

P – ISSN: 1309-954X
E – ISSN: 2148-2497
Yıl/Year: 2016
Cilt/Volume: 7
Sayı/Issue: 14

BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Uluslararası Hakemli Dergi



AYDINLIK YARINLARA

**BARTIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF
ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES**

Peer Reviewed International Journal

14

ISSN Print : 1309 – 954X
ISSN Online : 2148-2497
Yıl/Year : 2016
Cilt/Volume : 7
Sayı/Number : 14

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ DERGİSİ
Uluslararası Hakemli Dergi

Dergimiz 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır. DergiPark'ta da yayımlanan dergimizin TÜBİTAK ULAKBİM indeksinde taranması için girişimlerde bulunulmuş olup değerlendirilme süreci devam etmektedir.



BARTIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS
AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
Peer Reviewed International Journal

 **DergiPark**
AKADEMİK

This journal has been indexed within EBSCO Host since 06.04.2015. It is also published within JournalPark hosted by TUBITAK ULAKBİM. Evaluation processes still continues in order to be scanned also within ULAKBİM (TUBITAK Social Sciences Index) as per our official attempts.

Bir Farklılaşma Stratejisi Olarak Coğrafi İşaretler ve Türkiye İncelemesi¹

Doç. Dr. Şaban Esen

Bartın Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
sabanesen@bartin.edu.tr

Özet

Coğrafi işaretler (CI) bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısını ifade eden sembollerdir. Bu işaretler, söz konusu yöreye özgü doğal ya da insan faktörlerinden oluşan özelliklerin ürüne kazandırdığı nitelik ve kalite itibarıyla bölge ürünlerinin benzer ürünlerden farklılaşmasını ve ticari olarak ön plana çıkmasını sağlamaktadırlar.

Bu çalışmanın amacı, tescilli coğrafi işaretlerin iller bazında ve bölgesel olarak dağılımlarının incelenmesi, coğrafi işaretlerin türlerine göre sınıflandırılması ve coğrafi işaretlerin (ilgili bölgede) bir farklılaşma yaratıp yaratmadığını kavramsal olarak ortaya koymaktır. Çalışmanın kapsamını; Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından 15.05.2016 tarihine kadar tescil edilmiş olan coğrafi işaretler ile henüz tescil sürecini tamamlamamış coğrafi işaret başvuruları oluşturmaktadır. Çalışmada veri elde etmede yöntem olarak ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Bu yönüyle TPE verileri temel kaynaklar olarak incelenmiştir.

Türkiye'de 15.05.2016 tarihi itibarı ile 187 adet coğrafi işaretin tescil edildiği, 233 adet Coğrafi işaretin ise tescil sürecinin devam ettiği belirlenmiştir. Tescil edilen coğrafi işaretlerin %43'ü gıda ürünleri, %27'si tarım ürünleri, %26 hediyelik eşya, %2 doğal kaynak ve %2 hayvan türünden oluşmaktadır. En fazla coğrafi işarete sahip bölgeler ise; Ege, Karadeniz, Marmara, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve Akdeniz bölgeleri olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Mahreç işareti, Menşei işareti, Fikri Mülkiyet Hakları, TPE

¹Bu çalışma, 22-23 Ağustos 2016 Makedonya/Gostivar'da düzenlenen 14. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş şeklidir.

Geographical Indications As A Differentiation Strategy And Turkey Survey

Abstract: *Geographical indications (GI) product to a particular country, zone or region that express the connection with symbols. These marks in question, the region's unique natural and / or human factors as the characteristics of the product differentiation that brings to the quality and ensure the quality of similar products and commercial prominence of regional products.*

The aim of this study, the regional distribution of registered trademarks and geographical indications and on the basis of analysis, and geographical indications of Geographical Indications according to the type of classification (in relevant areas) to reveal if differentiation is created conceptually. The scope of the study the Turkish Patent Institute (TPI) which geographical indications have been registered till date by 15.05.2016 has not yet completed the registration process and references to geographical indications constitute. Secondary sources were used in the study as a method to obtain data. In this aspect, TPI as the primary sources of data were investigated.

As of the date of the registration of geographical indications in Turkey 15.05.2016 pieces 187, 233 to carry out the registration process for geographical indications was determined. Registered geographical indications, of which 43% food products 27% agricultural products, 26% of gift, %2 natural resources and 2% consist of animal types. Most regions with geographical indications, Aegean, Black Sea, Marmara, Central Anatolia, Southeastern Anatolia, Eastern Anatolia and the Mediterranean regions have been identified as.

Keywords: *geographical indications, protected designation of origin (PDO), protected geographical indications (PDI), intellectual property rights, TPI*

Giriş

Bir yörenin herhangi bir ürünü, meyvesi, taşı, madeni diğer yörelerde üretilenlerden farklı olabilir veya bir yörede üretilen halı, kilim, kumaş, çini vb. her hangi bir nedenle ün kazanmış olabilir. Bu ürünlerin üzerinde o yörenin adının kullanılması, tüketiciler tarafından o ürünün benzerlerinden farklı özelliklere sahip olduğu şeklinde algılanabilir. Tüketiciler söz konusu yöre adıyla satılan ürünleri o yörenin adına duydukları güvenle, aynı türdeki diğer ürünlere tercih edebilir.

Özellikle Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretlerin (Cİ) tescilinden sonra ürün fiyatlarında ciddi artışlar söz konusu olmuş, bu da doğal olarak ilgili ürünün yetiştiği veya üretildiği bölge halkı için eskiye oranla daha fazla bir refah artışı sağlamıştır. Aynı durum Türkiye içinde geçerli olabilir, ileriki bölümlerde de ifade edileceği üzere Cİ'lerin tüketiciler, üreticiler ve ülke için önemli kazanımları

olduğu aşıkardır. Aynı zamanda Cİ'le fikri mülkiyet haklarının korunması açısından da önem arz etmektedir.

1. Yöntem

Çalışmada veri elde etmede ikincil kaynaklardan (özellikle Türk Patent Enstitüsü verilerinden) yararlanılmıştır. Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından tescil edilen 187 adet coğrafi işaret çalışma konusuna (ürün türü, illere göre dağılımı ve bölgesel dağılımı) göre ayrıntılı olarak incelenmiştir. Türk Patent Enstitüsü, ülkemizde fikri ve sinai mülkiyet hakları konusunda yetkili bağımsız tek kurumdur. Patent, marka, endüstriyel tasarım, faydalı model, coğrafi işaret, telif hakları gibi hakların korunması sürecinde en önemli kamu kurumu niteliğindedir.

Coğrafi işaretler (Cİ) de TPE'nin önemli görevleri arasında yer almaktadır. AB uygulamalarına paralel olarak ülkemizde de Cİ tecil talepleri yoğun bir şekilde devam etmektedir. 15.05.2016 tarihinde tescil edilmek üzere bekleyen başvuru sayısı 233 iken, şu an itibarı ile 288'e ulaşmıştır. Bu çalışmaya konu olan Cİ incelemeleri TPE tarafından tescil edilmiş 187 Cİ'nin ayrıntılı incelemesini kapsamaktadır.

2. Literatür İncelemesi

Ülkemizde coğrafi işaretlerin korunması ile ilgili düzenleme 27.06 .1995 tarihli ve 22326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 555 sayılı KHK ile başlamıştır. Dolayısıyla bu alandaki çalışmalar bu tarihten sonra hız kazanmaya başlamıştır. Coğrafi işaretlerle ilgili oldukça fazla çalışma yapılmıştır. Öne çıkan bazı çalışmalar şunlardır.

Demirer (2010), Yöresel coğrafi ürünler ve işaretlerin Fransa Türkiye karşılaştırmasını; Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar (2012), Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanım olanakları; Mercan ve Üzülmöz (2014), Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki rolü; Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu (2014), Coğrafi işaretlerin yerel yiyeceklerle ilgisini; TPE, Ulusal Coğrafi İşaret ve Stratejisi Belgesi ve 2015-2018 yılları Eylem planı; Gökovalı (2007), Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri; Tanrıku (2012), Türkiye'de Coğrafi işaretlerin tespitinin önemi; Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can(2013), Coğrafi işaretlerin Gastronomi turizmdeki rolü; Doğan (2015), Coğrafi işaretlerin gelişmekte olan ülkeler açısından incelenmesi gibi çalışmaları saymak mümkündür.

3. Coğrafi İşaret Nedir?

Coğrafi işaret terimi ilk kez bir sinai mülkiyet hakkı türü olarak Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşmasının (TRIPS) 22'nci maddesinde, *"Bir malın kalitesinin, ününün veya diğer özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine*

atfedildiği durumlarda, bir malın menşeinin herhangi bir, üyenin, ülkesi veya bu ülkede bir bölge veya yer olduğunu gösteren işaret” olarak tanımlanmıştır (TPE, 2015: 5).

Coğrafi işaret, eşyaların üzerinde kullanılan bir işaret olup, ürünün belli bölgeden kaynaklandığını tanımlayan ve ürünün kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özelliklerinin belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını işaret eden bir hak türüdür.

Coğrafi işaretler, pek çok ürün veya nesne için kullanılabilir. Örnek olarak; peynir (Fransa'nın Roquefort bölgesinde üretilen “Rokfor”), zeytinyağı (İtalya'nın belirli bir bölgesinde üretilen “Toskana”) veya çay (Hindistan'da yetişen “Darjeeling”) verilebilir. Aynı zamanda coğrafi işaretler şaraplar ve alkollü içkiler için de sıkça kullanılmaktadır. Yine bir bölgeye has bir taş (Eskişehir, lüle taşı) olabileceği gibi, özellikle bir bölgede yetişen bir hayvan türü de (Sivas kangalı) olabilir.

Coğrafi işaret ile ticari marka bazen karıştırılabilmektedir. Ticari marka, bir şirket tarafından kendi mallarını ve hizmetlerini diğer şirketlerin mal ve servislerinden ayırt etmek için kullanılan bir işarettir. Bu işaret, sahibine diğer şirketlerin bahse konu işareti kullanmasını engelleme hakkı vermektedir. Coğrafi işaret ise tüketicilere bir ürünün belli bir yerde üretildiğini ve üretim yeri sebebiyle belli özelliklere sahip olduğunu anlatmaktadır. Coğrafi işaret, ürünlerini anılan coğrafi işaret tarafından belirtilen yerde yapan ya da ürünleri tipik niteliklere sahip tüm üreticiler tarafından kullanılabilir. Örnek olarak, “Switzerland” İsviçre saatlerinin resmi üretim standartları ile uyumlu üretim yapan tüm İsviçreli saat üreticileri tarafından kullanılabilir, ama “Rolex” yalnızca Rolex saat üreticisi tarafından kullanılabilir (Yenipınar, Köşker, & Karacaoğlu, 2014).

4. Bir bölge veya ürünün coğrafi işaretlerle farklılaştırması

Coğrafi işaretler bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısını ifade eden sembollerdir. Bu işaretler, söz konusu yöreye özgü doğal ya da insan faktörlerinden oluşan özelliklerin ürüne kazandırdığı nitelik ve kalite itibarıyla bölge ürünlerinin benzer ürünlerden ayırt edilebilmesini sağlamaktadır (DPT, 1995: 41).

Genel olarak coğrafi işaretin tescilinin başlıca amaçları;

- Coğrafi işarete konu olan ürünün kalitesinin korunması ve bilinen özellikte üretiminin sağlanması (ürünün korunması,

- Coğrafi işarete konu olan yörede veya özellikte üretim yapanların, tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmalarının sağlanması (üreticinin korunması),

- Coğrafi işaret ibarelerinin, gerekli özellikleri haiz olmayan sahte ürünler üzerinde kullanılmasının önüne geçilerek, tüketicinin yanıltılmasına engel olunması (tüketicinin korunması) ve

- Ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunması, şeklinde sıralanabilmektedir.

Ayrıca coğrafi işaret koruması;

- Sürdürülebilir ve izlenebilir ürün kalitesi sağlar.
- Ürüne katma bir değer vererek üreticisinin gelirinin artmasını sağlar.

- Bölgesel kalkınma aracıdır.

- Biyoçeşitliliğin korunmasını sağlar.

- Tüketicinin ürün tercihini kolaylaştırır.

- Tüketiciyi korur.

- Bölgenin tanıtımını sağlayarak turizme katkıda bulunur.

- Tür adı haline gelmeyi (jenerikleşme) engeller.

5. Coğrafi İşaret Korumasının Sağladığı Haklar

Coğrafi işaret tescili almış ürünün üretimini veya pazarlamasını tescil belgesinde düzenlenen şartlara uygun olarak herkes yapabilir. Yani tek bir üreticiyi değil, tescil belgesinde belirtilen şartlarda üretim yapanların veya satışa sunanların tümünü korur. Başvuru sahibinin rolü ise coğrafi işaretin tescil işlemlerini yürütmek, denetim işlemlerinde görev almaktır. Yani coğrafi işaret tescilinin ürüne katma değer sağlamasında başvuru sahibi temel rol almakta olup tescil, başvuru sahibine inhisari hak sağlamaz. Tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ya da çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari kullanımı hak sahibinin talebi üzerine mahkeme tarafından önlenir. Sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı veya korunan adın tercümesinin kullanımı veya 'stilinde' 'tarzında' 'tipinde' 'türünde' 'yöntemiyle' 'orada üretildiği biçimde' veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı hak sahibinin talebi üzerine mahkeme tarafından önlenir. Ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal, esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye yer verilmesi hak sahibinin talebi üzerine mahkeme tarafından önlenir. Ürünün

kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanlış olarak yaratılacak herhangi bir şekilde sunulması denetime ve yaptırıma tabidir(TPE,2016:2)

6. Coğrafi İşaretlerle İlgili Yasal Düzenleme

Yerel ürünleri taklitlerine ve haksız rekabetle karşı korumak amacıyla çok sayıda ülkede yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu anlamda 1883 yılında Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından yapılan Paris Sözleşmesi ve 1958 yılında imzalanan Lizbon Anlaşması uluslararası platformda coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin maddeler içeren ve temel oluşturan önemli anlaşmalar olmuştur. Dünyada, özellikle Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretleme kavramı ve bu konuyla ilgili yasal düzenlemelerle yerel ürünler koruma altına alınmaktadır. Böylece; sosyo-kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve kırsal turizmin küresel pazarda ön plana çıkmasını sağlamaktadır (Kan ve diğ., 2010: 16). Günümüzde yerel ürünlerin dünyada olduğu gibi Türkiye’de de coğrafi işaretleme ile tescil edilerek yasal korunma altına alındığı bilinmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü’nün 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe koyduğu Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi’nde (TRIPs) coğrafi işaretin özel, ayrı bir fikri mülkiyet hakkı olduğu ve bu özel fikri mülkiyet hakkının 149 ülke tarafından tanındığı belirtilmektedir (www.dunyagida.com.tr). Söz konusu sözleşmenin 22, 23 ve 24’üncü maddeleri menşe adlarının korunması ve uluslararası tescilini içermektedir. 22. maddede coğrafi işaret kavramı; “belirli bir kaliteye, üne veya diğer karakteristik özelliklere (şekil, sunum vb.) sahip olan ve herhangi bir ülkedeki bir alan, bölge veya yöreye özgü olan bir ürünü tanımlamak için kullanılan sembol” (22. madde, sayfa 328) şeklinde tanımlanmaktadır. Anlaşmada ürün için belirli bir sınır getirilmemiş olduğundan tarım, gıda ve el işi gibi kategoriler de bu kapsama girmektedir. Avrupa Birliği, belirli bir coğrafi bölgede üretilen ve tipik kalitede olduğu iddia edilen ürünlerin üretildikleri coğrafi bölgenin adıyla tescillemektir.

Avrupa Birliği (AB), menşe adı (Protected Designation of Origin – PDO) mahreç işareti (Protected Geographical Indication - PGI) ve geleneksel özelliklerin (Traditional Speciality Guaranteed - TSG) korumasını ilk olarak 1992 yılında 2081/92 sayılı tüzük ile gerçekleştirmiştir. Bu tüzük yerini 2006 yılında 510/2006 sayılı tüzüğe bırakmış, bu tüzük günümüzde halen yürürlüktedir (Yenipınar, Köşker, & Karacaoğlu, 2014).

6.1 Menşe ve Mahreç Kavramları

"Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" deki tanımlar kısmında, bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda "**menşe adını**" belirtir:

a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması;

b) Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması;

c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Bu tür ürünlere örnek olarak Eskişehir Lületaş, Çelikhan Tütünü, Ege Pamuğu verilebilir.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların karşılanması durumunda "**mahreç işareti**" göstergesini belirtir:

a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması;

b) Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması;

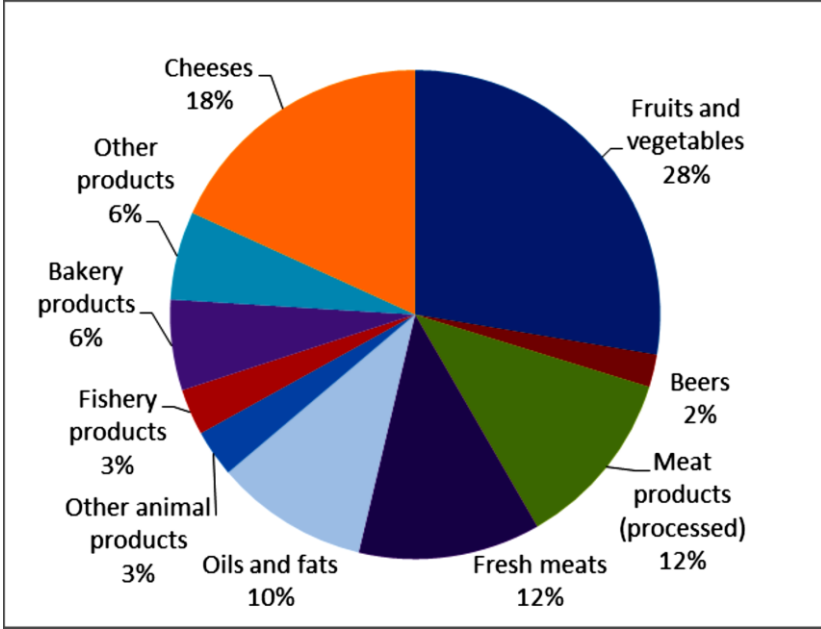
c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması gerekir. Bu tür ürünlere örnek olarak Damal Bebeği, Isparta Halısı, Siirt Battaniyesi verilebilir. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri belirli bir coğrafi yere ait doğal hammadde ya da beşeri unsurlara dayalı işlemlerden kaynaklanan özellikler taşır.

6. AB Ülkelerinde Coğrafi İşaretler

Avrupa Birliği ülkelerinde coğrafi işaretler çoğunlukla gıda ürünlerine ait olmakla birlikte halı, kilim, kumaş, hasır el işleri, çiçek ve süs bitkileri, gibi gıda dışı ürünler de koruma altına alınmıştır. 14.02.2014 tarihi itibarıyla Avrupa Birliği yasaları altında korunan ve tescillenen ürünler içerisinde en geniş grubu meyve, sebze, tahıllar ve bunların işlenmiş ürünleri (330 adet) oluşturmaktadır. Bunun ardından ikinci sırayı çığ (143 adet) ve pişmiş (136 adet) et ürünleri (279 adet) almaktadır. Üçüncü sırada ise peynir çeşitleri (215 adet) bulunmaktadır. Fransa'nın 50, İtalya'nın 46, İspanya'nın 28 ve Yunanistan'ın 21 çeşit tescilli

peynir mevcuttur. Bununla beraber, yakın zamanda Fransa 4, İtalya 2 ve İspanya 3 çeşit peynirini tescillemek için başvuruda bulunmuştur.

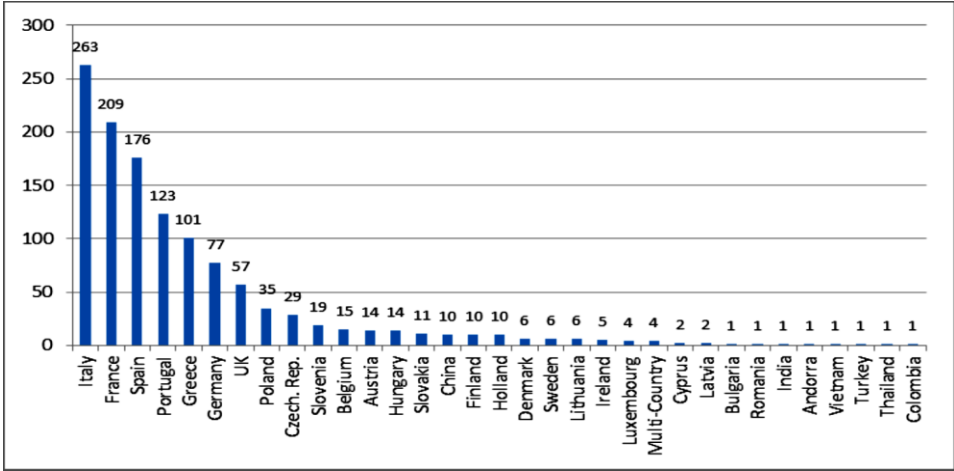
Tablo 1: AB tescilli 1216 adet Coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı (Mart 2014 itibarı ile)



Kaynak: www.crs.gov (Geographical Indications in U.S.-EU Trade Negotiations, March 2014))

Tablo 2 : AB'de Coğrafi İşaretlerin Ülkelere Göre Dağılımı²

² AB'de tescilli tek Türk ürünü Antep Baklavasıdır. (PGI-Mahreç) 21.12.2013 tarihi itibarıyla Avrupa Komisyonu tarafından tescili gerçekleştirilmiştir.



Kaynak: www.crs.gov (Geographical Indications in U.S.-EU Trade Negotiations, March 2014)

- AB Düzenlemesi (EEC) No 510/06 ve Düzenleme (EEC) No 509/06 kapsamında bulunan ürünler;
 - Taze et (ve sakatat)
 - Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış- tütsülenmiş vb.)
 - Peynirler
 - Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç süt ürünleri)
 - Bitkisel ve hayvansal yağlar (tereyağı, margarin vb.)
 - Meyveler, sebzeler, hububat (işlenmiş veya işlenmemiş)
 - Balık, yumuşakçalar, kabuklular ve ürünleri
 - Bira
 - Bitki ekstraktlarından elde edilen içecekler
 - Ekmek, bisküvi, unlu mamuller
 - Diğer tarımsal ürünler
- AB Düzenlemesi (EEC) No 510/06 kapsamında bulunan ürünler;
 - Doğal mineral sular ve memba suları
 - Doğal sakız ve reçineler
 - Temel yağlar
 - Saman
 - Mantar
 - Cochineal (Hayvansal orijinli ham ürün)
- AB Düzenlemesi (EEC) No 509/06 kapsamında bulunan ürünler;
 - Çikolata ve diğer kakao ürünleri

- Pasta
- Hazır yemekler
- Hazır soslar
- Çorbalar
- Dondurma ve şerbet (Kan, Gölçubuk, & Küçükçongar, 2012).

Tablo 3: Coğrafi işaretli ürünlerin fiyat değişimi

Coğrafi İşaretli Ürün	Ek Fiyat
Gemlik zeytini	%75 ek fiyat (TL/kg)
Bresse tavuğu (Fransa)	Beyaz et fiyatınının 4 katı
Champagne (Fransa)	12 \$ 40 \$
Antigua kahvesi çekirdeği (Guatemala)	0,5 \$ 1,5\$
Parma jambonu (İtalya)	39 lired/kg 42 lired/kg
Toscana yağları (İtalya)	Tescilden sonra %20 daha fazla fiyat
Jamao kahvesi (Dominik Cumhuriyeti)	Tescilden önce 67 USD, 107 USD

Kaynak: Demirer, 2012

7. Türkiye’de Coğrafi İşaretler

Coğrafi işaretlerin korunması ile ilgili ilk düzenleme 27.06 .1995 tarihli ve22326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 555 sayılı KHK'dır. Ülkemizde coğrafi işaretler 555 sayılı KHK ve bu KHK'nın Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik kapsamında korunmaktadır.

Ayrıca 11.06.2010 tarihli 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun (5996 sayılı Kanun) Gıda Kodeksi başlıklı bölümündeki 23 üncü maddenin 2'nci fıkrasında yer alan “Bakanlık, tarım ve gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının tescilinde belirtilen özelliklere uygunluğu denetler” hükmü ile, Gıda , Tarım ve Hayvancılık

Bakanlığına (GTHB) gıda maddeleri ve tarı ürünlerini kapsayan coğrafi işaretlerin kullanımının denetimi görevini vermiştir. Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin tescilli Türk Patent Enstitüsü’nce (TPE) yapılmaktadır. İlk tesciller, 1996 yılında yapılan Sümer Halı A.Ş tarafından yapılan 25 yöresel el halısıdır (Oraman, 2015: 79).

Ankara Ticaret Odasının Türkiye’de 81 ili kapsayan “Türkiye Lezzet Haritası” çalışmasına göre Türkiye 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecek mevcuttur. Buna göre; 291 çeşit yemek, tatlı ve içecekten oluşan mutfuğı ile Gaziantep ili ilk sırada; 154 çeşit ile Elazığ ikinci sırada, 93 çeşit ile de Ankara üçüncü sıradadır. Yine bu çalışmaya göre, bölgeler arasında İç Anadolu, 455 yiyecek ve içecek çeşidiyle ilk sırada yer almaktadır. Onu 425 çeşit ile Doğu Anadolu, 398 çeşit ile Güneydoğu Anadolu ve 397 çeşit ile de Karadeniz Bölgesi izlemektedir. Bu ürünlerin ¼ oranında tecil edilmesi durumunda bile coğrafi işaret çeşitliliğı açısından önemli bir kazanım söz konusu olacaktır.

Türkiye’deki coğrafi işaretlerin ekonomik etkileriyle ilgili çalışmaların sayısı çok sınırlıdır. Mevcut çalışmalarda ise ekonomik analizler (Tepe: 2008 gibi) ise son derece yetersizdir. Coğrafi işaretlerin ülke ekonomisine katkısı konusunda yine Türk Patent Enstitüsü’nün öncülüğünde hazırlanan 2015-2023 stratejik planı bu konulara ilgiyi biraz daha yoğunlaştıracaktır.

8. Coğrafi İşaretlerin Önemi

Coğrafi işaretler tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretleridir.

Coğrafi işaret tescilinin amaçlarından biri genel nitelikleri itibarı ile üretimi, coğrafi kaynağı gibi bir takım yerel niteliklerine bağlı olarak bir üne kavuşmuş ürünlerin korunmasını sağlamaktır. Örneğin leblebi için “Çorum” ibaresi, halı için “Hereke” ibaresi, kaynak için “Afyon” ibaresi belirli bir kalitenin işareti olarak ortaya çıkmaktadır. Coğrafi işaret tescilli ile coğrafi sınırları belirlenmiş alanda üretim gerçekleşen ve tarihsel geçmişli olan özel ürünlerin, üretim metotları ile birlikte coğrafi kökenlerine dayalı kalite standartları korunmaktadır. Coğrafi işaretlerin; coğrafi kaynağı belirtmek, geleneksel bilgi ve kültürel değerlerle de şekillenebilen üretim metodunu ve kalitesini garanti etmek, pazarda ürünleri ayırt ederek pazarlama aracı olmak, yerel üretimi ve kırsal kalınmayı desteklemek, turizme katkıda bulunmak, ürün taklitçiliğı ile mücadele etmek gibi işlevleri bulunmaktadır. Coğrafi işaretlerin özellikle kırsal kalkınmanın desteklenmesinde önemli bir rolü olduğu söylenebilir.

Bir ürün, yöresel ürün kategorisine girdiğinde piyasa değerinin yaklaşık %20 üstünde bir rakamla alıcı bulabilmektedir. Fransa'da sadece coğrafi işaretlere konu ürünlerin ihracatında 2012 yılı verilerine göre 6 milyar Avro gelir elde edilmiştir. Bu rakam gıda ürünleri endüstrisinin %30'unu oluşturmaktadır. Fransız coğrafi işaretli peynirleri diğer peynirlere göre %30 oranında, şaraplar ise %230 oranında daha yüksek fiyatlarla alıcı bulmaktadır (Doğan, 2015:65).

9. Türkiye'de Coğrafi İşaretlerle Bir Farklılaştırma Mümkün mü?

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye'deki coğrafi işaretlerle ilgili bazı seçilmiş veriler ve bu veriler ışığında Türkiye'de bölgesel veya yöresel bir farklılaştırmanın mümkün olup olmadığı irdelenmeye çalışılacaktır.

Tablo 4: Türkiye'deki Tescilli Coğrafi İşaretlerin İllere Göre Dağılımı ve Türleri³

İLLER	Tarım Ürünleri	Gıda Ürünleri	Halı Hediyeelik Eşya	Doğal Kaynaklar	Hayvan Türü	Toplam
Adana		1				
Adapazarı		2	1			
Adıyaman	1					
A.Karahisar	1	3	1	1		
Ankara	1	2				
Antalya	1					
Ardahan			1			
Aydın	2					
Balıkesir	3	2	1			
Bartın			1			
Burdur		2				
Bursa	1	3	1		1	
Çorum	1	3				
Denizli	2	1	1	1		
Diyarbakır	1	1				
Edirne		4				
Elazığ	1					
Erzincan	1	1	1			
Erzurum	1	5				
Eskişehir		1		1		
G.Antep	1	2	2			
Giresun	1					
Gümüşhane		2				
Hatay		1				
Isparta	1					
İzmir	3		2			
K.Maraş	3	1	1			
Karabük	1		1			

³ Bu tabloda bazı ürünler özellikle el halılarının büyük bir bölümü 21.06. 1996 yılında Sümer Halı A.Ş tarafından tescil ettirilmiştir. Bazı içecekler ise MEY A.Ş tarafından tescil ettirilmiştir. Bu nedenle bu ürünler Türkiye geneli için değerlendirilmiştir.

Kars		1	1		1	
Kastamonu	1					
Kayseri	2	4	2			
Kilis		1				
Konya	1	2				
Kütahya		1	2			
Malatya	2					
Manisa	4	1	1			
Mardin		5	1			
Mersin	3	3				
Muğla	1		1			
Ordu	1					
Ordu		1				
Osmaniye	1					
Rize			1			
Samsun	1	3				
Siirt	1	3	1			
Sinop			1			
Sivas		1	1	1	1	
Ş. Urfa	1	1				
Tokat	1					
Tokat		2				
Trabzon		1	2			
Uşak			1			
Yozgat		3	1			
Zonguldak			1			
Türkiye(Genel)		7	17		1	5
Bölge Bazlı	4					
KKTC		1				
İngiltere		1				
İtalya		1				
TOPLAM	51	0	8	47	4	4
						87

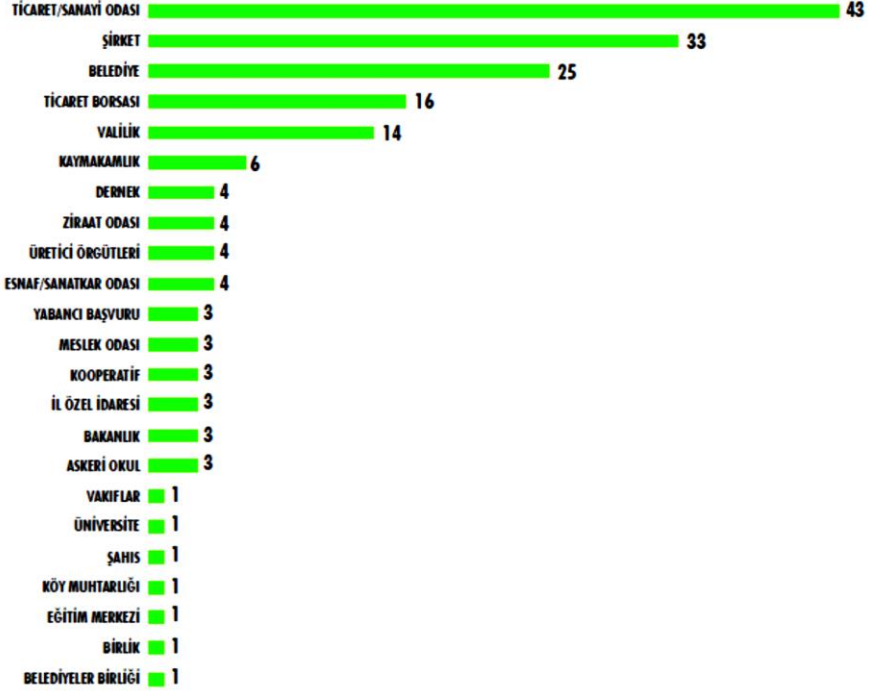
Kaynak: Türk Patent Enstitüsü verilerinden derlenmiştir (15.05.2016).

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, gıda veya yiyecek içecek alanındaki coğrafi işaretlerin toplam içinde en fazla tecilli ürün grup olduğu görülmektedir. Bu da neden bazı yörelerin (özellikle Güneydoğu Anadolu bölgesinin) bölgeye has ürünleriyle ön plana çıktığını ifade etmekte bizlere yardımcı olmaktadır. Yine bazı tarımsal ürünlerin (peynir ve bal türü gibi) Doğu Anadolu'yla özdeşleştirilmesi de bu gerekçeyle açıklanabilir. Ege bölgesi ise bazı tarımsal ürünlerle (incir, pamuk, zeytin gibi) ön plana çıkmaktadır.

Diğer taraftan; İstanbul, Kırklareli, Tekirdağ, Bolu, Artvin, Van, Hakkâri, Bitlis, Muş, Iğdır, Ağrı, Şırnak, Osmaniye, Bingöl, Tunceli, Niğde, Kırşehir, Nevşehir, Kırıkkale, Çankırı gibi illerin tescilli coğrafi işaretli ürünlerinin olmadığı

görülmektedir. Bu durum coğrafi işaret uygulamalarının henüz yeterince bir farklılık unsuru oluşturmadığı şeklinde yorumlanabilir.

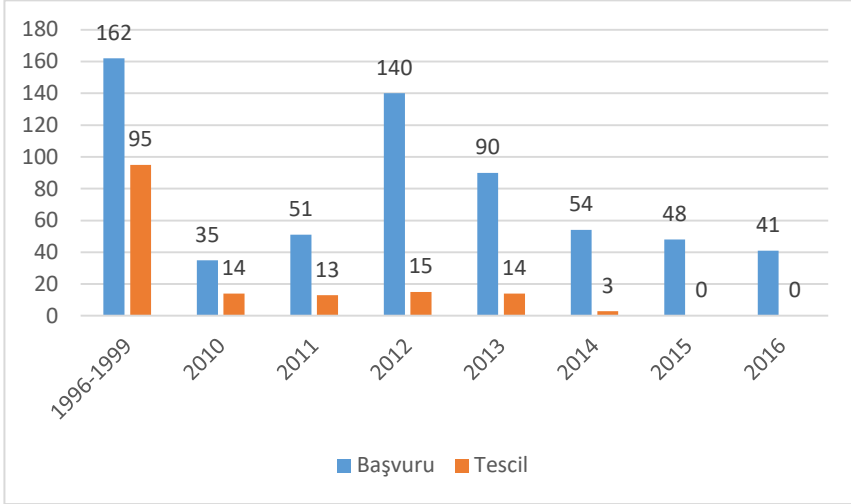
Tablo 5: Coğrafi İşaretlerin Tescil Sahipleri



Kaynak: TPE, 2014:13

Yukarıdaki Tablo 5 incelendiğinde sadece 4 coğrafi işaretin üretici örgütlerince tescil ettirildikleri görülmektedir. Oysa AB uygulamalarına bakıldığında Cİ tescillerinin çoğunlukla üretici birlikleri tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu da ülkemizde coğrafi işaretlerin kullanım açısından net anlaşılmadığının bir göstergesidir.

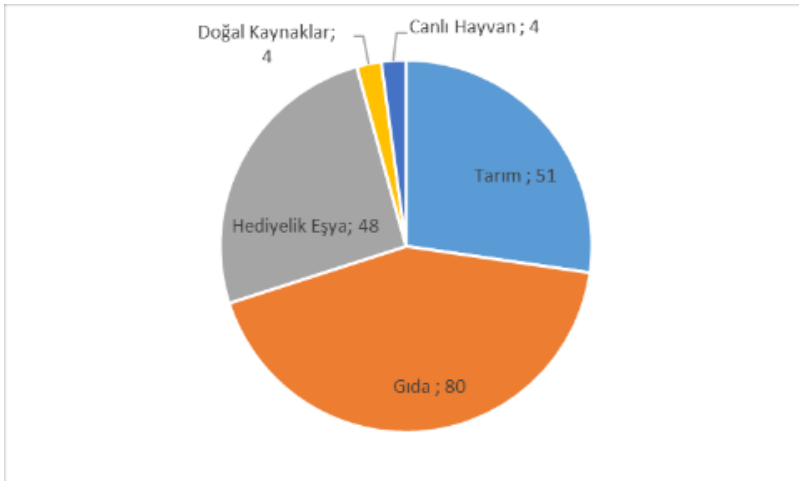
Tablo 6: Coğrafi İşaret Başvuru ve Tescil Sayısı



Erişim tarihi (16.06.2016)

Tablo 6'dan da görüldüğü üzere coğrafi işaret başvuruları 2012 yılında en üst seviyeye ulaşmış, sonraki yıllarda tescil başvurularında bir azalma görülmektedir. Fakat kümülatif toplama bakıldığında tescil bekleyen 288 adet Cİ sıra beklemektedir. Neden bu kadar ürünün tescil sürecinin uzadığı ayrı bir sorudur ve ilgili kurum bu duruma bir açıklama getirmelidir.

Tablo 7: Tescilli Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı



Tablo 7’de görüldüğü üzere tescil edilen coğrafi işaretlerin %43 oranında gıda ürünlerinden, %27 tarımsal ürünlerden, %26 hediyeelik eşyalardan, %2 doğal kaynaklardan ve % 2’de hayvan türünden oluştuğu görülmektedir. Hediyeelik eşya içinde, önemli oranda el halıları önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle gıda ürünleri içinde önemli bir bölümünün yemek türü olduğu düşünüldüğünde, gastronominin coğrafi işaretler içinde önemli bir yer tuttuğunu söylemek mümkündür.

Tablo 8: Tescilli Coğrafi İşaret Türlerinin Bölgelere Dağılımı⁴

Bölgeler	Tarım	Gıda	Hed.Eşya	Doğal Kaynak	Hayvan	Toplam
Marmara	4	11	7		1	23
Ege	14	5	16	2		37
Akdeniz	9	9	3			21
İç Anadolu	4	13	8	1	1	27
Karadeniz	8	12	6			26
Doğu Anadolu	5	7	5		1	18
Güneydoğu Anadolu	5	12	5			22
Toplam	49	69	50	3	3	173

Kaynak: TPE verilerinden yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde bölgelerin hangi ürünlerle öne çıktığını veya farklılaştığını daha net bir şekilde görmek mümkündür. Ege bölgesi, hediyeelik eşya ve tarımsal ürünler açısından, İç Anadolu, Doğu Anadolu, Marmara, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgeleri ise gıda (yiyecek içecek) ürünleriyle ön plana çıkmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise, bölgelerin potansiyellerinin çok azını coğrafi işaret ile tescilledikleri görülmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere, Ankara Ticaret Odasının yapmış olduğu bir çalışmada ülkemizde 2205 yöresel yiyecek içecek türü mevcut iken, bunların çok az bir kısmı (69 adet) coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

⁴ Bu tabloda Sümer A.Ş tarafından Türkiye genelinde tescil edilen 20 adet yöresel el halısı bölgelere göre dağıtılmış olup, “Pızırık El Halısı, Süper İnce Kilim ve Türkmen El Halısı’nın hangi yöreye ait olduğu tespit edilemediğinden tabloya dahil edilmemiştir. Ayrıca Mey İçecek A.Ş. tarafından tescil edilen alkollü içkiler ve likörler ile yabancı firmalar adına tescilli ürünler de listeye dahil edilmemiştir.

Türkiye’de coğrafi işaretlerle ilgili yasal düzenleme 1995 yılında 555 sayılı KHK ile başlamıştır. 2016 yılı itibarı ile tescilli coğrafi işaret sayısı 187’ye, tescil bekleyen coğrafi işaret sayısı ise 288’e ulaşmıştır. Bu rakam coğrafi işaretin ilgili kurum ve kişiler açısından önemin anlaşıldığı şeklinde yorumlanabilir. Ancak yukarıda da belirtildiği üzere AB daha ziyade üretici birlikleri tescil için müracaat ederken Türkiye’de üretici birlikleri tarafından tescil ettirilen ürün sayısı sadece 4 adettir. Diğer tescil sahipleri ise ticaret ve sanayi odaları, şirketler, belediyeler, ticaret borsaları, valilik ve kaymakamlıklar tarafından yapıldığı görülmektedir. ,

Coğrafi işaretler belirli ürünleriyle bölgelerin veya illerin farklılaşmalarına imkân vermektedir. Kalkınmakta geri kalmış bazı illerimizin belirli ürünleri vasıtasıyla (Gümüşhane Kömesi gibi) ilin ekonomisine ciddi katkılar sunması söz konusudur. Ancak coğrafi işaretli ürünlerin veya coğrafi işareti olmamakla birlikte belirli yörelere özgü ürünlerin ekonomik katkılarıyla ilgili çalışma sayısı çok sınırlıdır ve bu nedenle coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel ekonomilere katkılarını ifade etmek zordur. Ancak ismi ve kalitesiyle bir bölgeye mal edilen bir ürünün benzerlerine oranla en az %25 daha fazla bir fiyatla satılması en düşük ihtimaldir. Örneğin, coğrafi bir ürün olarak tescil aşamasında olan Rize ilinin Anzer yaylasından ismini alan Anzer Balı’nın kilo gram fiyatı 850 TL gibi astronomik bir fiyata alıcı bulabilmektedir. Coğrafi işaretli ürünler iyi yönetildiğinde üreticiler ve menşeye yöre için oldukça tatminkar ekonomik getiriler sağlayabilir.

Coğrafi işaretlerin tescilinin amacı, genel nitelikleri itibarıyla üretimi, kaynağı gibi bir takım yerel niteliklerine bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunmasını sağlamaktır. Ülkemizde her ilin, hatta her ilçenin belli bir ürünün üretimine kaynak teşkil ettiği ve bu ürün ile ünlenmiş olduğu bir gerçektir. Doğallık, geleneksellik, sürdürülebilir kalite, bölgesel kalkınma ve dünya pazarında rekabet edebilme teminatı gibi tüm bu özellikler coğrafi işaretlerin katma değerleri arasında sayılır.

Son olarak şunu da ifade etmek gerekir ki, TPE tarafından tescil edilen coğrafi işaretler sadece Türkiye için bir koruma sağlamaktadır. Ulusal sınırların dışında bir koruma sağlamamaktadır. Bu nedenle bazı önemli ulusal ürünlerin yurt dışında da kabul görebilmesi için AB ölçeğinde de tescil edilmesi önem arz etmektedir. AB tescilli tek Türk ürünü Antep Baklavasıdır. Bu sayının da hızla artması bir gerekliliktir.

KAYNAKÇA

Demirer, H. (2010). *Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler: Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme: Doktora Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10(2), 58-75.

Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13-20 .

Gökovalı, Ü. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *İİBF Dergisi*, 141-159.

Kan, M., Gölçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.

KHK, 555 Sayılı. (1995). *Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname*.

Mercan, Ş. O., & Üzülmaz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF*, 67-94.

Oraman, Y. (2015). Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 01(01), 76-85.

Tanrıkulu, M. (2007). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi . *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitim Dergisi*, 173-184.

Tepe, S. (2008). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri*. Ankara: TPE.

TPE . (2016). *Coğrafi İşaretler Başvuru Klavuzu*. Ankara: Türk Patent Enstitüsü.

TPE. (2014). *Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2023*. Ankara: Türk Patent Enstitüsü.

TPE. (2015). *Coğrafi İşaretler*. Ankara: TPE.

Yenipınar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlu Peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13-23.