



Coğrafi İşaretler *ve* Gıda Mühendisinin Rolü

Tanımlar • Değerlendirmeler • Öneriler



**Yöresel Ürünler ve Coğrafi
İşaretler Çalışma Grubu**
tarafından hazırlanmıştır.

Kitaplar Serisi - 45

**Ankara
Mayıs 2022**

© **Copyright**, TMMOB Gıda Mühendisleri Odası. Bu kitap bir telif eseridir. Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı başvuru yoluyla izin alınmadan kitabın hiçbir bölümü kopyalanamaz, bilgisayar dosyası haline getirilemez, elektronik, fotografik veya manyetik form veya kanallardan hiçbir şekilde iletilemez. Kaynak gösterilmeden bu bilgiler kullanılamaz. TMMOB Gıda Mühendisleri Odası'ndan önceden izin alınmaksızın kopya edilmesi, çoğaltılması, çeviri yapılması kanun dışı fiildir ve cezai yaptırıma tabidir.

Bu yayın ücretsiz olup, para ile satılamaz.

İsteme Adresi:

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası

Meşrutiyet Mah. Karanfil Sok. No: 49/10 06640 Kızılay / ANKARA

Tel: (0312) 418 28 46 – 418 28 47 Fax: (0312) 418 28 43

Web: www.gidamo.org.tr

E-mail: gidamo@gidamo.org.tr

1. Baskı: Mayıs 2022

ISBN: 978-605-01-1522-2

Basım Yeri: KARMATSAN Basım Yayın Matbaacılık

Promosyon ve Reklam Ürünleri Limited Şirketi Zübeyde Hanım Mah. Kazım Karabekir Cad. Kültür Çarşısı 7/12 İSKİTLER Altındağ/Ankara

ÖNSÖZ

Coğrafi İşaret (Cİ), üretici ve tüketiciyi haksız rekabete karşı koruyan, tüketicileri ürünün kökeni ve kalitesi konusunda bilgilendiren, istihdam ve gelir yaratarak sürdürülebilir kırsal kalkınmayı sağlayan, kırsal nüfusu yerinde tutan, doğal kaynakları, çevreyi ve biyoçeşitliliği koruyan ve turizmi geliştiren resmi kalite işaretleridir.

Bir yörenin ürün zenginliğinin Coğrafi İşaretler yoluyla korunması, gıdaların kökeninin tüketicilerce bilinmek istenmesi, ürünlerin ait olduğu yörenin bir marka değeri taşıması ve tüketicie güven vermesi, ilgili ürünlerin doğru tescillenmesi, aslına uygun ve güvenli bir şekilde üretilmesi, denetlenmesi ve ekonomiye kazandırılması son yıllarda dünya ticaret hayatında ve tüketici pazarında oldukça önem arz eden kavramlar haline gelmeye başlamıştır.

Anadolu, Rus bilim insanı Vavilov'un dünyada gen kaynakları ve çeşitlilik bakımından sekiz merkezden biri olarak tanımladığı, binlerce yıllık kültürel birikime sahip eşsiz bir coğrafyadır. Bu zenginlik, coğrafi işaretlerimize de yansımıştır. Dünya genelinde tescil edilmiş yaklaşık 10 bin Coğrafi İşaret bulunurken, ülkemizin tescillenebilir Coğrafi İşaret potansiyelinin ise 2500 civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Bu çalışma ile meslektaşlarımıza ve sektör paydaşlarımıza Coğrafi İşaretler hakkında kapsamlı bilgi, beceri ve deneyim kazandırmak, doğru tescil hakkında yol göstermek, hem yerel üreticiyi hem de kırsal kalkınmayı desteklemek, tüketiciyi bilgilendirmek, ülkemizin sahip olduğu kültürel değerleri koruyarak gelecek nesillere aktarmak, ülkemizin mevcut durumunun değerlendirilerek Avrupa'daki sistem uygulamaları ile karşılaştırılması ve gelişimin desteklenmesine dair önerilerin oluşturulması amaçlanmıştır.

Ülkemizde tescilli Coğrafi İşaretlerin yaklaşık %80'i tarım ve gıda ürünü olması, tescil süreçlerinde birçok meslektaşımızın yer alması, büyük bir Coğrafi İşaret potansiyeli olan ülkemizde doğru tarım ve gıda politikalarının oluşturulması, tescilli ürünlerin geliştirilmesi, denetlenmesi ve ideal bir Coğrafi İşaret sisteminin kurulması için TMMOB Gıda Mühendisleri Odası olarak ülkemize katkı sunmak istedik.

Bu yayın, TMMOB Gıda Mühendisleri Odası 13. Dönem Yönetim Kurulu kararı neticesinde, ülkemizin dört bir yanından şube ve temsilciliklerimizin katılımı ile oluşturulan Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Çalışma Grubu'nun, bir yıllık özverili çalışmasının ürünüdür. Bu süreçte, ülkemiz ve Dünyadan pek çok uzman yayınları ve Coğrafi İşaretler Sistemi'nde başarılı ülkelerin uygulamaları incelenmiştir.

Oda çalışmalarına olduğu kadar TMMOB'nin toplumcu mücadelesine de katkı vereceğine inandığımız bu çalışmaya yön veren Gıda Mühendisleri Odası Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Çalışma Grubumuza ve bu kitapçığın yazımını üstlenen Dr. Bediha DEMİRÖZÜ, Cem KÖSEMECİ, Deniz KAYPAK TONA, Eda Duygu KARAKURT, Ferit ARICI, Funda ALAYBEYOĞLU, Gaye GÖNCÜ, Kadir SÜZME, Muhammed ASLAN, Nurcan ÖZEL, Önder DEGER, Sümeyye ÖZKAYA, Doç. Dr. Taylan KIYMAZ, Tuğrul DERELİ'ye ve çalışmamıza katkı sunan Prof. Dr. Yavuz TEKELİOĞLU nezdinde Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA)'ya teşekkürü borç biliriz.

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Çalışma Grubu: Dr. Bediha Demirözü, Cem Kösemeci, Deniz Kaypak Tona, Doç. Dr. Taylan Kıymaz, Ebru Yıldırım, Eda Duygu Karakurt, Ergül Türkarıslan, Fatma Zehra Sevinç, Ferit Arıcı, Funda Alaybeyoğlu, Gaye Göncü, İlyas Erkek, Kadir Süzme, Korhan Yıldız, Muhammed Aslan, Neslihan Yılmaz, Nurcan Özel, Ömer Ulaş Kırım, Önder Deger, Serkan Kazan, Sezgin Çalışkan, Sümeyye Özkaya, Tuğrul Dereli.

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası

COĞRAFI İŞARET (Cİ) NEDİR?

Coğrafi İşaret (Cİ) (*Geographical Indication - GI*); belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Gıda, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri tescile konu olabilir.^[1]

Bir diğer ifadeyle, Coğrafi İşaret, üretici ve tüketiciyi haksız rekabete karşı koruyan, tüketicileri ürünün kökeni ve kalitesi konusunda bilgilendiren, istihdam ve gelir yaratarak sürdürülebilir kırsal kalkınmayı sağlayan, kırsal nüfusu yerinde tutan, doğal kaynakları, çevreyi ve tarımsal üretimin çeşitliliğini koruyan ve turizmi geliştiren resmi kalite işaretleridir.^[2]

Coğrafi İşaretler, **menşe adı** veya **mahreç işareti** olarak tescil edilir:

1. **Menşe Adı (*Protected Designation of Origin - PDO*)**: Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlardır.^[1]



Afyon Mermeri, Antep Fıstığı, Aydın İnciri, Ayvalık Zeytinyağı, Ezine Peyniri, Gemlik Zeytini, Giresun Tombul Fındığı, İpsala Pıncı, Kayseri Sucuğu, Malatya Kayısı, Muğla Çam Balı, Rakı/Türk Rakısı, Rize Çayı, Taşköprü Sarımsağı vb. ürünler menşe adı olarak tescillenmiş coğrafi işaretlerimizdir.^[3]

2. **Mahreç İşareti (*Protected Geographical Indication - PGI*)**: Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlardır.^[1]



Adana Kebabı, Afyon Pastırması, Ankara Döneri, Antep Baklavası, Buldan Bezi, Çorum Leblebisi, Çubuk Turşusu, Edirne Tava Ciğeri, Kütahya Çinisi, Maraş Dondurması, Mersin Cezeryesi, Safranbolu Lokumu, Sürmene Bıçağı, Vakfıkebir Ekmeği vb. ürünler mahreç işareti olarak tescillenmiş coğrafi işaretlerimizdir.^[3]

Cİ'lere ayırt edici özelliklerini kazandıran belirli bir coğrafi sınır bulunmakta olup bu sınır, **yöre (terroir)** olarak ifade edilir. Dolayısıyla; Cİ'ler, tescil belgesinde belirtilen coğrafi sınırların dışında üretilemezler, üretilse dahi aynı adı taşıyamazlar.^[4]

Coğrafi işaret tanımına uygun, geleneksel olarak kullanılan, günlük dilde yerleşmiş ve coğrafi bir yer adı içermeyen adlar da menşe adı veya mahreç işareti olabilir.^[1] Örneğin; Rakı, Şımşıpe, Puçuko, vb. ürünler tescilli coğrafi işaretlerimizdir.^[3]

Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar ise aşağıdaki şartlardan en az birini sağlaması hâlinde **geleneksel ürün adı (Traditional Speciality Guaranteed - TSG)** olarak tanımlanır:

- Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması,
- Geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması.^[1]



Ezo Gelin Çorbası, Şevketi Bostan vb. yemekler geleneksel ürün adı tescilli ürünlerimizdir.^[3]

COĞRAFİ İŞARET TESCİL BAŞVURUSU

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na göre Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı tescil başvurusunda bulunma hakkına sahip olabilecek kişi/kurumlar:

- Üretici grupları,
- Ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alanla ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları,
- Ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler,

ç) Ürünün tek bir üreticisi varsa, bu durumu ispat etmesi şartıyla ilgili üretici.^[1]

Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı tescil başvurusu EPATS - Türk Patent ve Marka Kurumu elektronik başvuru sistemi (bkz: <http://epats.turkpatent.gov.tr>) üzerinden yapılmaktadır. Tescil süreci EK-2'de şematize edilmiş olup, bir coğrafi işaret tescil başvurusu aşağıda belirtilen unsurları içermektedir:

- a) Başvuru yapanın kimliğine ve 36 ncı maddede belirtilen başvuru hakkına sahip olanlardan hangisine dâhil olduğuna ilişkin bilgileri de içeren başvuru formu,
- b) Başvuru yapan gerçek veya tüzel kişinin ürünün tek üreticisi olması hâlinde, bu hususu ispatlayan bilgi ve belgeler,
- c) Tescili istenen coğrafi işaretin adı, menşe adı veya mahreç işaretinden hangisine uygun olduğuna ve ürün grubuna ilişkin bilgi ile coğrafi işaret tanımına uygunluğunu kanıtlayan bilgi ve belgeler,
- ç) Ürünün tanımı, ürünün ve gerekiyorsa hammaddesinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyuşsal özelliklerini açıklayan teknik bilgi ve belgeler,
- d) Coğrafi alanın sınırlarını açıkça tanımlayan ve belirleyen bilgi ve belgeler,
- e) Üretim metoduna ve varsa söz konusu ürüne özelliğini veren yerel üretim teknikleri ile usul ve adetlere ilişkin bilgi ve belgeler,
- f) Coğrafi işaret tanımı kapsamında coğrafi işaret tesciline konu olan ürünün niteliğinin, ününün veya diğer özelliklerinin söz konusu coğrafi alan ile bağlantısını kanıtlayan bilgi ve belgeler,
- g) Ürünün söz konusu coğrafi alandaki tarihsel geçmişine ilişkin bilgi ve belgeler,
- ğ) 49 uncu madde hükümlerine uygun olarak denetim biçimini ayrıntılı olarak açıklayan bilgi ve belgeler,
- h) Coğrafi işaretin kullanım biçimi ve varsa etiketleme ve ambalajlama usullerini açıklayan bilgiler,
- ı) Başvuru ücretinin ödendiğine ilişkin bilgi.^[1]

COĞRAFI İŞARETLERİN TARİHÇESİ

Coğrafi İşaretler, Antik Mısır'da piramitlerin yapımında kullanılan dayanıklı tuğla ve taşların kökenlerini belirtmek için, Antik Yunan da ise Taşoz Adası şaraplarının kalite işareti olarak kullanılmışlardır. Parmesan ve Comte peynirleri gibi coğrafi işaretlerin kullanımı 13. yüzyıla kadar inmektedir.

Fransız yasalarınca “köken adı” korunan ve üretimi titizlikle denetlenen Rokfor peyniri, Fransa’da 1070 yılından beri korunmaktadır.^[5]

Ülkemizde Cİ uygulamaları 1995 yılında 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Dair Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile başlamış olup ilk tesciller Türk halılarına verilmiştir. 10 Ocak 2017 tarih ve 29944 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile coğrafi işaretlerde yeni bir dönem başlamıştır.^[6]

COĞRAFİ İŞARETLERİN SOSYO-EKONOMİK BOYUTU

Sosyoekonomi; ekonomik değişimlerin toplum üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Bu bölümde, Cİ’lerin ekonomik değişimlerle toplum üzerindeki etkileri incelenmiştir. Cİ’lerin ait olduğu coğrafi bölgenin karakteristik özelliklerini taşıması, ürünün marka farkındalığını arttırmakta ve sosyo-ekonomik anlamda uygulama alanının genişlemesini sağlamaktadır.^[7] Cİ’lerin beklenen veya gözlenen etkileri temelde ekonomiye dayanmaktadır.^[8]

Cİ’lerin mikroekonomiye üç önemli etkisi vardır:

- Katma değer yaratması,
- Üretimin artması,
- Yerel düzeyde üretim zincirinde daha iyi değer dağılımı sağlaması.^[9]

Cİ sisteminin ve sektörünün büyümesindeki temel etken, istihdam ve gelir sağlama amaçlıdır. Bir ürünün veya bir sektörün gelişmesi, o sektörden faydalanan insanların ekonomik kazançlarıyla doğru orantılıdır. Bu nedenle ekonomik etki, Cİ sisteminin benimsenmesi ve yaygınlaşmasında rol oynadığı gibi diğer sosyal ve kültürel etkilere de sebep olur. Bir yörede kişi başına düşen gelirler arttığında başka yerlere göç azalmaya hatta tersine göç gerçeklemeye başlar. İşbirliği kültürünün gelişmesi, yöredeki sosyal sermayeyi (güven, dayanışma, sosyal ağ vb.) artırır ve bu da ekonomik kalkınmaya katkı sağlar.^[10] Cİ’lerin sosyo-ekonomik etkilerini temel olarak inceleyecek olursak;

1. Üretim ve Gelir Artışı:

Cİ tesciliyle bir ürüne sağlanan koruma ve tüketiciye verilen kalite güvenesi sayesinde yöredeki üretimin eskisine göre artması beklenen en önemli etkilerin başında gelir.^[10] Cİ’lerin temel ekonomik fonksiyonu, ürünün ilgili olduğu ünü korumaktır. Ün ise, tüketicinin mal veya hizmeti ismine veya kaynağına bakarak tekrar satın alma olasılığıdır. Dolayısıyla Cİ, ilk olarak tüketicilerin tercihlerini yönlendirerek bu ürünlere olan talebi etkiler ve tüketicilerin o ürünü diğer ürünlerden ayırt etmesini sağlayarak ürüne bir kimlik kazandırır.^[11] Cİ’lerin ana ekonomik göstergesi, tescilli ürünlerin cirosudur. Bu cironun artması, üretim miktarı veya fiyatın artmasıyla gerçekleşir.^[10]

Tescil, ürüne piyasa kimliği kazandırılmasına ve ürünün farklılaştırılmasına yol açar ve böylece, ürünün benzerlerine göre daha yüksek bir fiyatla satışını sağlar. Dolayısıyla, Cİ koruması yerel üreticilere kendi markalarını yaratma ve bundan ticari kazanç elde etme imkanı tanır.^[11] Ayrıca, Cİ tescili ile korunan ürünlerde büyük bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Bu ihracat potansiyelinin arttırılabilmesi için gerekli reklam ve pazarlama kanallarının çalıştırılması ile kırsal bölgelere gelir transferi sağlanacaktır. Uluslararası üne kavuşan ürünler sadece bulunduğu yöreye değil, ihracat ile bütün ülkeye katkı sağlamaktadır.^[10]

2. İşsizliğin Azalması ve İstihdam Artışı:

Cİ tescili sayesinde ortaya çıkan üretim artışı, o üretimi gerçekleştirecek işgücüne ihtiyaç duyar ve istihdam artışına yol açar. Bu istihdamın bir kısmı kendi işinde çalışma şeklinde olabileceği gibi bir kısmı dışardan çalışılan istihdam etme şeklinde de olabilir. Kendi işini yapanların artması işsizliği aşağı çeker ve dolayısıyla girişimcilik kültürünü de geliştirir.^[10]

Örneğin, Hindistan'da üretilen ve yaklaşık %98'i ihraç edilen Darjeeling Çayı'nın tescille birlikte üretim miktarı artmış, üretim sürecinde çay sektöründe 52 bin kişiye sürekli, 15 bin kişiye Mart-Kasım ayları arasında geçici iş sağlanmaktadır.^[10] Ülkemizde ise Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Taşköprü Sarımsağı, Giresun Tombul Fındığı, Ege Sultani Üzümlü ve Antep Fıstığı gibi tescilli coğrafi işaretlerimiz üretimden tüketime değer zincirinde yarattığı istihdam ve ihracat gelirleri bakımından Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir.^[4]

Kısaca Cİ'ler, yarattığı katma değer ile öncelikle yerelde istihdam yaratarak işsizliğin azalmasını sağlar. Tescil ile korunan bir ürünün yörede üretilmesi ve iş olanaklarının arttırılması köyden kente göçün önüne geçilmesine de yardımcı olur.^[11]

3. Vergi Gelirlerinde Artış:

Kamu hizmetlerinin etkili biçimde yürütülebilmesi, yeterli vergi toplamasına bağlıdır. Kırsal alanda iş ve işlemlerin daha çok sözlü kültür içinde yürütülmesi, ürünlerin tarlada veya semt pazarlarında doğrudan satılması halinde üreticiler makul gelirler elde etseler de bunun vergilendirilmesi çok zordur. Cİ tescilinin bir ürüne koruma sağlaması için üreticilerin, üretim süreçlerini, ürün şartnamesinde belirtilen şekilde kayıt altına almaları ve gerektiğinde belgelemeleri gerekir. Böylece, o ürünün üretiminin her aşamasında kayıt tutulur, makbuz/fatura kesilir ve vergi muafiyeti olmayan alanlarda devletin vergi gelirleri artar.^[10]

4. Kayıt Dışı İstihdamın Azalması:

Cİ tescili, sürecin bir sistem dahilinde yürütülmesini gerektirir. Böylece,

bir ürünün üretiminde çalışacak üreticilerin ve emekçilerin kayıtlı çalışmasını sağlar. Kayıtlı çalışanlar da sigortalı çalıştırıldığı için, kayıt dışı istihdam azalır ve devlete ödenen sosyal güvenlik primleri artar. Kayıtlı istihdamın artması, iş güvencesi ve çalışma şartlarının iyileşmesinden düzenli prim ödemesiyle sosyal güvenlik sisteminin desteklenmesine, iş kazalarının azalmasından izin haklarının kullanılmasına, kıdem tazminatından emeklilik haklarına kadar birçok alanda bireylere ve devlete katkı sağlar. Tüm bunlar Cİ sisteminin görünmeyen yan etkileridir.^[10]

5. Altyapının Gelişmesi:

Cİ tescili, ürünün yerel nitelikte olmasına karşın, aynı zamanda ulusal ekonominin dışı karşı rekabet avantajı kazanmasına yol açtığı için merkezi hükümetler tarafından desteklenir. Bu amaçla, yöreye ilave kaynaklar aktarılır. Bunların başında ulaşım, haberleşme, geçici konaklama, ilave kalıcı konut ihtiyacını karşılamak için yapılan altyapı yatırımları gelmektedir.

Örneğin, Cao Phong Portakalı'nda tescilden sonra ürüne olan talebin artmasıyla, yöreye yapılan altyapı çalışmalarına öncelik verilmeye başlanmıştır. Daha verimli tarım yapılabilmesi için bölgeye yeni barajlar yapıp sulama sistemlerinde kullanılan borular yenilenmiştir. Bununla birlikte bölgede üretilen ürünlerin daha kolay bir şekilde diğer bölgeleri sevk edilebilmesi ve bölgeye gelmek isteyen turistlerin daha konforlu yolculuk yapabilmeleri için şehir içi ve şehirler arası yollar yenilenmiştir. Cİ'lere verilen önem sebebiyle yöre halkının yaşam koşulları iyileşmekte ve dolayısıyla halkın refahı da artmaktadır.^[10]

6. Üretim Zincirinde Daha İyi Değer Dağılımı:

Cİ'ler, katma değer yaratan bir kırsal kalkınma araçlarıdır. Ortaya çıkan bu artı değerın sektörde dağılımına bakıldığında, değer zincirinin ilk halkası olan üreticiler/çiftçiler lehine bir fayda yarattığı görülür ve tescilli ürünler, benzerlerinden daha yüksek fiyatla satılır. Yaratılan bu katma değer, tipik bir coğrafi işaretin üretim-süreç taahhütlerini garanti etmesinin ve ürünün sahip olduğu ünün bir karşılığdır. Tüketicilerin Cİ'lere olan ilgisi, ürünlerin pazar payını arttırmakta ve bu ürünler için daha fazla ödeme yapmayı kabul etmektedir. Diğer yandan, tescille birlikte yalnızca ürün değil, yörede üretimin yapıldığı toprakların da değeri artar.^[9]

Fikri mülkiyet hakkı ile yüksek kalitede ürün üreten üreticilerin itibarı ve geliri yükselir. Taklit-tağış yapan üreticiler piyasadan uzak tutulur. Üreticilerde örgütlenme ihtiyacıyla birlikte taklit-tağış yapan üreticiler piyasadan uzak tutulur, haksız rekabet önlenir.^[12] Cİ'ler, tek bir üretici değil; tescil belgesine göre üretim yapan herkesi korumakta olup alansal, yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir anlamda anonimliğe sahip olup, sağladığı hak belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz.^[13]

Cİ'ler, toplum refahını yükseltmekte, geleneksel bilgi ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Örneğin, bazı ürün şartnamelerinde, üretilen peynirde kullanılan sütün, belirli ırka ait hayvandan olması gerekliliği vurgulanmakta; böylece dolaylı olarak bu hayvan ırkının devamlılığına olanak vermektedir. Bu da Cİ'lerin kırsal alanlarda canlılık getirdiğinin kanıtı olarak değerlendirilebilir.^[14] Uygun politikalar ile yönetildiğinde dezavantajlı bölgelerde yerel/bölgesel kırsal kalkınmayı sağlar. Örneğin, İtalyan Parmesan Peyniri'nde emek yoğun üretime dayalı olarak sürdürülen Cİ koruması aynı peynirin endüstriyel üretiminin sunduğundan daha fazla iş imkânı yaratmıştır.^[23]

Özetle, Cİ'lerin toplumun farklı kesimlerine sağladığı faydalar şu şekildedir:

- Üreticiler açısından: Ürün farklılaştırma, değişen koşullara uyum, kısa tedarik zincirleri, kültürel aidiyetin pekişmesi, artan katma değer ve artan refah
- Tüketiciler açısından: Özel, yerel ve kaliteli ürünlere kolay ulaşım, kısa tedarik zincirleri, araştırma maliyetinin düşmesi, nostalji gibi duygusal gereksinimlerin karşılanması
- Kırsal alanlar açısından: Kırsal kalkınma, sosyal kalkınma, kültürel ve ekolojik kaynakların sürdürülebilir yönetimi, artan iş kolları, kırsal yaşamın çekici hale gelmesi, kente göçün azalması
- Yöre, bölge ve ülkeler açısından: Turizmin gelişmesi, iç-dış ticaret dengesinin sağlanması, istihdamın artması, iş olanaklarının çeşitlenmesi, itibar.^[23]

COĞRAFİ İŞARETLERİN KÜLTÜREL BOYUTU

TDK tanımına göre kültür, “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır.^[15] Bir başka deyişle kültür, bir toplumu diğerinden ayıran, onun özelliğini temsil eden bir işaret gibidir ve doğuştan sahip olunan değil, yaşam içinde, zamanla edinilen bir zenginlik olarak oluşmaktadır. Kültürel değerler, küreselleşme süreci ile birlikte yok olmaya başlamakla birlikte kültürel değerlerin sürdürülebilirliği günümüzde tartışılmakta ve korunma gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Kültürel değerlerin korunması içgüdüsel, her çeşit geleneksel ürünün özel yöntemler ile üretilmesini daha değerli bularak, bireyleri kültürel mirasa sahip çıkmaya itmektir. Geleneksel ürünlerin buradaki önemi; kültür aktarımına yardımcı olması ve tüketicinin satın alma kararını etkilemesidir.^[16]

Yerel kültürün önemli bir parçası olan geleneksel ürünlerin üretildikleri yöre ile aralarında güçlü bir bağ bulunmakta ve bu bağ üretim metotlarına yansımaktadır. Üretim metotlarında geçmişten gelen sosyal ve kültürel bir aktarımın olduğu görülmektedir. Geleneksel ürünleri etkileyen bağımsız faktörler (iklim, toprak yapısı, yükselti vb.) ve bağımlı faktörler (tarihi geçmiş, geleneksel farklılıklar, üretme koşullarındaki farklılıklar, emek vb.) bulunmaktadır. Bu faktörler, ürünün bulunduğu coğrafi alan ile tanınmasında ve ün kazanmasında etkili olmaktadır.^[17]

Küreselleşen dünya ticareti çok ve çeşitli ürünlerin üretilmesi yanında aşırı kar elde etme düşüncesini beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte gelişen üretim süreci ve artan kâr amacı, geleneksel gıdalar yerine içeriği ile oynanmış ürünlerin üretimini arttırmış ve tüketicinin sağlığını tehlikeye atmaya başlamıştır. Bu durum, tüketicilerin zevk ve tercihlerini geleneksel değerlerine sahip çıkma ve onları tüketme eğilimine yöneltmiştir. Bu da geleneksel ürünlere olan talebi artırmakla birlikte tüketicilerin tükettikleri gıdaların kökenini araştırmaya, nasıl bir üretim sürecinden geçtiğine ve doğayı nasıl etkilediğine dikkat etmeye yönlendirmiştir.^[18]

Kültürel değerler arasında yer alan yöresel gıdalar, sunum şekilleri, özel gün kutlamaları ve bu tür törenlerde yapılan sunumlar tüm dünyada oldukça önem kazanmaya başlamıştır. Yöresel ürünlere yönelim, dikkatleri yerel ekonomilerin üzerine yoğunlaştırmıştır. Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan olumsuzluklar ve tüketici tercihlerinin değişmesi, önceliğin yerel üretim tarzını belirleyen küçük aile işletmeleri ve kooperatiflerin korunmasını öne çıkarmış, küresel ve yerel ölçekte yeni stratejilerin belirlenme gerekliliği tartışmaya açılmıştır. Bu bağlamda, yeni stratejilerin başında Cİ'ler gelmektedir. Cİ'lerin korunması ile geleneksel bilgiler de (know-how) korunmuş olmaktadır.^[19]

Yöresel, bölgesel ya da geleneksel ürünlerde coğrafi işaret; coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye özgü, ün ve kalitelerin buranın doğal koşulları ya da bölgesel özelliklerinden oluşan bilgi, deneyim ve geleneklerini, o bölgedeki hammadde ve üretim girdilerini kullanarak, bu alandaki ekonomik gelişim ile istihdamı teşvik ederek üretilen ürünleri korumaktadır.

COĞRAFİ İŞARETLERİN TURİZM BOYUTU

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm, ülkeler açısından son derece önemli bir sektör olma özelliğini korumaktadır. Bununla birlikte, turistik talepte var olan gelişme ise talebin yönünü deniz, güneş, kum üçgeninden, alternatif turizm türlerine, sahillerden kültürel mekânlara ve yöresel etmenler üzerine doğru yoğunlaşmaya başlamıştır.^[20] Dolayısıyla turizm sektörü, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmektedir ve bu tanıtım içerisinde yöresel ürünler önemli bir pay almaktadır.

Günümüzde, özellikle gastronomi turizmi ve kırsal turizm önem kazanmaktadır. Turizm sektörü açısından hem dünyada hem de ülkemizde önem kazanan yöresel değerler arasındaki karmaşayı önlemek adına turistik değer taşıyan ve kendi yörelerine ekonomik anlamda katkı sağlayan ürünlere Cİ tescili yapılmaya başlanmıştır.^[18] Böylelikle, ürün önce ülke içinde tanınan bir nitelik kazanmakla birlikte bir sonraki aşamada tüm dünya pazarlarında rakipsiz olarak piyasaya sürülebilecektir. Coğrafi işaretin konusu ve kapsamı neticesinde işaretleme yapılan saha, söz konusu ürünü ile bir marka haline gelerek önemli iktisadi kazanımlar elde edebilmektedir.

Gastronomi etkinlikleri, şenlikler ve festivaller yerel halkın, yerel mutfak kültürünün kabul edilmesinin bir göstergesidir. Ayrıca, bu etkinlikler gastronomi turizmi amacı ile bir bölgeye gelen turistler için katılabilecekleri, yerel halk ile bir araya gelebilecekleri ve yerel kültürü yaşayabilecekleri bir çekicilik unsurudur.^[21] Buna en güzel örneklerin başında Peru gelmektedir. Novandina akımı ile Peru geleneksel mutfağının Amazon ve And dağları mutfaklarının, İspanyol ve Çin'in etkisiyle yeniden modern bir şekilde yorumlanması, Latin Amerika'nın en büyük yemek festivali 'Mistura' düzenlenmesi ve bu alanda öğrenciler yetiştirmesi ile Peru gastroturizmde önemli bir yer edinmiş bulunmaktadır.

Buradan hareketle, sürdürülebilirliğin bileşenleri olan sosyal gelişim, çevre koruma ve ekonomik gelişim Cİ'leri de doğrudan etkilenmektedir. Türkiye'de uygulanan Cİ sisteminin AB ülkelerinden farklı olarak bazı özellikleri bulunmaktadır. AB'de tarımsal olmayan ürünler Cİ sistemi içerisinde bulunmaz iken; Türkiye'de halı, kilim, battaniye, taş gibi ürünlerde Cİ kapsamında yer almaktadır. Bu durumu kırsal turizm açısından değerlendirecek olursak, Türkiye'de Cİ'lerin sadece gastronomi turizmine değil ayrıca, kültür turizmi ve ekoturizme de hizmet ettiğini göstermektedir. Çünkü, tarımsal olmayan bu ürünler hem toplumun kültürünü yansıtmakta, hem de doğanın o yöreye sunduğu bu avantajın Cİ korumasına içerisine alınmasıyla hem yörenin tanıtımı hem de bu değerlerin korunması açısından önemlidir.^[44]

Cİ'ler, üretildikleri bölgenin tanınırlığını artırarak, turizm gibi bağlantılı sektörlerle de dolaylı yoldan katkı sağlamaktadır. Tüketici davranışları ve firma stratejilerinin belirlendiği dünya gıda sistemi dinamiği, günümüzde üç tip (Kitle piyasası, Yaratıcı ve Yöresel ürünler piyasası) piyasa şekli ile sonuçlanmıştır. Bu piyasa tiplerinden olan Yöresel Ürünler Piyasası, tüketicilerin otantik ürün aradıkları, satın alma güdüsünü ürünün kalitesi ile kültürel boyutunun oluşturduğu piyasalar olup, tüketici kararlarında fiyat etken değildir.^[22]

Özetle, Cİ'ler, ürünün üretildiği bölge ve üretim yöntemi arasındaki bağı belirterek, tüketici zihninde ürünün kalitesi konusunda güvenin oluşma-

sını sağlar ve üreticiyi haksız rekabete karşı korumaktadır. Ürüne bir ün kazandırarak, standart üretim metotları ile üretilmesini ve pazarda ürünün farklılaşmasını sağlar. Orta ve küçük ölçekli firmaların pazarda ayakta kalmasını sağlayan bir kalkınma modeli olup devlet tarafından desteklediği için üretim maliyetlerinin azalmasına yardımcı olması açısından, ekonomik denge aracı olarak görülmektedir.

DÜNYADA COĞRAFI İŞARETLER

Coğrafi İşaretlerin Küresel Boyutu^[23]

- Paris Sözleşmesi (1883)
- Madrid Anlaşması (1891) (Malların kaynağı ile ilgili sahte ve yanıltıcı işaretlerin önlenmesi)
- Madrid Protokolü (1989) (Markaların uluslararası tescili)
- Lizbon Anlaşması (1958)
- DTÖ Kurucu Sözleşmesi (Marakeş Anlaşması) (1994)
- Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS) (1995)
- Ticari Markalar, Endüstriyel Tasarımlar ve Coğrafi İşaretler Hukuku Daimi Komitesi (SCT) (1998)
- İkili Anlaşmalar

Paris Sözleşmesi (1883):

Sınaî mülkiyet haklarının korunması amacıyla 1883 yılında 11 ülkenin imzaladığı Paris Sözleşmesi ile farklı coğrafyalardaki sınaî mülkiyet hakları ile ilgili yasal düzenlemeler eşgüdümlü hale getirilmiş olup, ülkemiz 1925 yılında bu sözleşmeyi imzalamıştır.^[24]

Madrid Anlaşması (1891):

1891 yılında anlaşmaya dâhil olan ülkelerde, malların kaynağı ile ilgili sahte ve yanıltıcı işaretlerin kullanılmasını önlemek amaçlı olan bu anlaşmayla, coğrafi işaretler ile ilgili bir birlik oluşturulmuştur. Türkiye 1930 yılında bu anlaşmaya taraf olmuştur.^[24]

Lizbon Anlaşması (1958):

Cİ'lerin uluslararası başvurularının olanaklı hale getirilmesini sağlayan bu sistem, günümüzde Dünya Fikri ve Sınaî Mülkiyet Hakları Organizasyonu (World Intellectual Property Organization-WIPO) tarafından yönetilmektedir. Lizbon Birliği'ne üye ülkelerde yapılan bir başvuru ile tüm üye ülkelerde Cİ tescilinin korunması sağlanabilmektedir. Türkiye, Lizbon Anlaşması'na taraf olmamıştır.^[24]

DTÖ Kurucu Sözleşmesi (Marakeş Anlaşması – 1994):

1980'li yıllarda fikri hakların korunması konusunda mevcut uluslararası anlaşmaların yaptırım gücünün bulunmaması nedeniyle, yaptırım gücü yüksek evrensel bir araç geliştirme kaygısı, ABD'nin başını çektiği gelişmiş ülkeleri fikri haklara ilişkin düzenlemeleri aslında mamul ticaretine ilişkin düzenlemeleri içeren Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) bünyesine sokmaya yöneltmiştir.^[24]

TRIPS (1995):

TRIPS (Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması), fikri haklar ve sınai hakları birlikte düzenleme konusu yapan bir belgedir. DTÖ'nün kurucu üyelerinden olan Türkiye, gelişmekte olan ülkeler için geçiş sürecinden de faydalanarak 2000 yılında anlaşma hükümlerini uygulamaya başlamıştır. TRIPS'te markalar, coğrafi işaretler, patentler, entegre devre tasarımları, açıklanmamış bilgilerin korunması, sözleşmeye bağlı lisanslarda rekabete karşı uygulamaların denetimi ve sözleşme hükümlerinin uygulanmasına değinilmiştir.^[24]

Cİ'ler, TRIPS ile Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye yaklaşık 160 ülkede korunmaktadır. Bu anlaşma sadece alkollü içecekler için tam koruma sağlarken diğer ürünler için sadece esnek koruma (bağlayıcı olmayan hükümler) sunmaktadır. Alkol dışındaki diğer ürünler ise, ülkelerin kendi aralarında yaptıkları ikili anlaşmalar ile korunabilmektedir.^[23]

Cİ'ler konusunda Fransa, dünyanın örnek ülkelerinden biridir. Fransız mucizesinin mimarı olarak gösterilen "Köken ve Kalite Ulusal Enstitüsü (INAO)" coğrafi işaretler alanında önemli çalışmalar yapmaktadır.^[4]

Avrupa Birliği Cİ sistemine kayıtlı, şaraplar dışındaki tüm ürünlerde son yıllarda meydana gelen büyük oranda artışın kaynağı, İspanya, İtalya ve Fransa dışındaki diğer üye ülkelerde konunun önemi üzerinde durulması ve AB Ortak Tarım Politikası (Common Agricultural Policy-CAP)'nın *sürdürülebilir bir kırsal kalkınma aracı* olarak Cİ'leri ön plana çıkarmasıdır.^[25]

Dünyada fikri mülkiyet haklarının korunmasını ve yaratıcı etkinliği teşvik etmek amacıyla 1967 yılında Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) kurulmuş ve 1974 yılında BM'nin tüm üyelerinin tanıdığı bir organizasyona dönüşmüştür. Uluslararası anlamda fikri mülkiyet haklarını korumaya ve düzenlemeye yönelik çalışmalarda bulunan WIPO, aynı zamanda geliştirmekte olan ülkelere bu anlamda finansal ve bilimsel destekte bulunmaktadır.^[26]

eAmbrosia^[33]

Avrupa Komisyonu bünyesindeki eAmbrosia (AB Coğrafi İşaretler Veritabanı) üzerinden, AB genelinde tescil edilmiş ve korunan tarım ürünleri ve gıda maddeleri, şarap, aromalize şarap ürünleri ve alkollü içeceklerin adlarının yasal kayıtları yapılmaktadır. Yasal koruma araçları ve ürün spesifikasyonları dahil olmak üzere tüm tescilli Cİ'ler hakkındaki bilgilere doğrudan eAmbrosia sayesinde sağlanmaktadır.

eAmbrosia veritabanına göre, 1 Ocak 2022 tarihi itibarıyla AB tarafından tescil edilmiş toplam ürün sayısı 3454'tür. En fazla tescile sahip ülkeler sırasıyla İtalya (873), Fransa (748), İspanya (359), Yunanistan (275) ve Portekiz (191)'dir.

Detaylı bilgi için: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

ÜLKEMİZDE COĞRAFI İŞARETLER

Avrupa Birliği'nin Cİ'lere ilişkin 2081/1992 sayılı Konsey tüzüğü örnek alınarak hazırlanan 1995 yılında 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin kabulü ile Türkiye'de Cİ'lerin korunmasına ilişkin çalışmalar başlamıştır. 555 sayılı KHK'nın yürürlüğe girmesine kadar, Türk Ticaret Kanunu'nun Haksız Rekabet Hükümleri çerçevesinde doğrudan, marka hukuku ile de dolaylı bir koruma sağlanmaktaydı. 1996 yılında yaşanan deli dana kriziyle birlikte tüketici davranışında ve beslenme alışkanlıklarında değişiklikler meydana gelmiş ve yöresel ürünlere yönelim olmuştur. Yöresel ürünlerin sahip olduğu değer coğrafi işaret tescili ile koruma altına alınmaya başlanmıştır. Günümüzde coğrafi işaretlerin korunması, 2017 yılında yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile düzenlenmektedir. Bu kanun, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı hakkı, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı başvurularının yapılması, kullanılması ve denetimin yapılması ilişkin usul ve esasları kapsamaktadır.^[24]



Cİ'lerin tescili için yetkili mercii olan Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından çevrimiçi bir veritabanı (bkz: www.ci.turkpatent.gov.tr) oluşturulmuştur. Bu veritabanına göre, 1 Ocak 2022 tarihi itibarıyla ülkemizde coğrafi işaret tescilli ürün sayısı 947'dir. Tescilli Cİ'lerimizin şehir ve bölgelerimize göre dağılımı aşağıdaki tablolarda detaylı olarak verilmiştir. AB tarafından tescilli ürün sayımız ise 7 olup (Antep Baklavası, Aydın İnciri, Malatya Kayısısı, Aydın Kestanesi, Milas Zeytinyağı, Taşköprü Sarımsağı ve Bayramiç Beyazı); 26 ürünüümüz AB'de tescillerini beklemektedir.^[33]

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Marmara Bölgesi	Balikesir	6	7	13
	Bilecik	1	4	5
	Bursa	9	13	22
	Çanakkale	6	2	8
	Edirne	3	6	9
	İstanbul	1	1	2
	Kırklareli	3	1	4
	Kocaeli	1	9	10
	Sakarya	3	10	13
	Tekirdağ	2	5	7
	Yalova	2	1	3
TOPLAM		37	59	96

	%
Menşe Adı	12,63
Mahreç İşareti	9,02
Tüm Cİ İçinde	10,14

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Akdeniz Bölgesi	Adana	3	13	16
	Antalya	6	7	13
	Burdur	5	4	9
	Hatay	5	10	15
	Isparta	6	6	12
	Mersin	9	9	18
	Kahramanmaraş	3	15	18
	Osmaniye	2	1	3
TOPLAM		39	65	104

	%
Menşe Adı	13,31
Mahreç İşareti	9,94
Tüm Cİ İçinde	10,98

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Ege Bölgesi	Afyon	7	23	30
	Aydın	7	15	22
	Denizli	9	5	14
	İzmir	15	15	30
	Kütahya	2	9	11
	Manisa	8	9	17
	Muğla	8	9	17
	Uşak	1	2	3
	TOPLAM		57	87

	%
Menşe Adı	19,45
Mahreç İşareti	13,3
Tüm Cİ İçinde	15,21

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
İç Anadolu Bölgesi	Ankara	6	18	24
	Çankır	0	7	7
	Eskişehir	2	9	11
	Kayseri	10	11	21
	Kırşehir	2	3	5
	Konya	7	35	42
	Nevşehir	3	2	5
	Niğde	1	3	4
	Sivas	5	11	16
	Yozgat	2	5	7
	Aksaray	2	6	8
	Karaman	1	0	1
	Kırıkkale	1	1	2
	TOPLAM		42	111

	%
Menşe Adı	14,33
Mahreç İşareti	16,97
Tüm Cİ İçinde	16,16

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Adıyaman	4	5	9
	Diyarbakır	4	20	24
	Gaziantep	11	62	73
	Mardin	4	9	13
	Siirt	1	3	4
	Şanlıurfa	6	28	34
	Batman	1	1	2
	Şırnak	0	3	3
	Kilis	0	2	2
	TOPLAM	31	133	164

	%
Menşe Adı	10,58
Mahreç İşareti	20,34
Tüm Cİ İçinde	17,32

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Karadeniz Bölgesi	Amasya	3	5	8
	Artvin	1	4	5
	Bolu	5	17	22
	Çorum	2	4	6
	Giresun	6	5	11
	Gümüşhane	3	8	11
	Kastamonu	4	22	26
	Ordu	2	4	6
	Rize	2	10	12
	Samsun	0	15	15
	Tokat	3	11	14
	Sinop	3	7	10
	Trabzon	2	9	11
	Zonguldak	3	2	5
	Bayburt	2	10	12
	Bartın	1	7	8
	Karabük	2	3	5
	Düzce	4	7	11
	TOPLAM	48	150	198

	%
Menşe Adı	16,38
Mahreç İşareti	22,94
Tüm Cİ İçinde	20,91

Bölge	İl	Menşe Adı	Mahreç İşareti	Toplam
Doğu Anadolu Bölgesi	Ağrı	0	1	1
	Bingöl	1	2	3
	Bitlis	0	3	3
	Elazığ	5	0	5
	Erzincan	5	2	7
	Erzurum	5	10	15
	Hakkari	0	3	3
	Kars	4	2	6
	Malatya	7	11	18
	Muş	0	3	3
	Tunceli	2	1	3
	Van	5	7	12
	Ardahan	3	1	4
	Iğdır	2	3	5
TOPLAM	39	49	88	

	%
Menşe Adı	13,31
Mahreç İşareti	7,49
Tüm Cİ İçinde	9,29

COĞRAFİ İŞARETLER SİSTEMİ

İdeal Coğrafi İşaretler sistemi, tescil, yönetim ve denetim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır:

1. Tescil

Bir coğrafi işarete hukuki koruma sağlayan tescil, sistemin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Tescil, bir üretici grubunca hazırlanan ve bir üretim şartnamesi içeren dosyanın ilgili kamu kuruluşunca incelenmesi ve uygun bulunduğu takdirde onaylanması ile gerçekleşir. Üreticiler, mutlaka tescil sürecinin başında ve merkezinde olmalıdır. Çünkü; Cİ sistemi üreticileri korumayı amaçlayan bir sistemdir ve örgütlenmesi, ürün şartnamesi dahil başvuru dosyalarını hazırlaması, ürünlerinin fikri mülkiyet hakkını koruması ve tescilden kaynaklanan katma değerden faydalanması gerekenler de üreticilerdir.^[4]

Coğrafi İşaret tescili;

- Ürüne katma değer sağlar,
- Cİ tecavüzlerini engelleyerek üreticilerle tüketicileri haksız rekabete karşı korur,
- Satın aldıkları ürünlerin kalitesi ve özellikleri hakkında tüketicileri bilgilendirir.^[4]

Coğrafi işaret tescilinde ürün şartnamesi, söz konusu ürünle ilgili bazı bilgilerden oluşması gerekmektedir. Avrupa Komisyonu'nun 1151/2012 sayılı tüzüğün 7. maddesine göre bir ürün şartnamesi aşağıdaki bilgileri içermelidir:

- Ürünün adı,
- Ürünün tanımı,
- Coğrafi sınır (Yöre),
- Ürünün belirtilen coğrafi alandan geldiğini kanıtlayan temel bilgiler,
- Ürünün üretim metodu,
- Ürünün özelliği ve kalitesi ile coğrafi alan bağı, belirtilmiş bir kalite, ün veya ürünün bir diğer kalitesi ile coğrafi kökeni arasındaki bağı kanıtlayan temel bilgiler,
- Ürün şartnamesi kurallarına uygun hareket edildiğini denetleyen yetkili kişi ve kurumların isim adres ve görevleri,
- Söz konusu ürün için tüm özel etiketleme kuralları.^[28]

Ülkemizde, tescille ilgili kuruluş Türk Patent ve Marka Kurumu'dur ve tescil süreci bu kuruluşun bünyesinde yer alan Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Görevi ise, "Coğrafi İşaretler ve geleneksel ürün adlarına ilişkin kayıt, araştırma, inceleme, değerlendirme ve tescil işlemleri ile coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adlarının ilan ve sicil işlemlerini yapmaktır".^[29]

Ürün ile ilgili kamu kurum ve kuruluşları, dernekler, vakıflar, kooperatifler, üretici birlikleri veya meslek kuruluşları tescil başvurusunda bulunabilmektedir. İstisnai olarak; bir ürünün tek bir üreticisi var ise, ispat etmek şartıyla üretici tek başına tescil başvurusunda bulunabilir. Cİ'ler anonim niteliktedir ve yalnızca tescil ettirenlerin değil, tescil belgesinde belirtilen üretim şartnamesine bağlı olarak üretim yapan tüm üreticilerin, tescil ettirene bilgi vermek ve denetime tabii olmak kaydıyla Cİ kullanım hakkı bulunmaktadır.^[27]

2. Yönetişim

Coğrafi İşaret yönetişimi, tescilli coğrafi işaretin üretim zincirini oluşturan tüm aktörlerin çabalarıyla ulaşılan sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzendir. Yönetişim, **ulusal düzeyde** ve **ürün düzeyinde** yönetişim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.^{[4] [28]}

2.1. Ulusal Düzeyde Yönetişim

Ülkemizde ulusal düzeyde Cİ yönetişimi, Türk Patent ve Marka Kurumu'nun sorumluluğundadır. AB ülkelerinin büyük kesiminde ise tarım bakanlıklarına bağlı ve bu amaçla görevlendirilmiş otonom kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedir.^{[4] [28]}

Cİ'ler sisteminin başarı sırrı, eksiksiz bir yasal düzenleme ve etkin bir yönetişimden geçmektedir. Bu bakımdan Fransa, örnek bir ülke olarak gösterilmektedir. 1947 yılında "Köken Adlandırmaları ve Kalite Ulusal Enstitüsü"nü'n (INAO) kurulan ve Fransız mucizesinin mimarı olarak adlandırılan bu kuruluş, Fransa Tarım ve Gıda Bakanlığı'nın himayesinde Cİ yönetişiminden sorumlu bir kamu kuruluşudur. Resmi kalite ve köken işareti ile ilgili ülke politikalarını uygulamakla görevlidir. Bu enstitü tarafından Fransız tarım ve gıda ürünleri üzerine uygulanan kalite politikaları, sürecin paydaşları arasında sıkı bir işbirliği meydana getirmiştir. Merkezi Paris'te bulunan enstitünün, Fransa'nın sekiz bölgesine yayılmış 24 şubesi ve 250 çalışanı bulunmakta olup 2018 yılı bütçesi 24 milyon Auro'dur. INAO, ayrıca Cİ dışında, Organik Tarım dahil yedi resmi kalite işaretinin yönetişimini başarıyla gerçekleştirmektedir.^{[4] [28]}

INAO, üreticilerin tescil alma konusundaki girişimlerine yardımcı olmakta, INAO birimlerinin kararlarını hazırlamakta ve uygulamaktadır. INAO görevlileri, tescilden sonra da özellikle denetim, yöre ve bölgeler ile işareti'nin hukuki korunması gibi misyonlarını ürünün tüm süreçlerinde sürdürmektedir. Diğer yönden kalite ve köken işareti kavramlarının tanıtımı ve uluslararası işbirliği faaliyetlerinin geliştirilmesini sağlamak, enstitünün görevleri arasında yer almaktadır. Özgün bir örgütlenme yapısı ve çalışma sistemi ile dikkati çeken INAO, birçok ülke tarafından örnek alınmaktadır.^{[4] [28]}

2.2. Ürün Düzeyinde Yönetişim

Ürün düzeyinde Cİ yönetişimi; Cİ tescili almış, yani tescil ettiren kurum/kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen yönetişimdir. INAO'nun internet sitesinde belirtildiği gibi, bu kurumlar üretim zincirinin rasyonel çalışması,

ürünün korunması ve savunmasına yönelik tüm faaliyetleri gerçekleştirmekle sorumludurlar. ^{[4] [28] [30]}

Bu çerçevede;

- Üreticilerin köken adı kurallarına uygun üretim yapmalarını sağlamak (iç denetim),
- Ürünle ilgili inceleme ve araştırmalar yapmak,
- Üreticilere teknik hizmet sunmak,
- Köken adının sahte ve hileli kullanımını takip etmek,
- Köken adı tanıtım ve reklamını yapmak temel görevleridir. ^{[4] [28] [30]}

AB’de Cİ uygulamasının başarısında önemli rol oynayan kurumlar başta sendika, kooperatif ve üretici birlikleri olmak üzere dernek, komite, konsorsiyum, federasyon gibi üretici örgütlerinden oluşmaktadır. Fransa’da ürün düzeyinde yönetimle ilgili önemli örneklerden birisi de Roquefort peyniridir. Roquefort’un yönetimi, içerisinde süt ve peynir üreticilerinin eşit sayıda temsil edildiği “Roquefort Konfederasyonu” tarafından gerçekleştirilmektedir. Cİ yönetiminde temel sorun, finansmandır. Bu sorun, ürünlerden yapılan cüzi kesintilerden elde edilen fonlarla çözümlenmektedir. ^{[4] [28]}

3. Denetim

Tescille koruma altına alınan ürünlerin denetimi, bu ürünlerin şartnamelerinde tanımlanan özelliklere sahip olduğunu ve şartnamedeki kurallara göre üretildiklerini güvence altına alır. Bu güvence, tüketicileri olduğu kadar bu ürünlerin elde edilmesinde çalışan ve onları haksız rekabete karşı koruyan üreticiler için de oldukça önemlidir. Sürdürülebilir kalite, ancak denetimle mümkün olmaktadır. Bu nedenle, Cİ uygulamasını benimseyen ülkelerde ve özellikle AB’de sıkı bir denetim ağı oluşturulmuştur. Bütün bu denetimleri başarıyla geçen ve market raflarında yerini alan ürünler, tüketicilere güven ve bilgi kaynağı sağlamaktadır. Cİ denetimi; öz (oto) denetim, iç denetim ve dış denetim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. ^{[4] [28]}

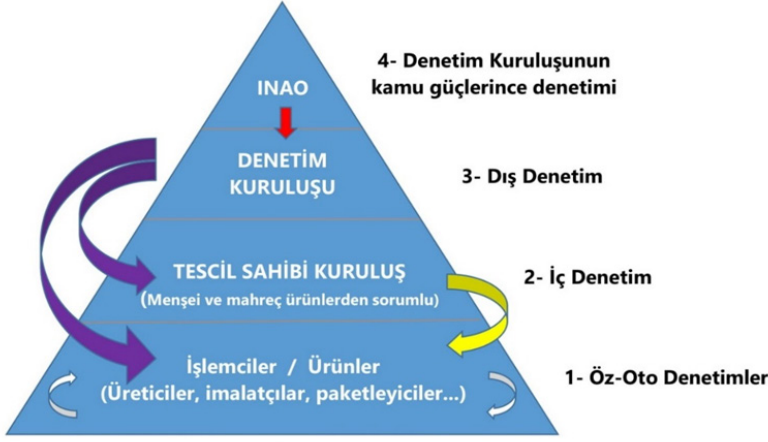
3.1. Öz (Oto) Denetim

Cİ’lerin denetiminde ilk aşamayı oluşturan öz denetim, tescilli ürünü üreten üreticinin bizzat kendisini denetlemesidir. Üretici, ürününü öncelikle etik olarak ürün şartnamesinde belirtilen kurallara uygun olarak gerçekleştirmek ve en ayrıntılı noktalarına kadar ürün şartnamesine uymakla, yani hile yapmamakla sorumludur. ^{[4] [28]}

3.2. İç Denetim

İç denetim, Cİ tescili alan kurum yani tescil ettiren kurum/kuruluş tarafından gerçekleştirilen denetimdir. Amaç, üreticilerin ürünlerini tescil belgesinde belirtilen kurallara uygun olarak üretmelerini sağlamaktır. Türkiye’de bu denetimin hangi kurum/kuruluşun sorumluluğunda gerçekleştirileceği tescil belgelerinin «Denetim» bölümünde belirtilmiştir. ^{[4] [28]}

DENETİMLERİN ORGANİZASYONU



Coğrafi İşaret Denetimlerinin Organizasyonu: Fransa Örneği^[28]

3.3. Dış Denetim

Dış denetim, tescilli Cİ'nin, üretim zinciri üzerinde, yani ürünün üretimi, piyasaya arzı veya dağıtım aşamalarında özel sertifikasyon kurumlarınca gerçekleştirilen denetimdir. Avrupa Birliği (AB), dış denetimlere oldukça önem vermektedir. AB'de faaliyette bulunan dış denetim firmalarının tamamı AB normlarına (EN 45011) veya ISO/IEC 17065 sayılı standartlara göre akredite olmuş donanımlı, bağımsız ve tarafsız kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, örneğin Fransa'da INAO adına ve onun aracılığı ile kalite işareti taşıyan ürünlerin şartnamelerini hazırlayan üreticiler topluluğunu temsilen tescil sahibi kurum/kuruluşla sözleşme yapmakta, sürekli ve etkin denetimleriyle kalitede sürekliliği sağlamaktadırlar. Dış denetim, tescilli ürünün hem üretici ve işlemcileri hem de tescil sahibi kurum/kuruluş üzerinde gerçekleştirilmektedir.^[28]

Avrupa Birliği'nde dış denetim için eksiksiz bir denetim planının hazırlanması gerekmektedir. Planda kontrol noktalarının kapsamlı bir listesi, kontrol metodu ve aralıkları, denetimlerin üreticilerin yüzde kaçını kapsayacağı, habersiz denetimlerin yapıp yapılmayacağı, ürün şartnamesine uyulmaması durumunda işlemciye uygulanacak yaptırımlar yer almaktadır. Denetim planında denetim kuruluşu ve tescil sahibi kurum tarafından hazırlanan denetim akışı da yer alır.^[28]

Ülkemizde Cİ'lerin dış denetiminden sorumlu kurum 5996 sayılı kanun gereğince Tarım ve Orman Bakanlığı'dır. Ancak tescilli Cİ'nin tescilde belirtilen özellikleri taşıyıp taşımadıklarını ve tescil belgesindeki kurallara göre üretilip üretilmediklerinin denetlenmesine yönelik yöntem ve prensipleri belirleyen bir yasal düzenleme henüz yapılmamıştır.^[28]

COĞRAFİ İŞARETLERDE DEĞER ZİNCİRİ

Değer zinciri, bir ürünün veya hizmetin, farklı üretim ve girdi-çıktı koşulları aşamalarından geçerek son tüketiciye teslim edilene kadar geçen sürecin tüm faaliyetlerini kapsamaktadır.^[31]

Cİ'ler sadece ürünün kendisinin değil, aynı zamanda üretim zinciri içinde yer alan diğer ürünlerin de katma değerini arttırır.^[9] Dolayısıyla; Cİ'ler, yaratmış oldukları katma değer ve üretimden tüketime, denetim süreçlerinden ARGE faaliyetlerine sağladığı iş olanakları ile başta kırsal nüfusu yerinde tutan, kentlere göçü engelleyen önemli bir istihdam kaynağıdır.

Cİ sistemi temelde üreticileri haksız rekabete karşı korumayı amaçlayan bir sistemdir ve üreticilerin bu sürecin merkezinde bulunarak tescilin yarattığı katma değerden faydalanmaları gerekmektedir.^[4] AB'de Cİ uygulamasının başarısında sendika, kooperatif ve birlik gibi üretici örgütleri önemli rol oynamaktadır.^[28]

Cİ tesciliyle birlikte üretim miktarında artış meydana gelmekte ve üreticilere pazarı genişletme olanağı sunmaktadır. Cİ'lerin mal piyasasında niş pazarların isteklerini karşılamada kullanılan bir enstrüman olabileceği belirtilmektedir. Bu açıdan Cİ'ler, yeni marketlere özellikle niş marketlere girmek için önemli bir pazarlama aracıdır.^[14]

Kırsal bölgeler için Cİ'ler, belirli bir yerin sosyo-kültürel ve eşsiz ekolojik niteliklerini ortaya koyarak kalkınmayı hızlandıran araçlardır. Ekonomik kalkınma bakımından Cİ, sadece kapsadıkları bölgelerin üreticileri üzerinde değil; tüccar, işlemci ve ihracatçılar gibi aktörler üzerinde de etkili olarak değer zincirinin gelişmesine ve kırsal bütünlüğün sağlanmasına olanak sağlar.^[4] Örneğin, Fransa'da 126.000 işletme tescilli ürün üretmekte olup INAO verilerine göre 2018 yılında 27,5 milyar Avro ciroya ulaşmaktadır. Yine bir başarı hikayesine sahip Comte peyniri değer zincirinde 10 bin, Parmesan peynirinin değer zincirinde ise 50 bin kişiye istihdam sağlanmaktadır.^[28]

Avrupa Birliği'nde Cİ tescilli ürünlerin satış değeri 55 milyar Avro civarında olup, 900 milyar Avroluk toplam gıda üretiminin yaklaşık %6'sı demektir. Coğrafi işaret tescilli ürünlerin 55 milyar Avro'luk değerinin %56'sı şaraplardan elde edilirken tarım ve gıda maddelerindeki payı 16 milyar Avro ile %30 civarındadır. Coğrafi işaret tescilli ürünlerin %20'si ise ihraç edilmektedir.^[32]

Cİ tescili, üreticilere ürünlerini yüksek fiyatla (price premium) pazarlama olanağı sağlar.^[4] Yani, Cİ tescili ile ürünün fiyatı yükselir. AB Komisyonu'nun 20 Nisan 2020 tarihinde yayınlanan raporuna göre, AB genelinde tescilli Cİ, tescilli olmayan benzerlerine göre ortalama 2.07 kat daha yüksek fiyattan satılmaktadır. Bu oran et bazlı ürünlerde 1.53; peynirlerde

1.60, meyve ve sebzelerde ise 1.12 kattır. Fransa'da tescilli peynirler tescilli olmayanlara göre 1.91 katı daha yüksek fiyattan alıcı bulmaktadır. Bu oran, İtalya'da 1.67, İspanya'da 1.76, Hollanda da ise 1.42'dir. Fransa'da üretilen ve dünyanın tescilli tek tavuğu olan ünlü Bresse tavuğunun fiyatı benzerlerine göre 3-4 katı daha yüksektir.^[28]

Cİ sistemi, ürünlerin elde edilmesinde çalışan ve onları haksız rekabete karşı koruyan üreticiler kadar tüketiciler için de oldukça önemlidir. Tüketiciler için ürünlerin kalite güvencesi olan Cİ, tüketicilerin ürünün kökeni ve kalitesi konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olmasını, doğru tercih yapmasını ve daha geniş bir seçme olanağına kavuşmasını sağlar. Dolayısıyla, Cİ tescilli ürünlerin ayırt edici özellikleri bulunduğu için tüketici nezdinde talep artmakta ve bu ürünlere benzerlerinden daha fazla ücret ödenmektedir.^[28]

ÜLKEMİZDEN VE DÜNYADAN BAZI DEĞER ZİNCİRİ ÖRNEKLERİ

- Malatya Kayısısı:

Malatya Kayısısı, Malatya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından TÜRKPA-TENT'e başvurusu yapılan ve 2002 yılında önce ülkemizde, 2017 yılında ise Avrupa Komisyonu'nca tescil edilen, ülkemiz için oldukça önemli bir tarımsal ürünümüzdür. Malatya Kayısısı, Gaziantep Baklavası ve Aydın inciri'nden sonra Türkiye'nin AB tarafından tescilli yapılan üçüncü coğrafi işaretimizdir. ^[3] ^[22] FAO'ya göre 2016 yılı dünya yaş kayısı üretimi yaklaşık 3.8 milyon ton olup, Türkiye yıllık 100-150 bin ton kuru kayısı üretimiyle dünya üretiminde % 60-70'lik paya sahiptir. Türkiye yaş kayısı üretiminin yaklaşık % 50'si Malatya tarafından sağlanmaktadır. Gerek ağaç sayısı ve gerekse yaş ve kuru kayısı üretim miktarı ile Malatya, sadece Türkiye'nin değil dünyanın en önemli kayısı üretim merkezidir. İlde üretilen yaş kayısının yaklaşık % 90-95'i kurutulularak ihraç edilmektedir.^[34] Malatya Kayısısı yaratmış olduğu istihdam ve gelir yönünden kırsal kalkınmanın temel aktörüdür. Her yıl 4-5 milyar liraya ulaşan bir katma değer yaratmakta, yaklaşık 50 bin aile geçimini kayısı üreticiliğinden sağlamakta ve kuru kayısı ihracatından yılda 250-350 milyon dolar gelir elde edilmektedir.^[28]



AB Komisyonu'nun 20 Nisan 2020 tarihli raporuna göre; AB genelinde tescilli Cİ, tescilli olmayan benzerlerine göre ortalama 2,07 daha yüksek fiyattan satıldığı bilinmektedir. Bu başarı, hiç şüphesiz uygulanan ideal Cİ sisteminden kaynaklanmaktadır. Ülkemizde yönetim ve denetim konusundaki boşluklardan dolayı Malatya Kayısı'sının fiyatı AB tescilinden sonra %35 düşmüş olup, bu durum coğrafi işaretler tarihinde bir ilk olarak nitelendirilmektedir.^[28]

- **Pinggu Da Tao Şeftalisi:**

Çin'in başkenti Pekin'in 70 km kuzeydoğusunda yer alan Pinggu bölgesi dünyanın en büyük şeftali üretim merkezidir. Uygun iklim ve toprak koşulları sayesinde burada dünyaca ünlü Pinggu şeftalisi üretilmektedir. Şeftali plantasyonları yaklaşık 6000 ha alana yayılmakta ve 150.000 çiftçiye iş sağlamaktadır. Coğrafi işaretlerde bir başarı örneği olarak tanınan Pinggu şeftalileri; güzel renkleri, büyüklükleri, yüksek şeker oranları ve hoş tatlarıyla tanınmaktadır. Cİ tescili ve onu takip eden reklam kampanyalarından hemen sonra Pinggu şeftalisinin fiyatı 1,5 Yuan'dan 4 Yuan'a çıkmış ve bölge çiftçilerinin refahı önemli ölçüde artmıştır.^[28]

- **Roquefort (Rokfor) Peyniri** ^[35] ^[36]

Roquefort (Rokfor), Fransa'nın Causses de l'Aveyron Bölgesi'nde yer alan Combalou doğal mağaralarının üzerinde kurulmuş 636 nüfuslu bir köydür. Roquefort (Rokfor) Peyniri ise; bu yörede yetiştirilen Lacaune ırkı koyunların çiğ sütünden *Penicillium Roqueforti* kullanılarak üretilen, olgunlaştırılmış ve küflü (mavi damarlı) bir Fransız peyniridir.

Fransız yasalarınca köken adı korunan ve üretimi titizlikle denetlenen bu ünlü peynir Fransa'da 1070 yılından beri tanınmaktadır. Rokfor üreticilerine ilk koruma 1407 yılında kral VI. Charles tarafından verilmiş ve mağaralar koruma altına alınmıştır. Sanayi devrimi ile peynir üretimi 1876 yılına doğru tamamen firmalara geçmiştir. Rokfor Peyniri'nin köken adını koruma konusunda verilen bilinçli ve örgütlü mücadele 26 Temmuz 1925 tarihinde özel "Rokfor Köken Adlandırma Yasası"nın kabul edilmesi ile sonuçlanmıştır. Çıkışı tamamen sanayiciler ve koyun sütü üreticileri arasındaki uzlaşmaya dayanan bu yasa ile Rokfor, Fransa'da köken adı korunan ilk peynir olmuştur.

Koyun sütü üreticiliğinde 1910-1920 yıllarında süt fiyatlarındaki ani düşüşlerle yaşanan sürekli krizler koyun yetiştiricilerini sendikalaşmaya ve bölgesel bir federasyon çatısı altında toplanmaya yöneltmiştir. 1922 yılında "Koyun Yetiştiricileri Sendikaları Bölgesel Federasyonu" kurulmuştur. Yetiştiricilerin sütlerini sanayicilere mümkün olan en iyi koşullarda satabilmesi, üretim ünitelerinin iyileştirilebilmesi ve ekonomik ve teknik müdahale ile bilgilendirme konularında gerekli bir yapının kurulması federasyonun temel amaçlarını oluşturmuştur.

Yetiştiricilerdeki bu örgütlenmeye paralel olarak peynir sanayicileri de 1928 yılında “Rokfor Sanayicileri Sendikaları Federasyonu”nu kurmuşlardır. Amacı süt üreticileriyle olan ilişkilerini güçlendirmek ve süt toplamasını rasyonelleştirmeyi gerçekleştirmek olan bu federasyon bölgede en büyüğü “Société de caves” olan tüm Rokfor peyniri üreticisi firmaları çatısı altında toplamıştır.

İlişkilerini daha iyi düzenleyebilmek için birleşerek bir birlik kurulmasının yararlarını çok geçmeden anlayan iki federasyon 1930 yılında kısa adı “Rokfor Konfederasyonu” olan Koyun Sütü Üreticileri ve Rokfor Sanayicileri Genel Konfederasyonu’nu kurmuşlardır.

Rokfor’un yönetişi, içinde süt ve peynir üreticilerinin eşit sayıda temsil edildiği ve yapısında 80 kişinin çalıştığı bu konfederasyon tarafından gerçekleştirilmektedir. Cİ yönetişiminde temel sorun finansman olup, Roquefort Konfederasyonu’nun görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için gerekli finansman kaynağı da büyük ölçüde süt üreticileri ve peynir sanayicilerine uygulanan süt kesintilerinden sağlanmaktadır. Bu şekilde elde edilen gelirler yılda 4 milyon Avro’ya ulaşmaktadır.

Rokfor Konfederasyonu, Rokfor tedarik zinciri yönetişiminde temel aktördür. Bu bağlamda süt üreticileri ve peynir sanayicileri arasındaki ilişkilerin koordinasyonu, süt fiyatlarının belirlenmesi, piyasa regülasyonu ve süt üretiminin yönetimi konfederasyonun temel görevlerini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra Konfederasyon koyun yetiştiricilerine teknik hizmet sağlanması, Roquefort köken adının korunması ve tanıtımı, yetkili bir kontrol kuruluşu yoluyla denetimlerin gerçekleştirilmesi (yılda 200-400 denetim), süt kalite ve kompozisyonunun denetimi, inceleme ve araştırma yapma görevlerini de yürütmektedir.

Rokfor Konfederasyonu, süt işletmelerinin modernleşmesi, yöneticilerin eğitilmesi ve ırk seleksiyonu konusunda da son derecede başarılı olmuştur. Ürün bazında Cİ yönetişiminin ideal bir örneğini oluşturan Konfederasyonda kurumsal yapılanmanın çok etkin ve yönetimin son derecede demokratik olması, Roquefort başarısının şüphesiz temel nedenleridir.



Fransa'nın tescilli en eski peyniri olan Rokfor, yaratmış olduğu katma değer ve istihdamla gerçek bir kırsal kalkınma aracıdır. Yörede ihracat gelirlerinin yanı sıra her sene mağaraları ziyarete gelen yerli ve yabancı turizm gelirleri ile yöre ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Çeşitli ARGE çalışmaları ve iyileştirilmiş üretim politikaları sonucu 1961-2009 yılları arasında süt üreticisi işletme sayısı 8010'dan 2086'ya gerilerken sağılan koyun sayısı 450 binden 750 bine ulaşmış, işletme başına düşen ortalama koyun sayısı da 86'dan 350'ye yükselmiştir. Aynı dönemde işletme başına üretilen yıllık ortalama süt miktarı ise 16 kat artarak 4,9 tondan 76,7 tona ulaşmıştır.

Rokfor endüstrisinde faaliyet gösteren 7 firma, 2009 yılında toplam 37.896 ton peynir üretmiş olup bunun 19.996 tonunu (%52,8) Rokfor, 13.400 tonunu ise (%35,3) salata peyniri oluşturmuştur. Rokfor'un yanı sıra ayrıca pecora, pérail gibi yan ürünler de üretilmekte olup, üretimdeki çeşitlenme sonucu toplam sütün neredeyse tamamının değerlendirilmesini sağlamaktadır. Ancak, süt fiyatları ürüne göre farklılık arz etmektedir. Aynı yıl 330,2 milyon Avro'luk bir ciro gerçekleştirilmiştir. Konfederasyon verilerine göre 2009 yılında üretimin %19,6'sı ihraç edilmiş olup Avrupa Birliği ülkeleri dışında en büyük alıcısı %100 gümrük vergisine rağmen ABD'dir. Rokfor değer zinciri yaklaşık 10 bin kişiye istihdam ve gelir sağlamaktadır.

- **Ezine Peyniri:**

Ezine peyniri, Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma Geliştirme ve Tanıtma Derneği tarafından başvurusu yapılmış ve 2007 yılında tescil edilmiş bir coğrafi işaretimizdir.^[4] Koyun (%45-55), keçi (en az %40) ve inek (en çok %15) sütü karışımından yapılan, kendine özgü tat ve aroması olan tenekeli tipi olgunlaştırılmış bir beyaz peynirdir. Üretim alanı Çanakkale ili Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçeleridir.^[3]

34 üyesi bulunan derneğin temel görevleri arasında "köken adını ulusal ve uluslararası düzeyde koruma ve geliştirme, üretilen peynirleri denetleme, peynir üreticileri ile süt üreticileri arasındaki ilişkileri koordine etmek" yer almaktadır. Yoğun haksız rekabetin söz konusu olduğu Ezine peyniri, Türkiye'de köken adı sahteciliği en çok yapılan beyaz peynirdir.^[37]

Ezine ilçesi ve bağlı 49 köyü için hayvancılık faaliyetleri halkın ana geçim kaynaklarından birini teşkil etmektedir. Ezine'de yıllık ortalama 300 bin tenekeli peynir üretilmektedir ve yaklaşık olarak 75 bin tona denk gelmektedir. Bu üretim miktarı, Türkiye peynir üretiminin %11,4'ünü oluşturmaktadır.^[38] Yörede büyük şirketler ve KOBİ'ler bir arada faaliyet göstermektedir.^[37] İlçede mandıraların artmasına bağlı olarak büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayıları artış göstermiş; yöre halkına istihdam imkanı sağlanmış ve böylece 48 milyon TL mali katma değere ulaşılmıştır.^[38]

Halk, doğrudan peynir üretiminden ziyade daha çok ürettikleri koyun, keçi ve ineklerin sütlerini yerel firmalara satarak gelir elde etmektedir. İlçede faaliyet gösteren firmaların bünyesinde 10-50 arasında çalışan bulunmaktadır. Firmaların personel durumu incelendiğinde süt toplama işinde erkek çalışanlar görev alırken fabrika içi kesme ve paketleme işlerinde ise daha çok kadın çalışanlar görev almaktadır. Ayrıca gıda mühendisleri ve peynir ustaları da fabrikalarda çalışma olanağı bulmaktadır.^[38] Ancak, ülkemizdeki diğer örneklerde olduğu gibi Ezine peynirinin yönetiminde de meslekler arası etkin bir örgütlenme henüz gerçekleştirilmemiştir.



- **Agen Eriği:**

2002 yılında AB tarafından tescillenen ve Fransa'da siyah altın olarak nitelendirilen Agen Eriği'nin tarihçesi 12.yüzyılda Haçlı Seferleri'ne dayanmakta olup rahipler tarafından Suriye'den Fransa'ya getirilmiştir. Önceleri yalnızca güneşte kurutularak işlenen Agen Eriği, değişen iklim koşullarından dolayı kurutmada fırınlar da kullanılmaya başlanmıştır.^[40]

Fransa, Avrupa Birliği'nin birinci (%97) dünyanın üçüncü büyük erik üreticisi olan Fransa'da kişi başına yılda ortalama 450 gram Agen eriği tüketilmektedir. Dolayısıyla toplam üretimin %70'i iç pazarda tüketilmekte, %30'u ise ihraç edilmektedir. Üretim zincirinin ilk halkasında erik üreten tarımsal işletmeler yer almaktadır. Halen çoğunluğu genç olan ve 8 kooperatif/üretici birliğinde örgütlenen 1140 erik üreticisi bulunmakta ve yıllık üretim miktarı 40-42 bin tona ulaşmaktadır. Toplam 11500 hektarlık üretim alanına sahip Agen Eriği, 62 tesiste işlenmektedir ve Fransa ekonomisine yılda 119 milyon Avro kazandırmaktadır.^{[39] [41]}

2012 yılında üreticiler ve sanayiciler birlikte Agen Kuru Eriği Mesleklerarası Komitesi (CIPAG) ve onun şubesi olan Mesleklerarası Ulusal Erik Bürosu (BIP)'nu kurmuşlardır. Amacı, kuru erik piyasasının paydaşları

olan üreticiler ve sanayiciler arasındaki sürekli işbirliğini korumaktır. Bu mesleklerarası yapılanma; üretici ve sanayicilerden alınan aidatlarla yürütülmekte olup yıllık bütçesi 2 milyon Avro'dur. Dolayısıyla; Agen Eriği, başarısını sadece meyvesinin yüksek kalitesine, üreticilerinin tutkusuna, sanayicilerinin bilgi ve becerisine değil, değer zincirinin tüm aktörlerini bir araya getiren mesleklerarası örgütlenmesine borçludur.^[40]

- **Beypazarı Kuruşu**

Beypazarı Kuruşu, 2009 yılında Beypazarı Ticaret Odası tarafından başvurusu yapılmış olup, 2013 yılında coğrafi işaret tescili almış bir yöresel ürünümdür.^[3]

Yapılan bir araştırmaya göre, Beypazarı'nda yaklaşık 2000 ton/yıl kuru üretimi gerçekleşmekte olup yaklaşık 10 milyon TL'lik bir ciroya sahiptir. Beypazarı'ndaki kuru fırınları yaklaşık 90 kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır. Ayrıca, kullanılan hammaddelerin Beypazarı'ndan temin edilmesi dolaylı olarak istihdamı ve geliri arttırmaktadır. Beypazarı Kuruşu üretimi yapan fırın sayısı başta yalnızca 1 iken turizmin gelişmesiyle birlikte sayıları giderek artmıştır. 2008 yılında ilçede 4 adet kuru fırını bulunurken, 2014'te 7'ye yükselmiştir.^[42] Türk Patent ve Marka Kurumu'nun Coğrafi İşaretler Portalı verilerine göre günümüzde üretim, pazarlama ve piyasaya arz faaliyetinde bulunan 13 adet işletme yer almaktadır.^[3]

COĞRAFİ İŞARETLERDE TAKLİT VE TAĞŞIŞ^[43]

Bir ürünün Coğrafi İşaret (Cİ) olarak tescillenmesi; haksız rekabetin veya sahte markaların önüne geçebilmek için önemli bir tedbirdir. Diğer taraftan, bu ürünler haksız ve yanıltıcı kullanımlara (taklit-tağşış) sıklıkla konu olmaktadır.

Haksız ve yanıltıcı kullanım (taklit-tağşış) sorunu, dün olduğu gibi bugün de yaygın olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulusal ve uluslararası gıda mevzuatında bu problemin önlenmesi için düzenlemeler yapılarak, etkin denetimlerle sorunun ortadan kaldırılması için çaba harcanmaktadır.

Avrupa Birliği ile uyum sürecinde olan ülkemiz gıda mevzuatında taklit ve tağşış önlemek amacıyla bazı düzenlemeler mevcuttur: 5996 sayılı Kanun'a göre Taklit; "Bir maddeyi şekil, bileşim ve nitelikleri itibarı ile yapısında bulunmayan özelliklere sahip gibi göstermeye, başka bir maddeye benzetmeye çalışmaktır (Madde 3/(1)-64)". Tağşış; "Bir gıda maddesine temel özelliğini veren öğelerin ve besin değerlerinin tamamının veya bir bölümünün mevzuata aykırı olarak çıkarılması, miktarının değiştirilmesi; aynı değeri taşımayan başka bir maddenin, o madde yerine aynı maddeymiş gibi katılmasıdır (madde 3/(1)-63).

Bir gıda ürününün, tağşiş ya da taklit edilmesi, kasıtlı bir eylemdir ve bu eylemi gerçekleştiren gıda işletmecisinin niyetinde; gıdanın kalitesi ve/veya içeriği hakkında müşterilerini aldatması eylemi ve gıda sahtekarlığı vardır. Gıda sahtekarlığı örneklerine; bala şeker eklenmesi, sütün protein değerini arttırmak için melamin eklenmesi, alkollü içki üretiminde gıdaya uygun olmayan alkol kullanımı, tescilli coğrafi işaretlerin taklit edilmesi verilebilir.

Cİ'ler yönüyle, tescilli bir ürünün taklidinin önlenmesinde tepe düzenleme 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda yapılmıştır. 6769 sayılı kanun düzenlemelerinde tarif edilen denetim; Coğrafi işareti tescil ettiren tarafından oluşturulan denetim merciinin yaptığı denetimleri kapsamakta olup, 11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu ile diğer kanunlarda yer alan coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının denetimine ilişkin hükümler saklıdır. Yasal olarak korunan Cİ'lerin taklit edilmesi veya izinsiz kullanımı 6769 sayılı kanun anlamında tecavüz suçunun işlenmesi anlamındadır.

6769 sayılı kanun kapsamında yapılacak denetimde esas olan, coğrafi işaretin kullanımı denetiminin gerçekleştirilmesidir ve bu işi coğrafi işaretin tescil belgesinde tanımlı denetim biriminin yürütmesi gereklidir. Bu kanun kapsamında yürütülen denetim; tescilli işareti taşıyan ürünlerin üretimi, piyasaya arzı ve dağıtımını aşamalarında veya ürün piyasada iken kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimini içerir. Coğrafi işareti tescil ettiren ile tescil edilmiş coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip kişiler; üçüncü kişilerin, bu kanunla belirlenmiş haklarını ihlali durumunda mahkeme kanalı ile tecavüzün durdurulması için hukuk davası açabilir.

Ülkemizde tescilli coğrafi işaretler, çoğunlukla gıda ürünleridir. Gıda ürünlerinin güvenilirliğinin sağlanması öncelikle gıda işletmecisinin sorumluluğundadır. Cİ tescilli ürün söz konusu olduğunda, sorumluluk; tescil ettiren, tescili kullanan ve gıda güvenilirliğinden sorumlu olan yetkili otoriteye ait olmaktadır.

Cİ tescilli olsun ya da olmasın insani tüketim amaçlı piyasaya sunulan tüm gıda ürünleri, 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu ile belirlenmiş gıda güvenilirliğine dair temel gereklilikleri yerine getirecek şekilde üretilmelidir. Bu gereklilikler; Cİ tescilli ürünler için, temel hijyen gereklilikleri ve temel gıda güvenilirliği gereklilikleri olarak özetlenebilir. Bu kanunda, Cİ'lere dair tek bir madde mevcut olup, bu madde "Coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının, tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetiminin yapılmasını" kapsar (Madde 23/2).

Cİ tescilli gıda ürünlerinin denetiminde; 6769 sayılı kanun ve 5996 sayılı kanun esas alınmaktadır. Bahsi geçen yasal düzenlemeler, denetimlerin temelde iki grupta olması gerektiğini göstermektedir. Bunlar; 'ilgili ürünün spesifikasyona uygunluğunun doğrulanması' ve 'tescilli menşe adı, mah-

reç adı ve geleneksel ürün adı ile ilgili olarak hükme bağlanmış koruma kapsamı içinde, ilgili işaretlerin piyasadaki kullanımının denetlenmesi' olarak gruplandırılabilir. Bu denetimler; 'tescil ettiren tarafından tescil belgesinde belirtilen denetim mercii (yetkilendirilmiş kişi-kurum- kontrol kuruluşu)' ve 'gıdadan sorumlu yetkili otorite (Tarım ve Orman Bakanlığı)' tarafından gerçekleştirilmelidir.

6769 sayılı Kanun kapsamında yürütülmesi gereken denetim; coğrafi işareti tescil ettiren tarafından oluşturulmuş olan, tescil belgesinde belirtilen denetim ekibi tarafından yapılmalı; tescil edilmiş coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip kişiler ise otokontrolü üstlenmelidir. Diğer taraftan, ülkemizde tescilli coğrafi işaretlerin tescil ettiren tarafından etkin kontrol ve denetimlerinin yapıldığı ya da yaptırıldığından bugün itibariyle bahsedilememektedir.

5996 sayılı kanunun uygulayıcısı olan Tarım ve Orman Bakanlığı'nın bugün itibariyle tescilli Cİ'ler için özel bir yönetmeliği/düzenlemesi bulunmamaktadır. Uygulayıcısı olduğu kanun, gıda etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunmasına dair düzenlemeleri de kapsadığından, yürütmekte olduğu gıda ürünlerinin piyasa kontrolleri aracılığıyla, Cİ tescilli ürünleri de izleyebilmektedir. Yürütülen kontrol ve denetimlerde taklit ve tağşişin tespiti halinde uygun olmayan ürünleri üreticileri ile birlikte ifşa edebilmektedir.

Gıda güvenilirliğinden sorumlu olan Tarım ve Orman Bakanlığı kayıtları, tescilli Cİ'lerin ve geleneksel ürünlerin denetimlerini yapmak için il bazında ekipler oluşturması için girişimlerin bulunduğunu gösterse de Cİ'lerle ilgili denetim yetkisine sahip olan Bakanlığın, bu kontrollerin yürütülmesinde uygulanması gereken yol ve sistemin tarif edildiği özel bir düzenlemesi bulunmadığından, Cİ tescilli ürünlerin şartnameye uygunluk (taklit/tağşiş) kontrolü için ayrı bir kontrol programı da yoktur. Bu ürünler, daha önce ifade edildiği şekilde, gıda güvenilirliğine dair genel düzenlemeler kapsamında, piyasaya sunumu yapılan tüm gıda ürünlerinde uygulanmakta olan programlar kapsamında uygunluk denetimlerine konu olmaktadır.

Cİ tescilli olsun ya da olmasın, piyasaya arzı gerçekleştirilen gıda ürününden kontrol ya da denetim amaçlı numune alındığında, laboratuvar analizi sonucu taklit ve tağşişin tespitine işaret ediyor ise, Tarım ve Orman Bakanlığı yetkililerince yasal işlemler uygulanmaktadır. Örnek olarak; tescilli menşe adı olan Çaycuma Manda Yoğurdu'nun, TÜRK PATENT veritabanında yer alan tescil belgesinde (ürün şartnamesi) %100 manda sütünden üretilmesi gerektiği belirtilmektedir. Hali hazırda bu işareti taşıyan bir ürün piyasada yer almamaktadır. TGK Fermente Süt Ürünleri Tebliği (Tebliğ No: 2009/25) md. 13 - (1)-h ye göre «Bu Tebliğ kapsamında yer alan ve tek bir hayvan türüne ait sütün yüzde yüz kullanıldığı üretimlerde sütün ait oldu-

ğu hayvan türü ürün adı ile birlikte kullanılabilir.» denilmektedir. Tür tespiti amacıyla, Bakanlık laboratuvarları DNA bazlı analitik metotlardan olan, üreticisi tarafından tespit sınırı (Limit of Detection) %1 olduğu beyan edilmiş kitin kullanıldığı mikro-array yöntemi ile sütün orijininin tespit etmekte, bu metotla yapılan analiz sonucunun “tespit edildi” şeklinde raporlanması halinde, Bakanlık yetkilileri tarafından, etikette tanımlı tür dışındaki sütün tespiti dayanak alınarak idari para cezası uygulanmaktadır.

Bu uygulama irdelediğinde, ortaya çıkan argümanlar şunlardır: PCR yöntemi ile de çok düşük düzeyde tür tespiti yapılabilmektedir. Ulusal mevzuatımızda, hangi seviyeden sonra taklit/tağşiş/gıda sahtekarlığı olarak değerlendirileceğine dair belirlenmiş bir sınır değer yoktur. PCR yöntemi, daha yüksek ticari değere sahip sütlerde düşük seviyelerde inek sütü ikamesinin (%0,1) tespiti için yararlı ve basit bir yaklaşımdır. Ayrıca, teknik, kapsamlı protein denatürasyonu ile termal olarak veya başka şekilde işlenmiş süt ürünlerine uygulanabilmesi gibi büyük bir avantajla birlikte yüksek hassasiyet ve özgüllük sunar. Bu nedenle, DNA bazlı analitik teknikler, gıda denetim hizmetleri için süt karışımlarının veya peynir ürünlerinin tür kökenini izlemek için yararlı olabilir, böylece geleneksel üreticileri ve tüketicileri gıda ürünü tağşişine ve yanlış beyanına karşı korunmasında bir araç olarak kullanılabilir. Diğer taraftan PCR tabanlı teknikler yarı nicel teknikler olması nedeniyle, farklı süt yüzdelerinin doğru nicel olarak belirlenmesi hala sorunludur.

Dolayısıyla, tek bir analiz sonucuyla üründe taklit ve tağşişin var olduğu kanaati ile yasal işlem kararı, her durumda doğru bir yaklaşım olamayacaktır. Gıda işletmecisinin, üstüne atılı suçu işlendiğinin kesin ve objektif delillerle ispatlanması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Bunun için de 5996 sayılı Kanununun geri izleme maddesinin çalıştırılması gerektiği değerlendirilmektedir. Zira, ülkemiz mevzuatının oluşturulmasında esas alınmış olan Avrupa Birliği düzenlemeleri, iç kontrollerinde analiz sonucunun bir uygunsuzluğu haber vermesi halinde daha güçlü objektif delilleri elde edebilmek için geri izleme yapılması gerektiğini göstermektedir. Belirtilen nedenlerle, hali hazırda uygulamada olan tek bir analiz sonucuna dayanılarak uygulanmakta olan cezai işleme dayalı idari düzenlemenin yerine, 5996 sayılı kanundaki yollar tüketildikten sonra, aldatma suçunu işlemiş olan işletmeciye yasal müeyyidelerin uygulanmasını sağlayacak düzenlemelerin yapılmasına ihtiyaç vardır.

Bakanlığın, bu yönde alacağı aksiyonun kamu yararına da olacağı açıktır. Zira, ülkemizde hem kamu hem de özel sektörün coğrafi işaretlere ayrı bir önem verdiği, geliştirilmesi ve korunması için programlar uygulamaya koyduğu tüm taraflarca bilinmektedir. Bu programların hayata geçirilmesinde, coğrafi işaret üreticilerinin farkındalığının artırılması kadar, coğrafi

işaret üreticilerinin korunması da önem arz etmektedir. Diğer taraftan, tescil ettirme aşamasından sonra tescilli coğrafi işaretin korunması ve ününü sürdürebilmesi için, sahip olduğu kalite kriterlerini koruması ve gıda güvenilirliği şartlarını yerine getirmesi önemlidir. Bunun sağlanması için de, hem yasal otorite hem de coğrafi işareti tescil ettirenler; yasanın işaret ettiği şekilde ve esas alınan Avrupa Birliği üye uygulamalarına bakarak, üstlenmeleri gereken görevleri yerine getirmeli; genelde küçük üreticiler tarafından üretilen coğrafi işaretlerin güvenilirliğini güvence altına alan tedbirleri -gıda güvenilirliğini riske etmeden- uygun planlama ile uygulamalı ve süreçte oluşması muhtemel riskleri önleyici tedbirleri almalıdır.

COĞRAFI İŞARETLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dünyada gerek nüfus artışı ve kentleşme gerekse küreselleşme gibi olguların meydana getirdiği yeni yaşam şekilleri, beslenme alışkanlıklarında ve kültürel alanlarda değişimlere yol açmıştır. Meydana gelen bu değişimlerin sosyal ve çevresel alanda yarattığı olumsuzluklar, genetiği değiştirilmiş ürünlerin piyasaya sunulması ve gıda kaynaklı hastalıklar insanları tükettikleri ürün hakkında daha çok bilgi edinmeye, doğal, organik ve yöresel ürün gibi kavramların hayatımıza girmesine neden olmuştur. Tüketicilerin özellikle yerel ve küçük ölçekli üretimlere olan ilgisinin artması niş marketlerin daha çok gündeme gelmesini sağlamış ve bu olgu yöresel ürünlerin üretimi ve pazarlanması için yeni stratejilerin oluşmasını gerekli kılmıştır. İşte bu stratejilerden biri de Coğrafi İşaretler (Cİ)'dir.^[44]

İlk olarak AB ülkelerinde ortaya çıkan önce ulusal sonra bölgesel ve şu anda da uluslararası alanda gelişmesini sürdüren Cİ sistemi, yerel değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında oldukça önemlidir. Bu sistem içerisinde yer alan ürünlerin yasal zeminde haksız kullanımlara karşı korunması ve tescilli ürünün bulunduğu bölgeye olan ekonomik, sosyal, örgütsel ve çevresel katkıları konusunda ulusal ve uluslararası alanda birçok çalışma mevcuttur.^[44]

Cİ'ler için sürdürülebilirliğin önemini açıklayan önemli argümanlar vardır. Bunlardan bazıları kaynakların tükenmesi, iklim değişikliği, müşteri gereksinimleri/tüketici talepleri ve mevzuatla alakalı olabilmektedir. Sürdürülebilirliğin üç bileşeni olan çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğin coğrafi işaretle bağlantılı yönleri ise kaynakların korunması, coğrafi işaretle yerel paydaşlar arasındaki ilişki, piyasa gereksinimleri ve tüketici güveni olarak sayılabilir.^[45]

Cİ'lerin sürdürülebilir olması çevreyle alakalı iki tür olumlu etki yaratır: ^[45]

- Doğal kaynaklar sürdürülebilir olur. Örneğin; Fransa'da şarabın geçmişine bakıldığında başlangıçta çok da güçlü ve ünlü bir tarihinin olmadığı görülebilir. Ancak, yerel şarap üreticilerinin özel-

likle iklimsel koşullarla mücadele etmeleri ve bunun sonucunda başarılı olup şarabı üretip bu konuda uzmanlık kazanmaları bu başarılı süreç için iyi bir örnektir.^[44]

- Biyoçeşitliliğe katkı sağlar. Örneğin; Ekvador'da yetişen coğrafi işaret tescilli Kakao Arriba'yı tanıtmaya ve geliştirme sürecinde giderek yeni ve daha üretken çeşitlerle değiştirilen eski kakao tohumlarının korunması amaçlanmaktadır.^[45]

Cİ'lerde yerel paydaşlar arasındaki ilişki sürdürülebilir başarının anahtarıdır. Sosyal sürdürülebilirliğe örnek olarak, 2005 yılında tescillenen Peru'nun ünlü coğrafi işareti Maiz Bianco De Cuzco verilebilir. Bu dev beyaz mısırlar, Vilcanota nehri boyunca İnkalar'ın Kutsal Vadisi olarak geçen bölgede, 2600-2950 m rakımda antik İnkalar başkenti olan Cuzco'da yetişmektedir. Bu çok eski mısır çeşidi önemli bir geleneğe sahiptir ve önemli bir dini işlevi vardır. Bu mısırın Cİ tescilli bir ürün olarak tanıtılması, yerel üreticilerin miraslarının bir parçası olarak gördükleri atalarının tarımsal uygulamaları ve ilgili arazilerin korunmasına katkıda bulunmaktadır.^[45]

Diğer yandan, özel sektör aktörleri; tüketiciler, yatırımcılar ve hatta kendi çalışanlarının talepleri doğrultusunda sürdürülebilirlikle ilgili kendilerini geliştirmektedir. Örneğin; Bosna Hersek'in tescilli Livno Peyniri (Livanski Sir) geleneksel olarak koyun sütünden üretilen bir peynirdir. Livno Peyniri'nin üretimi birkaç yüzyıl önce başlamıştır ancak son zamanlarda değişen şartlar sebebiyle inek sütü kullanılarak üretilmeye başlanmıştır.^[45]

COĞRAFİ İŞARETLERDE GIDA GÜVENLİĞİ VE GIDA MÜHENDİSİNİN ROLÜ

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nun tanımına göre "Gıda güvenliği, gıdaların insan sağlığına zarar verebilecek maddeler içermesini önleyen bilime dayalı bir disiplin, süreç veya eylem" olarak tanımlanmıştır. BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), gıda güvenliğinin sağlanabilmesi için gıda maddelerine erişim, gıdaya erişimde eşitlik, sürdürülebilir ulaşımın sağlanması ve gıda kalitesi şartlarını ileri sürmektedir.^[46] Gıda güvenliği; gıdaların hasatı, taşınması, işlenmesi, hazırlanması, depolanması ve son tüketiciye sunulması sürecinde gıda kaynaklı hastalıklara neden olan *fitrik, biyolojik ve kimyasal* nitelikteki çeşitli risk unsurlarını önleyecek, zararsız kılacak ya da elimine edecek yaklaşımları ele alan bir kavramdır.^[47]

Geçmiş dönemlerde, toplumların kültürel mirası olarak nitelendirilen geleneksel gıdaların kayıt dışı olarak üretilip satılması bu ürünlerin güvenilirliğini tehlikeye atmaktaydı. Üretim koşullarının kontrol edilememesi nedeniyle, gıda zehirlenmeleri yaşanabilirken; bunun yanında bazı gıda katkı maddelerinin izin verilen limitlerden daha yüksek düzeyde kullanılması ya da kullanımına izin verilmeyen gıda katkı maddelerinin kontrolsüz kulla-

nımı söz konusu olabilmekteydi.^[48]

Geleneksel nitelikteki ürünlerin markalaşması ve Cİ tescili gibi araçlarla yasal olarak koruma altına alınması; bu ürünlerin sadece taklitlerinden korunması ya da sürdürülebilirliğini sağlamak açısından değil, aynı zamanda bu ürünlerin “gıda güvenliği” koşullarına bağlı olarak üretilip satılmasının ve yasal zeminde denetlenebilmesinin de garanti altına alınmasına neden olmaktadır. Gıda üreticisi, tescil sayesinde yasal olarak tanımlanabildiği ve ürünlerinden sorumlu tutulabildiği için, “Cİ tescili” ürün güvenliğine esasen katkıda bulunmaktadır. Cİ’lerin Avrupa genelinde, özellikle Akdeniz ülkelerinde yaygınlık göstermesi, bunu tüm dünyada geleneksel ürünleri nitelenmek için bir araç olarak uygulama konusunda bilinçlendirmiştir. Bu nedenle, Cİ’ler artık bir Avrupa merkezilik meselesi değil, küresel bir endişe haline gelmiştir. Bu durum, Cİ geleneği olmayan ülkeleri, Cİ çalışmalarını yapmaya yönlendirmiş ve bu yönelim ürünlerin güvenli üretimini zorunlu kılmıştır. Bu nedenle, Cİ tescili sayesinde gerek doğrudan gerekse de dolaylı olarak güvenilir gıda üretimi artmıştır.^[48]

Cİ’lerde ürünlerin öncelikle otantisitesinin (gerçekliğinin) belirlenmesi ve kökeninin (orijin) ortaya konulması gerekmektedir. Cİ tescili ile ürünlerin ticari değeri arttığından, bu durumun yarattığı rekabet, taklit ürünlerin piyasada yer almasına ve gerçeğinden ayırt edilebilirliği denetlenmediği sürece haksız rekabete neden olmaktadır. Gerçek üretimin korumasını sağlamak amacıyla bu ürünlerin aslına/orijinine uygunluğunun kanıtlanması bir zorunluluktur.^[49]

Orijini belirlenmiş gıdaları diğerlerinden objektif bir şekilde ayırabilmek için kalitatif ve kantitatif sonuçların alınabildiği pek çok analiz metodu mevcuttur. Bu yöntemler; taklit ve taşşış gibi hilelerin açığa çıkmasına, izlenebilirliğin, kalite ve gıda güvenliğinin sağlanmasına ve tüketicinin korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır.^[49] 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu kapsamında belirlenen tüm limitler dikkate alınarak, coğrafi işaret ile tescillenmiş bir ürünün bileşimi onaylanmaktadır. Bu nedenle, coğrafi işaretli bir ürün tüketici sağlığı açısından herhangi bir tehlike arz etmeyecek şekilde üretilmekte, depolanmakta ve son tüketiciye ulaştırılmaktadır. Tüm bu aşamalar “izlenebilirlik” ilkesi gereği kayıt altında tutulmaktadır.^[48]

Bir ürünün Cİ olarak tescil edilebilmesi; belirli bir coğrafi sınırdaki yer alan doğa ve insan kaynaklı her türlü etmeden etkilenen ürünün karakteristik özelliklerinin coğrafi kökene bağlı olması ve o ürünün kendine has özellikler kazanmış olması koşullarına bağlıdır. Dolayısıyla, Cİ tescilli bir ürünün coğrafi sınırları ve her bileşeninin kökeni tescil altındadır. Bu nedenle, coğrafi işaretin gıda güvenliği konusunda sağladığı en büyük getiri hiç kuşkusuz “izlenebilirlik”tir. Bu durum, Cİ tescilli ürünleri diğer ürünlere

kıyasla izlenebilirlik açısından bir adım daha öteye taşımaktadır.^[48]

Tescilli ürünlerde yaşanabilecek en önemli sorun gıda güvenliğidir. Bunu engellemek için çeşitli gıda güvenliği sertifikasyon sistemlerinden yararlanmak mümkündür. Güvenilir ürünlerin tüketiciye sunulması amacıyla düzgün işleyen bir sistemin oluşturulması ve korunması temeline dayalı bir gıda güvenliği sistemi olan basitleştirilmiş/genelleştirilmiş HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) ile tarımsal üretimde kullanılması gereken asgari standardın belirlendiği bir protokolün uygulanması olan ve amacı özellikle yaş meyve sebzelerin arzında insan sağlığını tehdit edebilecek riskleri en aza indirebilmek olan GAP (İyi Tarım Uygulamaları / Good Agricultural Practice) bu sistemlerin en bilinenleridir.^[50]

Genelde işlenmemiş ve az işlenmiş ürünlerin yoğunlukla kayda geçtiği ülkemizdeki Cİ ürünlerinin daha ileri işlenmesi ve daha yüksek katma değer ve dolayısıyla fiyatlarla işlem görmesi gıda mühendislerinin katkılarıyla olacaktır. Cİ'lerde gıda güvenliğinin sağlanmasında da en önemli meslek grubu hiç şüphesiz gıda mühendisleridir. Gıda konusunda sahip olunan bilgi birikimi ve mesleki deneyimle Cİ tescilli gıda ürünlerinin yalnızca üretim aşamasında değil; bu ürünlerin tescil süreçlerinde, kamu ve özel denetimlerinde, ARGE ve ÜRGE çalışmalarında, pazarlama ve satış faaliyetlerinde gıda mühendisleri yer almakta olup, ülkemizde ideal bir Cİ sisteminin kurulmasıyla hem sektöre daha fazla katkıda bulunulacak hem de istihdam artışı sağlanacaktır.

GZFT ANALİZİ

Bu analiz, ülkemizde konuya ilişkin yapılmış olan analizlerin derlenerek yeniden yorumlanmasıyla oluşturulmuştur.

1. TESCİL SÜRECİ

<p>Güçlü yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cİ'ler konusunda farkındalığın artması • Avrupa ve ABD'nin tersine Cİ tescilli ve tescil potansiyeli taşıyan ürünlerin ülkemizdeki çeşitliliği • Kalkınma ajanslarının Cİ tescil desteğinin bulunması • Ülkemizin gen kaynakları ve biyoçeşitliliğinin fazla olması • Valilikler/Büyükşehir belediyeleri bünyesinde birimler oluşturulması (PROMER, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi vb.) 	<p>Zayıf Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cİ tescil sayılarının hızla artması (özelliğini yitirme riski) • Tescil ettiren kurum/kuruluşların çoğunlukla oda, borsa ve yerel yönetimler olması (asıl üretere katkısının sınırlı olması) • Menşee adı ve mahreç işareti ayırımının net olarak yapılamaması, mahreç işaretli ürünlerin coğrafi sınırları dışında üretilmesine olanak tanınması (Örneğin; Adana kebabı, vs.) • AB'den alınan tescil sayılarının yetersiz olması • Tescil sürecinde kurumlararası/mesleklerarası işbirliğinin zayıf olması, sürecin uzman kişilerle yürütülmemesi • Ürün tanımı, ayırt edici özellikleri ve ürün spesifikasyonlarının yetersizliği (Etkin araştırmanın yapılmaması) • Yetersiz arşiv araştırması • Tescili vermeye yetkili kurumda konu uzmanlarının sayıca yetersizliği • Yereldeki kamu kurumları, STK'lar vb. yapıların Cİ üreticilerinin örgütlenmesine yeterli destek olmaması • Cİ tescil süreçlerine ilişkin teknik bilgi, uzman insan kaynağı, arşiv ve teşvik mekanizmalarının yetersizliği • Tescil sürecinde üniversitelerin gıda mühendisliği bölümlerinden, ilgili devlet kurumlarında (İl/İlçe Tarım ve Orman Müdürlükleri, belediyeler, enstitüler, laboratuvarlar, vb.) resmi kontrol, analiz, üretim, vb konularda görev alan gıda mühendislerinden yeterince faydalanılmaması
<p>Fırsat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Şehirlerarası rekabet • Kamu kurum, kuruluş, Oda ve Borsaların Cİ tescilli alma sürecini kurumsal prestij olarak değerlendirmesi, bu konuda çalışmalar yürütmek için rekabete girmesi • Tescil vermeye yetkili kurumda konu uzmanlarına tam zamanlı veya kısmi süreli istihdam imkanı • Kurumlararası işbirliğiyle tescil sürecinin etkin yürütülmesi 	<p>Tehdit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ermenistan ve Yunanistan gibi coğrafi ve kültürel yakınlığın olduğu ülkelerin Anadolu'ya özgü ürünlerin tescilli için çalışma yürütmesi, hem ilk başvuran olmaları hem de pazara giriş üstünlüğü yaratmaları-Tescil sürecine sadece ticari kar odaklı yaklaşılması • Tescilli ürünlerin coğrafi sınırlarının net ve hassas bir şekilde belirlenmemesi ya da bölge, bölüm, yöre kavramlarının hatalı kullanımları; üretimin coğrafi sınırları yerine genellikle idari sınırların kullanılması • Cİ portalında ilgisiz başvuruların yer alması • Cİ'lerin tescil edilmediğinde toplumsal hafızadan silinip yok olma, toplum tarafından unutulma tehlikesinin bulunması

2. ÜRETİCİ/ÜRETİM/ARZ

<p>Güçlü yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Köklü ve çeşitli ustalık, zanaat varlığı • Kadın emeği ve istihdamının yoğun olması • Katma değerli ürün elde etme ve istihdam olanağının bulunması • Türkiye’de yöresel ürünler ve Cİ’ler konusunda devlet desteklerinin giderek artması • Yasal düzenlemeler sonucu perakende mağazalarda %1 oranında yöresel ve Cİ tescilli ürün satışının zorunlu tutulması • Perakende sektöründe Cİ tescilli ürünlere dair pazarlama çalışmalarının ve farkındalığının artması 	<p>Zayıf Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Üreticilerin tescil sürecinde yeterince yer almaması, üretim metotları ve reçete konusunda bilgi alışverişinin yetersiz olması • Hammadde niteliğindeki ürünlerin kontrollü biçimde işlenmesiyle elde edilen ürünlerin tescili yerine hammaddenin tescil edilmesi (Kalecik karası-Şarap örneği) • Cİ tescilli ürün üreticileri ve tescil süreçlerini yöneten kurumlar (STK’lar, kamu kurumları vb.) arasında sürdürülebilir bir iletişim kanalı olmaması • Eğitimin hiçbir aşamasında yerel ve geleneksel üretim bilincinin yerleştirilmemesi/zayıflaması • İlgili kamu kurumları ve yerel idarelerin birlikte çalışma kültürünün olmaması • İşletmelerin tedarik zincirinde Cİ’lere yer vermekten kaçınması (Sürdürülebilir kalite), • Birçok işletme menülerinde haksız Cİ kullanımları • Cİ’lerin üretimine ilişkin teknik bilgi, insan kaynağı ve teşvik mekanizmalarının yetersizliği • Şartnameye uygun üretim yapan üreticilerin envanterinin tescil ettiren kuruluşlar tarafından kayıt altına alınmaması • Mevcut üretim yapılarının kurumsal kapasite eksikliklerinin olması (yönetim, insan kaynağı, finansman, gönüllülük) • Sözleşmeli üretimin yeterince güvence altına alınmaması ve cazip olmaması • Geleneksel üretim süreçlerinin maliyetli ve zahmetli olması (emek yoğun üretim biçimleri) • İl bazlı yöresel ürün envanterlerinin eksik olması veya olmaması • Cİ üreticilerinin eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin eksik olması ve tescilin getireceği kazançların bilinmiyor olması • Üretim girdilerinin döviz kuruna bağlı olmasından dolayı maliyetlerinin artış göstermesi • Cİ’lerin yerel yönetimlerin öncelikleri arasında olmaması, yerel marketlerde ve halk pazarlarında Cİ tescilli ürünlerin satışının yapılmaması, şehirlerde sabit satış noktalarının bulunmaması • Coğrafi işaretlerin üretiminden satışına kadar aktörler arası iletişim ve koordinasyon eksikliği
<p>Fırsat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yerel ve ulusal düzeyde fon kaynaklarının varlığı (IPARD-KKDP-TKDK, TAGEM, KOSGEB, vb) • Kırsal bölgelerde Cİ’lerin üretiminde çalışacak çalışan havuzu mevcut ve yeterli olması • Enflasyon, işsizlik, düzensiz gelir gibi problemler ile yaşayan kırsal kesime sınırlı da olsa bir kaynak akışı şansının bulunması • Kırsal alanlarda kalkınmayı sağlaması, iş olanaklarının artması, ulaşım ve altyapı olanaklarının geliştirilmesini sağlaması • Dünyada artan ilgiye ve talebe bağlı olarak Cİ tescilli ile korunan ürünlerde Türkiye’nin büyük ihracat potansiyeli • Sözleşmeli üretim modelinin üreticiyi koruyacak şekilde uygulanması 	<p>Tehdit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Üreticilerin örgütlenememesi, birlikte çalışma kültürünün, güven ve kooperatifleşme/üretici birliklerinin zayıf olması • Haksız rekabetin önlenememesi • Tescilli coğrafi işaretlerin denetiminin eksikliği/yetersizliği • Tescilli ürünün standartlarına aykırı üretim yöntemlerinin yaygın olması (Örn: zirai ilaç kalıntısı, GDO, reçete farklılığı, vb.) • Kırsaldan kente göçün hızla artması • Geleneksel üretim yöntemlerinin usta-çırak ilişkisiyle günümüze aktarılamaması ve usta sayılarının azalması • Cİ’lerin sürdürülebilir üretiminde çevresel koşulların bozulması ve iklim değişikliği • Cİ tescilli ürünlerin üretimi sürecinde HACCP, GAP, GMP, vb kalite yönetim sistemlerinin yetersiz kullanılması • Cİ tescilli ürünlerin analizleri konusunda kapasite eksikliği, testlerin yapılamaması, yüksek maliyetli olması • Üretimi koruma ve geliştirme yönünde politika yoksunluğu • Tescilli ürün üretmek isteyen mevcut üretici ve çiftçiler için yatırım ortamının belirsizliği • İşletmelerin altyapı sorunlarının çözülmesi sırasındaki yatırım maliyetinin yüksek olması, altyapı ve planlama sürecinde yaşanabilecek teknik sorunlar

3. ÜRÜN

<p>Güçlü yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biyoçeşitliliğin yüksek olması, Anadolu'nun ticaret ve göç yolları üzerinde olması, çeşitli medeniyetlere ve topluluklara evsahipliği yapması, bu etkileşimden kaynaklanan köklü kültürel altyapı sayesinde Türkiye'de 2500'e yakın Cİ potansiyeli taşıyan ürün bulunması • Cİ sisteminin yöresel ürünleri ve küçük üreticiyi koruyan bir sistem olması ve üreticilerin pazara kolaylıkla girebilmesi • Geleneksel bilgi ve birikimin gelecek nesillere aktarılması 	<p>Zayıf Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tescilli ürünlerde yetersiz tanıtım ve pazarlama faaliyetleri • Küçük üreticilerin yeterli tanıtım ve pazarlama bütçesi olmaması • Yetersiz AR-GE ve ÜR-GE çalışmaları, katma değeri yüksek işlenmiş gıda ürünlerinin yetersizliği • Cİ'e konu olan ürünlerde kalite konusunda sorunların varlığı ve özel düzenlemelerin oluşturulmamış olması • Ürün ve hammadde ilişkisi ile veri ve planlamanın olmaması • Yönetişim ve denetim eksikliğinden dolayı tescillerin beklenen katma değeri yaratmaması, hatta değer kaybı yaşanması (Malatya kayısı örneği) • Son yıllardaki eğilimlere bağlı olarak alkollü içkilerin tescili için çalışma yapan kurum ve kuruluş bulunmaması. • Yerel işletmelerin tedarik zincirinde, menülerinde ve tariflerinde Cİ tescilli ürünleri kullanmaması
<p>Fırsat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cİ tescilinin katma değer yaratması • Orijin tespitine yönelik teknolojilerin kullanılması/geliştirilmesi • AR-GE ve ÜR-GE için kamu desteklerinin (Kalkınma ajansları, TÜBİTAK, KOSGEB, TAGEM vs.) bulunması • Cİ'lerin kırsal kalkınma ve üretici gelirini tamamlayıcı veya destekleyici bir politika aracı olması • Ulusal ve uluslararası alanda ülkeler için yeni bir tanıtım aracı olması 	<p>Tehdit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kontrol edilemeyen üretim girdileri (Su, gübre, tarım ilaçları vb) • Ürünlerde Cİ logolarının kullanılmaması ya da yanlış kullanılması • Ülkemize özgü birçok ürünün (gıda, alkollü içecekler, yemekler, vs.) başka ülkeler tarafından sahiplenilmesi • Ürün şartnamesine uygun olmayan üretim yapılması ve bu ürünlere karşı üretim ve piyasaya arzda etkin mücadele yapılmaması • Mevzuata uygun olma gerekliliğinden dolayı üretim yöntemlerinin orjinalliğinden uzaklaşması • Cİ tescilinde belirtilen özelliklere aykırı yapılan üretimlerin Cİ'lerin itibarına zarar vermesi, tüketicileri yanıltması ve üreticilere zarar vermesi • Tescilli ürünlerde inovasyon eksikliği ve değişime direnç

4. TÜKETİCİ

Güçlü yanlar <ul style="list-style-type: none"> • Niş pazarlarda yer alma kolaylığı • Cİ'lerin teknik ve mesleki lise müfredatlarında yer almaya başlaması (Metro Marketler-MEB protokolü), • Tüketicieye güvenilir ve kaliteli ürün sunulabilmesi 	Zayıf Yanlar <ul style="list-style-type: none"> • Tüketicilerin Cİ'leri tanımayan olması • Kamu spotlarının yetersizliği • Tüketicilerin ürünlere ulaşamaması • Cİ'lere özgü bilgi ve yöntemlerin gıda ve ziraat gibi ilgili bölümlerin müfredatında yer almaması • Cİ tescilli ürün ya da geleneksel ürünler ile organik ya da doğal ürünlerin tüketici tarafından ayırımının tam olarak yapılamaması • Etkin işleyen, yaptırım olan bir denetim sisteminin bulunmaması • Paketleme, etiketleme ve ayırt edici özelliklere özen gösterilmemesi
Fırsat <ul style="list-style-type: none"> • Yöresel ürünlere duyulan ilginin artması 	Tehdit <ul style="list-style-type: none"> • Gıda güvenliğine ve ürün şartnamesine aykırı ürünlerin piyasada yer alması

5. DENETİM

Güçlü yanlar <ul style="list-style-type: none"> • Konuyla ilgili nitelikli işgücü ve yetiştirilebilir uzman sayısının varlığı 	Zayıf Yanlar <ul style="list-style-type: none"> • Üreticinin otokontrol konusunda yetersiz bilgisi ve denetim masraflarını karşılayabilecek güçte olmaması • Tescil ettiren kurum/kuruluşların konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması • Yasal mevzuat açısından temel gerekliliklerin sağlanmış olması, ancak uygulamada eksik/yetersiz ikincil düzenlemeler • Mevcut gıda denetçisi sayısının yetersizliği • Tescilli ürünlerde izlenebilirliğin sağlanamaması • AB gibi yeni pazarlara giriş açısından yeterli denetimin olmaması
Fırsat <ul style="list-style-type: none"> • Etkin bir denetim ile üretici, ürün ve tüketicinin korunabilmesi • Avrupa Birliği bünyesinde bir mevzuat tabanının olması ve iyi örneklerin varlığından hareketle ülkemize özgü düzenlemelerinin oluşturulması 	Tehdit <ul style="list-style-type: none"> • Tescilli Cİ'lere özgü plan ve denetim metodlarının olmaması • Tescil ettiren tarafından yeterli/etkin denetim yapılmaması, bu komisyonda yer alan denetçilerin yetkin olmaması • Kamunun denetimleri genel gıda denetimleri gibi yürütmesi • Hile, taklit ve taşış konusunda yetersiz/yanlış tespit yöntemleri ve yaşanan sorunlar

6. TURİZM

<p>Güçlü yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cİ tescilli ürünlerin sıradışı ve dikkat çekici sunumlarının tüketicilerin gözünde merak uyandırması ve yöreye/ülkeye artı değer katması • Ülkemizin turizm potansiyelinin çok yüksek ve çeşitli olması • Cİ'lerin ve turizmin karşılıklı olarak birbirini desteklemesi 	<p>Zayıf Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tanımlı turizm rotalarında Cİ'lerin ön plana çıkarılmasındaki yetersizlik • Cİ tescilli ürünlerinin gastronomik değerinin ortaya çıkarılmaması • Coğrafi işaretlerin ulusal ölçekte reklam ve tanıtımının yapılamaması • Şarap gibi alkollü içeceklerin tescil edilmemesi, tanıtılmaması ve bu ürünlerin turizm potansiyelinden faydalanılmaması • Potansiyel turizm türleri ile gastronomi turizminin entegre edilememesi, restoran menülerinde Cİ'lere yer verilmemesi • Sosyal medyanın Cİ'lerin tanıtımında yeterli düzeyde kullanılmaması ve yanlış bilgilerin yer alması • Cİ'lerin kendi yerinde de yeterli kadar bilinmiyor olması • Cİ'lerin pazarlanmasına ilişkin teknik bilgi, insan kaynağı ve teşvik mekanizmalarının yetersizliği
<p>Fırsat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festival, tanıtım günleri, fuar gibi faaliyetlerin artması • Bireylerin alternatif turizm arayışları, gastronomi turizminin günümüzde önplana çıkması ve ülkemizin bu alandaki potansiyeli (Hatay, Gaziantep vd.) 	<p>Tehdit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ülkemize ait olan ürünlerin yurtdışı pazarlarda taklit edilmesi • Yerel halkın turizm bilincinin yeterli olmaması

SONUÇ VE ÖNERİLER

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Çalışma Grubu tarafından yapılan GZFT analizinin sonuç ve önerileri şu şekildedir:

1. Cİ potansiyeli çok yüksek olan ülkemizde Coğrafi İşaretler sistemini geliştirmeye açık yönlerinin bulunduğu ve tescilin yeterli katma değer yaratmadığı görülmektedir. Bu sistemin tamamlayıcısı denetim ve yönetim konusunda gerekli girişimde bulunulmalı, bu kapsamda; 3. Tarım ve Orman Şurası kararları arasında yer alan 38. madde ("*Coğrafi işaretli ürünler, markalaşma ve katma değerli üretim ile pazar çeşitliliğinin artırılması, coğrafi işaretlerin yönetim ve denetleme süreçlerinin gözden geçirilerek mevzuatın tamamlanması,*") süreci tamamlanmalı ve ivedilikle uygulanmalıdır. Cİ tescilli ürünlerin kontrol ve izlemesinde örnek teşkil eden ülke örneklerini (örneğin Fransa, İtalya) gerçekleştirdiği çalışma ziyaretleri ile yakın geçmişte gözlemleyen ve yürüttüğü eşleştirme projeleri ile bilgi sahibi olan Tarım ve Orman Bakanlığı, kendi iç işleyişinde özel bir yapılanmaya giderek Cİ tescilli gıda ve tarımsal ürünlerin denetleme ve izleme süreçlerini kendi mevzuatı çerçevesinde etkin bir şekilde yürütmelidir.

2. Ülkemizde coğrafi işaretleri tescil ettiren kurum ve kuruluşlar incelendiğinde; kooperatif ve üretici birliklerinin oranı, tüm tescil ettirenler arasında %3,8'dir. Halbuki, Coğrafi İşaretler, üreticileri korumak için geliştirilmiş bir sistem olduğundan gerek tescil sürecinde, gerekse Cİ farkındalığını artırma konusundaki her türlü tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesinde, üreticilerin en başından itibaren mutlaka süreç içerisinde yer alması sağlanmalıdır.
3. Büyükşehirler başta olmak üzere çeşitli kurum/kuruluşlarca yapılan fuar ve tanıtım günlerinin coğrafi işaretlerde farkındalığı arttırmak için önemli ve büyük bir fırsat olduğu açıktır. Ancak şehir/bölge günleri gibi özellikle ticari şirketler tarafından organize edilen yöresel ürün pazarlarında, tescilli coğrafi işaret adlarının, üzerinde kullanıldığı ürün tescilli ürün olmadığı halde, kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na aykırıdır. Bu nedenle, bu tür organizasyonlarda, tescilli ürünlerimizin, sadece tescilde belirtilen nitelikteki kontrollü ve kayıtlı ürünler için kullanımını sağlayacak kontrol önlemleri alınmalı ve haksız rekabet önlenmelidir. Organizasyonlara ait yönergelerde tescilli coğrafi işarete tecavüze izin verilmeyeceği kurala bağlanmalı, organizasyon yöneticilerinin ve kontrolörlerinin konuda farkındalıkları artırılmalı, tescilli coğrafi işarete tecavüze izin verilmeyeceği kuralı etkin izleme ile güvence altına alınmalıdır.
4. 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na dayanılarak hazırlanan ve 10 Ocak 2018 tarihinde yürürlüğe giren Coğrafi İşaret Ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği'ne göre Cİ tescilli ürünlerde amblem kullanımının zorunlu olmasına rağmen, piyasada yer alan birçok üründe henüz amblem kullanılmadığı, etiket bilgilerinin eksik/yanlış olduğu görülmektedir. Bunda ülkemizde tescil sahiplerinin henüz etkin bir piyasa kontrolü yapamıyor olması etkindir. Tescil ettirenin, ilk kayıt aşamasında üreticilerine kullanım için verdiği Cİ ambleminin doğru kullanımı için piyasa kontrolü yapması gerekmektedir. İlaveten, resmi kontrol görevini üstlenmiş olan yasal otoritelerin yürütmekte olduğu piyasa kontrollerinde coğrafi işaret etiketleme kontrolü de yapılmalıdır. Bu yolla, sistemin iyileştirilmesinde önemli adımlar atılabileceği değerlendirilmektedir.
5. Tescil belgeleri incelendiğinde, birçok tescil belgesinde yetersiz/hatalı bilgiler olduğu, saha çalışmalarının yeterli olmadığı ve konuyla ilgili uzmanlardan yeterli teknik destek alınmadığı

görülmüştür. Başvurunun eksiksiz yerine getirilmesi ve ürün şartnamelerinin daha iyi bir şekilde oluşturulması için Cİ'lerin tescil sürecinde, TÜRKPATENT tarafından, yeni başvurularda ilgili taraflardan (Bakanlık, üretici örgütü, üniversite, vd.) görüş alınmakta olduğu bilinmektedir. Bu uygulamanın, sisteme katkı yarattığı açıktır. Diğer taraftan, tescilli coğrafi işaretlerin piyasa kontrollerinde şartnamedeki kıstasların teyidinde kontrol sisteminin doğru olarak yerleştirilmesi önemlidir. Bu aşama için, ürüne özgü kontrol planlarının nasıl oluşturulması ve izlenmesi gerektiği konularında çalışma yapılmalıdır. Önceden tescil edilmiş işaretler için, şartnamelerin güncellenmesi değerlendirilmeli, bu aşamada üniversitelerin gıda mühendisliği bölümlerinden, meslek odalarından, hatta ilgili devlet kurumlarının (İl/ İlçe Tarım ve Orman Müdürlükleri, belediyeler, enstitüler, laboratuvarlar, vb.) resmi kontrol, analiz, üretim, vb konularda görev alan gıda mühendislerinden faydalanılmalıdır.

6. Yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin fizibilitesi, ARGE ve üretimi için yerel ve ulusal düzeyde kamu kurumları tarafından (Kalkınma Ajansları, Tarım ve Orman Bakanlığı, KOSGEB vb.) destek verildiği bilinmektedir. Bu desteklerin varlığı olumlu bir gelişme olup, üreticiler ve genç girişimciler lehine kaynakların artırılması önemlidir.
7. Ülkemizde birkaç üniversitenin gıda mühendisliği bölümü hariç, müfredatlarda coğrafi işaretler ile ilgili bir ders bulunmamakta olup, seçmeli ders olarak okutulmakta ya da bazı üniversitelerde yüzeysel olarak bu konuya değinilmektedir. Cİ potansiyeli yüksek olan ülkemizde coğrafi işaretlerin gerçek manada hak ettiği yere gelmesini sağlamak için gıda, ziraat ve turizm gibi ilgili tüm bölümlerin müfredatlarında konunun ele alınmasının sağlanması olumlu olacaktır.
8. Pandemi dönemiyle birlikte son yıllarda tüketicilerin yöresel ürünlere ve coğrafi işaretlere ilgisi daha da artmakta, ancak ürünlerin gerçekliği ve kökeni hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmektedir. İlgili kurum/kuruluşlarca hazırlanacak kamu spotlarıyla farkındalık çalışmalarının artırılması, tüketicinin doğru bilgilendirilmesi ve kontrollü amblem kullanımı ile tüketicilere güven verilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca, ilgili kurum/kuruluşlar tarafından sosyal medya daha aktif kullanılmalı ve Cİ'ler ile ilgili kamuoyu algısı ve tüketici farkındalığı artırılmalıdır.

9. Gelişim çağında olan küçük yaştaki bireyler için farkındalık artırıcı çalışmalar planlanması akla gelmektedir. Bu kapsamda yapılabilecek alternatifler değerlendirilmelidir. Örneğin; okul kantinlerinde Cİ'lerle ilgili yaş seviyesine uygun afişler hazırlanması, kantin yönetmeliğine, milli eğitim kantin ihale şartnamelerine bu ürünlerin ilave edilmesi, "Yerli Malı Haftası" etkinlikleri kapsamında bakanlığın veya ilgili meslek örgütlerinin temsilcileri tarafından pilot okul seçimi uygulaması ile Cİ eğitimleri gerçekleştirilmesi konuları değerlendirilmelidir.
10. Cİ tescilli işlenmiş gıda ürünlerinin korunması, geliştirilmesi ve güvenli gıda üretimini de sağlayacak şekilde tescil ettiren kurum/kuruluş bünyesinde bir gıda mühendisi istihdam etmelerinin önemi vurgulanmalıdır. Böylece hem coğrafi işaretlerin hak ettiği değere ulaşacak, hem ülke ekonomisine katma değer sağlanacaktır.
11. Cİ tescilli ürün üreticilerinin birkaç iyi örnek dışında çoğunluğunun örgütlü olmaması, birlikte çalışma kültürünün, güven ve kooperatifleşme bilincinin zayıf olması, tescilli Coğrafi İşaretlerimizin yaratacağı katma değerini istenilen düzeye ulaşmasını engelleyen faktörlerdendir. Gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında bulunan iyi örneklerin incelenmesi, üreticilerin karşılıklı bir araya getirilmesi, teknik ziyaretlerin yapılması gibi teşvik ve farkındalık çalışmaları yapılmalıdır.
12. Yakın bir zamanda TürkPatent tarafından "Sürdürülebilir Coğrafi İşaretleri Yönetmek ve Desteklemek İçin İdari Sistemlerin Güçlendirilmesi Projesi" uygulanmıştır. Açılışı 4 Aralık 2019, kapanışı 22 Aralık 2021 olan bu projenin pandemi dönemine denk gelmesi, istenilen hedefe ulaşılmasını muhtemelen engellemiştir. Bu projede tescil bilgilerinin iyileştirilmesi, yönetim ve denetim de dahil birçok konu ele alınmış olması önemlidir. Bu projenin çıktıları, ilgili tarafların erişimine açılmalıdır. Özellikle başvuru yapan, tescil ettiren tarafın konuya ilgi ve katkısını artırıcı çalışmalar sürdürülmelidir. Yürütülen çalışmalarda, Gıda Mühendisleri Odası başta olmak üzere ilgili Odaların katkısının alınması önemli görülmektedir.
13. Ülkemiz bilim insanları, yürütmekte oldukları yayım çalışmalarında; tescile konu coğrafi işaret ve geleneksel ürünlerin adları özellikleri ile ilgili veri oluşturma ve mevcut verilerin analizi ve kullanımında hassasiyet gösterilmeli, özellikle bu ürünlerin itibarını korumak, kullanım şekilleri itibarıyla ürünün hangi adla tanındı-

ğını saptamak ve tescil için gerekli zemini doğru oturtmak gerekliliğini dikkate almalıdır. Zira, ulusal ve uluslararası yayımlanmış olan bilimsel makaleler, kitaplar vd. yayınlar, tescile konu coğrafi işaretlerin ürün özelliklerinin belirlenmesinde önemli anahtarlardır.

- 14.** Cİ tescilli ürünlerin tescil belgelerinde o ürün ile ilgili bir denetim mekanizması bulunmaktadır. Bu ürünleri üreten işletmelere gerçekleştirilecek denetimlerde yer alacak 3-4 kişilik denetim ekibinde, o sektör adına ilgili üretim kolu ya da meslek odasında görev alan bir gıda mühendisi olabileceği gibi, aynı zamanda ilgili devlet kurumları (İl/İlçe Tarım ve Orman Müdürlükleri, enstitüler, üniversiteler, belediyeler, vb) bünyesinde görev alan gıda mühendisleri de denetimlerde görev almalıdır.
- 15.** Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından, Tarım ve Orman Şurası Kararları da dikkate alınarak Cİ'lerin denetimine ilişkin yönetmelik/yönerge çalışmalarının yapılmakta olduğu bilinmektedir. Ancak bu çalışmaların taslak aşamasında olması, yaratacağı potansiyel fayda ve riski açısından bugün itibarıyla değerlendirme yapılamamaktadır. Eğer bu taslakta coğrafi işarete özgü kontrol planlarının oluşturma usul ve esasları yer almıyor ise, eklenmeli, bu konuda gelişmiş ülke/birlik uygulamaları dikkate alınarak ülkemize özgü düzenleme, yönetişimi de kapsayacak şekilde yapılmalıdır.
- 16.** Tescilli coğrafi işaretlere özgü oluşturulacak kontrol planları; tescil ettiren, coğrafi işareti kullanan ve dış denetimi gerçekleştiren için yapılacakları kapsayacak şekilde olmalı, planda kontrol noktalarının kapsamlı bir listesi, kontrol metodu ve aralıkları, denetimlerin üreticilerin yüzde kaçını kapsayacağı, habersiz denetimlerin yapılıp yapılmayacağı, ürün şartnamesine uyulmaması durumunda işlemciye uygulanacak yaptırımlar yer almalıdır. Bu yolla, getirilen standardizasyon sayesinde, kontrol ve denetim ayağında görev alacak kişi ve kurumlar için standardizasyon sağlanacaktır.
- 17.** TS EN ISO/IEC 17065 standardı çerçevesinde yetki verilmesi planlanan belgelendirme kuruluşlarının oluşturacağı kontrol planları/sistemiğinde temel alınacak kurallar ve esaslar (bu kontrol planlarında görev alacak meslekler ve bu meslek üyelerinin taşıması gereken asgari nitelikler), Avrupa Birliği ve üye ülkelerinin sistemiğinde olduğu gibi, düzenleyici otorite tarafından belirlenmelidir. Bu kapsamda, tescile konu Coğrafi İşa-

retlerin ve geleneksel ürünlerin kontrol ve denetiminde, başta gıda mühendisleri olmak üzere ilgili diğer mesleklerin belirtilen görevleri yürütmesini güvence altına alacak düzenlemele- rin yapılması önemlidir (Avrupa Birliği ve üye ülkeleri düzenle- meleri ya ISO, EN standartları gibi standartları esas almakta ya da ilgili mevzuatında meslekleri tanımlamaktadır. Ülkemizde ise 5996 sayılı Kanunda ve TSE tarafından yayımlanmış olan Türk Standartlarında gıda alanında çalışabilecek meslekler açıklanmıştır).

18. TS EN ISO/IEC 17065 standardı çerçevesinde gıda ürünleri ala- nında TSE standartlarına göre ürün uygunluk değerlendirmesi alanında akreditasyona sahip olan Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) arasında im- zalanmış olan Coğrafi İşaretli Ürünlerin Denetimi için İşbirliği protokolü kapsamında yürütülecek faaliyetler açısından da Avru- pa Birliği sistematiğinde olduğu gibi, denetlenecek coğrafi işarete özgü kontrol planlarının oluşturulması ve bu planların yetkili oto- rite tarafından onaylanması, denetimi yürütecek yetkilendirilmiş personellerinin konu uzmanı olması, bu kapsamda başta gıda mü- hendisleri olmak üzere ilgili meslek grubu üyelerince planlama ve denetimlerin gerçekleştirilmesini güvence altına alınması önem- lidir.
19. Cİ tescilli ürünlerinin üretimi sürecinde (basitleştirilmiş HACCP), GAP, GMP, vb. kalite ve gıda güvenliği yönetim sistemlerinin etkinliği artırılmalıdır. Böylece, yöresel ürünlerde yaşanan kalite sorunlarının giderilmesi ve ürün/üretim süreçlerinin iyileştirilmesi sağlanacaktır.
20. Coğrafi İşaretlerde sürdürülebilirlik ve kalite sorunlarının gide- rilmesi için Gıda Mühendisliği bölümleri başta olmak üzere ilgi- li üniversite bölümleri, araştırma merkezleri ve enstitülerce ortak projeler geliştirilmeli, bu ürünlerin standardizasyon ve optimizas- yon çalışmaları yapılmalı ve sektör payı artırılmalıdır. Böylece kat- ma değerli ürün elde etme, ürünlerin ihracat potansiyelini artırma ve istihdam olanağı sağlanabilecektir.
21. Cİ'lerin denetim sürecinde ürünlerin kimyasal, fiziksel özellikle- rinin doğrulanmasında laboratuvar ve analiz ihtiyacı söz konusu olmaktadır. Bu durum hem küçük üreticilere hem de tescil ettiren kurum/kuruluşa maddi bir yük getirmektedir. Cİ'lerin denetiminde kamu tarafından analiz altyapısı desteği verilmesi (KOSGEB, Kalkınma Ajansları, vd) sağlanabilir.

22. Son yıllarda yerel yönetimlerce desteklenen ve alanında önemli bir farkındalık yaratan gastronomi etkinlikleri bölgesel ve ulusal boyut kazanmalı ve Cİ'lerle ilgili gastroturizm etkinlikleri sürdürülmelidir.
23. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunun 12.maddesi ve bağlı Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanmış olan Yönetmelik ve Genelgeler gereği, hızlı tüketim mallarının satışının yapıldığı büyük mağaza ve zincir mağazalar ile bayi işletme ve özel yetkili işletmelerde satış alanlarının en az yüzde birine tekabül edecek şekilde raf alanı, mağazanın bulunduğu ilde üretilmesi kaydıyla coğrafi işaretli olarak tescil edilen veya coğrafi işaretli olarak tescil edilmemiş olsa bile meslek kuruluşlarının uygun görüşü alınarak ticaret il müdürlüklerince belirlenen hızlı tüketim malı niteliği taşıyan yöresel ürünlerin satışına ayırması gerekmektedir. Yönetmelikte görüş alınacak meslek kuruluşları açıklanmış olup, bunlar; ildeki ticaret ve sanayi odaları veya ticaret odaları, esnaf ve sanatkârlar odaları birliği, ziraat odaları ve varsa ilin en fazla üyeye sahip tüketici örgütü olarak belirtilmiştir. Ticaret İl Müdürlüklerince yayımlanmış olan yöresel ürünler ve tedarikçileri listeleri incelendiğinde; çoğunlukla o ildeki en fazla üretilen tarımsal ürünler olduğu, bazılarında ise (örneğin Sinop) tescilli ve tescile konu coğrafi işaretlerin yer aldığı görülmektedir. Bu listelerde, amacına uygun olarak tescilli ya da tescile konu coğrafi işaretler ve geleneksel ürünlerin listelendiğinin ve ilgili satış yerlerinde bu ürünlerin satışının gerçekleştiğinin etkin kontrolü yapılmalıdır.
24. 19-21 Eylül 2019 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen 2.Uluslararası Coğrafi İşaretli Ürünler Zirvesi'nde AB Temsilcisi John A. Clarke tarafından Türkiye ile Avrupa Birliği arasında 35 ürünün karşılıklı tanınması konusundaki müzakerelerin başlayacağını söylemiş; gerçekleşmeye dair herhangi bir bildirimle rastlanmamıştır. Karşılıklı tanınma anlaşmaları, coğrafi işaretlerin uluslararası boyutta korunması açısından önemli bir yöntem olup, bu konuda gerekli girişimlerin ivedilikle yerine getirilmesi sağlanmalıdır. Bu kapsamda, Cİ potansiyeli taşıyan ve ülkemize mal olmuş ürünlerimizin (örneğin Türk lokumu, Türk kahvesi), Geleneksel Ürün Adı tesciline sahip olan Döner ve Coğrafi İşaret tescilli Türk Rakısı/Rakı örneklerinde olduğu gibi, ulusal tescil çalışmaları en kısa zamanda tamamlanarak, karşılıklı tanınma kapsamına alınmalıdır.

Kaynakça:

- [1] 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf> (Erişim Tarihi: 13.02.2021)
- [2] YÜciTA (2021) Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı <http://www.yucita.org/> (Erişim Tarihi: 13.02.2021)
- [3] TÜRKPATENT (2021) Coğrafi İşaretler Portalı <https://www.ci.gov.tr> (Erişim Tarihi: 13.12.2021)
- [4] Tekelioğlu, Y (2019) “Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları”, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:15, s. 47-75.
- [5] Tekelioğlu, Y (2010) “Yöresel Ürünler, Coğrafi İşaretler Ve Türkiye Uygulamaları”, Metro Gastro, Sayı 59, s. 118-121, Metro Kültür Yayınları, İstanbul.
- [6] Tekelioğlu, Y (2017) “Coğrafi İşaretlerde Yeni Dönem”, Metro Gastro, Sayı 86, s. 130-137, Metro Kültür Yayınları, İstanbul.
- [7] Çakaloğlu M ve Çağatay S (2017) “Coğrafi İşaretler ve Marka Değerine Sahip Ürünler Yönelik Tüketici Algısı: Finike Portakalı ve Antalya Tavşan Yüreği Zeytini Örnekleri” TEAD, 2017; 3(1): 52-65.
- [8] Barjolle D, Paus M ve Perret AO (2009) “Impacts of Geographical Indications Review of Methods and Empirical Evidences” Contributed Paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists Conference, 16-22 Ağustos, Beijing, Çin.
- [9] Tepe S (2008) “Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri”, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- [10] Demir İ (2020) “Coğrafi İşaretlerin Sosyoekonomik Etkileri”, Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- [11] Gökova U (2007) “Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21 (2), s. 141-160.
- [12] Hermann R (2011) “The Socio-Economics of Geographical Indications” WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications, 22-23 Haziran, Lima, Peru.
- [13] TÜRKPATENT (2021) Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Broşürü <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/DO3DO436-30EA-42A9-9186-496221F2BE0D.pdf> (Erişim Tarihi: 13.12.2021)
- [14] Anonim (2021) Coğrafi İşaretlerin Tüketici Tercihlerine Etkileri ve Üreticilere Pazarlama Stratejileri https://yucita.org/uploads/ulusaletkinlik/2015_2/Corafi_aretlerin_Tuketici_Tercihlerine_Etkileri_ve_Ureticilere_Pazarlama_Stratejileri.pdf (Erişim Tarihi 15.04.2021)
- [15] Anonim (2021) Türk Dil Kurumu <https://sozluk.gov.tr/>
- [16] Alyakut, Ö (2016) “Media Reflection Of Geographical Indication Issue In Cultural Products” The Journal of International Social Research, 9 (45), s. 675-686.
- [17] Yalçın, B (2009) “Yöresel Ürünlerin Pazarlamasında E-ticaretin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma” Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bi-

limler Enstitüsü, Yüksel Lisans Tezi, Çanakkale.

[18] Orhan, A (2010) “Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), s. 243-254.

[19] Çalışkan V ve Koç H (2012) “Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi” *Doğu Coğrafya Dergisi*, Sayı 28, s. 193-212.

[20] Polat, E (2017) “Turizm ve Coğrafi İşaretleme Balıkesir Örneği” *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), s. 17-31.

[21] Çağlı, IB (2012) “Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği” *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*

[22] Ertan, A (2010) “Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlamasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi” *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), s. 157-170.

[23] Doğu Karadeniz Coğrafi İşaret Stratejisi Araştırma Raporu ve 2020-2022 Eylem Planı. https://www.doka.org.tr/dosyalar/page_492/attachment/cografii-isaretler-rapor-onsoz.pdf (Erişim tarihi: 03.05.2021)

[24] Orta Karadeniz Bölgesi’nde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Pazarlanmasında Yenilikçi Bir Model. <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/orta-karadeniz-bolgesinde-cografii-isaretli-urunlerin-pazarlanmasinda-yenilikci-bir-model-raporu.pdf> (Erişim tarihi: 03.05.2021)

[25] Demirer, HR (2010) “Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye” *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Antalya.*

[26] Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) <https://www.telifhaklari.gov.tr/Dunya-Fikri-Mulkiyet-Orgutu-WIPOOMPI> (Erişim Tarihi: 01.01.2022)

[27] Kösemeci C (2021) “Coğrafi İşaretler”, *Gıda Mühendisliği Dergisi*, Sayı 46, s. 34-37.

[28] Tekelioğlu Y (2021) “Coğrafi İşaretlerin A, B, C’si”, *YÜciDERGİ*, Sayı 1, s. 14-32.

[29] TÜRKPATENT (2021) <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/common-Content/ManagementT> (Erişim Tarihi: 13.12.2021)

[30] INAO (2021) Institut national de l’origine et de la qualité <https://www.inao.gouv.fr>

[31] Aktoprak G (2019) “Malatya ve Mersin Kayısı Piyasalarında Karşılaştırmalı Değer Zinciri Analizi” *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Gıda Ekonomisi Ve İşletmeciliği Programı Yüksek Lisans Tezi, Antalya.*

[32] Tekelioğlu Y (2016) *Avrupa Birliği’nin coğrafi işaretler politikası*, 4 Mevsim, Dünya Basımevi.

[33] e-Ambrosia (2022) The EU geographical indications register <https://ec.europa>.

eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/

[34] Asma, BM (2021) “Anadolu Altını: Malatya Kayısı”, YÜciDERGİ, Sayı 1, s. 170-174.

[35] Tekelioğlu Y (2016) Roquefort: Bir Peynir, Bir Köy I, Gastro Dergisi, Sayı 79, s. 38-43.

[36] Tekelioğlu Y (2016) Roquefort: Bir Peynir, Bir Köy II, Gastro Dergisi, Sayı 80, s. 44-48.

[37] Tekelioğlu Y (2013) “3. Uluslararası Antalya Coğrafi İşaretler Seminerinin Ardından-2”, Coğrafi İşaretleme, Gastro Dergisi, Sayı 69, s. 140-155.

[38] Ilgar R (2019) “Gıda Kültürünün Yansıması: Ezine Peynirinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri Ve Önemi”, Erzurum Atatürk Üniversitesi, Doğu Coğrafya Dergisi, Yıl:24, Sayı: 41, s.91-106.

[39] Anonim (2021) Pruneau d’Agen <http://www.pruneau.fr/> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).

[40] Tekelioğlu, Y (2018) Toprağın Parfümü: Agen Eriği-1, Coğrafi İşaretleme, Gastro, Sayı 89

[41] Tekelioğlu, Y (2018) Toprağın Parfümü: Agen Eriği-2, Coğrafi İşaretleme, Gastro, Sayı 89

[42] InnoCentric (2012) “Beypazarı’nın Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejisi Projesi Raporu” https://www.ankaraka.org.tr/tr/beypazari-yoresel-urunleri-ticarilestirme-stratejisi-raporu_3757.html (Erişim Tarihi: 16.02.2020).

[43] Demirözü, B (2021) Bilirkişi Teknik Değerlendirmesi, 02.10.2021

[44] Kan M, Gülçubuk B ve Küçükçongar M (2012) “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(1), s. 93-101.

[45] Yılmazbilen MM (2020) Ulusal ve Uluslararası Başarılı Örnekler Işığında Coğrafi İşaretlerin Etkin Yönetimi, Türk Patent Ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

[46] Karabal, A (2019) “Gıda Mevzuatı ve Gıda Güvenliği” International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS), 3(1), s. 179-198.

[47] Şık B (2018) “Gıda Güvenliği, Gıda Güvencesi ve Gıda Egemenliği Kavramları Üzerine” <https://m.bianet.org/bianet/siyaset/197364-gida-guvenligi-gida-guvencesi-ve-gida-egemenligi-kavramlari-uzerine> (Erişim tarihi: 22.08.2021)

[48] Şireli UT ve Türkyılmaz M (2021) “Gıda Güvenliği ve Coğrafi İşaret” Coğrafi İşaretli Ürünler, Ankara Ticaret Odası (ATO), s. 72-77.

[49] Avşar YK, Budak ŞÖ ve Arkadaş M (2017) “Geleneksellikten Refaha, Yerellikten Küreselliğe Coğrafi İşaretler” TSE Standart Dergisi, s. 55 <https://statik.tse.org.tr/upload/tr/dosya/icerikyonetimi/8920/16012018110046-2.pdf>

[50] Özçelik B (2021) “Türkiye’de Coğrafi İşaretler-Coğrafi İşaretlerde Denetimin Önemi” YÜciDERGİ, Sayı 1, s. 103.

EK – 1: Ülkemizde Coğrafi İşaret Tescil Belgesi Örneği



T. C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİ

Tescil No	: 118
Başvuru Tarihi	: 20/10/2006
Başvuru No	: C 2006/029
Yayın Tarihi	: 15/03/2009
Coğrafi İşaretin Türü	: Mahreç İşareti
Başvuru Sahibi	: ZİLE TİCARET BORSASI
Başvuru Sahibinin Adresi	: İstasyon Cad. No: 42/3 Zile-TOKAT
Ürünün Adı	: Pekmez
Coğrafi İşaretin Adı	: Zile Pekmezi
Kullanım Biçimi	: Markalama
Coğrafi Sınırları	: Zile İlçe Sınırları İçi
Diğer bilgiler ektedir.	

Teknik özellikleri ve denetim biçimi ekte verilen coğrafi işaret; 15.03.2009 tarih ve 27170 sayılı Resmi Gazetede ilan edilmiştir. 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname'nin 12 nci maddesi gereğince 20.10.2006 tarihinden geçerli olmak üzere tescil edilmiştir.



Kulay KUMBASAR
Enstitü Başkanı
Markalar Dairesi Başkanı





TÜRK PATENT [] ENSTİTÜSÜ

EK – 2: AB’de Coğrafi İşaret Tescil Belgesi Örneği

 **EUROPEAN COMMISSION**
DIRECTORATE-GENERAL FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT
Directorate F – Outreach, Research and Geographical indications
F.3. Geographical indications

Brussels, 4/4/2022



EXTRACT FROM THE REGISTER

**OF PROTECTED DESIGNATION OF ORIGIN AND PROTECTED GEOGRAPHICAL INDICATIONS
ESTABLISHED BY ARTICLE 11 OF REGULATION (EU) NO 1151/2012**

1. Name: Antep Baklavası / Gaziantep Baklavası

2. Class: Class 2.3. Bread, pastry, cakes, confectionery,
biscuits and other baker's wares

3. File number: PGI-TR-0781

4. Type: Protected Geographical Indication (PGI)

5. Country: Turkey

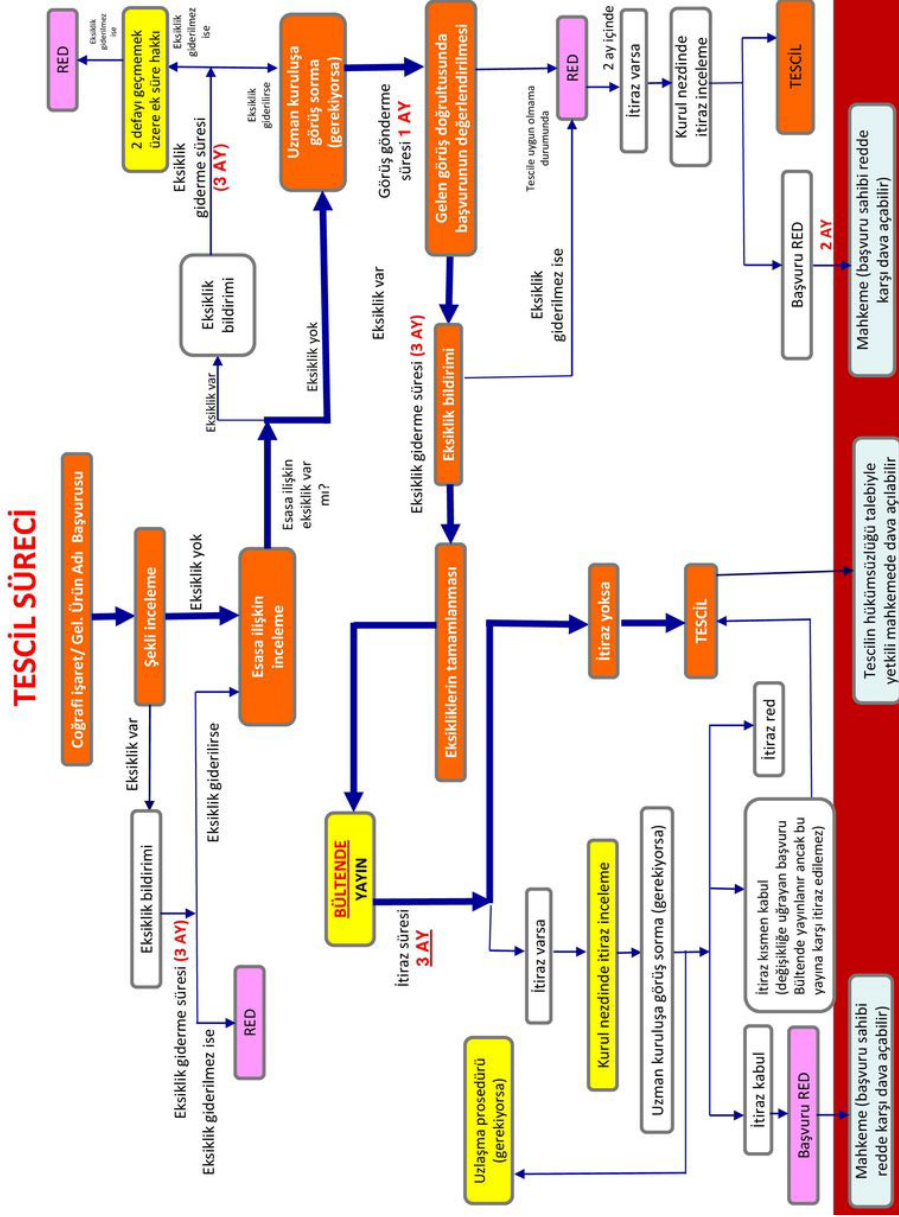
6. Date of registration: 21/12/2013

7. Legal instrument: Official Journal L 349, 21.12.2013


João ONOFRE
Head of Unit

European Commission, 1049 Brussels, Belgium - Tel.: +32 22991111

EK – 3: Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Adı Tescil Süreci



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2021)

