile ilgili deneye dayalı bir çalışma yapılmış olup, yapısal durumun problemleri üzerinde duran neo-kurumsal yapı kullanılarak, üretim sistemi içerisinde ürünün rekabetçi pozisyonlarını destekleyen karakteristikler incelenmiştir. Bu çalışma ile yazarlar kolektif organizasyon, kalite ve koruma konusunda sorumlu bölgede bulunan aktörler arasında koordinasyonun yerel düzeyde rekabeti güçlendirebileceğini belirtmişlerdir.

### **3. MATERYAL ve YÖNTEM**

#### **3.1. Materyal**

Çalışmadaki kuramsal kısmın oluşturulmasında ulusal ve uluslararası literatür ile konuya ilişkin kurumsal web sayfalarından yararlanılmıştır. Ayrıca, kanun hükmünde kararname, tüzük ve yönetmelikler, daha önce yapılmış çalışmalar ve araştırmalar bu çalışmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Çalışmada, coğrafi işaret tescilli ürünler ise, TPE (Türk Patent Enstitüsü) kayıtlarından alınmıştır.

#### **3.2. Yöntem**

Çalışmada, Türkiye açısından yeni sayılabilecek bir kavram olan “Coğrafi İşaretler” hakkında bilgi üretmek amacıyla mevcut literatürler taranmıştır. Çalışmada, elde edilen bilgiler derlenerek yorumlanmıştır. Konunun teorik boyutları ortaya konularak daha sonra Coğrafi İşaretlerin Sisteminin Türkiye ve Avrupa Birliğinde nasıl işlediği, uyum süreçleri ve tarım sektöründeki önemi üzerinde tartışılmıştır. Sonuç bölümünde, Coğrafi İşaretlerin Türkiye’de ekonomiye katkısının artırılması için neler yapılabileceği konusunda öneriler geliştirilmiştir.

## 4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

### 4.1. Dünya’da Coğrafi İşaret Sisteminin Gelişimi

Coğrafi İşaretlerin nasıl ortaya çıktığı bilinmemesine rağmen bir görüşe göre, coğrafi işaretlerin ortaya çıkışı 12. Yüzyıla dayanmaktadır. Bu işaretler ilk olarak, Orta Avrupa’daki ve İngiltere’deki dokumacılar tarafından, ürünlere özellik katan coğrafyanın belirtilmesi veya etiketlenmesi suretiyle kullanılmıştır. Aynı zamanda, koloniler arasındaki baharat ve benzer egzotik ürünlerin ticaretinin yapılması, ürünler ile onların coğrafi kökeni arasındaki bağlantıyı da ortaya çıkarmıştır. Böylece ürünlerin, kökeni olan coğrafi bölgeyi belirten işaretler altında ticaretine başlanmıştır (Rangnekar, 2004). Diğer bir görüşe göre sanayi toplumuna geçilmeden önce, göç eden toplumlar, gittikleri yerlerde de aynı üretim faaliyetini sürdürmüş ve aynı işaretleri kullanmışlardır. İlk başlarda bu işaretler sadece ürünlerin kalitesini belirtmek ve diğerlerinden ayırt etmek amacıyla kullanılmıştır. Sanayi toplumuna geçilmesi ile ürünlerin üretildiği işletmelerin ayırt edilmesi fikri ön plana çıkmış ve marka gibi ayırt edici işaretler doğmuştur (İlgaz, 2004). 19. yüzyıl sonlarında ulaşım ve iletişim araçlarında yaşanan büyük gelişmeler neticesinde, ülkeler ve toplumlar arasındaki temaslar yoğunlaşmış, ticaret gelişmiş ve küresel bir ekonomi ortaya çıkmıştır. Uluslararası ticaret, dünya toplam üretiminden daha hızlı bir artış göstermiştir. Küreselleşen ekonomik sürecin hızlanması ile ticarete konu olan mallarda ve uluslararası ticarete katılan ülkelerin sayısında büyük artış olmuştur. Ülkeler, gelişen dünya pazarındaki paylarını artırabilmek için daha önceki dönemlerle kıyaslanamayacak ölçüde yoğun bir rekabet içine girmişlerdir. Uluslararası ticaretten daha fazla pay kapma mücadelesi diğer yandan haksız rekabet sorunlarına da yol açmıştır. Dünya pazarlarında orijinal olmayan ürünlerle sıkça karşılaşılması ve bunlara karşı yürütülen mücadeleler günümüzde önem kazanan konular haline gelmiştir. Nitekim dünyadaki taklit ürün ticaretinin toplam dünya ticari büyüklüğünün % 5-% 7’si kadar olduğu tahmin edilmektedir (Gökovalı, 2007). Ürünlerin bazıları, ürünü coğrafi isim kullanarak tanımladığından, ürünün doğru kökenleri açısından tüketiciyi yanlış yönlendirmiş olmaktadır. Bu tür sorunlar bir ticari sahtecilik sorunudur ve fikri mülkiyet korunması ile ilgili benzer bir uluslararası yaklaşımı gerekli kılmaktadır. WIPO, Interpol ve Europol gibi uluslararası örgütler

sahte ürünlere ve ürün taklitçiliğine karşı mücadele etmektedir. Nitekim bir hak türü olan coğrafi işaretler; diğer fikri ve sınaî haklar gibi ticareti haksız rekabete karşı koruyarak, tüketiciyi yanlış bilgilendirmeye karşı koruyarak ülkesel olarak korunma sağlamaktadır (Gürsu Doğu, 2008). Esasen İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yeniden şekillenen dünya ticaretini ve rekabet ilişkilerini düzenlemek için birçok yeni kurum, kural ve araç devreye girmiştir. Bunlar arasında 1995 tarihinde kurulan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) önemli bir yere sahiptir. Ülkeler arasındaki ilişkilerin sadece teknik ve ekonomik işbirliği olmadığı, ilişkilerin yönlendirilmesi ve gelişmesinde ticaretin son derece önemli olduğu bir gerçektir. 1948 yılında dünyanın gündemine gelen, uluslararası platformda yıllar süren görüşmelerle şekillenen, Aralık 1993'de mutabakata varılan, 15 Nisan 1994'de imzalanarak 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü Anlaşması bugün dünyanın gündeminde en çok konuşulan konudur. Uluslararası ticarete bir centilmenlik anlaşması niteliğinde olan DTÖ Anlaşması bu centilmenlik kurallarına uymayan ülkeler açısından son derece etkin yaptırımlar içermektedir (Yıldız, 2007). DTÖ Anlaşması'na taraf olan 138 ülkenin her birinin anlaşmada tanımlanan kurullarla ilgili yasal düzenlemeleri belirlenen süreler içinde zamanında yapması, etkin biçimde uygulamaya koyması ve tüm gelişmelerden diğer ülkeleri zamanında bilgilendirmesi, DTÖ Anlaşması'ndan hem ekonomik hem de siyasi bakımdan maksimum yarar sağlamanın temel şartıdır. Nitekim “Coğrafi İşaret” kavramının kullanıldığı ilk uluslararası sözleşme, “Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınaî Mülkiyet Hakları (TRIPS) Anlaşması'dır (Gökovalı, 2007). TRIPS' in yürürlüğe girmesinden önce yürürlüğe giren ve hala yürürlükte bulunan Paris, Madrid ve Lizbon Sözleşmeleri Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) nezdinde yürütülmektedir (Gürsu Doğu, 2008). Coğrafi işaretlerin uluslararası alanda korunması markalar kadar kolay olmamaktadır. Coğrafi işaretlerin, belli bir coğrafya ile bağlantılı olması, böyle bir korumanın önündeki engellerin temelini oluşturmaktadır. Coğrafi işaretlerin uluslararası alanda korunması, çok taraflı sözleşmelerle sağlanabileceği gibi iki taraflı sözleşmelerle de sağlanabilir (Gündoğdu, 2006). Böylece her ülke kendi ülkesindeki coğrafi işaret sahip olan ürünlerin listesini anlaşmalı olduğu ülkeye verir ve karşılıklı koruma sağlanır. Coğrafi işaretlerle ilgili olarak DTÖ Anlaşması; bütün tarafların, herhangi bir ürünün menşeyini tüketiciye yanlış anlatacak işaretler ve haksız rekabete neden olacak işaretlerin kullanılmasının önlenmesini sağlamaktadır. Şaraplar ve diğer içkiler için, kamunun

yanlış anlamasına yol açmayacak biçimde daha sıkı bir koruma sağlanmaktadır. Bunların dışında herkesin bildiği genel tabir olmuş isimlerin her ülke tarafından coğrafi işaret olarak tartışmaya açılması öngörülmektedir. Bununda ötesinde, şaraplar için coğrafi işaretlerin tescili ve açık ve çok taraflı bir sistemle belirlenmesi için daha ileri görüşmeler yapılabilmesi de hükme bağlanmıştır (Anonim, 2006a).

Coğrafi işaretler yasayla korunur. Bu korumalar haksız rekabet kanunları, tüketici koruma kanunları, marka kanunları içinde yer alabileceği gibi, coğrafi işaret kanunları içinde de yer alabilir. Bu korumaların temelinde yatan, coğrafi işaretlerin yasal olmayan kullanıcıları tarafından kullanılmasını engellemek ve tüketicilerin ürünün kaynaklandığı coğrafi bölge hakkında yanıtılmasına engel olmaktır. Üreticilerin ve tüketicilerin korunması sadece ulusal düzeyde kalmayıp, uluslararası düzeyde de koruma sağlanmaya çalışılmıştır. FSMH' nin teknik ve hukuksal boyutu olduğundan, bu haklara ilişkin işlemlerin ve uygulamaların uluslararası düzeyde eşgüdümlü hale getirilmesi için birçok uluslararası anlaşma ve sözleşmeler mevcuttur (Anonymous, 2003),

1883 yılında 11 ülke sınaî mülkiyet haklarının korunması için Paris Sözleşmesi'ni imzalamışlardır. Bunun amacı, farklı ülkelerdeki sınaî mülkiyet hakları ile ilgili kanun sistemlerini eşgüdümlü hale getirerek Uluslararası hukuksal bir kurumsal yapı oluşturmaktır. Paris Sözleşmesi'ne kadar buluşu yapan kişi bir ülkede başvuru yaptığında aynı buluşunun korunması için başka bir ülkede başvuru yapamıyordu. Paris Sözleşmesi bir başvuru ile aynı anda istenilen tüm üye ülkelerde başvuru yapmayı olanaklı hale getirmiştir. 2007 yılı itibariyle Paris Sözleşmesi'ne 171 ülke dahildir (Gökovalı, 2007). Paris Sözleşmesi, coğrafi işaretler ile ilgili olarak uluslararası bir standart sağlamamakta, sadece coğrafi işaretlerin korunması ile ilgili genel hükümler içermektedir. 1883 yılındaki orijinal Paris Sözleşmesi'nde coğrafi işaretlerin sahte ve yanıltıcı olarak kullanılmasını engelleyen maddeler vardı; ancak engellemeler yanlış ticaret unvanı kullanıldığı durumlarda geçerliydi (Anonymous, 2007). Paris Sözleşmesi'nin coğrafi işaretlere yeterli koruma sağlamaması nedeni ile 1891 yılında imzalanan Madrid Anlaşması'nda, coğrafi işaretlerle ilgili bir birlik oluşturulmuştur. Bu birliğin amacı anlaşmaya dahil olan ülkelere malların kaynağı ile ilgili sahte ve yanıltıcı işaretlerin kullanılmasını önlemektir (Anonim, 2004). Buna rağmen, Madrid Anlaşması'nda coğrafi işaretlere sağlanan koruma Paris Sözleşmesi'nin sağladığı korumanın pek de ötesine geçememiştir (Escudero, 2001; Anonymous, 2003). Madrid

Anlaşması'nın Paris Sözleşmesi'ne göre sağladığı ek koruma halkı yanıltablecek işaretlerin kullanılması durumunda gerekli önlemlerin alınmasıdır. Coğrafi işaret' in korunması ve uluslararası başvuruların olanaklı hale getirilmesi için 1958 yılında imzalanan Lizbon Anlaşması ile Lizbon sistemi kurulmuş ve sistem 1966 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu sistem, günümüzde Dünya Fikri ve Sınâî Mülkiyet Hakları Organizasyonu'nun Uluslararası Bürosu tarafından yönetilmektedir ve 26 ülke tarafından kullanılmaktadır (Anonymous, 2007). Sistem coğrafi işaretlere, Lizbon Birliği'ne üye ülkelerde bir başvuru ile aynı anda koruma olanağı sağlamaktadır. Lizbon Anlaşması'na göre, bir coğrafi işaret' in uluslararası düzeyde korunabilmesi için ilk önce coğrafi işaret 'in kaynaklandığı ülkede koruma alması gerekmektedir. Daha sonra, coğrafi işaret' in uluslararası düzeyde (üye ülkelerde) korunabilmesi için WIPO' ya başvurulur. WIPO bu başvuruyu yayınlayarak Lizbon Anlaşması'na üye olan ülkelere bildirir. Üye ülkeler bir yıl içinde bu coğrafi işaret' e itiraz etmezlerse, coğrafi işaret bu ülkelerde korunur. Coğrafi işaretler Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kuruluş anlaşmasında da ele alınmıştır. DTÖ' nün kuruluş anlaşmasında ortaya çıkan Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınâî Mülkiyet Hakları anlaşmasınının 22–24 arası maddeleri coğrafi işaretlerin uluslararası alanda korunmasını ele almaktadır (Anonymous, 2007). FSMH' in 22. maddesine göre coğrafi işaretler coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünün kalitesi, ünü veya diğer özellikleri itibariyle o coğrafi yöreye özgü olduğunu gösteren işaretlerdir. Bu tanıma göre coğrafi işaret üç farklı bilgiyi içermektedir, bunlar ürünün adı, ürünün üretildiği coğrafi alan ve o coğrafi alana dayandırılan ürünün kalitesi, ünü veya diğer özellikleridir. Bu aynı zamanda coğrafi işaretler için genel koruma standartlarını belirtmektedir. TRIPS' in 22. maddesi tüm ürünler için bir koruma sağlarken 23. madde bu korumayı şarap ve alkollü içecekler için daha da genişletmektedir (Escudero, 2001; Addor ve ark., 2003). TRIPS Anlaşmasına üye ülkeler diğer anlaşma ve sözleşmelere göre daha fazla olduğundan, bu anlaşma ile sağlanan coğrafi işaret koruması daha geniş bir alana sahiptir. Madde 24 ise ilerideki tarihlerde yapılacak müzakereler ve getirilecek istisnalar için gerekli koşulları içermektedir

## 4.2. Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaret Sisteminin Gelişimi

Coğrafi işaret' e konu olan ürünler genellikle yiyecek, içecek, alkollü içecekler ve şarap gibi tarıma dayalı ürünler olabileceği gibi el sanatları ürünleri de olabilir. Bu tarzdaki ürünler ise özellikle gelişmekte olan ülkelerde mevcuttur; çay, kahve, kakao, piriç, muz, Hindistan cevizi, mango, papaya, baharatlar, çiçekler, alkollü veya alkolsüz içecekler gibi. Ancak birçok gelişmekte olan ülke bu tarzdaki ürünler açısından çok zengin olmasına rağmen, coğrafi işaret korumasından daha az faydalanmaktadır. Bu da gelişmekte olan ülkelerin coğrafi işaret kapsamındaki ürünlerden sağladığı ekonomik kazançların olabileceğinden daha az olduğunun temel bir göstergesidir (Gökovalı, 2007). Coğrafi işaretler, tüketiciyi, bir ürünün kalitesi, saygınlığı ve özellikle coğrafi menşei konusunda bilgilendirir. Coğrafi işaretler konusunda, Ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları anlaşması (TRIPS) (FSMH), ürünün coğrafi menşei konusunda tüketiciyi yanıltan veya haksız rekabete yol açan her türlü bilgi kullanımının engellenmesi için tüm önlemlerin alınması gerektiğine işaret etmektedir (Anonim, 2006b).

Paris Sözleşmesi, coğrafi işaretler de dahil olmak üzere sınai hakların korunması konusunu düzenlemektedir. Paris Sözleşmesi, coğrafi işaretlere ilişkin hükümler içeren pek çok sözleşmeye temel teşkil etmektedir. Şöyle ki; Sözleşme, taraf devletlere sınai mülkiyetin korunması konusunda ve Paris Sözleşmesi hükümlerine aykırı olmamak şartıyla birbirleri ile özel sözleşmeler yapma hakkı vermiştir. Paris Sözleşmesinin coğrafi işaretlerle ilgili olarak sağladığı koruma oldukça yüzeysel ve zayıftır. Sözleşmenin sadece sahte mahreç işaretleri ile ilgili yaptırım uygulayabilmesi etkinliğini azaltmıştır (Gündoğdu, 2006).

Madrid Sözleşmesi, malların kaynağı ile ilgili sahte veya aldatıcı mahreç işaretlerinin önlenmesi hakkında madrid sözleşmesidir. madrid sözleşmesi, Paris sözleşmesine göre özel nitelikte bir sözleşmedir. Sözleşme tek bir sınai hak türünü, mahreç işaretlerini, konu almaktadır. Sözleşme sadece sahte mahreç işaretlerinin kullanılmasını değil bunun yanında aldatıcı mahreç işaretlerinin kullanılmasını da yasaklamaktadır. Her iki Sözleşme de bu türden işaret taşıyan mallara gümrükte el konulması yaptırımını benimsemiştir (Yıldız, 2007).

Lizbon Sözleşmesi, Menşe adlarına uluslararası boyutta etkin koruma sağlamayı amaçlamıştır. Sözleşmenin en önemli özelliği WIPO Uluslararası Büroya yapılan tek bir tescille menşe adlarının tüm taraf devletlerde ayrı ayrı tescil gerekmeksizin koruma altına alınmasıdır (Yıldız, 2007). Ancak sözleşmede sadece menşe adlarının koruma altına alınıp mahreç işaretlerinin kapsam dışı bırakılması bu düzenlemenin olumsuz yanlarından biridir (Gündoğdu, 2006).

TRIPS Sözleşmesi, Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması ile ilgili düzenlemeleri içermektedir. Fikri Mülkiyet Haklarının kapsamı, koruma şartları ve süreleri ilk kez bu Anlaşma ile uluslararası düzenlemeye konu olmuştur. Her bir hak türüne ilişkin olarak belirlenmiş olan bu kurallar, katılımcı ülkeler açısından uyulması gereken minimum standartlardır. Ülkeler dilerlerse daha kapsamlı koruma getirebilirler. TRIPS Sözleşmesinin uygulaması ülkelerin kendi iç hukuk sistemlerine bırakılmıştır (Yıldız, 2007). TRIPS’ te fikri mülkiyet haklarının her biri ayrı ayrı tanımlanmış ve tüm ülkelerin standart olarak uyması gereken kurallar belirlenmiştir ve kural ihlallerine karşı yaptırım uygulanacak anlaşmazlıkların çözüm mekanizması oluşturulmuştur. Böylece TRIPS fikri ve sınai mülkiyet haklarının işleyişlerinin ve uygulanmasının gözetilmesi için asgari standartları belirlemekte, üye devletlerin ulusal düzeyde uymaları gereken uluslararası izleme ve danışma mekanizmaları oluşturmaktadır. Üye ülkelere fikri mülkiyet haklarının etkin bir şekilde sağlanması amacıyla, üye ülkelerin iç hukuklarında gerekli düzenlemeleri yapmalarını istemiştir. Düzenlemelerde fikri hakların ihlaline karşı etkin önlemlere izin vermeli; adil, eşit ve açık olmalı ancak pahalı olmamalıdır. Makul süreleri aşmamalı, haksız gecikmelere yol açmamalıdır (Anonim, 2013g). “Bu sözleşme açısından coğrafi işaretler, üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü (itibarı) veya diğer özellikleri itibarıyla esas olarak bu coğrafi menşe’ ye atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir” (Gündoğdu, 2006). TRIPS Anlaşmasının coğrafi işaretlere ilişkin, herhangi bir çeşit malı belirten coğrafi işaretin korunması için minimum seviyedeki korumayı ortaya koymaktadır. Şaraplar ve alkollü içecekleri belirten coğrafi işaretler için daha yüksek seviyede bir koruma sağlamakta, coğrafi işaretlerin ticari markalar içinde veya ticari marka olarak kullanılmasına ilişkin ek kuralları ortaya koymakta ve şaraplar için coğrafi işaretlerin bildiri ve kaydının çok

tarafli sistemde müzakeresi için var olan gündemi düzenlemektedir (Addor ve ark., 2003).

#### 4.2.1. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Sistemi

Coğrafi ürün tescili AB'ye üye olan ve olmayan ülkelerde benzer prosedürler ile gerçekleşmektedir. Tüzük uyarınca coğrafi işaret koruması elde etmek isteyen kişiler, öncelikle kendi ülkelerindeki ulusal otoritelere başvurmak zorundadırlar. Ulusal otoritelerce incelenen başvurular, ulusal bazda yayın itiraz aşamasına tabi tutulurlar. Hakkında gerekli değerlendirme yapılan ve uygun görülen başvurular daha sonra AB Komisyonuna iletilir. İletilen başvuruları 12 ay içinde incelemek zorunda olan komisyon başvuruların ilan edilmesine karar verirse Resmi Gazetede yayımlanır. Resmi Gazetede yayımlandıktan sonraki ilk 6 ay içinde itiraz yoksa tescillenmiş sayılır. İtiraz varsa ve başvurunun AB mevzuatına uygun olmadığına karar verirse başvuru reddedilir. AB Tüzüğü uyarınca "yasal oluşumuna ve bileşimine bakılmaksızın aynı ürünü üreten üreticilerden oluşmuş bir grup" başvuru yapma hakkına sahiptir. Grup içinde ilgili diğer kişiler de yer alabilir. Coğrafi işaretin birden fazla ülkeyi kapsamaması halinde ise, birkaç grup birleşerek "ortak bir başvuru" yapabilir (Anonim, 2013b).

AB'de Şubat 2011 tarihinde toplam 1000 adet ürünün coğrafi işaret tescili tamamlanmış durumdadır. Bu ürünlerin 505 adedi menşe adı, 465 adedi mahreç işareti ve 30 adedi geleneksel özellikli ürün olarak tescillenmiştir. Ülkeler bazında değerlendirildiğinde AB'de en fazla coğrafi işaret tescilinin sırasıyla İtalya, Fransa ve İspanya tarafından alındığı görülmektedir. Bu ülkeleri Portekiz, Yunanistan ve Danimarka izlemekte ve coğrafi işarete konu ürünler çoğunlukla işlenmiş tarım ürünleri olarak göze çarpmaktadır. AB'de Menşe adı ve Mahreç işareti alan ürünlerin %30'u ihraç edilmekte ve işaret tescilinde ihracata konu ürünlere öncelik verilmektedir (Anonim, 2011).

2013 yılı Mayıs ayı verilerine göre, AB'de tescil edilen 1154 adet coğrafi işaretin dağılımına bakıldığında; 563 adedinin menşe adı (PDO), 552 adedinin mahreç işareti (PGI), 39 adedinin ise geleneksel özellikli ürün (TSG) olduğu görülmektedir. Türkiye de tescil işlemi gerçekleşmiş coğrafi işaretler için AB'ye tescil başvurusunda bulunma imkanı mevcut olup, bu kapsamda Türkiye'nin AB nezdinde 4 adet coğrafi işaret tescil başvurusu söz konusu olmuştur:

- 10 Temmuz 2009 tarihinde yapılan Antep Baklavası mahreç işareti tescil başvurusu,

- 24 Ağustos 2010 tarihinde yapılan Aydın İnciri menşe adı tescil başvurusu,
- 13 Ağustos 2012 tarihinde yapılan Afyon Pastırması ve Afyon Sucuğu mahreç işareti tescil başvuruları (Anonim 2013h).

#### 4.2.2. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Türleri

Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. AB'de coğrafi işaretler; menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel özellikli ürünler olarak üçe ayrılmıştır.

##### 4.2.2.1. Menşe Adı (Protected Designation of Origin) (PDO):

Menşe adı; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge, çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş yöre, alan, bölgeye özgü doğa ve insan faktöründen kaynaklanan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan bölge sınırları içinde üretilen bir ürünü tanımlamaktadır. Güncel dilde yerleşmiş coğrafi olmayan adlar da, o adla tanınan özellikteki ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılıyorsa menşe adıdır. Menşe adı; menşe adına konu ürünün tamamı ile tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerektirir. (Yıldız, 2007)

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda "menşe adını" belirtir:

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması;
- Tüm nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri özelliklerden kaynaklanan bir ürün olması;
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Bu koşulları karşılayan ve belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adlar da menşe adları olarak kullanılabilir (Anonim, 2011). Avrupa Birliğinde işaretlenmiş coğrafi işaretli ürünlerin gösteren sembol olarak Şekil 4.1. Menşe Adı sembolü gösterilmiştir.



**Şekil 4.1.** Menşe Adı Sembolü

#### 4.2.2.2. Mahreç İşareti (Protected Geographical Indication) (PGI):

Mahreç işareti ise; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması yanında üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinde en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde üretilen ürünlerin belirleyici işaretidir (Yıldız, 2007). Mahreç işaretine konu ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilmesi söz konusudur. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların karşılanması durumunda "mahreç işareti" göstergesini belirtir:

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması;
- Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması;

Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olmasıdır (Anonim, 2011). Avrupa Birliğinde işaretlenmiş coğrafi işaretli ürünlerin gösteren sembol olarak Şekil 4.2. Mahreç İşareti sembolü gösterilmiştir.



**Şekil 4.2.** Mahreç İşareti sembolü

#### 4.2.2.3. Geleneksel Özellikli Ürün Adı (Traditionally Speciality Guaranteed) (TSG):

Geleneksel özellikli ürün adı terimi menşe karşılık gelmemekle birlikte nitelik ya da üretim araçları bakımından geleneksel özellikleri vurgulamaktadır; ürünün tarifi korunmaktadır. Bir ürün aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda “geleneksel özellikli ürün adı” nı belirtir bunlar;

- Ürün geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilmeli,

Geleneksel bir nitelik veya geleneksel bir üretim/işleme metodu o ürüne ayırt edici bir özellik katmalıdır (Yıldız, 2007; Anonim, 2011). Avrupa Birliğinde işaretlenmiş coğrafi işaretli ürünlerin gösteren sembol olarak Şekil 4.3. Geleneksel Özellikli Ürün Adı sembolü gösterilmiştir.



Şekil 4.3. Geleneksel Özellikli Ürün Adı Sembolü

#### 4.2.3. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Sisteminin Yararları

- Belirli bir kalitenin göstergesi olduğu kabul edilerek coğrafi kaynak gösteren ürünlerin adları özellikleri ile birlikte koruma altına alınır,
- Üreticiler, tescilin sağladığı korumalardan öncelikli olarak yararlanırlar,
- Coğrafi işaret tescili yapılan ürünlerin kaliteleri korunarak belli bir standartta üretimleri sağlanır,
- Tüketiciler için garantili ve güvenli ürünler sağlanır,
- Başka bölgelerde üretilen ürünlerle karışmaları önlenir,
- Ürünün aslından sıyrılıp bozulması engellenir,

- Yörenin coğrafi işaret sayesinde tanınması ve ilgili coğrafi işaretin dışında ek gelirlerin elde edilmesi sağlanır,
- Haksız kazanç sağlanması önlenir,
- Ürünlerin yurt içi ve yurt dışında kolayca tanıtılması sağlanır,
- Turizm gelirleri artar (Anonim, 2011).

#### **4.2.4. Avrupa Birliğinde Ön Plana Çıkan Ürünler**

2003 yılı Avrupa Birliği'nde menşe korumaları ve coğrafi işaret korumalarına bakıldığında 618 adet ürünün menşe ve coğrafi işaret koruması aldığı görülmektedir. Ürün bazında değerlendirdiğimiz zaman en çok et ve et ürünleri (157 adet ) grubunda koruma alındığı ikinci olarak peynir ürün grubunda (149 adet), en az ise balık ve balık ürünleri grubunda (6 adet) menşe ve coğrafi işaret koruması alındığı görülmektedir. Avrupa Birliği'nde menşe koruması ve coğrafi işaret korumalarını ülke bazında değerlendirdiğimizde 130 adet ürün ile en çok koruma alan ülke Fransa, 123 adet ürünle İtalya ikinci sırada iken, Finlandiya sadece bir ürünle en az koruma alan ülkedir (Şahin ve Meral, 2012).

**Çizelge 4.1.** AB’de coğrafi işaretle korumaları

	Belçika	Danimarka	Almanya	Yunanistan	İspanya	Fransa	İrlanda	İtalya	Hollanda	Lüksemburg	Avusturya	Portekiz	İsveç	Finlandiya	İngiltere	Toplam
Peynirler	1	2	4	20	16	41	1	30	4	0	6	12	1	0	11	149
Et ve et ürünleri	2	0	8	0	16	52	1	28	0	2	2	39	0	0	7	157
Balık ve balık ürünleri	0	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6
Hayvansal kaynaklı diğer ürünler	0	0	0	1	1	4	0	0	0	1	0	9	0	0	1	17
Yağlar ve zeytin yağları	1	0	1	24	9	6	0	27	0	1	1	5	0	0	0	75
Sofralık zeytinler	0	0	0	10	0	3	0	2	0	0	0	1	0	0	0	16
Sebze, meyve ve hububat	0	1	2	22	22	17	0	33	1	0	3	19	0	1	1	122
Unlu mamuller	0	0	4	1	3	1	0	3	0	0	0	0	1	0	0	13
Bira ve diğer alkollü içecekler	0	0	43	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	6	53
Gıda dışı ürünler	0	0	0	4	1	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	10
Toplam	4	3	64	83	68	131	3	126	5	4	12	85	2	1	27	618

Kaynak: Regnekar, 2004, Şahin ve Meral, 2012

### 4.3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Gelişimi

1995 yılından bu yana DTÖ’ne üye olan Türkiye’de, Avrupa Birliği’nin coğrafi işaretlere ilişkin 2081/1992 sayılı Konsey Tüzüğünden esinlenilerek 1995 yılında 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) kabul edilmiştir. Böylece daha önceden haksız rekabet hükümleri ile dolaylı olarak korunan coğrafi işaretlere etkin ve özel bir koruma sağlanmıştır (Gürsu Doğu, 2008; Kan ve Gülçubuk, 2008). Daha önce coğrafi işaretlerin korunması ile ilgili bir yasal düzenleme bulunmamaktaydı ve coğrafi işaretler tescil yolu ile korunmamaktaydı. Coğrafi işaretlere Türk Ticaret Kanunu’nun Haksız Rekabet Hükümleri çerçevesinde

doğrudan, marka hukuku ile de dolaylı bir koruma sağlanmaktaydı. Bu dolaylı koruma Coğrafi işaretlerin marka olarak tesciline yasak getirilmesi ile gerçekleşmekteydi. 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı K.H.K. Coğrafi işaretlerin korunması ile ilgilidir ve “doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerinin geliştirilmesi ve korunması için hazırlanmış bir yasal düzenlemedir” 555 sayılı K.H.K.’ ye göre doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünleri ve koşullara ve tanımlara uygun her türlü ürün Coğrafi işaret olarak korunur (Anonim, 2006a). Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları veya Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde ikametgahı olan veya sınai veya ticari faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişiler veya Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü'nü Kuran Anlaşma hükümleri dahilinde de başvuru hakkına sahip kişiler coğrafi işaret korumasından yararlanabilir (Gökovalı, 2007). Coğrafi işaretlerin korunması tescil yolu ile sağlanır. Mahreç ve menşe tanımına uymayan adlar ve işaretler ile ürünlerin ana adı olmuş adlar ve işaretler, ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki türleri, hayvan soyları veya benzeri adlar ile kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı işaretler coğrafi işaret olarak tescil edilemez. Türk Patent Enstitüsü (TPE) tescil için yetkili mercidir ve Coğrafi işaret koruması için korunacak ürünün üreticisi olan; gerçek veya tüzel kişiler, tüketici dernekleri, konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları başvuru hakkına sahiptir (Anonim, 2013a). Coğrafi işaret başvurusunda ürünün adı, coğrafi işaretin türü ve coğrafi işaretin adı ile ürünün tanımı, üretim alanı ve üretim metodu ile ürünün ayırt edici özellikleri belirtilir. TPE, Coğrafi işaret başvuru şartları yerine getirildikten sonra başvuruyu inceler, başvuru eksik değilse ve gerekli koşulları sağlıyorsa, başvurular TPE tarafından Resmi Gazete ile yurt çapında dağıtımı olan en yüksek tirajlı günlük gazetelerden ikisinde ve bir yerel gazetede ilan yoluyla yayınlanarak Coğrafi işaret siciline kaydedilir; ancak bu kayıt geçici niteliktedir. Resmi Gazete'nin yayın tarihinden itibaren eğer 6 ay içinde Coğrafi işaret hakkında herhangi bir itiraz yapılmazsa, Coğrafi işaret yayın tarihinden itibaren kesinlik kazanır ve Coğrafi işaret siciline kaydedilir. İtiraz olur ve itiraz uygun görülürse, tescil talebinin ret edildiği Resmi Gazete’ de yayınlanır ve bu durum Coğrafi işaret siciline kaydedilir (Anonim, 2013c). Coğrafi işaret başvurusu yapma hakkına sahip kişiler ile tescil edilmiş coğrafi işareti kullanım hakkına sahip kişiler söz konusu ürünü andıran ya da çağrıştıran ürünlerin başkaları tarafından ticari amaçla kullanılmasını, halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini

birakan kullanımını, pazarlanma aşamasında (ambalajlama, tanıtım, reklam v.b.) ürünün doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı bir bilgiye yer verilmesini önleme hakkına sahiptir. Bu tarzlarda yapılan fiillerden dolayı suçun niteliğine göre hapis ve para cezası ile işyerinin kapatılarak ticaretten men cezası verilebilir (Anonim, 2012). Tescilli yapılan coğrafi isimler ürünün öz adı olamaz ve tescilli coğrafi işaretin içinde ürünün öz adı yer alıyorsa, ürünün öz adının başkaları tarafından kullanımı engellenemez. Coğrafi işaretlerin kullanımının denetlenmesi gerekmektedir ve denetimine ilişkin olarak coğrafi işareti tescil ettirenlerin yapacağı/yaptıracağı denetime ait raporlar her 10 yılda bir TPE'ne ibraz edilir. Bu denetim ürünün üretimi, pazarlanması, tescilli Coğrafi işaret' in kullanım biçimi, markalanması, işaretleme veya etiketleme şekilleri gibi konuları kapsar (Gökovalı, 2007).

#### **4.3.1. Türkiye'de Coğrafi İşaret Sisteminin Tanımı**

Türkiye, sahip olduğu jeopolitik konum, iklim şartları, kültür bilgi birikimi, beşeri zenginlikleriyle dünyada eşi benzeri olmayan bir coğrafi ürün çeşitliliğine sahiptir. Türkiye'de her yörenin, ilin, hatta her ilçenin belli bir ürünün üretimine kaynak teşkil ettiği ve bu ürün ile özdeşleştiği bir gerçektir. Öyle ki, Türkiye'ye özgü birçok ürün, kendilerine kaynak teşkil eden coğrafi bölge adları ile anılmaktadır. Bu şekilde anılan ürünler ise "coğrafi işaret" korumasına konu olmaktadır (Anonim, 2006a). Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökeninin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlere coğrafi işaret denir (Anonim, 2007a). Bir işaretin coğrafi işaret olarak bir işleve sahip olması, kanundan ya da tüketicilerin algılamasından kaynaklanabilir. Diğer Fikri Sinai Mülkiyet Haklarında olduğu gibi, coğrafi işaret' de tekel hakkı patent, telif hakları ve markada olduğu gibi bireysel bir hak değil, kolektif bir tekel hakkıdır. Dünyadaki uygulamalara paralel olarak, ticaret ve hizmet markalarına kıyasla öncelik ve üstünlük tanınmış olan coğrafi işaretler, tek başına marka olarak kullanılmasa da marka ile birlikte kullanılabilir. Ürünlerde tescil edilmiş işaretin ticari amaçlı olarak kullanımıyla ürünün sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özelliklere uygun üretildiği garanti edilmekte ve ulusal, bölgesel, yöresel kültür öğeleri ekonomik bir katma değer yaratmaktadır (Anonim, 2013a). Coğrafi İşaretler belirli bir bölgeden kaynaklanan bir

ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri bakımından coğrafi kaynağına atfedilen, bir bölgeyi temsil eden sınaî mülkiyet hakkıdır (Ilıcalı, 2005). Coğrafi işaret; "belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işarettir. Üretim yerinden kaynaklanan özel durumdan dolayı “menşe” ve “mahreç” işareti olarak iki ayrı şekilde tanımlanmaktadır. Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) uyarınca hukukumuzda coğrafi köken gösteren işaretlere ilişkin olarak “coğrafi işaret” üst kavramı ve bunun alt dalları olarak da “mahreç işareti” ve “menşe adı” kavramları kabul edilmiştir (Gökovalı, 2007). Diğer sınaî haklarda olduğu gibi, coğrafi işaret korumasının da en iyi yolu tescildir. Tescil için Türk Patent Enstitüsüne başvuruda bulunulması gereklidir. 27 Haziran 1995 tarih ve 555 sayılı KHK’ne ile Coğrafi işaret ile ilgili yasal düzenleme yapılmıştır. Bu yasal düzenleme ulusal düzeyde olup diğer ülkelerde de koruma sağlanabilmesi için her ülkede tescil ettirilmelidir (Anonim, 2013f).

Coğrafi işareti; ilgili üretim alanı içerisinde aynı üretim yöntemlerine bağlı kalmak şartıyla üretim yapan herkes kullanabilir. Coğrafi işaret tescilini aşağıda belirtilen gerçek veya tüzel kişiler yaptırabilirler (Anonim, 2013e).

- Coğrafi işarete konu ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler,
- Tüketici dernekleri,
- Konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları.

Başvuru, coğrafi işaretin adı, başvuru sahibinin adı ve adresi, ürünün adı, coğrafi işaretin kullanım biçimi “markalama, etiketleme, işaretleme” den biri hususları belirtilerek su belgelerle Türk Patent Enstitüsü’ ne yapılır (Anonim, 2013e).

- Başvuru dilekçesi,
- Menşe adı veya mahreç işarete ait 15 adet örnek, (8x8)
- Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge aslı,
- Ürünün tanımı, (fiziksel, kimyasal ve benzeri ayırt edici özellikleri)
- Ürünün üretim tekniği,
- Ürünün menşe adı ya da mahreç işareti tanımının hangisine uyduğunu gösterir bilgi ve belgeler,
- Menşe adı/ mahreç işaretin kullanılacağı yöre alan veya bölgenin coğrafi sınırlarını açıkça tanımlayan ve belirleyen bilgi, belge ve harita,

- Coğrafi işaretin kullanım biçimi, (markalama, etiketleme, işaretleme)
- Denetim biçimini ayrıntılı olarak açıklayan bilgiler.

Resmi Gazete' de yayınlanan Türk Patent Enstitüsü 2014 yılı ücretleri 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren geçerli olacak şekilde aşağıdaki gibidir.

**Çizelge 4.2.** Coğrafi İşaretler Tescil İşlemleri Ücret Listesi (1 Ocak 2014)

Kodu	Hizmetin Türü	Ücreti
02.02.01	Coğrafi İşaret Başvuru Ücreti	110TL
02.02.02	Başvuruların İnceleme İçin İlgili Kuruluşa Gönderilmesi Ücreti	50TL
02.02.03	İtiraz İnceleme Ücreti	50TL
02.02.04	Başvurunun Ve İtirazı İnceleme İçin İlgili Kuruluşa Gönderilmesi Ücreti	50TL
02.02.05	Coğrafi İşaret Tescil Belgesi Düzenleme Ve Sicil Kayıt Ücret	160TL
02.02.06	Coğrafi İşaret Tescil Belgesi Sureti Düzenleme Ücreti	120TL
02.02.07	Coğrafi İşaretin Türkiye'de Tescili Olduğuna Dair AB'ye Veya Diğer Ülkelere Verilmek İçin Belge Düzenleme Ücret	150TL
02.02.08	Coğrafi İşaret Sicil Sureti Düzenleme Ücreti	120TL

Kaynak: (Anonim, 2014)

Coğrafi işaret olarak tescil edilemeyecek işaretler ise şunlardır,

- Coğrafi işaret tanımına uymayan adlar ve işaretler,
- Ürünün öz adı olmuş adlar ve işaretler,
- Ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki türleri, hayvan soyları veya benzer adlar,
- Kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı işaretler,
- Paris Sözleşmesi ve Dünya Ticaret Örgütü'nü kuran anlaşmaya üye ülkelerde korunmayan veya koruması sona ermiş veya kullanılmayan adlar ve işaretler (Anonim, 2013f).

### 4.3.2. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Önemi

Bir ürün için belirli bir kalite sembolü haline gelmiş yer adlarının koruma altına alınmasında, o yöre ya da bölge halkı açısından büyük faydaları vardır. Piyasada, bir ürüne büyük bir rekabet gücü kazandıran bu işaretlerin koruma altına alınmasında ise, söz konusu ürünün üreticileri açısından çok büyük fayda vardır. İşte coğrafi işaretlerin diğer sınıai haklardan üstünlüğü tek bir üreticiyi değil, belirli şartlar altında belli bölgede üretim yapan kişilerin tümünü birden korumasıdır. Çünkü coğrafi işaret alansal, yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir anlamda anonimliğe sahip olup, sağladığı hak belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz. Coğrafi işaret tescili temel olarak (Gökovalı, 2007).

- Coğrafi işarete konu ürünün kalitesinin korunması ve belli bir standartta üretiminin sağlanması,
- Coğrafi işaret konusu yörede üretim yapanların tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmaları,
- Kırsal bölgelerdeki her türlü tarım ve el sanatları ürünlerinin korunması ve böylece bu bölgelerde ekonomik kalkınmanın desteklenmesi amacına yöneliktir.
- Korumanın amaçlarından biri de halkın aldatılmasına engel olmaktır. Çünkü günümüz piyasasında birtakım firmaların, ürünlerinin kalitesini vurgulamak amacıyla, haksız yere markaları ile birlikte “coğrafi işaret” niteliğindeki ibareleri yaygın olarak kullandıkları görülmektedir. Örneğin neredeyse piyasada satılan tüm kayısılar Malatya kayısısı, tüm pastırmalar ise Kayseri pastırmasıdır. Tescil sayısı ve çeşidi istenen düzeye ulaştığında insanlar Türkiye’nin neresinde olurlarsa olsunlar, Kars kaşarı adı altında satın aldıkları peynirin gerçek Kars kaşarı olduğundan emin olacaklardır (Anonim, 2006c).

Türk Patentleri Enstitüsüne göre Coğrafi işaret tescilinin önemi ise;

- Coğrafi işaret tescili ile sınırları belirlenmiş alanda üretimi gerçekleştiren ve tarihsel geçmişi olan özel ürünlerin, üretim metotları ile birlikte kalite standartları korunmaktadır.
- Coğrafi işaret, tüketici tercihleri için garanti sunan bir yol göstericidir. Coğrafi işaret tescili ile sınırları belirlenmiş alanda üretim yapan üreticilerin yararlanmaları sağlanmaktadır.

- Coğrafi işaret tescili anonim bir hak sağlar. Bu sebeple yalnızca tescil ettiren kuruluşların değil, sicilde belirtilen özelliklere bağlı kalarak üretim yapan diğer üreticilerin de söz konusu coğrafi işareti kullanım hakkı bulunmaktadır.
- Coğrafi işaret başvurusunda bulunan kuruluş, ürünün niteliğini, üretim metodunu ve üretim alanını tanımlar. Ayrıca bağımsız denetim komisyonunun oluşmasını ve işleyişini sağlar.
- Bağımsız bir denetim sisteminin temini için coğrafi işaret başvurusunda bulunan kuruluş denetleme komisyonunda yer alamaz (Anonim, 2013e).

#### 4.3.3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Unsurları

Coğrafi İşaretler, ayırt edici işaretler arasında geçmişi en eskiye dayananıdır. Bir ürünlerin kökenini belirtme fonksiyonu dolayısıyla markaların ilk hali olarak karşımıza çıkmaktadır ve coğrafi kökeninden dolayı önem kazanan ürünleri ayırt etmek için kullanılmışlardır. İşaretin Coğrafi İşaret olarak nitelendirilmesi için bazı unsurları taşınması gerekmektedir. Bu unsurlar 5 grup altında toplanabilir;

**Ürün;** Ürün kavramı, kelime olarak “doğadan elde edilen, üretilen yararlı şey, mahsul” anlamına gelmektedir (Anonim, 2013g). Uluslararası sözleşmelere ve Avrupa Birliği düzenlemelerine baktığımızda bu kavramın neyi ifade ettiğinin tam olarak açıklanmadığı, ürün kavramını ifade etmek için ya ürün kategorileri oluşturulduğu ya da bu kavramın en genel haliyle ve hiçbir özel anlam ifade etmeden kullanıldığı görülmektedir. Türk hukuku açısından ise temel hüküm Coğrafi İşaret Kanun Hükmünde Kararnamesinin m.1 hükmüdür. Bu hükümde “Bu Kanun Hükmünde Kararname, doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden bu Kanun Hükmünde Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaretlerle korunmasına ilişkin kuralları ve şartları kapsar” denilerek beş kategori ürün sayılmış ve Coğrafi İşaret Kanun Hükmünde Kararnamesinin tanım ve koşullarını sağlaması kaydıyla bu kategorilere giren ürünlerin korunacağı belirtilmiştir. Türk hukuku açısından coğrafi işaretlere konu olacak ürünler kategoriler halinde belirtilmiş ve korumanın bu kategorilerle sınırlı olduğu kabul edilmiştir. Türk hukuku açısından bir ürünün coğrafi işaretlerle korunabilmesi için aşağıdaki kategorilerden birine girmesi gerekir (Anonim, 2011). Bunlar:

- Doğal ürünler,

- Tarım ürünleri,
- Madenler,
- El sanatları ürünleri ve
- Sanayi ürünleridir.

Bu kategorilerden birine giren ürün, Coğrafi İşaret Kanun Hükmünde Kararnamesinin de belirtilen tanımları karşılıyorsa ve tescil edilmişse Coğrafi İşaret Kanun Hükmünde Kararnamesinin açısından koruma konusu olarak değerlendirilmektedir. Bu kategoriler dışında kalan ürünler ise Coğrafi İşaret Kanun Hükmünde Kararnamesine göre korunamamaktadır (Anonim, 2013f). Bir işaretin Coğrafi İşaret olarak nitelendirilmesi için her şeyden önce o işaretin bir ürünü belirtmesi gerekmektedir. Çünkü coğrafi işaretler ürünün kökenini belirtir ve kullandıkları ürünlerin diğerlerinden ayırt edilmesini sağlar (Gündoğdu, 2006).

**Belirli Bir Coğrafya;** Coğrafi işaretler sınırları belirlenmiş bir coğrafyadan kaynaklanan ürünleri ifade eder. Bu husus konuyla ilgili düzenlemelerin çoğunda mevcuttur (Gündoğdu, 2006). Madrid Sözleşmesi'ne göre coğrafi alan ülke veya ülkede yer alan bölge olarak tanımlanmıştır. Lizbon Sözleşmesinde ve TRIPS'te coğrafi alan unsuru, ülke, bu ülkedeki bir bölge veya yöre olarak ifade edilmektedir. Türk hukukunda, aynı AB hukukunda olduğu gibi coğrafi alan kavramı “bir bölgenin, belirli bir yörenin ya da istisnai durumlarda bir ülkenin” adından ibaret olacağı; bu işaretlerin, söz konusu bölge, yöre ya da ülkeden kaynaklanan ürünleri ifade edebileceği belirtilmiştir (Anonim, 2013b).

**İşaret;** 555 sayılı KHK m.17/1 de belirtildiği gibi “Coğrafi İşaretlerden menşe adları, sicilde belirtilen coğrafi bölgede faaliyet gösteren üreticiler tarafından, sicilde belirtilen ürünlerin üzerlerinde veya ambalajlarında, bu ürünlerin sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması koşuluyla ticari olarak kullanılır”. Aynı unsur Kanun tasarısında da aynı şekilde bulunmaktadır. Bu ürünlerin üzerinde yer alan ad, işaret ve ifadeler işaret unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsur açısından ele alınması gereken diğer bir konu ise coğrafi işaretlerin “coğrafi bir ad” olma zorunluluğunun bulunup bulunmadığı sorunudur (Gündoğdu, 2006).

**Ürünün Belirli Bir Karakteristik Taşınması;** Coğrafi İşarete konu olan ürünler yetiştirildiği alandan dolayı belirli bir özellik kazanmış yani diğer benzerlerine göre farklılaştırılmış ürünlerdir. Bu unsurlar toprak, nem, rüzgâr vb. iklim bileşenleri

olabileceği gibi, yörenin ürünü işleme tekniklerinden kullandıkları malzemelere kadar olabilecek her türlü farklılıklar (beşeri unsurlar) olabilir (Anonim, 2013d).

**Ürünün Karakteristik Özelliği İle Coğrafi Kökeni Arasında İlişki Olması;** Coğrafi İşaretlere konu olan ürünlerin en büyük özelliklerinden biri de ürünün karakteristik özelliği ile kökeni olan coğrafya arasında ilişkinin olmasıdır (Anonim, 2012b).

#### 4.3.4. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sisteminin Fonksiyonları

- Ayırt Etme Fonksiyonu, Coğrafi işaretler, kullanıldıkları ürünlerin piyasadaki diğer ürünlerden ayırt edilmesini sağlar. Bu bağlamda, coğrafi işaretle karşılaşıldığında ilgili tüketici çevresi tarafından söz konusu ürünlerin tanınmasını kolaylaştırır.
- Köken Belirtme Fonksiyonu, Coğrafi işaretler bir ürünün üreticisini ya da üretildiği teşebbüsü belirtmek için değil, kökeni olduğu coğrafyayı belirtmek için kullanılır.
- Kalite ve Garanti Belirtme Fonksiyonu, Coğrafi işaretler ürünlerin üstün özelliklere değil, belirli bir özelliğe sahip olduğunu garanti eder. Bu bağlamda coğrafi işaretler kullanıldıkları ürünler için belirli bir kalitenin veya tüketici nezdindeki önceki izlenimlerinin aynı kalacağını ifade eder.
- Reklam Fonksiyonu, Tüketicinin nezdinde ürünün bilirliliğini ve tanınmasını sağlamaktadır.
- Geleneksel Bilgiyi ve Değerleri Koruma Fonksiyonu, Coğrafi işaretler, sadece ürünlerde kullanılan bir ayırt edici işaret değildir. Aynı zamanda kökeni olan coğrafyanın kültürel bir parçası olarak da nitelendirilir. Damal Bebeği Ardahan’ın Damal ilçesinin kültürel bir mirasıdır.
- Ülkenin Tanıtımına Katkı Fonksiyonu, Coğrafi işaretlerde ürünün karakteristik özellikleriyle coğrafi kökeni arasında bağlantı bulunması, bu ürünlerin kalite ve garanti timsali olarak kullanılmasını ve aynı zamanda kökeninin bulunduğu coğrafyanın tanıtımını da sağlar. Bunun nedeni ise ürünlerin çoğunlukla coğrafi kökeniyle anılmasıdır.
- Yerel Kalkınmayı Sağlama ve Göçü Önleme Fonksiyonu, Coğrafi işaret koruması, bu işaretlerin hak sahibi olmayanlar tarafından kullanılmasına engel

olmaktadır. Bu da geçimini tarım, hayvancılık ve el sanatlarıyla sağlayan insanlara önemli bir üretim imkânı sağlamaktadır (Anonim, 2013e).

#### 4.3.5. Türkiye’de Coğrafi İşaret Türleri

Coğrafi işaret kavramı, aralarında önemli farklılıklara yer veren iki kavrama ayrılır;

##### 4.3.5.1. Menşe Adı

Menşe adı; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge, çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş yöre, alan, bölgeye özgü doğa ve insan faktöründen kaynaklanan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan bölge sınırları içinde üretilen bir ürünü tanımlamaktadır (Anonim, 2013a). Menşe adı, menşe adına konu ürünün tamamı ile tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerektirir. Örnek olarak; Aydın inciri, Ege Pamuğu, Niksar Cevizi, Taşköprü sarımsağı, Akşehir Kirazı, Malatya Kayısı verilebilir. Bu ürünler, ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir (Gökovalı, 2007). Güncel dilde yerleşmiş coğrafi olmayan adlar da, o adla tanınan özellikteki ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılıyorsa menşe adıdır. Menşe adı; menşe adına konu ürünün tamamı ile tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerektirir. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda "menşe adını" almaktadır:

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması;
- Tüm nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri özelliklerden kaynaklanan bir ürün olması;
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Bu koşulları karşılayan ve belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adlar da menşe adları olarak kullanılabilir (Anonim, 2006a).

Bu tanımlamalar neticesinde menşe adının iki özelliği karşımıza çıkmaktadır.

İlk olarak, menşe adına konu olacak ürünün tüm veya esas nitelik ve özelliklerinin sınırları belirli coğrafyadan kaynaklanması gerekir. Burada kastedilen şey o ürüne hususiyet katan etkenlerin ve o ürünü diğerlerinden farklı kılan unsurların sadece o coğrafyadan kaynaklanması gerektiğidir. Örneğin Niksar Cevizi' ne hususiyet katan tüm etkenler sadece sicilde belirtilen illerde mevcuttur. Bu ürünü diğerlerinden ayırt eden unsurlardan hiçbiri bu coğrafya dışından kaynaklanmamaktadır. Bu coğrafya dışındaki doğal ve beşeri unsurlar ürüne etki ettiğinde ürünün niteliği ve karakteristik özellikleri bozulacaktır. Bu nedenle söz konusu coğrafya dışında bu ürünün üretilmesine olanak yoktur. İkinci özellik, menşe adına konu olan ürünün üretim süreci tamamen sınırları belirlenmiş coğrafyada gerçekleşecektir. Yani menşe adına konu olan ürünün üretiminden işlenmesine ve hazırlanmasına kadar geçen bütün işlemlerinin bu coğrafyada yapılması gerekir (Anonim, 2013e).

#### **4.3.5.2. Mahreç İşareti**

Mahreç işareti; coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle bu yöre, sınırları içinde üretilen ürünlerin belirleyici işaretidir. Mahreç işaretine konu ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur. Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların karşılanması durumunda "mahreç işareti" göstergesini belirtir:

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması;
- Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması;
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması (Anonim, 2011)

Mahreç işaretine konu ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur. Bu tanıma göre mahreç işareti “bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan

veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını” belirten işarettir (Anonim, 2006a). Bu tanımlardan mahreç işaretinin iki özelliği karşımıza çıkmaktadır:

İlk olarak, mahreç işaretine konu olacak ürünün belirgin bir niteliği, itibarı veya diğer özellikleri itibarıyla söz konusu coğrafi kökeniyle özdeşleşmiş olması gerekir. Menşe adının aksine, ürünün tüm veya esaslı özelliklerini bu yöreden alması gerekmemektedir. Bir takım özelliklerini bu coğrafya dışından da alabilir. İkinci olarak, mahreç işaretine konu olacak ürünün üretimi, işlenmesi veya hazırlanması işlemlerinden en az birinin sınırları belirlenen coğrafyada gerçekleşmesi gerekir. Bu işlemlerden birinin bu coğrafyada gerçekleşmesi yeterli olup tüm üretim sürecinin burada gerçekleşmesi aranmaz (Anonim, 2013e). Dolayısıyla, ürün bu coğrafya dışında da üretilebilir. Örneğin bir ürün, hammaddesinin bu coğrafyadan gelmesi kaydıyla, ülkenin tamamında üretilebilir. Benzer şekilde bir ürün, kökeni olan coğrafyanın üretim teknikleri kullanılarak kökeni dışında da üretilebilir. Mahreç işaretlerine örnek olarak Denizli Leblebisi, Görece Nazar Boncuğu, Bafra Pidesi, İnegöl Köfte, Kemal Paşa Tatlısı, Turhal Yoğurtmacı, Sivas El Halısı verilebilir. Örneğin Sivas El Halısı, bu yöreden elde edilen yünler ve bu yörenin dokuma teknikleri kullanılarak diğer yörelerde de üretilebilir ve bu halılar için “Sivas El Halısı” işareti kullanılabilir (Gökovalı, 2007).

#### **4.3.6. Türkiye’de Ön Plana Çıkan Coğrafi İşaretli Ürünler**

Türkiye’de de yıllar itibarı ile koruma alan coğrafi işaretlenen ürün gruplarının sınıflandırılması Çizelge 4.3.’ da verilmiştir.

**Çizelge 4.3.** Tescillenen Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Sınıflandırılması

Sınıf	İçindekiler	Tescilli Ürünler
<b>Geleneksel el Sanatları</b>	Halı, kilim, çini, telkari, baston, oyuncak bebek, battaniye, çember vb.	41
<b>İçecekler ve alkollü İçecekler</b>	Rakı, likör, viski, şalgam vb.	9
<b>Tarımsal ürünler</b>	Meyve, sebze, endüstriyel bitkiler	39
<b>Unlu Mamuller, Tatlı ve Şekerleme Ürünleri</b>	Kestane şekeri, pişmaniye, cezerye, Mustafakemalpaşa tatlısı, peynir tatlısı, pestil, köme, dondurma, baklava, künefe, Tarsus bandırma, pekmez, ceviz ezmesi vb.	16
<b>Hayvansal Kökenli Gıda Ürünleri</b>	Peynir, kaymak, sucuk, pastırma, bal	14
<b>Hayvan Irkları</b>	At, köpek, tazi, koyun	5
<b>Geleneksel-Yöresel yemek, aperatif vb. yiyecekler</b>	Leblebi, pilav, kebab, köfte, çiğ köfte, turşu, mantı, pide, sembusek, ikbebet, kibe, dolma, tava ciğeri vd.	42
<b>Zeytin ve zeytinyağları</b>	Gemlik zeytini, Ayvalık zeytinyağı, Güney Ege zeytinyağları, Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları	7
<b>Diğer</b>	Mermer (Afyon), lüle taşı (Eskişehir), balıklı kaplıca (Sivas), taş (Mardin)	5
<b>Toplam</b>		178

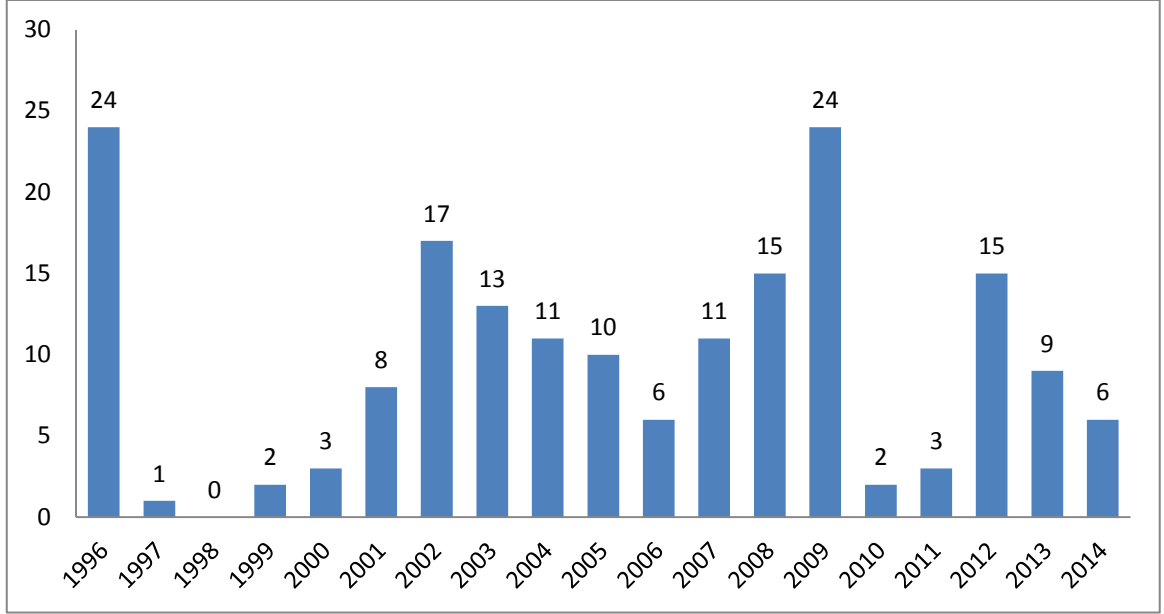
Kaynak: Çalışkan ve Koç, 2012; Anonim, 2014

Türkiye’de 1996 yılından günümüze kadar tescil edilen ve tescil bekleyen coğrafi işaretli ürün gruplarına göre dağılımı verilmiştir. Coğrafi işaret koruması sağlanan ürünler için yapılan sınıflandırmada Geleneksel-Yöresel Yemek Ve Aperatif Vb. Yiyecekler grubu en fazla paya (42) sahiptir. İkinci sırayı ise, 41 tescilli ürün ile Geleneksel El Sanatları grubu ve üçüncü sırayı ise, 39 tescilli ürün ile Tarımsal Ürünler takip etmektedir. Böylece Türkiye’de coğrafi işaret tescili ile korunan ürünlerin 122’sini bu üç ürün grubu oluşturmaktadır. Buna karşın, Diğer (mermer, Lüle Taşı, Balıklı

Kaplıca, Taş) ve Hayvan Irkları grupları ise 5'er tane tescilli ürün sayıları ile son sırada yer almaktadır (Anonim, 2014).

#### **4.3.7. Türkiye'de Tescilli Ürünler**

Türkiye'de coğrafi işaretlerin tescil işlemleri TPE tarafından yapılmaktadır. Coğrafi işaretlerin Türkiye'de korunması 1995 yılında çıkarılan 555 sayılı KHK ile başlamıştır. Böylece daha önceden genel hükümlerle ve haksız rekabet hükümleri ile dolaylı olarak korunan ürünlere coğrafi işaret yoluyla etkin ve özel bir koruma sağlanmıştır (Gürsu Doğu, 2008; Çalışkan ve Koç, 2012). Ağustos 2011 tarihi itibarıyla Türkiye'de 147 ürünün coğrafi işaret tescili bulunmaktadır. Bu coğrafi işaretlerden 79'u mahreç, 68'i ise menşe olarak tescillenmiştir (Çalışkan ve Koç, 2012). Nisan 2014 tarihi itibarıyla Türkiye'de tescillenmiş 178 tane coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu coğrafi işaretlerden 99'u mahreç, 79'u ise menşe olarak tescillenmiştir. Coğrafi işaret tescilinin başladığı 1996 yılı ile 2009 yılı 24 adet tescil sayısı ile tescil sayısının en yüksek olduğu yıllar olmuştur. 1996 yılında tescillenen ürünlerin iki ortak özelliği bulunmaktadır. Diğer yıllarda tescil sayısında bir dalgalanma söz konusudur. Fakat 2010 yılı dikkate alınmazsa son yıllarda tescil sayısında bir artış olduğu da söylenebilir (Çalışkan ve Koç, 2012). 1996 ve 2014 yılları arası tescillenen toplam 178 coğrafi işaret yıllara göre dağılışı Grafik 4.1. oluşturularak gösterilmiştir.

**Grafik 4.1.** Türkiye'nin Tescillenen Coğrafi İşaret Sayısının Yıllara Göre Dağılımı

Kaynak: Çalışkan ve Koç, 2012; Anonim 2012b, Anonim, 2014

Grafik 4.1. yardımı ile 1995 yılından sonra Türkiye’de uygulanmaya başlanan coğrafi işaret sisteminin yıllara göre tescillenen ürün sayıları verilmiştir. Dalgalanarak artışın yaşandığı coğrafi işaret sisteminde 1996 ve 2009 yıllarında 24’et tane ürün coğrafi işaret sistemine dahil edilmesine karşın 1998 yılında hiçbir ürün coğrafi işaret sistemine dahil edilmemiştir. Coğrafi işaret sistemine dahil edilen ürünlerin nisan 2014 itibari ile bölgeler bazında dağılımı ve Türkiye’deki işaretleniş şekilleri aşağıdaki çizelgeler eşliğinde verilmiştir.

**Çizelge 4.4.** Akdeniz Bölgesi Tescilli Ürün Listesi

<b>Akdeniz Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Adana Kebabı	Mahreç	Adana
2	Anamur Muzu	Menşe	Mersin
3	Antakya Künefesi	Mahreç	Hatay
4	Burdur Ceviz Ezmesi	Mahreç	Burdur
5	Burdur Şiş Köftesi	Mahreç	Burdur
6	Finike Portakalı	Menşe	Antalya
7	Isparta Gülü	Menşe	Isparta
8	Maraş Biberi	Menşe	Kahramanmaraş
9	Maraş Dondurması	Menşe	Kahramanmaraş
10	Maraş Tarhanası	Mahreç	Kahramanmaraş
11	Mersin Cezeryesi	Mahreç	Mersin
12	Mut Kayısısı (Yaş Sofralık)	Menşe	Mersin
13	Osmaniye Yer Fıstığı	Menşe	Osmaniye
14	Tarsus Beyazı Üzüm Topacık	Menşe	Mersin
15	Tarsus Şalgamı	Mahreç	Mersin
16	Tarsus Yayla Bandırması	Menşe	Mersin

Kaynak: Anonim, 2014

Akdeniz Bölgesinde, tescil almış 16 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 9 tanesi menşe ve 7 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 6 tanesi Mersin iline aittir.

**Çizelge 4.5. Marmara Bölgesi Tescilli Ürün Listesi**

<b>Marmara Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Adapazarı Dartılı Keşkek	Mahreç	Sakarya
2	Adapazarı Islama Köftesi	Mahreç	Sakarya
3	Akbaş Çoban Köpeği	Menşe	Bursa
4	Ayvalık Zeytinyağı	Menşe	Balıkesir
5	Bayramiç Beyazı	Menşe	Çanakkale
6	Edirne Beyaz Peyniri	Mahreç	Edirne
7	Edirne Tava Ciğeri	Mahreç	Edirne
8	Eskişehir Çiğböreği (Çibörek)	Mahreç	Eskişehir
9	Eskişehir Lüle Taşı	Menşe	Eskişehir
10	Ezine Peyniri	Menşe	Çanakkale
11	Geleneksel Türk Ahududu Likörü	Menşe	İstanbul
12	Geleneksel Türk Çilek Likörü	Menşe	İstanbul
13	Geleneksel Türk Gül Likörü	Menşe	İstanbul
14	Geleneksel Türk Kayısı Likörü	Menşe	İstanbul
15	Geleneksel Türk Vişne Likörü	Menşe	İstanbul
16	Gemlik Atı	Menşe	Bursa
17	Gemlik Zeytini	Menşe	Bursa
18	İnegöl Köfte	Mahreç	Bursa
19	İzmit Pişmaniyesi	Menşe	Kocaeli
20	İzmit Çinisi	Menşe	Bursa
21	Karamürsel Sepeti	Mahreç	Kocaeli
22	Kemal Paşa Tatlısı	Mahreç	Bursa
23	Keşan Satır Eti	Mahreç	Edirne
24	Kütahya Çinisi	Mahreç	Kütahya
25	Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı	Mahreç	Bursa
26	Mustafakemalpaşa Tatlısı	Mahreç	Bursa
27	Rakı	Menşe	İstanbul
28	Tavşanlı Leblebisi	Mahreç	Kütahya
29	Türk Rakısı	Menşe	İstanbul
30	Türk Tazısı	Menşe	Bursa
31	İzmit çinisi	Menşe	Bursa

Kaynak: Anonim, 2014

Marmara Bölgesinde, tescil almış 31 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 19 tanesi menşe ve 12 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 10 tanesi Bursa iline ve 7 tanesi İstanbul iline aittir.

**Çizelge 4.6. Ege Bölgesi Tescilli Ürün Listesi**

<b>Ege Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Afyon Kaymağı	Menşe	Afyon
2	Afyon Mermeri	Menşe	Afyon
3	Afyon Pastırması	Mahreç	Afyon
4	Afyon Sucuğu	Mahreç	Afyon
5	Akhisar Domat Zeytini	Menşe	Manisa
6	Akhisar Uslu Zeytini	Menşe	Manisa
7	Aydın İnciri	Menşe	Aydın
8	Aydın Kestanesi	Menşe	Aydın
9	Bayat Türkmen Kilimi	Mahreç	Afyon
10	Bergama Kozak Çam Fıstığı	Menşe	İzmir
11	Bodrum Mandarini	Menşe	Muğla
12	Bozdağ Kestane Şekeri	Mahreç	İzmir
13	Denizli Leblebisi	Mahreç	Denizli
14	Denizli Traverteni	Menşe	Denizli
15	Edrmit Körfezi Bölgesi Zeytinyağları	Menşe	İzmir
16	Ege İnciri	Menşe	İzmir
17	Ege Pamuğu	Menşe	İzmir
18	Ege Sultani Üzümü	Menşe	İzmir
19	Görece Nazar Boncuğu	Mahreç	İzmir
20	Güney Ege Zeytinyağları	Menşe	İzmir
21	İsabey Çekirdeksizi (Üzüm)	Menşe	Denizli
22	Kale Biberi	Menşe	Denizli
23	Kırkağaç Kavunu	Menşe	Manisa
24	Ödemiş Patatesi	Menşe	İzmir
25	Salihli Kirazı	Menşe	Manisa
26	Sahihli Odun Köfte	Mahreç	Manisa

27	Uşak El Halısı	Mahreç	Uşak
28	Çay İlçesi Vişnesi	Menşe	Afyonkarahisar

Kaynak: Anonim, 2014

Ege Bölgesinde, tescil almış 28 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 20 tanesi menşe ve 8 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 9 tanesi İzmir iline ve 5 tanesi Afyon iline aittir.

**Çizelge 4.7. Karadeniz Bölgesi Tescilli Ürün Listesi**

<b>Karadeniz Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Akçaabat Köftesi	Mahreç	Trabzon
2	Akkuş Şeker Fasulyesi	Menşe	Ordu
3	Bafra Pidesi	Mahreç	Samsun
4	Bartın İşi Tel Kırma	Mahreç	Bartın
5	Boyabat Çemberi	Menşe	Sinop
6	Çarşıbaşı Keşanı	Mahreç	Trabzon
7	Çorum Leblebisi	Mahreç	Çorum
8	Devrek Bastonu	Menşe	Zonguldak
9	Giresun Tombul Fındığı	Menşe	Giresun
10	Gümüşhane Dut Pestili	Mahreç	Gümüşhane
11	Gümüşhane Kömesi	Mahreç	Gümüşhane
12	İskilip Dolması	Mahreç	Çorum
13	İskilip Turşusu	Mahreç	Çorum
14	Niksar Cevizi	Menşe	Tokat
15	Rize Bezi (Feretiko)	Mahreç	Rize
16	Safranbolu Safranı	Menşe	Karabük
17	Samsun Kaz Tiridi	Mahreç	Samsun
18	Samsun Simidi	Mahreç	Samsun
19	Taşköprü Sarımsağı	Menşe	Kastamonu
20	Terme Pidesi	Mahreç	Samsun
21	Trabzon Telkariye ve Hasırı	Mahreç	Trabzon
22	Turhal Yoğurtmacı	Mahreç	Tokat
23	Zile Pekmezi	Mahreç	Tokat

Kaynak: Anonim, 2014

Karadeniz Bölgesinde, tescil almış 23 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 7 tanesi menşe ve 16 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 3'er tanesi Çorum, Trabzon, Samsun ve Tokat illerine aitken ve 2 tanesi Gümüşhane iline aittir.

**Çizelge 4.8. İç Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi**

<b>İç Anadolu bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Akşehir Kirazı	Menşe	Konya
2	Andırın Tırşığı	Mahreç	Ankara
3	Bergama El Halısı	Mahreç	Ankara
4	Beypazarı Kuruşu	Mahreç	Ankara
5	Bünyan El Halısı	Mahreç	Ankara
6	Çubuk Turşusu	Mahreç	Ankara
7	Develi Cıvıklısı	Mahreç	Kayseri
8	Çanakkale El Halısı	Mahreç	Ankara
9	Döşeme Altı El Halısı	Mahreç	Ankara
10	Eşme Yörük Kilimi	Mahreç	Ankara
11	Gördes Halısı	Mahreç	Ankara
12	Hareke İpek Halısı	Mahreç	Ankara
13	Hareke Yün El Halısı	Mahreç	Ankara
14	Hareke Yün İpek El Halısı	Mahreç	Ankara
15	İnce Isparta Hasgül El Halısı	Mahreç	Ankara
16	Jirkan Kilimi	Mahreç	Ankara
17	Kadınhanı Tahinli Pidesi	Mahreç	Konya
18	Kalecik Karası Üzümü	Mahreç	Ankara
19	Kangal Balıklı Kaplıca	Menşe	Sivas
20	Kangal Koyunu	Menşe	Sivas
21	Kayseri Mantısı	Mahreç	Kayseri
22	Kayseri Pastırması	Menşe	Kayseri
23	Kayseri Sucuğu	Menşe	Kayseri
24	Konya Etli Düğün Pilavı	Mahreç	Konya
25	Kula El Halısı	Mahreç	Ankara
26	Milas El Halısı	Mahreç	Ankara
27	Pazırık El Halısı	Mahreç	Ankara

28	Simav El Halısı	Mahreç	Ankara
29	Sivas El Halısı	Mahreç	Ankara
30	Sümer Kars El Halısı	Mahreç	Ankara
31	Süper İnce Kilim	Mahreç	Ankara
32	Sivas Köftesi	Mahreç	Sivas
33	Soğanlı Bez Bebeği	Mahreç	Kayseri
34	Taşpınar El Halısı	Mahreç	Ankara
35	Türkmen El Halısı	Mahreç	Ankara
36	Yağcıbedir El Halısı	Mahreç	Ankara
37	Yahyalı El Halısı	Mahreç	Ankara
38	Yamula Patlıcanı	Menşe	Kayseri
39	Yuntdağ El Halısı	Mahreç	Ankara
40	Yozgat Arapaşısı	Mahreç	Yozgat
41	Yozgat Parmak Çöreği	Mahreç	Yozgat

Kaynak: Anonim, 2014

İç Anadolu Bölgesinde, tescil almış 41 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 6 tanesi menşe ve 35 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 27 tanesi Ankara iline ve 6 tanesi Kayseri iline aittir.

**Çizelge 4.9.** Güney Doğu Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi

<b>Güney Doğu Anadolu Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Antep Baklavası	Mahreç	Gaziantep
2	Antep Fıstığı	Menşe	Gaziantep
3	Çelikhan Tütünü	Menşe	Adıyaman
4	Diyarbakır Karpuzu	Menşe	Diyarbakır
5	Diyarbakır Örgü Peyniri	Mahreç	Diyarbakır
6	Gaziantep Bakır El İşlemeciliği	Mahreç	Gaziantep
7	Gaziantep Sedef El İşlemeciliği	Mahreç	Gaziantep
8	Mardin İkbebet	Mahreç	Mardin
9	Mardin İmlebes (Badem Şekeri)	Mahreç	Mardin
10	Mardin Kaburga Dolması	Mahreç	Mardin
11	Mardin Kibe	Mahreç	Mardin
12	Mardin Sümbusek	Mahreç	Mardin

13	Mardin Taşı	Menşe	Mardin
14	Nizip Zeytinyağı	Mahreç	Gaziantep
15	Pervali Balı	Menşe	Siirt
16	Siirt Battaniyesi	Mahreç	Siirt
17	Siirt Büryan Kebabı	Mahreç	Siirt
18	Siirt Fıstığı	Menşe	Siirt
19	Siirt Perde Pilavı	Mahreç	Siirt
20	Şanlıurfa Biberi (İsot)	Menşe	Şanlıurfa
21	Şanlıurfa Çiğ Köfte	Mahreç	Şanlıurfa

Kaynak: Anonim, 2014

Güney Doğu Anadolu Bölgesinde, tescil almış 21 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 7 tanesi menşe ve 14 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 6 tanesi Mardin iline ve 5 tanesi Gaziantep iline aittir.

**Çizelge 4.10.** Doğu Anadolu Bölgesi Tescilli Ürün Listesi

<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>İli</b>
1	Arapgir Köhnü Üzümü	Menşe	Malatya
2	Çimin Üzümü	Menşe	Erzincan
3	Damal Bebeği	Mahreç	Ardahan
4	Elazığ Öküzgözü Üzümü	Manşe	Elazığ
5	Erzincan Bakır İmalat ve El İşlemeciliği Sanatı	Mahreç	Erzincan
6	Erzincan Tulum Peyniri	Menşe	Erzincan
7	Erzurum Civil Peyniri	Mahreç	Erzincan
8	Erzurum Kadayıf Dolması	Mahreç	Erzurum
9	Erzurum Küflü Civil Peyniri (Göğermiş Peynir)	Mahreç	Erzurum
10	İspir Kuru Fasülyesi	Menşe	Erzurum
11	Karnavas Dut Pekmezi	Menşe	Erzurum
12	Kars El Halısı	Mahreç	Kars
13	Kars Türk Çoban Köpeği	Menşe	Kars
14	Malatya Kayısısı	Menşe	Malatya
15	Oltu Çağ Kebabı	Mahreç	Erzurum

Kaynak: Anonim, 2014

Doğu Anadolu Bölgesinde, tescil almış 15 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünlerin, 8 tanesi menşe ve 7 tanesi mahreç işareti ile işaretlenmiştir. Coğrafi işaretlenen ürünlerin 5 tanesi Erzurum iline ve 4 tanesi Erzincan iline aittir.

**Çizelge 4.11. Diğer Tescilli Ürün Listesi**

<b>Diğer Coğrafi İşaretli Ürünlerimiz</b>			
<b>No</b>	<b>Coğrafi İşaretli Ürün Adı</b>	<b>İşaret Şekli</b>	<b>Ülkesi</b>
1	Hellim / halloumi	Menşe	KKTC
2	Prosciutto dı Parma (Parma ham / Parma jambonu)	Menşe	İtalya
3	Scotch whisky (İsveç viskisi)	Menşe	İskoçya

Kaynak: Anonim, 2014

Türk Patent Enstitüsü tarafından coğrafi işaretle işaretlenmiş coğrafi işaretli 3 ürün bulunmakta ve her biri menşe işareti ile işaretlenmiş olup hiçbirinin menşei Türkiye değildir.

**4.4. Avrupa Birliği'nde Ve Türkiye'de Coğrafi İşaret Sisteminin Farklılıkları Ve Uyum Sürecinde Yapılması Gerekenler**

Malın veya ürünün kökenini gösteren işaretlere ilişkin olarak, Uluslararası sözleşmeler ve AB mevzuatında bir terminoloji birliği bulunmamaktadır. Her ne kadar ilgili kavramların hepsi mala veya ürünün ve bu malın veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alan arasında ilişki kurulmaktaysada bunların kapsamı farklılık arz etmektedir (Yıldız, 2001). Anılan farklılıklar; özellikle işaretin malın veya ürünün belirli bir nitelik veya özellik ya da ününü belirtip belirtmediği ve üretim sürecinin tamamen belirtilen coğrafi alanda yapılıp yapılmadığı konularında yoğunlaşmaktadır.

Ancak KHK'nın kabulünden sonra da devam eden ve Türk coğrafi işaret hukukunu yabancı hukuk sistemleriyle karşılaştırmalı olarak inceleme aşamasında karşılaşılan temel sorun: terminoloji uyumunu sağlama sorunudur. Şöyle ki, Türk iç (coğrafi işaret) hukukunda yaşanan sorunları çözmek üzere, KHK'ya temel teşkil eden uluslar arası sözleşmeler ve AB Tüzüğü'nden yararlanılması zorunluluğu bulunmaktadır. Ancak bu sözleşmeler ve AB müfredatında malın (ya da ürünün) coğrafi kökenini göstermek

amacıyla kullanılan kavramların hepsi, Türk iç hukukunda kullanılan kavramlarla örtüşmemektedir. Bazı Türkçe kavramlar, kelime olarak yabancı bir kavramın birebir tercümesi olmakla beraber, içeriği o yabancı kavramdan farklı olabilmektedir (Yıldız, 2007).

Terminoloji farklılığının yanında Türkiye ve AB mevzuatları arasında giderilmesi gereken farklılıklar şöyle belirlenmiştir,

- Türk mevzuatında gerçek ve tüzel kişiler başvurabilirken, AB mevzuatında sadece gruplar başvurabilirler.
- Türk mevzuatında geleneksel özellikli ürünlerle ilgili bir düzenleme yoktur
- Başvuru Türk mevzuatına göre uzman bir kurumdan görüş istenerek incelenir. AB mevzuatında ise komisyon yetkili komitelerinde başvuruyu inceler.
- Türk mevzuatında Resmi Gazeteye birlikte iki ulusal gazete ve bir yerel gazetede ilan olurken, AB mevzuatında sadece Resmi Gazetede ilan vardır.
- Mevzuatımızda itiraz işlemleri çerçevesinde tarafların uzlaşması için özel bir periyot öngörülmez. İtiraz işlemleri sonucunda başvuru değiştirilecekse tekrar ilan edilir ancak mevzuatımızda bu ilan son kararı bildirir ve doğrudan tescil yapılır, AB mevzuatında ise tekrar itiraza açılır.
- Mevzuatımızda denetleme kurumlarının onaylı olması söz konusu değildir ancak AB mevzuatı bunu şart koşar ayrıca bu kurumların EN 455011 sayılı standarda uyması şarttır.
- Denetleme masraflarıyla ilgili mevzuatımızda düzenleme yoktur ancak AB mevzuatında bu masraflar üreticiler tarafından sağlanır.
- Mevzuatımızda denetleme organları üreticileri takip ederek denetleme yaparken AB'de üreticiler denetleme kurumunu çağırmak zorundadır aksi takdirde ürününü piyasaya sunamaz (Kızıltepe, 2005).

AB Tüzüğü uyarınca coğrafi işaret koruması elde etmek isteyen kişiler, öncelikle kendi ülkelerindeki ulusal otoritelere başvuruda bulunmak zorundadırlar. Ulusal otoritelerce incelenen başvurular, ulusal bazda bir yayın-itiraz aşamasına tabi tutulurlar. Hakkında gerekli değerlendirme yapılan ve uygun görülen başvurular daha sonra AB Komisyonuna iletilir. Kendisine iletilen başvuruları 12 ay içinde incelemek zorunda olan Komisyon, başvuruların ilan edilmesine karar verirse AB Resmi Gazetesinde yayımlar. Resmi Gazetede yayımlanmış başvurulara yapılacak itirazlar için, Resmi

Gazetede ki ilan tarihinden itibaren 6 aylık bir süre tanınmaktadır. AB’de tescilli olan coğrafi işaretleri ürünlere 6 ay içerisinde itiraz edilmezse başvuru geçerli sayılır. AB Tüzüğü ile, üçüncü ülkeler olarak tanımlanan üye olmayan ülkelerden hem tescil başvurusunda bulunma hem de Komisyon tarafından yayımlanan başvurulara karşı itirazda bulunma hakları açıkça hükme bağlanmıştır. Bu kapsamda, ülkemizde tescil işlemi gerçekleşmiş coğrafi işaretler için AB’ye tescil başvurusunda bulunulabilir. Ancak tescile konu olan ürünler ile başvuru yapma hakkı bakımından ulusal mevzuat ile AB Tüzüğü arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. AB Tüzüğü uyarınca; “yasal oluşumuna ve bileşimine bakılmaksızın aynı ürünü üreten üreticilerden oluşmuş bir grup” başvuru yapma hakkına sahiptir. Grup içinde ilgili diğer kişiler de yer alabilir. Coğrafi işaretin birden fazla ülkeyi kapsamaması halinde ise, birkaç grup birleşerek “ortak bir başvuru” yapabilir. AB Tüzüğü, koruma kapsamındaki ürünleri de sınırlamaktadır. Korumadan faydalanabilecek ürünler iki grup halinde belirtilmektedir. Gıda maddeleri olarak tanımlanan gruptaki ürünler: biralar, bitki özlerinden yapılan içecekler; ekmek, hamur işleri, kekler, şekerlemeler, tatlılar ve diğer fırıncılık ürünleri; doğal zambak ve reçineler; hardal macunu; makarna; tarım ürünleri grubu ise: kuru ot-saman (hay); uçucu yağlar; mantar; cochineal (gıda katkı maddesi olarak kullanılan hayvansal bir tür boya maddesi); çiçekler ve süs bitkileri; yün; wicker (sepet örmede kullanılan saz, sepetçi söğüdü); scutched flax (keten lifi) olarak sayılmaktadır. Ayrıca canlı hayvanlar, et ve süt hammadde olarak kabul edilerek, bu hammaddelerden elde edilebilecek peynir, salam, sosis gibi ürünler de korumadan yararlanabilmektedir (Anonymous, 2007). Ulusal mevzuattaki düzenlemeden farklı olarak, coğrafi işaretlerin denetimi konusunda çok daha belirgin hükümler içermektedir. Denetimle ilgili hükümler; coğrafi işareti taşıyan ürünlerin piyasaya sürülmesinden önce, EN 45011 veya ISO/IEC Guide 65 sayılı standartlara göre akredite olmuş bağımsız ve tarafsız kuruluşlarca denetlenmiş olması zorunlu hale gelmiştir. AB Yönetmeliği çerçevesinde başvuru yapmak için söz konusu Yönetmeliğin ekinde yer alan ve “single document” başlıklı formun doldurulması gerekmektedir. Bu başvuru formu ve ilgili ekleri AB’nin resmi dillerinden biri ile hazırlanacak olup, başvuru sahibi tarafından doğrudan Avrupa Komisyonuna iletilecektir. Üye olmayan ülke kaynaklı başvurular için ön şart olan kendi ülkesinde korunuyor olması şartını karşılamak üzere, TPE bu amaçla talepte bulunulması halinde, TPE tarafından bir belge hazırlanacaktır. TPE İngilizce olarak hazırlanacak bu belgede

sadece; tescil tarihi, tescil numarası, başvuru sahibi ve adresi, Resmi Gazetede ilan tarihi, coğrafi işaret olarak korunan ibare, coğrafi işaret konu ürün, coğrafi işaretin türü ve kullanım biçimi bilgileri yer alacaktır (Anonim, 2013a).

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Son yıllarda dünyada teknolojik gelişmelerden dolayı, ulaşım ve iletişimin güçlenmesi ülkeler ve toplumlar arasındaki etkileşimi olumlu yönde etkilemiştir. Bu etkileşim birçok olumlu faktörün yanında olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Örneğin gelişmekte olan dünya ticaretinde kaliteli ürünlerin yanında kalitesiz ve ucuz ürünlerin açık pazarda piyasaya sürülmesidir. Buradan hareketle AB ürünlerinin kalitesini ve orijinalliğini korumak için coğrafi işaretleme sistemini gündeme getirmiştir. Ürünün kalitesini ve orijinalliğini koruma çabaları Avrupa'da 18. yy' da ortaya çıkarken, Türkiye 1995 yılında bu kavramla tanışmıştır. Tüm dünyada yerel ekonomik kalkınma; yereldeki kaynakları yerinde işlemeyi ve yereldeki halkın refahı için değerlendirmeyi öngörmektedir. Bu alanlarda geleneksel ürünlerin, gıdaların üretilmesi, işlenmesi, pazarlanması, yerel kalkınma için önemli bir ekonomik girdi sağlamaktadır. Bu bağlamda geleneksel ürünler; küreselleşen dünyamızda yerelin yerinde kalkınması amacıyla her geçen gün önemi artan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye jeopolitik konumu, iklim çeşitliliği, etnik yapısı ve kültürel miras zenginliği bakımından coğrafi işaret çeşitliliğinin zengin olması beklenir. Buna karşılık tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı yeterli değildir. Bunun nedeni, Türkiye'nin coğrafi işaret ürün potansiyeli düşünüldüğünde ilkel tarım metotlarının kullanılması, yıllar arasında ürün dalgalanmalarının olması, üreticilerin yeterli bilgiye sahip olmamaları, teknoloji eksikliği, başvuru sırasındaki kırtasiyecilik masraflarının çok olması ve bürokratik işlemlerin uzun sürmesi gibi birçok etken sıralanabilir. Bunların yanı sıra menşe ve mahreç işaretli ürünler düşünüldüğünde menşe işareti ile işaretlenmiş ürünler her özelliği bakımından yörede üretilmesi ile, kırsala ekonomik getiri sağlarken mahreç işaretli ürünler sadece tek bir özelliğinin o yöreden olmasının yeterli olması; ulaşım, teknoloji ve ticari açıdan gelişmiş şehirlerde yapılması mahreç işaretli ürünlerin kırsala olan ekonomik getirisinin azalmasına sebep olacağı düşünülmektedir. Coğrafi işaretlerin kültürel olması, gastronomi turizmini ortaya çıkarmıştır. Bu sayede coğrafi işaretli ürünleri yöresinde görme isteği, yörenin tanıtımına, kalkınmasına ve farklı yöreler

arasındaki sosyal ve kültürel etkileşimine büyük katkı sağlamaktır. Böylece yöreye özgü kültürel ve tarihi değerlerin korunması amaçlanmıştır.

Türkiye 1995 yılında uygulamaya başlanan coğrafi işaretli ürünlerin yıllarına göre dağılımına baktığımızda 1998 yılı hariç her yıl coğrafi işaretli ürünler dalgalanarak artmıştır. 1996 ve 1998 yıllarında 24 ürün coğrafi işaret kavramına dahil edilmesine rağmen 1998 yılında hiçbir ürün coğrafi işaret olarak alınmamıştır.

2014 itibariyle coğrafi işaret olarak kabul edilen 178 ürün bulunmaktadır. Bunların 41 tanesi İç Anadolu bölgesinde, 31 tanesi Marmara bölgesinin, 28 tanesi Ege bölgesine, 23 tanesi Karadeniz bölgesine, 21 tanesi Güneydoğu Anadolu bölgesine, 16 tanesi Akdeniz bölgesine, 15 tanesi Doğu Anadolu bölgesine ve 3 tane ürün ise coğrafi işaretle işaretlenmiş olup menşei Türkiye değildir. Bölge dağılımının sonucu olarak, iklim koşullarının elverişli olduğu, ulaşım ağının gelişmiş olması, diğer bölgelere yakınlığı ve kırsal bölgelerin kalkınma gösterdiği yoğun olduğu İç Anadolu bölgesi ve İç Anadolu bölgesinin en gelişmiş ili olan Ankara gelmektedir. Doğu Anadolu bölgesi Kültürel mirası ve yöresel özellikleri bakımından zengin olmasına rağmen Coğrafi işaretli ürün sayısı diğer bölgelere karşılaştırıldığında çok azdır. Bunun nedeni ise teknolojik gelişmeler uzak kalmaları, ulaşımın zorluğu, iklim şartları ve eğitim düzeyi gelmektedir. Türkiye’de coğrafi işaretle işaretlenen ürünlerin 79 tanesi menşei işareti ile işaretlenmiş olup, 20 tanesi Ege bölgesindedir. Mehreç işareti ile işaretlenmiş 99 ürünün 35 tanesi İç Anadolu bölgesine aittir. Coğrafi işaretli ürünlerin sayılarına iller bazında bakıldığında ise, il sırası 27 ürün ile Ankara almaktadır. Ankara’yı 10 ürün ile Bursa ve 9 ürün ile İzmir takip etmektedir. Tescillenen coğrafi işaretlerin ürün gruplarına göre sınıflandırılmasında geleneksel el sanatları 41 ürün ve geleneksel-yöresel yemek, aperatif vb. yiyecekler 42 ürün ile ilk sırada gelmektedir. En az ürün bulunan coğrafi işaret grubu hayvan ırkları ve diğer olarak adlandırılan mermer, lüle taşı vb. gibi ürünler ise 5’er tanedir.

Sonuç olarak coğrafi işaretli ürünlerin artırılmasında pek çok neden vardır. Bunlar iklim şartları, bölgesel uzaklık, teknolojik gelişmeler, kültürel miras, etnik yapı, eğitim düzeyi gelmektedir. Bunların yanında asıl olarak en önemlisi de başta TPE olmak üzere, ilgili coğrafi bölgenin içinde yer alan yerel belediyeler kaymakamlıklar, valilikler ve ticaret odaları bilinçlendirme konusunda kırsak kesimdeki üreticilere ve halka yol gösterici olmalıdırlar. Böylece kıt kaynakların en etkili şekilde kullanılmasını sağlamak için

tarımsal destekleme politikaları geliştirilmiştir. Ürünlerin iklime bağılılığını azaltmasının yanında ürün dalgalanmalarını en aza indirerek istihdamı sağlamaya çalışması hem kırsal kesimin refah seviyesini artırmaya hem de köyden kente göçün önüne geçecektir. Kırsal bölgede yetiştirilen yöreye has ürünlerin benzer ürünlerle olan rekabet yanında reklam, pazarlama, ulaşım, internet ağı gibi kollarında geliştirilmesi hem yörenin gelirini artıracak hem de ihracata konu olabilecek ürünlerin iç piyasada bulunduğu rekabet oranı kadar dış piyasada da rekabet payı oranı bulabilmesi Türkiye'nin ihracat payının artmasına ve tüm ülkenin kalkınma oranını artırır.

## KAYNAKÇA

- Addor F.; Thumm N. ; Grazioli A., 2003. Geographical Indications: Important Issues For Industrialized and Developing Countries, The IPTS Peport, No:74, Seville2003, s.24-31.
- Akın, E. B.,2006. Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısısının Teknolojik Özelliklerin Saptanması ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması, Hacettepe Üniversitesi Fen Bil. Ens. Gıda Mühendisliği ABD, Doktora Tezi, Ankara.
- Albayrak, M. ve Günes, E. 2010a. Traditional foods: Interaction between local and global Foods in Turkey. African Joyrnal of Business Management Vol. Sayfa 555-561 Nisan 2010.
- Anonim, 2004. Sınai Mülkiyet ile ilgili Uluslar Arası Anlaşmalar ve Türkiye'nin Bu Anlaşmalarla İlgili Durumu, TPE, Ankara.
- Anonim, 2006a. [www.turkpatent.gov.tr/](http://www.turkpatent.gov.tr/), Erişim Tarihi: 01.04.2013.
- Anonim, 2006b. [www.igeme.org.tr/27.10.2006](http://www.igeme.org.tr/27.10.2006) , Erişim Tarihi: 12.12.2012.
- Anonim, 2006c. [www.dtm.gov.tr/27.10.2006](http://www.dtm.gov.tr/27.10.2006) , Erişim Tarihi: 11.05.2012.
- Anonim, 2007. <http://www.tpe.gov.tr/tpe/index.jsp?sayfa=240>, Erişim Tarihi: 01.04.2012.
- Anonim 2008. <http://sgb.tarim.gov.tr/mevzuat/YPK/20060204-9-2.pdf>. 2008, Erişim Tarihi: 02.02.2013.
- Anonim, 2011. [http://www.trg.docdat.com/tw\\_files2/urls\\_10/123/d-122553/7z-docs/2.pdf](http://www.trg.docdat.com/tw_files2/urls_10/123/d-122553/7z-docs/2.pdf) Erişim Tarihi: 15.08.2013.
- Anonim, 2012a. <http://ec.europa.eu> , Erişim Tarihi: 18.04.2013.
- Anonim, 2012b. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=421>, Erişim Tarihi: 21.08.2012.
- Anonim, 2013a. <http://www.turkpatent.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=424>, Erişim Tarihi: 08.10.2013.
- Anonim, 2013b. , <http://www.tpe.gov.tr/portal/index2.jsp?sayfa=490> Erişim Tarihi: 15.04.2013.
- Anonim, 2013c. Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555sayılı KHK [http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/khk\\_cog.pdf](http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/khk_cog.pdf) Erişim Tarihi: 08.05.2013.

- Anonim, 2013d. [www.fikrimulkiyet.com/taslaklar/cografik\\_taslak.doc](http://www.fikrimulkiyet.com/taslaklar/cografik_taslak.doc), Erişim Tarihi: 19.06.2013.
- Anonim, 2013e. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=400> Erişim Tarihi: 18.04.2013.
- Anonim, 2013f. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=461> Erişim Tarihi: 05.01.2014.
- Anonim, 2013g. <http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozara.htm>, Erişim Tarihi: 28.07.2013.
- Anonim, 2013h. Aylık Avrupa Birliği Bülteni Haziran 2013, Erişim Tarihi: 28.07.2013.
- Anonim, 2014. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=431> Erişim Tarihi: 01.01.2014.
- Anonymous, 2003. 'Economic Importance of Trademarks and Geographical Indications and Their Use in Commerce', National Seminar on the Protection of Trademarks and Geographical Indications, March 17-19, Beirut.
- Anonymous, 2007. [http://www.wipo.int/about-ip/en/about\\_geographical\\_ind.html#P16\\_1100](http://www.wipo.int/about-ip/en/about_geographical_ind.html#P16_1100) Erişim Tarihi: 21.03.2013.
- Bayram, E.B. A., 2006. Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması Ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması. Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, GIDA Mühendisliği Anabilim Dalı, Ankara. (Doktora Tezi).
- Bojnec, S., 2006. Tourism Development in Rural Areas, [http://oega.boku.ac.at/fileadmin/user\\_upload/Tagung/2006/06\\_Bojnec\\_tourism.pdf](http://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2006/06_Bojnec_tourism.pdf), Erişim Tarihi: 10.07.2012.
- Canada, J.S. ve Vazquez, A.M., 2005. Quality certification institutions and innovation in Countries, Trade - Related Agenda -Development and Equity (T.R.A.D.E.) Working Paper Nr.:10, South Centre, Geneva 2001, <http://www.southcentre.org/publications/geoindication/geoindications.pfd>, Erişim Tarihi: 11.09.2012.
- Çalışkan V. ve Koç H., 2012. Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Doğu Coğrafya Dergisi – 28 <http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/dogucografya/article/viewArticle/8416>

file:///C:/Users/asus/Downloads/8416-32373-1-PB%20(1).pdf Erişim Tarihi: 18.12.2013.

Çolakoğlu, Mustafa H., 2002. KOBİ Rehberi, KOSGEB Yayınları, Nisan 2002 s/3 Ankara.

Deveci B., Türkmen S., Avcıkurt C., 2013. Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi International Journal of Social and Economic Sciences 3 (2): 29-34, 2013 ISSN: 1307-1149, E- ISSN: 2146-0086, www.nobel.gen.tr

Dimara, E., Petrou, A. Skuras, D., 2004. Agricultural policy for quality and producers' evaluations of quality marketing indicators: a Greek case study, Food Policy, 29(5), 485-506.

Ertan, A., 2010. Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2010/2, Sayı:12

Escudero, S., 2001. International Protection of Geographical Indications and developing foods in Turkey. African Journal of Business Management Vol. Sayfa 555-561, Nisan 2010. Gıda Mühendisliği Dergisi. TMMOB Yayını, Yıl:10 Sayı:25 Sayfa: 45-54.

Gökovalı, U., 2007. "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği", Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 21(2):141-160-2007  
<http://e-dergi.atauni.edu.tr/ataunidcd/article/download/1021008416/1021007118>  
<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/viewFile/3747/3576>  
<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index/index>, Erişim Tarihi: 21.10.2013.

Gönenç, S., 2007. Coğrafi İşaretlerin Koruyucu Mekanizmasını Engelleyen Faktörler. Gıda mühendisliği Dergisi. TMMOB Yayını, Yıl:10 Sayı:25 sayfa:45-54

Gündoğdu, G., 2006. Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması, Yıldız Teknik Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Ticaret Hukuku Anabilim Dalı, Beta Yayınları, Yayın No: 1667, Hukuk Dizisi: 747, İstanbul.

Gürsu Doğu, R. P., 2008. Avrupa Birliği'nde Kalite Politikası ve Türkiye'nin Uyumu, [http://ucmaz.home.uludag.edu.tr/PDF/ziraat/2008-22\(2\)/M7.pdf](http://ucmaz.home.uludag.edu.tr/PDF/ziraat/2008-22(2)/M7.pdf)

[http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&vtadi=TSOS&c=iparadigms&ano=73879\\_31ece3134d75bb37c469d99ed8b56f10](http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&vtadi=TSOS&c=iparadigms&ano=73879_31ece3134d75bb37c469d99ed8b56f10)Erişim Tarihi: 02.07.2013.

- Ilgaz, D., 2004. Türkiye’de Sosyal Politikalar Açısından Getirisi Yüksek Fikri Hak Alanı: Coğrafi İşaretler; Hukuk ve Adalet Dergisi,1.4.2004.
- Ilıcalı, G., 2005. Coğrafi İşaretler, Coğrafi İşaretlerde Denetim ve Denetimde Akreditasyonun Önemi, Ankara Üniversitesi, Avrupa Toplulukları Araştırma Uygulama Merkezi (ATAUM), 36. Dönem Avrupa Birliği Temel Eğitim Programı Semineri, Ankara.  
[http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/e443d6819ae22b2\\_ek.pdf](http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/e443d6819ae22b2_ek.pdf).
- Josling, T., 2005. What’s in a name? The economics, law and politics of geographical indications for foods and beverages, paper presented to the Institute for International Integration Studies, Trinity College, Dublin, 28s.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B., 2008. Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler, *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2): 57-66. <http://www.unikop.org/makale/KS13-7-06.pdf>
- Kan, M., 2007. Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretler ve Bazı Ülkelerden Uygulama ve Örnekleri. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Basılmamış Doktora Semineri Ankara
- Kan, M., 2011. Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara.  
<http://acikarsiv.ankara.edu.tr/browse/23767/>
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. 2011. Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma İmkanları. 1.Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu 13-15 Eylül 2011, Karaman
- Kırdar S.S., 2005. Burdur Yöresi Geleneksel Peynirleri:Çökelek Peyniri, I. Burdur Sempozyumu, Burdur.
- Kızıltepe, H., 2005. Coğrafi İşaretler, Türk Patent Enstitüsü, yayınlanmamış uzmanlık tezi, Ankara, 120s.
- Kop, P van de, Sautier, D., and Gerz, A., 2006. Origin Based Products. Lessons for

- propoormarket development. Royal Tropical Institute – CIRAD, Bulletin 372, Thelocal agro-food systems: Protected designation of origin of olive oil in Spain, Journal of Rural Studies, 21(2005), 475-486. www.elseiver.com
- MacDonald R., Jolliffe L., 2003. Cultural Rural Tourism, Evidence from Canada University of New Brunswick, Canada Annals of Tourism Research, Vol. 30, No. 2 , pp. 307– 322, 2003 Elsevier Science Ltd. All rights reserved Printed in Great Britain.
- Nanayakkara, T., 2011. Role of Intellectual Property in Enhancing the Competitiveness of the Tourism Industry., [http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism\\_ip.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism_ip.html) Netherland and France.
- Nordin, S., 2003. Tourism Clustering and Innovation (Paths to Economic Growth and Development). European Tourism Research Institute. Sweden: Mid-Sweden University.
- Orhan, A., 2010. Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, Güz: 243-254,
- PAGE S., GETZ D., 1997. The Business of Rural Tourism: International Perspectives, International Thomson Business Press.
- Rangnekar, 2004. Dwijen, Geographical Indications - A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products Other Than Wines andSpirits, UNCTAD ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No:4, France 2004, [http://www.ictsd.org/pubs/ictsd\\_series/iprs/CS\\_rangnekar.pdf](http://www.ictsd.org/pubs/ictsd_series/iprs/CS_rangnekar.pdf), Erişim Tarihi: 20.04.2012.
- Soykan F., 2003. Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, Ege Coğrafya Dergisi 12, 1-11, İzmir.
- Şahin, A. ve Meral, Y., 2012. Türkiye’de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi 5 (2): 88-92.
- ŞEN, Esin.,2008. Tedarik Zinciri Yönetimi İGEME’den Bakış, sayı 36, Ankara Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koor. Dairesi Bşk., AB Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Üniversitesi Fen Bil. Ens. Gıda Mühendisliği ABD, Doktora Tezi, Ankara.
- Yıldız B., 2007. Ticaretle bağlantılı fikri müliyet hakları sözleşmesi’ nde coğrafi

işaretlere İlişkin düzenlemeler,  
<http://www.ankarabarusu.org.tr/siteler/ankarabarusu/frmmakale/2008-3/2.pdf>,  
Erişim Tarihi: 10.09.2012.

Yıldız, Coşkun Asu., 2001. Coğrafi İşaretler, TPE Uzmanlık Tezi, s/6 Ankara

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı soyadı : Yağmur EROL  
Doğum tarihi ve yeri : 1986- Bafra/SAMSUN  
Medeni Hali : Bekar  
Yabancı Dili : İngilizce  
Telefon : 0554 269 13 54  
E-mail : y.erol@windowlive.com

### Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Lisans	Gaziosmanpaşa Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü	2009
Lise	Kızılırmak Lisesi	2003