



Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Hukuk Fakültesi Dergisi
Erzincan Law Review

Cilt/Vol: 29 Sayı/No: 1 Haziran/June 2025

**Gönüllü Sertifika Sisteminden Özel Marka Korumasına
Türkiye Çevre Etiketleri Hakkında Sınai Mülkiyet Kanunu
Bağlamında Bir Değerlendirme**

**From Voluntary Certification System to Private Trade Mark
Protection an Evaluation of Turkish Environment Label in the
Context of Industrial Property Law**

  Dr. Öğr. Üyesi İfakat BALIK*

 10.60002/ebyuhfd.1660353

ÖZ

Türkiye’de çevre etiketi sistemi, 25 Kasım 2009 tarih ve 66/2010 sayılı Avrupa Birliği Eko-Etiketi Hakkında Tüzük esas alınarak hazırlanan Çevre Etiketleri Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde 2018 yılında uygulanmaya başlamıştır. Ürün ve hizmet grupları temelinde çevre etiketi kriterlerini belirleme ve doğrulama işlemlerinin koordinasyonunda, sistemin sahibi ve yürütücüsü sıfatıyla Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı görevlidir. Bakanlık tarafından doğanın renklerinden ilhamla hazırlanmış logo ile “Türkiye Çevre Etiketleri” söz-

* Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Ticaret Hukuku Anabilim Dalı.
Makale Bilgisi/Article Info: Araştırma Makalesi/Research Article
Geliş/Received: 18.03.2025 | **Kabul/Accepted:** 25.04.2025.

Bu makale, intihal programında taranmış ve iki (kör) hakem incelemesinden geçmiştir. This article was submitted in a plagiarism program and reviewed by two (blind) referees.

Atıf/Cite as: İfakat Balık, “Gönüllü Sertifika Sisteminden Özel Marka Korumasına Türkiye Çevre Etiketleri Hakkında Sınai Mülkiyet Kanunu Bağlamında Bir Değerlendirme”, EBYÜ-HFD, C. 29, S. 1, Haziran 2025, (353-394).



Bu makale **Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası** lisansı ile lisanslanmıştır.

cüklerinden oluşan işaretin hukuki niteliği ise hâlen tartışmalıdır. Öğretide işaretin marka -özellikle garanti markası- niteliği tartışılmış, gönüllü bir sertifika sistemi olduğu vurgulanmıştır. Ancak etiketın verilmesinde ve doğrulama işlemlerinde Bakanlığın görevli olması, çevreyi koruma amacının ön plana çıkması, çevre etiketinin resmî kontrol ve garanti işareti niteliğini güçlendirmektedir. Bu işaretler, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu madde 5.1.g atfıyla Sınai Mülkiyetin Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi 2. mükerrer madde 6 çerçevesinde özel marka korumasından yararlanmaktadır. Zira ilgili düzenlemeler uyarınca Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından kabul edilen işaret ve damgaların Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescili mümkündür.

Anahtar Kelimeler: “Türkiye Çevre Etiketi”, sürdürülebilir ürün, çevre etiketine sahip ürün, çevre etiketi, standart işaretleri, resmî kontrol ve garanti işaretleri, ortak marka ve garanti markası.

ABSTRACT

The environment label system in Türkiye started to be implemented in 2018 within the framework of the Environment Label Regulation, which was prepared based on Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the EU Ecolabel. Republic of Türkiye, The Ministry of Environment, Urbanization, and Climate Change, as the owner and executor of the system, is responsible for coordinating the process of determining and verifying the environment label criteria based on product and service groups. The legal nature of the sign, which consists of the logo prepared by the Ministry and inspired by the colors of nature and the words Turkish Environment Label, is still controversial. In the doctrine, the quality of the mark as a trade mark -especially a certification trade mark- has been discussed, and it has been emphasized that it is a voluntary certification system. However, the fact that the Ministry is responsible for the issuance and verification of the label and that the purpose of protecting the environment comes to the forefront strengthens the nature of the environment label as an official control and warranty sign. These signs benefit from special trade mark protection within Article 5.1.g of the Industrial Property Law No. 6769 framework and Article 6 of the 2nd Repeated of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property. According to the relevant regulations, signs and hallmarks recognized by the Republic of Türkiye can be registered before the Turkish Patent and Trademark Office.

Keywords: “Turkish Environment Label”, sustainable product, product with environment label, environment label, standard signs, official control and warranty signs, collective mark and certification mark.

GİRİŞ

Çevre etiketi (eko-etiket) sistemi, bir ürünün “sürdürülebilir” niteliğinin doğrulanması yoluyla döngüsel ekonomi politikalarının hayata geçirilmesinde önemli bir araçtır¹. Zira döngüsel ekonomide kullanımlarından sonra kaynakların, ürün döngüsüne geri kazandırılarak değerlerinin mümkün olduğunca uzun süre korunması ve atık oluşumunun en aza indirilmesi esastır². Etiket sistemiyle de yaşam döngüsü boyunca çevreye olumsuz etkileri azaltılmış ürün veya hizmetler teşvik edilmektedir. Bu nedenle küresel iklim krizinin artan etkileriyle mücadele zorunluluğu, çevre etiketi uygulamalarının yaygınlaşması sonucunu doğurmuştur³. İlk kez 1978 yılında Almanya’da “*Blue Angel*”⁴ isimli çevre etiketi sistemi ile ortaya çıkan etiketleme uygulamaları, 1992 yılında AB Eko-Etiketi (*EU Eco-Label*)’nin⁵, 1994 yılında ise Küresel Etiketleme Ağı (*Global Ecolabelling*

-
- 1 European Commission, Circular Economy Action Plan, For a cleaner and more competitive Europe (Avrupa Birliği Döngüsel Ekonomi Eylem Planı) 2020, <https://dongusel.csb.gov.tr/dongusel-ekonomi-icin-ab-cyem-planı---2020-i-106857>, E.T. 02.04.2025. Çevre etiketini sürdürülebilir kalkınma aracı olarak tanımlayan görüş için bkz. John **Polak**, “Trade as an Environmental Policy Tool? GEN, Ecolabelling and Trade”, World Trade Organization Public Symposium Challenges Ahead on the Road to Cancun (June 16-18, 2003), s. 1.
 - 2 Döngüsel Ekonomi Avrupa Birliği Eylem Planı (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Closing the loop - An EU action plan for the Circular Economy-COM/2015/0614 final) giriş metni. Yeni Döngüsel (Dairesel) Eylem Planı Avrupa Komisyonu tarafından 2020 yılında hazırlanmıştır. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions A New Circular Economy Action Plan for A Cleaner and More Competitive Europe COM/2020/98 final.
 - 3 Fabio **Iraldo**/Rainer **Griesshammer**/Walter **Kahlenborn**, “The Future of Ecolabel”, The International Journal of Life Cycle Assessment, Vol. 25, No. 5, 2020, s. 833; Jason J. **Czarnecki**/K. Ingemar **Jönsson**/Katrina **Kuh**, “Crafting Next Generation Eco-Label Policy”, Environmental Law, Vol. 48, No. 3, 2018, s. 417.
 - 4 <https://www.blauer-engel.de/en/blue-angel/our-label-environment/ecolabel-history>, E.T. 02.04.2025. *Blue Angel* isimli çevre etiketine ilişkin değerlendirmeler için ayrıca bkz. Kilian **Delbrück**, “The German Eco-Label “Blue Angel” and International Trade”, Eco-Labeling and International Trade, Ed. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar, Londra 1997, p. 189.
 - 5 European Commission, About the EU Ecolabel (AB Eko Etiketi Hakkında), https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/about-eu-ecolabel_en, E.T. 02.04.2025.

Network-GEN)'nin⁶ kurulmasıyla yaygınlaşmaya başlamıştır⁷. Türkiye'de de çevre etiketi sistemine ilişkin düzenlemeler, 25 Kasım 2009 tarih ve 66/2010 sayılı Avrupa Birliği Eko-Etiketi Hakkında Tüzük (AB Eko-Etiket Tüzüğü)⁸ esas alınarak hazırlanan Çevre Etiketi Yönetmeliği (ÇEY)⁹ çerçevesinde 2018 yılında yürürlüğe girmiştir.

Bir döngüsel ekonomi aracı olarak çevre etiketinin genişleyen uygulama alanına rağmen hukuki niteliği üzerine hâlen tartışmalar söz konusudur. Öğretide çevre etiketinin hukuki niteliği, ferdi ve ortak marka ile garanti markasına ilişkin hükümler temelinde değerlendirilmiştir¹⁰. Ancak çevre etiketi sisteminin yürütücüsünün Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (Bakanlık)¹¹ olması, kriterlerin yine Bakanlıkça belirlenmesi gibi hususlar çevre etiketinin hukuki niteliğini resmî kontrol ve garanti işaretlerine yaklaştırmaktadır¹².

Paris Sözleşmesi¹³ 2. mükerrer m. 6'da düzenlenen resmî kontrol ve garanti işaretleri, taraf devletlerce bu nitelikleri kabul edilmiş standart be-

-
- 6 GEN kâr amacı gütmeyen ve Tip 1 Eko-Etiketlemesini esas alarak sürdürülebilir ürün ve hizmet sertifikası veren bir kuruluştur (<https://globalecolabelling.net/about-us/>, E.T. 02.04.2025).
 - 7 Dünyada kullanılan eko-etiketlere ilişkin veriler için bkz. **Czarnecki/Jönsson/Kuh**, s. 416.
 - 8 Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the EU Ecolabel, OJ L 027, 30.1.2010; Commission Regulation (EU) 2017/1941 of 24 October 2017 Amending Annex II to Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council on the EU Ecolabel, OJ L 275/9, 25.10.2017.
 - 9 RG. 19.10.2018, S. 30570.
 - 10 Çiğdem **Yatağan Özkan**/Berrin **Dinçer Özbey**, "Green Is the New Black: The Rise of Green Marks and Possible Solutions to Greenwashing", *Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul*, No. 73, 2023, s. 193 vd.; Esra Ş. **Kiraz**, "Ticarette Yeşil Dönüşüm: Çevre Etiketi ve Hukuki Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme", *Kırıkkale Hukuk Mecmuası*, C. 4, S. 2, 2024, s. 663; Alexandra **Mogyoros**, "Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?", *Journal of Intellectual Property Law and Practice*, Vol. 18, No. 5, 2003, s. 367-373.
 - 11 ÇEY m. 4/1, a hükmü ile Bakanlık ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığının kastedildiği belirtilmiş olsa da 29.10.2021 tarih ve 31643 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 85 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Bakanlığın adı Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı olarak değiştirilmiştir.
 - 12 Öğretide "TSE" ve "CE" işaretlerini SMK m. 5.1.g bağlamında değerlendiren görüş için bkz. Rıza **Ayhan**/Hayrettin **Çağlar**/Burçak **Yıldız**/Dilek **İmirlioglu**, *Sınai Mülkiyet Hukuku*, Adalet Yayınevi, Ankara 2021, s. 59.
 - 13 1883 tarihli Sınai Mülkiyetin Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi (Paris Convention for the Protection of Industrial Property-1883) Anlaşma metni için bkz. <https://www.un.org/en/climatechange/paris-agreement/>, E.T. 02.04.2025.

lirten işaret ve damgaları ifade etmektedir. Sözleşme'nin ilgili düzenlemesi çerçevesinde her devlet, hem kendi ülkesindeki hem de Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (*World Intellectual Property Organization-WIPO*) aracılığıyla diğer devletlerce bildirilen bu nitelikteki işaretlere özel marka koruması sağlamayı taahhüt etmiştir. Ülkemizde de SMK m. 5.1.g'nin Paris Sözleşmesi'ne atıf yapan hükmü gereği söz konusu işaretler marka korumasından yararlanabilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; çevre etiketini Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ilgili tüm maddeleri bağlamında inceleyerek kavramın marka korumasından yararlanma şartlarını açıklamaktır.

Kavramın hukuki niteliğinin tespiti yönünden ÇEY m. 1 uyarınca hukuk belirlenmiş tüketiciyi bilgilendirme işlevinin öncelikle dikkate alınması gerekir. Ancak doğru bir değerlendirme için çevre etiketinin sürdürülebilir kalkınma ve döngüsel ekonomi hedefleri doğrultusunda uygulamadaki gelişimi de göz önünde tutulmalıdır. Zira küresel iklim kriziyle mücadelede Birleşmiş Milletler (BM) 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi (*The 2030 Agenda for Sustainable Development*)¹⁴ ve Avrupa Yeşil Mutabakatı (*The European Green Deal*)¹⁵ çerçevesinde benimsenen sürdürülebilirlik politikaları, tüketici tercihleri ile işletmelerin pazarlama stratejilerinde değişimler yaratmıştır¹⁶. Öyle ki; büyüyen sürdürülebilir ürün pazarında yer alma ve rekabette öne geçme düşüncesi, işletmeleri temelde gönüllülük esasına dayanan çevre etiketi sistemine katılmaya zorlamaktadır¹⁷. Ancak ortaya çıkan fiili zorunluluk, işletmeleri, yeşil pazarlama uygulamalarına ve sorumlu üretim anlayışına yönlendirici etki yarattığı gibi tüketicinin çevre duyarlılığını istismar eden uygulamaların artmasına da yol açmaktadır. Bununla birlikte işletmelerin sürdürülebilir olma-

14 United Nations, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi), <https://sdgs.un.org/2030/agenda>, E.T. 02.04.2025.

15 European Commission, The European Green Deal (Avrupa Yeşil Mutabakatı), https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en. Avrupa Yeşil Mutabakatı Paris Anlaşması'yla öngörülen gereklilikler çerçevesinde hazırlamıştır. Paris Anlaşması (The Paris Agreement) 12 Aralık 2015'te Paris'te düzenlenen Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı'nda (COP21) 196 ülke tarafından kabul edilerek 4 Kasım 2016'da yürürlüğe girmiştir. Anlaşma ile ülkeler küresel ortalama sıcaklıktaki artışını 1,5°C ile sınırlamak üzere çaba sarf etme hedefinde mutabık kalmıştır (<https://www.un.org/en/climatechange/paris-agreement>, E.T. 02.04.2025).

16 Gabriele Engels/Ulrike Grubler, "Sustainable Brands, Eco-Labels and the New EU Certification Mark", *Managing Intellectual Property*, Vol. 264, 2017, p. 91.

17 Iraldo/Griesshammer/Kahlenborn, s. 834.

yan ürünleri için yanlış ve yanıltıcı bilgi vermek suretiyle tüketiciyi istismar eden ve yeşil aklama¹⁸ denilen uygulamalarla mücadelede de en etkin araç yine çevre etiketi sistemidir.

Tüketiciyi bilgilendirme ve yeşil aklama uygulamalarını önleme işlevi ile temelde çevreyi koruma yönündeki kamusal amaçlara hizmet eden özelliği, çevre etiketinin niteliğini tespit yönünden belirleyicidir¹⁹. Bu itibarla çalışmada öncelikle çevre etiketi sistemini ortaya çıkaran süreç ve ilgili kavramlar açıklanacak, sonrasında sistemin işleyişi ve işlevleri üzerinde durulacaktır. Çevre etiketinin hukuki niteliği, sistemin işleyişi ve işlevleri dikkate alınarak hem marka türleri hem de Paris sözleşmesi kapsamında özel marka koruması sağlanan resmî kontrol ve garanti işaretlerine ilişkin düzenlemeler uyarınca değerlendirilecektir.

I. BİR ŞEMSIYE KAVRAM OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

A. Kavramın Gelişimi

Sürdürülebilirlik; sürdürülebilir ürün, çevre etiketine sahip ürün, yeşil pazarlama ve yeşil aklama gibi kavramların temelini oluşturan bir şemsiye kavramdır. Kavramın ilk ortaya çıktığı tarihi tespit mümkün olmamakla birlikte, “sürdürülebilir kalkınma (*sustainable development*)” kavramına ilk kez 1980 tarihli BM Dünya Koruma Stratejisi (*The World Conservation Strategy-WCS*)’nde²⁰ yer verildiği görülmektedir. 2015 yılından bu yana devam eden süreçte ise küresel iklim krizinin artan etkilerine bağlı olarak kavram önem kazanmış, BM ve AB politikalarında sürdürülebilirliği planlama düşüncesi hâkim olmuştur. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ile Avrupa Yeşil Mutabakatı bu anlayışın sonucu olarak hazırlanan belgelerdir.

Küresel iklim krizinin yanı sıra 2019 yılı sonundan itibaren etkili olan Covid19 salgını sonrası yaşanan ekonomik sorunlar ile Rusya-Ukrayna savaşının yarattığı enerji krizi ise sürdürülebilirliğin AB genelinde düzenlemeye tâbi tutulması sürecini hızlandırmıştır. Zira bir yandan iklim krizi

18 Çalışmamızda “*greenwashing*” kavramını karşılamak üzere Türk Hukuk öğretisinde ağırlıklı olarak tercih edilen “yeşil aklama” kavramı tercih edilmiştir. Alternatif kullanımlar için bkz. Evren **Sapmaz Veral**, “Yeşil Yıkama İle Mücadele: Avrupa Birliği’nde Yeşil İddiaların Doğrulanması Girişimi”, *Sayıştay Dergisi*, C. 33, S. 124, 2022, s. 106.

19 **Iraldo/Griesshammer/Kahlenborn**, s. 834.

20 United Nations, *The World Conservation Strategy-WCS* (Birleşmiş Milletler Dünya Koruma Stratejisi) <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/wcs-004.pdf>, E.T. 02.04.2025.

ile mücadele eden AB, savaş sonrası dönemde enerji bağımlılığını azaltmaya yönelik yeni bir ekonomik model oluşturmaya mecbur kalmıştır. Bu çerçevede ortaya çıkan AB Döngüsel Ekonomi Planı (*Circular Economy Action Plan*)²¹ ile daha verimli ve uzun süre kullanılabilen, daha az enerji tüketen, geri dönüştürülebilir ve tamir edilebilir ürünler üretilmesine yönelik politikalar geliştirilmesi birincil öncelik olarak benimsemiştir²².

AB’de yaşanan bu gelişmeler sonucu Türkiye’de de sürdürülebilir ekonomiye geçiş planlanarak hem Avrupa Yeşil Mutabakatı²³ ile öngörülen kapsamlı değişikliklere uyum sağlamak hem de Türkiye-AB Gümrük Birliği²⁴ kapsamında sağlanan bütünleşmeyi korumak ve daha da ileriye

-
- 21 Avrupa Komisyonu, 2015 yılında, Avrupa’nın döngüsel ekonomiye geçişini teşvik etmek ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi desteklemek amaçlarıyla ilk döngüsel ekonomi eylem planını kabul etmiştir (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Closing the loop - An EU action plan for the Circular Economy-COM/2015/0614 fina/). Eylem planında, üretim ve tüketimden atık yönetimine, ikincil hammadde pazarına kadar tüm yaşam döngüsünü kapsayan tedbirlerle somut ve iddialı eylemler ortaya konulmuş ve atık konusunda revize edilmiş bir mevzuat teklifi sunulmuştur. 4 Mart 2019 tarihine gelindiğinde ise Komisyon, doğal ve tatlı su kaynakları ile ekosistemler üzerindeki baskının en aza indirildiği, iklim açısından nötr, döngüsel bir ekonomiye giden yolda gelecekte karşılaşılabilecek zorlukları içeren, eylem planının uygulanmasına ilişkin kapsamlı bir rapor hazırlamıştır (https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en, E.T. 02.04.2025). Yeni Döngüsel (Dairesel) Eylem Planı Avrupa Komisyonu tarafından 2020 yılında hazırlanmıştır. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions A New Circular Economy Action Plan for A Cleaner and More Competitive Europe COM/2020/98 final.
 - 22 Döngüsel (dairese) ekonomi, mevcut malzeme ve ürünleri mümkün olduğunca uzun süre kullanmayı, paylaşmayı, kiralamayı, yeniden kullanmayı, onarmayı, yenilemeyi ve geri dönüştürmeyi içeren bir üretim ve tüketim modelidir. Döngüsel ekonomi ile ürünlerin yaşam döngüsünün uzatılması hedeflenmektedir (<https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-important-ce-and-benefits>, E.T. 02.04.2025).
 - 23 Avrupa Yeşil Mutabakatı hukukun bağlayıcı bir belge olmayıp, gelecekte yürürlüğe girecek bağlayıcı hükümler için bir geçiş dönemi sağlayan “esnek hukuk aracı” olarak nitelendirilmektedir (Kamile Türkoğlu Üstün, “Yeni Bir Dönemin Başlangıcı: Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Türk Çevre Hukuku ve Politikalarına Etkisi”, Memleket Siyaset Yönetim, C. 16, S. 36, 2021, s. 334; Gamze Çakı Çifci, “Avrupa Yeşil Mutabakatı Hukukî Çerçevesi”, İşletmeler İçin Avrupa Yeşil Mutabakatı, Ed. Prof. Dr. Ruziye Cop/Doç. Dr. Sertaç Çifci, Gazi Kitabevi, Ankara 2023, s. 48).
 - 24 Gümrük Birliği, Türkiye-AB Ortaklık Konseyi’nin 6 Mart 1995 tarihli toplantısında kabul edilen 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca, 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren tamamlanmıştır.

taşımak amaçlarıyla 2021 tarihli Yeşil Mutabakat Eylem Planı²⁵ uygulamaya konulmuştur. Ayrıca On İkinci Kalkınma Planında da²⁶ coğrafi konumu itibarıyla iklim değişikliğinden en çok etkilenecek ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin sorunla mücadele planı ve yeşil büyüme hedefleri belirtilmiştir. Anılan planlar doğrultusunda hedeflenen Türkiye ekonomisi ve sanayisinin yeşil dönüşümü; kapsayıcı ve sürdürülebilir bir büyümenin tesis edilmesinin yanı sıra, ülkemizin AB başta olmak üzere, üçüncü ülkelere ihracatında rekabetçiliğinin korunması ve güçlendirilmesi bakımından da elzem görülmektedir²⁷. Sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde değişen üretim yapısı ve hizmet sunum biçimlerinin oluşturduğu standartlarla küresel değer zincirlerine²⁸ Türkiye'nin uyumunun geliştirilmesi ve böylece uluslararası yatırımlardan alacağı payın artırılması amaçlanmaktadır²⁹.

B. Tanımı

Sürdürülebilirlik, küresel iklim krizi ile mücadele ve enerji bağımlılığının azaltılması bakımından elzem olmasına rağmen konuya ilişkin düzenlemelerde açık bir tanımlayıcı hüküm bulunmamaktadır. Tanıma en

-
- 25 Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2021 tarihli Yeşil Mutabakat Eylem Planı, <https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTABAKAT%20YE%C5%9E%C4%B0L.pdf>, E.T. 02.04.2025. Eylem Planının gereğinin yerine getirilmesi hususu 2021/15 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile düzenlenmiştir (RG. 16.07.2021, S. 31543).
- 26 Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On İkinci Kalkınma Planı, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf, E.T. 02.04.2025.
- 27 On İkinci Kalkınma Planı, s. 6, N. 28 vd.; Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Onuncu kalkınma Planı, s. 13, N. 62, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma-Plani-2019-2023.pdf, E.T. 02.04.2025.
- 28 Küresel değer zinciri; üretim sürecinin farklı aşamalarının değişik ülkelerde gerçekleştiği, uluslararası ticaret ve yatırım hareketlerini içeren bir üretim modelini ifade etmektedir (United Nations, *World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development*, Switzerland 2013; João Amador/Sónia Cabral, "Global Value Chains: A Survey Of Drivers And Measures", *Journal of Economic Surveys*, Vol. 30, No. 2, 2016, p. 278). Kavram, Türkiye'nin ihracatındaki önemi nedeniyle kalkınma planlamalarında vurgulanmıştır. Bkz. On İkinci Kalkınma Planı, s. 18, N. 115; s. 46, N. 266; On Birinci Kalkınma Planı, s. 39, N. 231.1; s. 54, 278; Onuncu Kalkınma Planı, s. 5, N. 18; s. 21, N. 99; s. 57, N. 424.
- 29 Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021, s. 7; On İkinci Kalkınma Planı, s. 46, N. 266.

çok yaklaşan ifadeye 1987 tarihli Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu Ortak Geleceğimiz Raporunda³⁰ yer verilmiştir. Raporun sonuç kısmında yer alan tanıma göre “*sürdürülebilir kalkınma; gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılamaktır.*”³¹ Ayrıca Maastricht Anlaşması’nda³² kaynakların akılcı kullanımından; “Sürdürülebilir Ürünler için Eko-Tasarım Tüzüğü (*Eco-design for Sustainable Products Regulation-ESPR*)”nde³³ ise verimli kullanımdan söz edilmektedir. Tüm bu açıklamalardan hareketle sürdürülebilirliğin, olumsuz çevresel etkileri en aza indirmek ve kaynakları etkin kullanmakla ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Hukukumuzda da aynı anlayış doğrultusunda Çevre Kanunu³⁴ m. 2 düzenlemesiyle sürdürülebilir kalkınma; “(b)*ugünkü ve gelecek kuşakların, sağlıklı bir çevrede yaşamasını güvence altına alan çevresel, ekonomik ve sosyal hedefler arasında denge kurulması esasına dayalı kalkınma ve gelişmeyi*” ifade etmek üzere tanımlanmıştır. Bu itibarla ortak özelliğe sahip alt kavramların tanımlanması bakımından taşıdığı önem de dikkate alınarak, BM ve AB’nin ilgili düzenlemeleri ışığında sürdürülebilirlik; *kaynakların, üretimden pazarlamaya tüketimden atık yönetimine kadar devam eden tüm süreçlerde çevreye zarar vermeyecek şekilde kullanımı* olarak tanımlanabilir³⁵.

30 United Nations, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future 1987. “Brundtland Raporu” olarak da anılan 1987 tarihli Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu: Ortak Geleceğimiz Raporu, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, E.T. 02.04.2025.

31 Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future 1987, s. 41.

32 Treaty on European Union (TEU)/Maastricht Treaty OJ C 191, 29.7.1992, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:11992M/TXT>, E.T. 02.04.2025.

33 Regulation (EU) 2024/1781 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 establishing a framework for the setting of ecodesign requirements for sustainable products, amending Directive (EU) 2020/1828 and Regulation (EU) 2023/1542 and repealing Directive 2009/125/EC (Text with EEA relevance) OJ L, 2024/1781, 28.6.2024.

34 RG. 11.08.1983, S. 18132.

35 Bir başka tanıma göre sürdürülebilirlik; doğal ürünlerin ve enerjinin çevreye zarar vermeyecek şekilde kullanılmasıdır (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, E.T. 02.04.2025). Kavrama ilişkin ekonomik, çevresel ve sosyal yaklaşımlar için ayrıca bkz. Çakı Çifci, s. 52-53.

II. SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRÜN VE ÇEVRE ETİKETİNE SAHİP ÜRÜN

A. Sürdürülebilir Ürün

Sürdürülebilir ürün, AB Döngüsel Ekonomi Eylem Planı doğrultusunda belirlenen ve Avrupa Yeşil Mutabakatı ile desteklenen hedefler doğrultusunda tüketicilerin bilinçli karar alma tercihlerini teşvik eden bir politikanın sonucu ortaya çıkmış bir kavramdır³⁶. Sürdürülebilir ürün, AB Komisyonu tarafından *aynı kategorideki benzer ürünlerle karşılaştırıldığına, kaynakları daha verimli kullanan ve hammaddelelerin çıkarılmasından üretimine, dağıtımına, kullanımına kadar tüm süreç (ve hatta yeniden kullanma, geri dönüştürme ve geri kazanma dâhil yaşam döngüleri) boyunca daha az çevresel zarara yol açan ürünler olarak tanımlanmıştır*³⁷. Bu bakımdan döngüsel olan; daha az enerji tüketen, daha uzun süre kullanılabilen, geri dönüştürülebilir, tamir edilebilir ürünler sürdürülebilir ürün niteliği taşımaktadır³⁸.

B. Çevre Etiketine Sahip Ürün

Çevre etiketi (eko-etiket) sistemi, bir ürünün “sürdürülebilir” niteliğinin doğrulanması yoluyla döngüsel ekonomi politikalarının hayata geçirilmesinde işlev gören bir sistemi ifade etmektedir³⁹. Sistem, tüketicilerin bilinçli tercih yapabilmelerini sağlama ve çevresel duyarlılıklarının istismasını engelleme hedeflerinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Çoğunlukla gönüllülük esasına dayanan bu sistem⁴⁰, bağımsız bir kurulun ürün ve ürün

36 Sürdürülebilirliğin AB genelinde düzenlemeye kavuşturulması amacıyla 30 Mart 2022 tarihinde Sürdürülebilir Ürün İnisiyatifi açıklanmıştır. İnisiyatif kapsamında, çevresel sürdürülebilirlik için AB genelinde ortak kuralların genel çerçevesini oluşturan Sürdürülebilir Ürünler Tüzüğü hazırlanmıştır. Sürece ilişkin detaylı açıklama için ayrıca bkz. <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-dongusel-ve-surdurulebilir-sanayi-politikalari/surdurulebilir-urunler-icin-eko-tasarim-tuzugu-espr>; https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-products-initiative_en, E.T. 02.04.2025.

37 Communication From the Commission to The European Parliament and The Council Building The Single Market for Green Products Facilitating Better information on the Environmental Performance of Products and Organisations, Brussels, 9.4.2013 COM (2013) 0196 final), 2.2, The environmental benefits of green products and green organisations.

38 <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-dongusel-ve-surdurulebilir-sanayi-politikalari/ab-surdurulebilir-urun-inisiyatifi>, E.T. 02.04.2025.

39 **Kiraz**, s. 654.

40 Çevre etiketi türlerine ilişkin ayrıca bkz. **Polak**, s. 1; **Kiraz**, s. 657.

grupları itibariyle belirlenen ölçütlere uygunluk değerlendirmesine dayanmaktadır⁴¹. Böylece tüketicinin ürüne ilişkin doğru, aldatıcı olmayan ve bilime dayalı bilgiye ulaşması temin edilerek, çevreye olumsuz etkisi azaltılmış ürünlerin tüketimi teşvik edilmektedir. Diğer taraftan sistem sayesinde, işletmelerin herhangi bir kanıt olmaksızın, ürün ve hizmetlerini aynı kategorideki benzerlerinden ayırt etmek üzere kullandıkları çevre dostu vurgusu içeren etiket, marka veya logolar ya da yaptıkları reklamlar ile tüketicilerin çevresel duyarlıklarının istismarı engellenmektedir⁴².

Ülkemizde çevre etiketi sistemi, AB Eko-Etiket Tüzüğü esas alınarak hazırlanan Çevre Etiketi Yönetmeliği ile oluşturulmuştur⁴³. Anılan Yönetmelik tanımına göre; *“hammaddenin temininden başlamak üzere üretim, tüketim, kullanım ve kullanım ömrünü tamamladıktan sonra bertaraf edilmesini de içeren yaşam döngüsü süreçlerinde, aynı ürün veya hizmet grubunda yer alan diğer ürün veya hizmetlerle karşılaştırıldığında, çevreye karşı olumsuz etkileri azaltılmış ve bu etkilerin ürün veya hizmet grubuna göre belirlenmiş kriterlere uygunluğu kanıtlanmış ürün”* çevre etiketine sahip üründür.

Ürün veya hizmet grubu kriterleri, Yönetmelik m. 8.2 uyarınca en yüksek çevresel performansa ulaşma hedefiyle ürün veya hizmetlerin tüm yaşam döngüsü dikkate alınarak bilimsel bir temelde belirlenmektedir. Kriterleri sağlayan kişi ya da kuruluşların ürettiği, ihraç ettiği, sunduğu, toptancı veya perakendeci olarak piyasaya sürdüğü ürün veya hizmetler için çevre etiketi kullanıcısı olabilmesi ise Bakanlık ile sözleşme imzalanmasına bağlıdır (ÇEY m. 4/1, c, m. 13.1). İşte çevre etiketine sahip ürünün sürdürülebilir üründen ayıran unsur da kendini bu noktada göstermektedir. Zira çevre etiketine sahip ürün, Yönetmelik hükümleri çerçevesinde çevre dostu (çevreye karşı olumsuz etkileri azaltılmış) niteliği kanıtlanarak gönüllülük esaslı çevre etiketi sistemine dâhil olan sürdürülebilir ürünü ifade etmektedir.

41 **Kiraz**, s. 654.

42 **Yatağan Özkan/Dinçer Özbey**, s. 185; **Kiraz**, s. 654.

43 Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021, s. 18. On Birinci Kalkınma Planı ile On İkinci Kalkınma Planı’nda çevrenin korunması hedefleri arasında çevre etiket sisteminin yaygınlaştırılması hedefine yer verilmiştir (On Birinci Kalkınma Planı, s. 169, N. 713.4; On İkinci Kalkınma Planı, s. 211, N. 866.5, s. 212 Tablo 50). Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı ile Tarım ve Orman Bakanlığının On İkinci Kalkınma Planı’nda yer alan verilerine göre, çevre etiket sistemi kapsamında 2022 yılında 9 ürün ve hizmet grubu bulunmaktayken bu sayı 2023 yılı itibariyle 12’ye yükseltilmiştir. Plan’da 2028 hedefi 27 ürün ve hizmet grubu olarak belirlenmiştir (On İkinci Kalkınma Planı, s. 212 Tablo 50).

III. ÇEVRE ETİKETİ SİSTEMİ

A. Sistemin İşleyişi

Türkiye’de çevre etiketi sistemi, ÇEY hükümleri çerçevesinde çeşitli ürün ve hizmet grupları itibariyle belirlenen kriterleri sağlayan kişi ve kuruluşlara çevre etiketi verilmesi amacıyla oluşturulmuş gönüllü bir sistemdir. Çevre etiketi sisteminin işleyişinde başvuru, doğrulama, etiket kullanımı yetkisi verilmesi ve kullanım olmak üzere dört aşama söz konusudur. Çevre etiketi alınabilecek ürün veya hizmet grupları ile bunlara ilişkin kriterleri belirleme Bakanlığın yetkisindedir (ÇEY m. 15.1.d ve e). Hâlihazırda kriterleri belirlenen on iki ürün ve hizmet grubu⁴⁴ bulunmakta olup bu sektörlerde üretici, imalatçı⁴⁵, ihracatçı, ithalatçı, hizmet sağlayıcı, toptancı ve perakende satıcı olan kişi veya kuruluşlar Bakanlığa çevre etiketi başvurusunda bulunabilmektedir (ÇEY m. 11).

Başvuranın çevre etiketi almaya hak kazanabilmesi için öncelikle, başvuruya konu ürün veya hizmetin, belirlenmiş çevre etiketi kriterlerine uygunluğunu gösteren doğrulama işleminin tamamlanması gerekir (ÇEY m. 4.1.ğ). Doğrulama işlemi de kural olarak Bakanlığın görev ve sorumlulukları arasındadır (ÇEY m. 15.1.e). Ancak Bakanlığın doğrulama işlemlerinin yürütülmesi bakımından hizmet satın alması mümkündür (ÇEY m. 21.6). Bu yetkisi doğrultusunda Bakanlık, 2020 yılında Türk Standardları Enstitüsü (TSE) ile bir protokol imzalamıştır.

44 Şubat 2025 tarihi itibariyle on iki ürün ve hizmet grubu yönünden kriterler belirlenmiş olup, bu ürün ve hizmetler için çevre etiketi başvurusu yapılabilmektedir. Bu ürün ve hizmet grupları, seramik kaplama ürünleri, tekstil grubu ürünleri, temizlik kâğıdı grubu ürünleri, elde yıkama bulaşık deterjanı, turistik konaklama hizmet grubu, kişisel bakım ve kozmetik grubu ürünleri, cam grubu ürünleri, bulaşık makinesi deterjanı grubu ürünleri, çamaşır deterjanı grubu ürünleri, sert yüzey temizleyiciler grubu ürünleri, doğal taş grubu ürünleri, yatak grubu ürünleridir.

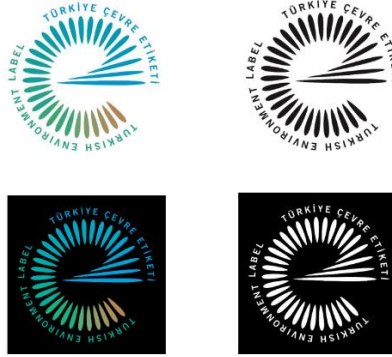
45 ÇEY m. 11 düzenlemesinde “üretici” ve “imalatçı” ifadesi bir arada kullanılmıştır. Yönetmelikte üretici tanımlanmış olmakla birlikte imalatçı tanımlanmamış olmamakla birlikte ifadelerin eşanlamı olmadığı anlaşılmaktadır. Zira ilgili düzenlemeler çerçevesinde üretici, imalatçıdan çok daha kapsamlı şekilde tanımlanmıştır. ÇEY m. 4.1.n uyarınca “*Bir ürünü üreten, imal eden, işlah eden veya ürüne adını, ticari markasını veya ayırt edici işaretini koymak suretiyle kendini üretici olarak tanıtan, üreticinin ülke dışında olması halinde, üretici tarafından yetkilendirilen temsilciyi ve/veya ithalatçıyı; ayrıca, ürünün tedarik zincirinde yer alan ve faaliyetleri ürünün güvenliğine ilişkin özelliklerini etkileyen gerçek veya tüzel kişiyi*” ifade etmektedir. “CE” İşareti Yönetmeliği m. 4.1.ç’ye göre imalatçı ise “*Ürünü, imal ederek veya ürünün tasarımını veya imalatını yaptırarak kendi isim veya ticari markası ile piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişiyi*” ifade etmek üzere tanımlanmıştır.

Doğrulama işleminin ardından Bakanlık ile çevre etiketi almaya hak kazanan başvuru sahibi arasında imzalanan sözleşmeyle başvuru sahibi, çevre etiketi kullanıcısı sıfatını kazanmaktadır (ÇEY m. 13.1).

Çevre etiketinin kullanım aşamasında ise, ÇEY hükümlerinin yanı sıra Bakanlık tarafından “Çevre Etiketleri Kullanım Kılavuzu”⁴⁶ ile belirlenen esaslar geçerlidir. Buna göre etiket, aşağıda gösterilen renklerde, “Türkiye Çevre Etiketleri” ifadesini içerecek şekilde ve yalnızca izin verilen ürünler ile ilgili olarak kullanılabilir⁴⁷.

Çevre etiketine ilişkin söz konusu Yönetmelik ve Kılavuz düzenlemeleri, kullanım hakkının kazanılmasından kullanım şeklinin denetlenmesine kadar tüm süreçte Bakanlığın yetkili olduğu resmî nitelikte bir işleyiş olduğunu göstermektedir.

Şekil 1: Türkiye Çevre Etiketleri logosu



B. Çevre Etiketleri Sisteminin Amacı

Çevre etiketleri sisteminin temel amacı; yaşam döngüsünün bütün süreçlerinde, doğal kaynakların kullanımının çevre, insan, sağlık, iklim ve doğal yaşam üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması suretiyle ekosistemlerin bozulmasının önlenmesi ve çevrenin korunmasıdır (ÇEY m. 1.2). Bu itibarla sistem, sürdürülebilirliğin ve döngüsel ekonominin sağlanması yönündeki esasen küresel ölçekli ve kamusal nitelikli amaçlarla yakından

46 T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Temizlik Kağıdı Ürün Grubu Çevre Etiketleri Başvuru Kılavuzu, Ankara 2020, s. 8.

47 Çevre etiketleri kullanımı kural olarak 4 yıllık süre ile sınırlıdır. Ancak süre bitiminden 180 gün önce talep edilmesi hâlinde Bakanlık tarafından teknik inceleme komisyonuna yaptırılan değerlendirme sonucunda sürenin uzatılması mümkündür (ÇEY m. 14.8).

ilişkilidir⁴⁸. Ayrıca sistem tüketicinin korunması, piyasa gözetimi ve haksız rekabetin önlenmesi hedeflerine ulaşmada da bir araç olarak kullanılmaya uygundur. Nitekim tüketiciyi bilgilendiren, doğru ve bilimsel temeli olan bilgiye ulaşılmasını sağlayan rolü nedeniyle çevre etiketi, tüketicinin korunmasını sağlar niteliktedir. Ayrıca etiket, kaynakları daha verimli kullanan ve tüm yaşam döngüsü boyunca daha az çevresel zarara yol açan ürünlerin aynı kategorideki benzer ürünlerden ayırt edilmesini sağlama ve yeşil aklama uygulamalarını önlemedeki rolü nedeniyle haksız rekabetin önlenmesine hizmet etmektedir⁴⁹.

C. Çevre Etiketi Sisteminin İşlevleri

1. Mevzuata Uygunluğun Garanti Edilmesi

Çevre etiketi sistemi temelde, ürünün “sürdürülebilir”, “çevresel etkileri azaltılmış” niteliğini ve mevzuat çerçevesinde belirlenen kriterlere uygunluğunu doğrulamaktadır. Zira etiket sistemiyle etiket kullanıcısı sıfatı taşıyan kişi veya kuruluş ürettiği, ihraç ettiği, sunduğu, toptancı veya perakendeci olarak piyasaya sürdüğü ürün veya hizmetlerin ÇEY hükümleri çerçevesinde belirtilen kriterleri sağladığını kanıtlamış olmaktadır (ÇEY m. 4.1.e). Çevre etiketi kriterleri, ürünün çevresel performansının araştırılmasına yöneliktir. Bu bağlamda kriterler en yüksek çevresel performansa ulaşma amacıyla ürün veya hizmetlerin tüm yaşam döngüsü dikkate alınarak bilimsel bir temelde ürün veya hizmet grubu bazında belirlenmektedir. Kriterlerin belirlenmesinde; uluslararası, bölgesel ve ulusal boyutta resmî olarak tanınmış TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi,

48 **Iraldo/Griesshammer/Kahlenborn**, s. 834. Eko-etiket sisteminin kamusal amaçları gerçekleştirmedeki başarısızlığına ilişkin değerlendirme için bkz. **Czarnezki/Jönsson/Kuh**, s. 412 vd.

49 Ulusal düzeyde ise etiket devletlerce belirlenen bazı amaçlara ulaşmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Nitekim ülkemizde Yeşil Mutabakat Eylem Planı ve kalkınma planları çerçevesinde, AB’ye üye ülkeler ile üçüncü ülkelere ihracatta rekabetçiliğinin korunması ve güçlendirilmesi, uyumlu pazar oluşturulması suretiyle uluslararası yatırımlardan alınan payın artırılması amacı ortaya konulmuştur. Bu çerçevede çevre etiketi küresel ve ulusal düzeyde çeşitli kamusal amaçlara hizmet eder nitelikte bir sistemdir. Bkz. (Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021, s. 7; Onuncu Kalkınma Planı, s. 39, N. 231.1, s. 54, 278, s. 169, N. 713.4; On İkinci Kalkınma Planı, s. 5, N. 18, s. 21, N. 99, s. 57, N. 424, s. 46, N. 266, s. 211, N. 866.5 ve s. 212, Tablo 50).

Prensip ve Yöntemler standardı için belirlenen kriterlere uyum esas alınmıştır⁵⁰.

2. Sürdürülebilir Tüketim ve Sorumlu Üretimin Desteklenmesi

Küresel iklim krizinin, doğanın ve dolayısıyla insanlığın geleceğine dair kaygı ve korkuları tetiklemesi, tüketicilerin işletmelerden olan beklentilerinde önemli değişikliklere neden olmuştur. Tüketiciler bireysel istek ve ihtiyaçlarını karşılamanın yanı sıra işletmelerin faaliyetlerini çevreye duyarlı biçimde yürütmelerini önemsemeye başlamıştır⁵¹. 2021 yılında yapılan küresel ölçekli bir araştırma⁵², tüketicilerinden yarısının sürdürülebilirliği satın alma ölçütleri arasında ilk beşte değerlendirdiklerini göstermiştir. 2022 yılında tekrarlanan araştırmada⁵³ ise bu oranın %66'ya ulaştığı tespit edilmiştir⁵⁴. Tüketicilerde oluşan çevresel kaygıların ve güçlenen çevre bilincinin satın alma tercihlerini bu denli etkilemesi, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının çevreye en az zararla karşılanmasına yönelik

50 TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensip ve Yöntemler standardı ile kastedilen Uluslararası Standartlar Teşkilatı (*ISO- International Organization for Standardization*) tarafından çevresel etiketler için belirlenen bir standarttır. ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesinde bir dizi kriteri yerine getirmeleri hâlinde ürün veya hizmetlere bir işaret veya logo verilmektedir (<https://www.iso.org/publication/PUB100323.html>, E.T. 02.04.2025).

51 Engels/Grubler, s. 88.

52 Shikha Jain/Olivier Hagenbeek, “2021 Global Sustainability Study: What Role do Consumers Play in a Sustainable Future?”, October 28, 2021.

53 Shikha Jain/Olivier Hagenbeek, “2022 Global Sustainability Study: The Growth Potential of Environmental Change”, October 23, 2022.

54 Temmuz 2021’de 17 ülkede (Avustralya, Avusturya, Brezilya, Çin, Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Hollanda, Norveç, İspanya, İsveç, İsviçre, BAE, İngiltere ve ABD) 10.000’den fazla tüketiciyle gerçekleştirilen anketler sonucu hazırlanan Küresel Sürdürülebilirlik Araştırması, tüketicilerin “çevre dostu/sürdürülebilir” ürünlere ilgisini gösteren küresel ölçekli bir araştırma olması bakımından önemlidir. Çalışmaya göre; tüketicilerin %78’i çevresel sürdürülebilirliğin önemli olduğunu düşünmekte, %50’si sürdürülebilirliği satın alma ölçütleri arasında ilk beş ölçütten biri olarak değerlendirmektedir. Ayrıca araştırma sonuçları; tüketicilerin %63’ünün daha sürdürülebilir bir hayat için tüketim davranışlarında önemli değişiklikler yaptığını, küçük değişiklikler yapan tüketicilerle oranın %85’e ulaştığını göstermektedir. Sürdürülebilir ürün ve hizmetler için daha fazla ödeme yapmayı göze alanların oranı ise %34’tür (Jain/Olivier, 2022 Study). Araştırmanın, 2022 yılında 11.500’den fazla tüketiciye ulaşılarak tekrarlanması ile elde edilen sonuçlar ise çarpıcı olmuştur. Anket sonuçları çerçevesinde araştırmada sürdürülebilir işletme politikalarının şirketler için bir zorunluluk olduğu değerlendirilmiştir. Daha sürdürülebilir bir hayat için tüketim davranışlarında değişiklik yapan tüketicilerin oranı %85’den %89’a yükselmiştir (Jain/Olivier, 2022 Study).

bir pazarlama anlayışını doğurmuştur⁵⁵. Bu itibarla mevcut üretim süreçlerinin olumsuz çevresel etkilerini azaltmaya çalışan ve çevreye daha az zarar veren ürün ve hizmetleri teşvik eden pazarlama faaliyetleri yeşil pazarlamayı ifade etmektedir⁵⁶. Örneğin, ürünleri geri dönüşümlü içerikte üretme, üretimde su ve enerji tasarrufu, daha az ambalaj ve geri dönüşümlü ambalaj kullanımı, geri dönüşüm ve yeniden kullanım amaçlı olarak ürünleri geri çağırma çabaları yeşil pazarlama faaliyetleri kapsamındadır⁵⁷.

Çevre etiketi sistemiyle bir taraftan tüketicilere doğru, yanıltıcı olmayan, bilimsel temeli olan bilginin sunulmasıyla sürdürülebilir tüketim teşvik edilmekte⁵⁸ bir taraftan da tüketici beklentilerini karşılar nitelikte yeşil pazarlama faaliyetleriyle sorumlu üretim anlayışı sergileyen işletmelerin rekabette öne geçmesi desteklenmektedir. Bu itibarla çevre etiketi sistemi iklim krizinin çevresel, ekonomik ve sosyal etkileriyle mücadelede hukuki bir araç niteliği taşımaktadır.

3. Yeşil Aklamanın Önlenmesi

Küresel iklim krizi ile sürdürülebilirlik politikalarına bağlı olarak değişen tüketici tercihleri, işletmeleri yeşil pazarlama faaliyetlerine yönlendirici etki yarattığı gibi tüketicinin çevresel duyarlılıklarını istismar eden uygulamaların artmasına da yol açmaktadır. İşletmelerin sürdürülebilir olmayan ürünleri için yanlış ve yanıltıcı bilgi vermek suretiyle tüketicuyu istismar eden tüm uygulamalarına yeşil aklama denilmektedir⁵⁹.

55 **Yatağan Özkan/Dinçer Özbey**, s. 185; Ümit **Almaçık**, “Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 18, S. 2, 2009, s. 49.

56 Ken **Peattie**, “Towards Sustainability The Third Age of Green Marketing”, The Marketing Review, Vol. 2, No. 2, 2001, p. 129; Diego Palacio, “Marcas Verdes y Sustentabilidad en Argentina”, 2001, s. 1.

57 Ruziye **Cop/Sertaç Çiftci**, Avrupa Yeşil Mutabakatı Süreci ve İşletmelerin Rolü, İşletmeler İçin Avrupa Yeşil Mutabakatı, Ed. Prof. Dr. Ruziye **Cop/Doç. Dr. Sertaç Çiftci**, Gazi Kitabevi, Ankara 2023, s. 10 ve 15; İsmail Erkan **Çelik/Öznur Akman/Ayben Ceyhan/Vedat Akman**, “Yeşil Pazarlamada Sürdürülebilirlik ve Dünya’dan Bir Örnek: Tchibo”, International Conference on Eurasian Economies (Kaposvár – Hungary 29-31 August 2016), Beykent University Publications, 2016, s. 279.

58 **Polak**, s. 1.

59 **Yatağan Özkan/Dinçer Özbey**, s. 186; Daniel **Silva**, “The fight against greenwashing in the European Union”, UNIO–EU Law Journal, Vol. 7, No. 2, 2021, p. 127; Jari **Karna/Heikki Juslin/Virpi Ahonen/Eric Hansen**, “Green Advertising: Greenwash or a True Reflection of Marketing Strategies”, Greener Management

Yeşil aklama uygulamalarıyla işletmeler, sürdürülebilir ürün pazarında kendilerine yer bulmak ve rekabette öne geçmek üzere, tüketiciler gözünde çevreye duyarlı kurumsal bir imaj yaratmaya çalışmaktadır⁶⁰. “Yeşil”, “organik”, “çevre dostu” gibi ifadeleri veya doğa görselleri slogan ve reklamlarda ürünlerin sürdürülebilir nitelikte olduğu algısı uyandırılmak üzere kullanılmaktadır. Çevresel duyarlılıkların güçlenmesine paralel değişen sürdürülebilir tüketim anlayışı karşısında yaygınlaşan yeşil aklama uygulamaları ile mücadelede çevresel beyanları doğrulama ihtiyacı çevre etiketi sistemini ortaya çıkarmıştır⁶¹. Zira çevre etiketi ile işletmeler ürün veya hizmetlerinin yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerinin azaltılmış olduğunu kanıtlamış olurken, tüketiciye de doğru ve bilimsel temeli olan bilgi akışı sağlanmaktadır.

IV. ÇEVRE ETİKETİ SİSTEMİNİN GÖNÜLLÜ SERTİFİKA SÜRECİ OLARAK TANIMLANMASI HAKKINDA

Çevre etiketi, ÇEY hükümleri uyarınca gönüllü bir sistem olarak düzenlenmiştir (ÇEY m. 1.1, m. 4.1.b). Özellikle etiketin marka niteliğindeki belirsizlik, sistemin bir sertifika (belgelendirme) sürecinden ibaret olarak değerlendirilmesine yol açmıştır⁶². Bu görüşe göre; ÇEY hükümleri çerçevesinde, Uluslararası Standartlar Teşkilatı (*International Organization for Standardization-ISO*) tarafından çevre etiketleri için belirlenmiş TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensipler ve Yöntemler standardının dikkate alınması, sistemin bir “sertifika süreci” olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir⁶³. Nitekim ÇEY m. 4.1.b’nin tanımlayıcı hükmü gereği çevre etiketi de sertifika sistemini temsil eden bir işaret olarak düzenlenmiştir. Ancak sisteme ve etikete ilişkin söz konusu tanımlayıcı düzenlemelerden hareketle çevre etiketine sağlanabilecek hukuki korumanın tespiti mümkün değildir. Etiketinin hukuki niteliğinin ve etikete sağlanabilecek korumanın tespitinde sertifika sürecinin yanı sıra sistemin işleyiş ve

International, No. 33, 2021, s. 59; Leyla **Leblebici Koçer**/Tuğba **Delice**, “Yeşile Boyama ve Yeşil Güven Arasındaki İlişkide Algılanan Yeşil Riskin ve Algılanan Tüketici Şüpheliğinin Aracılık Rolü”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S. 50, 2007, s. 25.

60 Nancy E. **Furlow**, “Greenwashing in The New Millennium”, The Journal of Applied Business And Economics, Vol. 10, No. 6, 2010, s. 22.

61 **Yatağan Özkan/Dinçer Özbey**, s. 186; **Kiraz**, 654; **Silva**, s. 127; **Karna/Juslin/Ahonen/Hansen**, s. 59; **Leblebici Koçer/Delice**, s. 25.

62 **Kiraz**, s. 654.

63 **Kiraz**, s. 654.

işlevleri ile kamusal amaçlar dikkate alınarak bir değerlendirme yapılması zorunludur.

V. ÇEVRE ETİKETİNİN MARKA KORUMASINDAN YARARLANMASININ MÜMKÜN OLUP OLMADIĞI HAKKINDA

A. Ferdi Marka Yönünden

ÇEY hükümleri çerçevesinde belirlenen kriterlere uygun şekilde olumsuz çevresel etkileri azaltılmış ürünleri ayırt etmek üzere bir logodan oluşan (ÇEY m. 18) çevre etiketinin hukuki niteliğine ilişkin ilk akla gelen ihtimal, işaretin marka korumasından yararlanmasının mümkün olup olmadığıdır⁶⁴. Önemle işaret edilmelidir ki; bu başlık altında marka koruması yönünden incelemeye konu edilen çevre etiketi/etiketleridir. Yoksa “yeşil”, “sürdürülebilir”, “çevre dostu” vb. ifadeleri içeren ya da doğa görselleriyle ürünün çevre dostu nitelik taşıdığı algısı uyandıran işaretlerin (yeşil marka-*green trade mark*)⁶⁵ tescili hususu SMK m. 5 ve 6’da sıralanan mutlak ve nispi ret nedenleri çerçevesinde ayrıca değerlendirme gerektirmektedir.

Öğretide savunulan görüşe göre; “çevre etiketi”, “eko”⁶⁶ etiket” ya da “Türkiye Çevre Etiketi” ile bunların benzerlerinin veya İngilizce karşılıklarının marka olarak tescil edilmesi önündeki temel engel, ifadelerin çevre dostu nitelik taşıyan ürünler için somut ayırt edicilikten yoksun olmasıdır⁶⁷. Gerçekten de bir işaret, tescili talep edilen mal veya hizmetlerin özelliğine, amacına ya da vasfına ilişkin bilgi veriyorsa işaretin ilgili mal veya hizmetler yönünden somut ayırt ediciliğinden söz edilemez⁶⁸. Bu bakımdan ürünün çevre dostu niteliğini açıklayan ya da doğrulayan söz konusu ifadeler somut ayırt edicilikten yoksun olmaları nedeniyle SMK m. 5.1.b

64 Kiraz, s. 668-669; Mogyoros, s. 368.

65 Constantin Eikel, “Going Green: The Dos and Don’ts of Green Trade Marks”, 5 Nisan 2024; Kathryn Park, “Green Trademarks and the Risk of Greenwashing”, 13 Aralık 2022.

66 Günümüzdeki anlamı ile kökeni Fransızcaya dayanan ekoloji kelimesi “canlıların hem kendi aralarındaki hem de çevreleriyle olan ilişkilerini tek tek veya birlikte inceleyen bilim dalı”nı kısaca çevre bilimini ifade etmektedir (<https://sozluk.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025). “Ecology” sözcüğünün kısaltması olan “eco”, çevre ile bağlantılı olan anlamına gelmektedir (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>, E.T. 02.04.2025).

67 Kiraz, s. 669.

68 Dilek İmirlioğlu, Marka Hukukunda Ayırt Edicilik ve Markanın Ayırt Ediciliğinin Zedelenmemesi, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2018, s. 21; Sevilay Uzunallı, Marka Hukuku, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2021, s. 55.

uyarınca bir mutlak ret nedeni oluşturmaktadır. Diğer taraftan çevre etiketi, etiketin kullanıldığı ürünlerin özelliğini; ÇEY ile belirlenen kriterler doğrultusunda çevreye olumsuz etkilerinin azaltılmış olduğunu açıkladığı ölçüde tanımlayıcıdır. SMK m. 5.1.c düzenlemesine göre; ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, ... veya malların ya da hizmetlerin diğer özelliklerini belirten tanımlayıcı işaret veya adlandırmaları münhasıran ya da esas unsur olarak içeren işaretler, tekeli bir hakka konu olamayacak niteliktedir. Bu itibarla ürünün çevre dostu niteliğini açıklayan ya da doğrulayan “çevre etiketi” vb. ifadeleri münhasır ve esas unsur olarak içeren işaretlerin marka olarak tescili, SMK m. 5.1.c hükmü bağlamında da mümkün görülmemektedir. Türk Patent de belirtilen gerekçelerle “*ecolabel*”⁶⁹, “*e eco label ecological product certification*”⁷⁰ ve “eko-etiket”⁷¹ sözcüklerinin tescili talebiyle yapılan başvuruları SMK m. 5.1.b ve c’ye dayanarak reddetmiştir⁷². Ancak bu uygulama karşısında “çevre etiketi” ve benzeri sözcükler ile bunların benzerlerini veya İngilizce karşılıklarını tali unsur olarak içeren marka başvurularının hangi kapsamda değerlendirileceği açık değildir.

Kanaatimizce kamusal amaçlarla oluşturulan, kullanım şartları hukuki düzenlemelerle belirlenmiş olan, resmî kurum ve kuruluşların gözetim ve denetiminde kullanılan işaretlerin marka olarak tescili önündeki temel engel, SMK m. 5.1.g düzenlemesidir. Zira Yönetmelik uyarınca belirlenen özellikleri dikkate alındığında marka ve çevre etiketi, her şeyden önce, işlevleri yönünden birbirinden ayrılmaktadır. Marka bir teşebbüsün mal veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesinde işlev görürken (SMK m. 4), çevre etiketi belirli standartları (kriterleri) sağlayan ürünlerin diğerlerinden ayırt edilmesinde işlev görmektedir (ÇEY m. 4.1.b ve e). Çevre etiketi, işletmelerin ticari amaçlarına değil, sürdürülebilirlik temelli kamusal amaçlara hizmet etmek üzere oluşturulmuştur. Bu bakımdan tanımlayıcı nitelikte olması, somut ayırt edicilikten yoksun olan işaretleri münhasır ya da esas unsur olarak içermesi gibi şartlardan bağımsız olarak yalnız kamusal amaçlara hizmet eden garanti işlevi ve resmî niteliği dolayısıyla çevre etiketine, SMK m. 5.1.g bağlamında özel koruma sağlanmalıdır. Zira ilgili düzenleme, çevre etiketi gibi

69 Türk Patent 27.04.2023 tarih ve 2023/055162 sayılı başvuru (<https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025).

70 Türk Patent 26.10.2018 tarih ve 2018/96207 sayılı başvuru (<https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025).

71 Türk Patent 13.03.2020 tarih 2020/31827 sayılı başvuru (<https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025).

72 Başvurulara ilişkin değerlendirmeler için ayrıca bkz. **Kiraz**, s. 664-665.

kamusal amaçlarla oluşturulmuş, hukuki düzenlemeler çerçevesinde belirlenen ilkelere uygunluk şartıyla kullanılabilen, kullanım hakkı kamu kurum veya kuruluşlarınca verilen resmî kontrol ve garanti işaretlerine yöneliktir⁷³.

B. Ortak Marka Yönünden

SMK m. 31.3 düzenlemesi uyarınca ortak marka, üretim veya ticaret ya da hizmet işletmelerinden oluşan bir grup tarafından kullanılmaya imkân sağlayan bir marka türüdür. Ortak marka, ferdi markadan farklı olarak, gruptaki işletmelerin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmede işlev görmektedir (SMK m. 31.4). Çok sayıda işletme tarafından kullanılabilme özelliği nedeniyle çevre etiketinin ortak marka niteliği öğretide tartışma konusu olmuştur⁷⁴. Ancak ortak markanın işlevi ve işleyişine ilişkin SMK düzenlemeleri dikkate alındığında, çevre etiketi sistemi ile uyumlu olmadığı anlaşılmaktadır⁷⁵.

Ortak marka ve çevre etiketi -her şeyden önce- işlevleri yönünden birbirinden ayrılmaktadır. Ortak markanın temel işlevi bir gruba dâhil olan işletmelerin mal ve hizmetlerinin diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesidir (SMK m. 31.4). Oysa çevre etiketi, çevresel etkileri azaltılmış ürünlerin diğer ürünlerden ayırt edilmesinde işlev görmek olup (ÇEY m. 4.1.b ve e), etiketi kullanma hakkına sahip olan işletmelerin arasında ekonomik bir bağlantı bulunduğundan ya da bir grup oluşturduklarından söz edilemez. Diğer taraftan çevre etiketi sistemi, ürün veya hizmet grubu gerekliliklerini sağlayan işletmelerden ibaret olmayıp, etiketi kullanma hakkı vermeye yetkili Bakanlık da sisteme dâhildir. Bakanlık etiketi kullanan değil; kriterleri belirleyen, onlara uygunluğu değerlendiren ve etiketi kullanım hakkı verendir (ÇEY m. 15). Ortak marka ise markayı kullanmaya yetkili işletmeler adına tescillidir.

73 Özel marka koruması ve koruma markalarına ilişkin ayrıntılı bilgi için aşağıya bkz. V.C.2 ve VI. nolu başlıklar.

74 Kiraz, s. 668-669.

75 Kiraz, s. 664-665.

C. Garanti Markası Yönünden

1. Garanti Markası ile Çevre Etiketinin Benzerlikleri ve Farkları

a. Marka Sahibinin Kontrolü

SMK m. 31.1 uyarınca garanti markası, “*marka sahibinin kontrolü altında*” birçok işletme tarafından o işletmelerin mal veya hizmetlerinin⁷⁶ ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işaret olarak tanımlanmıştır. Tanımda belirtilen marka sahibinin kontrol yetkisi, garanti markasını diğer marka türlerinden ayırt eden temel bir unsurdur. Bunun sonucu olarak garanti markası çok sayıda işletme tarafından kullanılabilir. Ancak markayı kullanacak işletmelerin ürünlerinin teknik şartnamede gösterilen usul ve esaslara uygun olması gerekir. Bu doğrultuda marka sahibi; markanın kullanım usullerini, markayı kullanma hakkının ne şekilde elde edileceğini ve markanın kullanma hakkının verilmesinden sonra denetimlerin nasıl ve hangi sıklıkta yapılacağını teknik şartname ile belirleyerek kontrol yetkisini kullanmaktadır⁷⁷. Teknik şartnamenin kontrol yetkisinin kapsamını gösteren içeriği Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik (Uygulama Yönetmeliği) m. 8.8 uyarınca belirlenmektedir⁷⁸.

Öğretide marka sahibinin kontrol yetkisi yönünden çevre etiketi sisteminin de garanti markasına benzer olduğu savunulmuştur⁷⁹. Çevre etiketi

76 Madde metninde geçen “işletmelerin ortak özellikleri” ifadesinin garanti markasının işlevine uygun olmadığı öğretide genel kabul görmektedir. Bkz. Sabih Arkan, Marka Hukuku, C. I, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara 1997, s. 46; Hamdi Yasaman/Tolga Ayoğlu/Fülürya Yusufoglu Bilgin/Pınar Memiş Kartal/Sinan H. Yüksel/Zeynep Yasaman, Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, C. 3, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2021, s. 2826; Ünal Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku, 5. Baskı, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2012, s. 372; Uzunalli, s. 40.

77 Hayri Bozgeyik, “Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri ve Benzer Kavramlarla İlişkisi”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C. LXXI, S. 2, 2013, s. 93.

78 Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik (RG 24.04.2017, S. 30047) m. 8/8 uyarınca; “*teknik şartnamenin garanti markasına ilişkin olması halinde, başvuru sahibi veya sahiplerinin kimlik ve iletişim bilgilerinin başvuruya ilişkin tek bir yazışma adresinin, marka örneğinin, markanın garanti ettiği mal veya hizmetlerin ortak özelliklerinin, markanın hangi mal veya hizmetlerde ne şekilde kullanılacağını, markanın kullanım usullerinin özellikle markayı kullanmaya yetkili kişilerin, markayı kullanma hakkının ne şekilde elde edileceğinin markanın kullanma hakkının verilmesinden sonra denetimlerin nasıl ve hangi sıklıkta yapılacağını ve teknik şartnameye aykırı kullanma halinde uygulanacak yaptırımların belirtilmesi zorunludur.*”

79 Kiraz, s. 667.

sisteminde etiketi kullanma hakkı verme (ÇEY m. 11.2, e ve 15.1.e) ve etiketin kullanımını denetleme (ÇEY m. 14.4 ve 15.1.f) yetkilerinin Bakanlığa ait olması marka sahibinin kontrol yetkisine benzer görülmektedir. Oysa devlet tarafından kontrol ve garanti işareti olarak kabul edilmiş standart işaretlerinin üçüncü kişilere kullandırılmasında garanti markalarına kıyasla önemli farklılıklar söz konusudur. Garanti markaları yönünden başvuru sürecinde Türk Patent'e sunulması gereken bir teknik şartname-nin varlığı aranmakta, işareti kullanım şartları ile denetim usulleri buna göre yapılmaktadır. Resmî kontrol ve garanti işaretlerinin kullanılabilmesi yönünden ise aranan şartlar ve uygunluk denetim usulü hukuki düzenlemeler (kanun, yönetmelik vb.) çerçevesinde belirlenmektedir⁸⁰. Kaldı ki teknik şartnamede hukuki düzenlemelere atıf yapılabileceği düşünülse dahi, kriterlerde (şart/standart) değişiklik yapılması usulü, çevre etiketinin garanti markası niteliğini zayıflatan bir başka özelliktir. Zira resmî kontrol ve garanti işaretleri yönünden kriterlerin değiştirilmesi usulü, SMK'nın garanti markasına ilişkin hükümlerinden farklıdır. Resmî kontrol ve garanti işaretlerinin kullanılması için aranan kriterler hukuki düzenlemeler çerçevesinde yeniden düzenlenerek değiştirilebilirken, SMK m. 32.5 bağlamında teknik şartname değişikliği ancak Türk Patent onayı ile uygulanabilir. Bu bakımdan çevre etiketi, sürecin tümüyle Bakanlık tarafından yürütülmesi, ürün veya hizmet grubu temelinde kriterlerin yine ÇEY hükümleri çerçevesinde Bakanlıkça belirlenmesi nedeniyle resmî kontrol ve garanti işareti niteliğindedir.

b. Marka Sahibinin Markayı Kullanamaması

Garanti markası, tıpkı ferdi marka gibi bir ya da birden fazla kişi adına tescil edilmektedir⁸¹. Ancak SMK m. 31.2 hükmü çerçevesinde markanın sahibinin markayı kullanması yasaklanmıştır. Dolayısıyla garanti markasının marka sahibi tarafından kullanılması değil, onun izniyle üçüncü kişilere kullandırılması esas geçerlidir. Garanti markası bu yönüyle diğer markalardan ayrılmaktadır. Zira ferdi markada bir ya da birden fazla kişi,

80 TSE markası yönünden mal ve hizmetlerin Türk Standartlarına uygunluk denetiminin garanti markasına ilişkin düzenlemeler ile teknik şartnameye göre değil, TSE'nin kendi mevzuatı kapsamında yapıldığına ilişkin değerlendirme için bkz. **Bozgeyik**, s. 101; Mehmet Fahrettin **Önder**, Standardizasyona Bağlı Belgelendirmelerden Doğan Hukuki Sorumluluk, Yetkin Yayınları, Ankara 2016, s. 53 vd.

81 Garanti markasında ortak markadan farklı olarak tescili talep edecek kişilerin bir grup oluşturması şartı aranmaz. Ancak bu garanti markasının mutlaka tek kişi adına tescilini zorunlu kılmamaktadır. Garanti markasının tescili için birden fazla kişinin birlikte başvurması mümkündür. Bkz. Uygulama Yönetmeliği m. 8/8.

ortak markada ise bir grup oluşturan kişilerin tamamı marka sahibi sıfatıyla markayı kullanım hakkına sahiptir. Marka sahibinin markayı kullanamaması, garanti markasının çevre etiketi ile benzerliğinin en güçlü olduğu unsurdur. Zira Bakanlığın da çevre etiketi sisteminin sahibi ve yürütücüsü olarak işareti kullanma hakkından söz edilememektedir.

c. Garanti Etme İşlevi ve Amaç

Garanti markası, sahipleri yönünden yapılan marka sınıflandırmasında diğer marka türlerinden işlevi itibarıyla ayrılmaktadır. Ferdi marka bir işletmenin mal veya hizmetlerinin, ortak marka ise bir gruba dâhil işletmelerin mal veya hizmetlerinin diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesinde işlev görmektedir⁸². Buna karşılık garanti markasının temel işlevi, işletmelerin mal veya hizmetlerini ayırt etmek değil, mal ve hizmetlerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmektir. Bu çerçevede mal veya hizmetin hangi işletme tarafından piyasaya sürüldüğüne dair kaynak gösterme işlevi garanti markasına ek olarak kullanılan ferdi marka ile sağlanmış olmaktadır⁸³. Benzer şekilde çevre etiketi sisteminde de Türkiye Çevre Etiketiyle ürün ve hizmet gruplarının, ÇEY çerçevesinde belirlenen kriterleri sağladığı ve çevresel etkileri azaltılmış nitelikte olduğu garanti edilmektedir⁸⁴. Ancak çevre etiketi, oluşturulma amacı yönünden garanti markasından ayrılmaktadır. Zira çevre etiketi sistemi ile amaçlanan ürünlerin, sürdürülebilirlik temelli kamusal amaçlara ulaşılmasını sağlamak üzere belirlenen kriterlere uygunluğu tespit etmektedir⁸⁵. Bu özelliği nedeniyle çevre etiketi ve benzeri resmî standart işaretlere özel marka koruması sağlanmalıdır.

d. Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreci

Garanti markasını resmî kontrol ve garanti işaretlerinden ayıran belirleyici unsurlardan biri, belgelendirme ve sertifikasyon sürecidir. Esasen çevre etiketi sisteminde ÇEY çerçevesinde belirlenen kriterleri sağlayan herkes kendiliğinden çevre etiketi kullanma hakkı kazanmadığı gibi garanti markasında da teknik şartnamede belirtilen şartların sağlanması kişilere kendiliğinden markayı kullanma hakkı tanımaz⁸⁶. Çevre etiketi siste-

82 Sami **Karahan**, Garanti Markası, Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi, S. 2, 2005-2006, s. 1205.

83 **Bozgeyik**, s. 92.

84 **Kiraz**, s. 666.

85 Kamusal amaçlar için bkz. yuk. III. C başlığı.

86 **Bozgeyik**, s. 93; **Karahan**, s. 1224.

minde doğrulama süreci ardından Bakanlık ile yapılacak bir sözleşme çerçevesinde kişiler Türkiye Çevre Etiketini kullanma hakkı elde etmektedir. Belirtilen süreç, TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensipler ve Yöntemler Standardının dikkate alınması ve etiketi kullanma hakkı kazananlara Bakanlık tarafından bir belge verilmesi nedeniyle esasen bir “resmî bir sertifikasyon süreci” niteliğindedir⁸⁷. Ayrıca Bakanlığın rolü, ürün ve hizmet grupları yönünden temelde ÇEY ile belirlenen hukuki düzenlemelere uygunluk esas olduğundan süreç her hâlde resmî niteliktedir. Buna karşılık garanti markasına ilişkin düzenlemelerde⁸⁸, markanın kullanım hakkının teknik şartnamede gösterilen usul çerçevesinde tanınacağı belirtilmekle yetinilmiştir. Garanti markasında teknik şartnamede gösterilen usul esas olduğundan markayı kullanma hakkı tanınması sürecinde farklılıklar ortaya çıkabilir. Söz gelimi garanti markası sahibinin kamu hukuku tüzel kişisi olması ihtimalinde markanın belgelendirme ya da sertifikasyon sürecine bağlı olarak kullanandırılması mümkündür. Buna karşılık gerçek kişi ya da özel hukuk tüzel kişinin marka sahibi olduğu diğer bir ihtimalde kullandırma, taraflar arasındaki bir sözleşme çerçevesinde gerçekleşebilir⁸⁹. Bu bağlamda standart belirten işaretleri resmî olanlar ve olmayanlar olmak üzere ikili bir ayrıma tâbi tutarak yalnız resmî nitelikte olmayan standart işaretleri yönünden garanti markası korumasının söz konusu olabileceğini kabul etmek gerekir.

e. Teknik Şartnameye Aykırı Kullanımlar Nedeniyle Markanın İptali

SMK m. 32.7 çerçevesinde garanti markasının devamlılık arz eder biçimde teknik şartnameye aykırı kullanılması bir iptal nedeni olarak düzenlenmiştir. Düzenlemeye göre marka sahibi markanın devamlılık arz eder biçimde teknik şartnameye aykırı kullanılmasını önlemek için gerekli önlemleri almaz ve verilen süre içinde aykırılıkları düzeltmez ise markanın iptaline karar verilir. Buna karşılık çevre etiketi sisteminde kriterlere uy-

⁸⁷ **Kiraz**, s. 668.

⁸⁸ Konuya ilişkin düzenlemeler SMK m. 32/2 ile Uygulama Yönetmeliği m. 8/8’de yer almaktadır. SMK m. 32/2’de “markayı kullanım hakkı verilmesinden” söz edilmekle yetinilmiş, Uygulama Yönetmeliği m. 8/8’de ise teknik şartname markayı kullanma hakkının ne şekilde elde edileceğinin gösterilmesi gerektiği düzenlenmiştir.

⁸⁹ Belgelendirme sözleşmelerinin hukuki niteliğine ilişkin tartışmalar için bkz. **Önder**, s. 66 vd.; Ahmet Furkan **Türkdoğan**, Teknik ve Hukuki Boyutlarıyla “CE” İşareti, Adalet Yayınevi, Ankara 2021, s. 120 vd. Garanti markasının lisans sözleşmesine konu edilemeyeceğine ilişkin değerlendirme için bkz. **Karahan**, s. 1220.

gunluğun kaybedilmesi kullanıcının kullanım hakkının iptaline neden olmaktadır. Dolayısıyla çevre etiketi sisteminde kriterlere aykırılık hâlinde yaptırım kullanıcı hakkında uygulanmaktadır⁹⁰. Kamusal amaçlarla oluşturulmuş, yürütücüsü Bakanlık olan işaretin marka hukuku ilkeleri çerçevesinde iptali söz konusu olmaz.

2. Değerlendirme

Çevre etiketi sistemi ile benzerlik içeren özellikleri bulunmakla birlikte, çok da ayrıntılı olmayan düzenlemeler, garanti markası temelli pek çok sorunun cevapsız kalmasına yol açmaktadır. Konuya ilişkin belirsizlik yalnız çevre etiketi ile sınırlı olmayıp, kullanım şartları ve usulleri birbirinden belirli noktalarda farklılaşan “CE” ve “TSE” gibi standart belirten diğer işaretler bakımından da geçerlidir. Kanaatimizce SMK’nın garanti markasına ilişkin düzenlemeleri standart belirten resmî kontrol ve garanti işaretlerine uygulanamaz niteliktedir⁹¹. Zira garanti markaları hakkında uygulanması mümkün olan başvuru ve tescil sürecinden, iptal ve yenilemeye kadar ilgili tüm SMK hükümlerinin resmî nitelikteki standart işaretleri yönünden uygulanabilirliği bulunmamaktadır.

Standart belirten işaretler kamu güvenliğinin veya piyasa denetiminin sağlanması, çevrenin korunması ve tüketicinin bilgilendirilmesi gibi pek çok amaçla oluşturulabilir. Çevre etiketi sisteminde çevrenin korunması, sorumlu üretim ve sürdürülebilir tüketimin teşviki ile tüketicinin bilgilendirilmesi amaçları ön plana çıkmaktadır. Bu itibarla Türkiye Çevre Etiketinin SMK m. 5.1.g atfıyla Paris sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 anlamında resmî kontrol ve garanti işareti olarak tescili mümkündür. İlgili hüküm çerçevesinde tescilin yapılması ihtimalinde üçüncü kişiler tarafından yapılacak başvurular işaretin ayırt edici olmadığı (SMK m. 5.1.b) ya da tanımlayıcı olduğu (SMK m. 5.1.c) gerekçesi ile değil, Paris Sözleşmesi bağlamında elde edilen özel koruma çerçevesinde (SMK m. 5.1.g) reddedilir. Dolayısıyla kamusal amaçlarla oluşturulmuş resmî standart kuruluş-

90 CE işareti yönünden benzer değerlendirme için bkz. **Türkdoğan**, s. 113.

91 Teknik şartnamelerde çevre etiketi ve benzeri işaret kriterlerine veya ilgili mevzuata atf yapılabileceğine, bu itibarla resmî nitelikteki standart belirten işaretlerin de garanti markası olarak tescil edilebileceğine ilişkin aksi görüş için bkz. **Iraldo/Griesshammer/Kahlenborn**, s. 834. Standart işaretlerinin garanti markası olarak kabul edildiğine ilişkin değerlendirme için bkz. Elif Banu **Varlı**, “Garanti Markalarından Doğan Sorumluluğun Sigortalanması”, R&S - Research Studies Anatolia Journal, Vol. 3, No. 1, 2020, s. 38; **Karahan**, s. 1208-1209.

larına ait işaretlerin üçüncü kişiler tarafından tescilinin önlenmesi için Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 çerçevesinde öngörülen özel koruma, işaretlerin işlevlerine uygun ve yeterlidir.

Çevre etiketinin resmî kontrol ve garanti işareti niteliğini en net biçimde açıklayan örnek “TSE” markasının tescilidir⁹². “TSE” markası 4 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi⁹³ çerçevesinde açıkça Enstitü markası olarak düzenlenmiştir. Düzenlemede markanın türüne ilişkin bir belirleme söz konusu değildir. Ancak öğreti görüşleri⁹⁴ ve yargı kararlarıyla⁹⁵ işaretin garanti markasına örnek oluşturduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte Türk Patent nezdinde işaret özel korumadan yararlanan “koruma markaları” sınıflandırmasında yer almaktadır⁹⁶. Türk Patent, Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6’ya atıfla SMK m. 5.1.g uyarınca resmî kontrol ve garanti işaretlerine sağlanan korumayı “özel marka koruması” kapsamında “koruma markaları” olarak adlandırmaktadır⁹⁷. Türk Patent

92 Ayhan/Çağlar/Yıldız/İmirlioğlu, s. 59.

93 Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi (4 sayılı), RG. 15.07.2018, S. 30479. Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinden önceki dönemde TSE işaretinin marka niteliği 132 Sayılı Türk Standardları Enstitüsü İle İlgili Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun (RG. 22.11.1960, S. 10661) m. 1’de düzenlenmişti.

94 Arkan, s. 49 ve dpn. 59; Tekinalp, s. 372; Ayhan/Çağlar/Yıldız/İmirlioğlu, s. 43; İlhami Güneş, Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku, 4. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2024, s. 51; Karahan, s. 1202; Varlı, s. 38; Ayşenur Şahin Caner, “Garanti Markaları Nedeniyle Sorumluluk”, Prof. Dr. Mustafa Dural’a Armağan, Filiz Kitabevi, İstanbul 2013, s. 357; Tayfun Ercan/Nebile Teke Akbulut, Tanınmış Marka Kavramı, Hukuken Korunması ve Uluslararası Ticaretteki İşlevi, Adalet Yayınevi, Ankara 2020, s. 30.

95 Yarg. HGK, E. 2018/11-503, K. 2021/897, 01.07.2021; Yarg. HGK, E. 2017/29, K. 2021/896, 1.07.2021; Yarg. HGK, E. 2019/686, K. 2019/1290, 5.12.2019; Yarg. 11. HD., E. 2015/3977, K. 2015/11031, 26.10.2015 (HukukTürk veri tabanı, <https://www.hukukturk.com/>, E.T. 02.04.2025).

96 Resmî kontrol ve garanti işareti olması nedeniyle koruma markası niteliğinde olan TSE’nin, Türk Patent kayıtlarına göre başvuru numarası K/00875, K/02051 olup “K” kodu ile başlamaktadır. Bu hususta aşağıda bkz. V.C.2 ve VI. nolu başlıklar. Türk Patent verilerine göre aynı düzenleme çerçevesinde örneğin; Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin hükümrânlığı ile ilgili işaretlere (Cumhurbaşkanlığı forsu), mahalli idarelere ait iktisadi nitelik arz etmeyen işaret ve adlandırmalar (Çeşme Belediyesi) ile siyasi parti amblemleri gibi kamu yararı açısından korunması gereken diğer işaretlere de resmî kontrol ve garanti işaretleriyle birlikte özel koruma sağlamaktadır <https://www.turkpatent.gov.tr/arastirma-yap>, E.T. 02.04.2025.

97 Beşir Abidin Hamarat, Garanti Markası ve Helâl Sertifikası, Yetkin Yayınları, Ankara 2024, s. 139.

verilerine göre aynı düzenleme çerçevesinde; “TSE GMP” ve “TSE Helal” standart işaretlerine de özel koruma sağlamıştır⁹⁸. Kanaatimizce TSE markaları yönünden söz konusu olan garanti markası niteliği değil, garanti işlevidir. Bu bakımdan marka niteliği açıkça belirtilmemiş olsaydı dahi Türk standartlarını düzenleyen ve söz konusu standartlara uygun ürün ve hizmetleri belgelendiren bir kamu kurumu işareti olarak “TSE”, özel marka korumasından yararlanabilirdi.

“TSE” yönünden yapılan değerlendirme çevre etiketiyle de örtüşmektedir. Zira Türkiye Çevre Etiketleri de -tıpkı “TSE” gibi- ülkemizde çevre etiketi kullanım şartlarını düzenleyen, bu şartlara uygunluğu belgelendiren Bakanlık tarafından şekli Çevre Etiketleri Kullanım Kılavuzu ile belirlenmiş resmî nitelikte bir işarettir⁹⁹.

Aşağıdaki tabloda tescilli olmayan “Türkiye Çevre Etiketleri”, tipik bir garanti markası örneği olan “WOOLMARK” ve Türkiye’de özel marka korumasından yararlanan, resmî kontrol ve garanti işareti olması nedeniyle “koruma markası” olarak tescilli “TSE” işareti ile karşılaştırılmıştır.

“Koruma markası” sınıfına dâhil diğer örnekler için bkz. Türk Patent ve Marka Kurumu, “Özel Korunan Markalar Bilgisi”, <https://www.turkpatent.gov.tr/ozel-korunan-markalar-bilgisi>, E.T. 02.04.2025.

Türk Patent verilerine göre aynı düzenleme çerçevesinde örneğin; Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin hükümleriyle ilgili işaretlere (Cumhurbaşkanlığı forsu), mahalli idarelere ait iktisadi nitelik arz etmeyen işaret ve adlandırmalar (Çeşme Belediyesi) ile siyasi parti amblemleri gibi kamu yararı açısından korunması gereken diğer işaretlere de resmî kontrol ve garanti işaretleriyle birlikte özel koruma sağlamaktadır <https://www.turkpatent.gov.tr/araştırma-yap>, E.T. 02.04.2025.

98 TSE ve TSEK markalarının ilanı için bkz. 435 sayılı Resmî Marka Gazetesi, TSE Helal markasının tescil ilanı için bkz. 455 sayılı Resmî Marka Gazetesi, <https://www.turkpatent.gov.tr/bultenler>, E.T. 02.04.2025.

99 Öğretide TSE markası neredeyse oybirliği ile garanti markasına örnek gösterilmektedirken, **Bozgeyik** TSEK ve Helal markaları ile birlikte TSE markasını standart işaretleri olarak açıklamaktadır. Ancak yazar standart işaretlerinin de garanti markası işlevine sahip olduğunu belirtmektedir (**Bozgeyik**, s. 101). Bununla birlikte **Dönmez**, TSE markasının yalnız kamu yararı amacıyla standartlar belirlenerek devletin ticari ürünleri ve ticari faaliyetleri kontrol altında tutmak üzere oluşturduğu bir işaret olarak açıklamıştır. Yazar, TSE markasının hiçbir kişi ve kuruluş adına tescilli olmadığını, piyasada yalnız kalite ve güven unsuru sağlamak üzere kullanıldığını belirtmiştir (İrfan **Dönmez**, *En Son İçtihatlarla, Açıklamalı Markalar ve Haksız Rekabet Davaları*, İstanbul 1992, s. 4).

Şekil 2: Karşılaştırma Tablosu

		
Resmî nitelikte olmayan, standart belirten bir işaret olması nedeniyle garanti markası	Resmî kontrol ve garanti işareti olması nedeniyle koruma markası (Türk Patent, başvuru numarası K/00875, K/02051)	Resmî nitelikte standart belirten bir işaret olarak koruma markası olarak tescili talep edilebilir.
Ürünün %100 yün olduğunu garanti etmektedir. Standart, markanın sahibi olan şirketin web sayfasından da ilan edilmiştir¹⁰⁰.	İlgili mevzuat veya Türk Standardları Enstitüsü tarafından belirlenen standartlara uygunluk garanti edilmektedir.	ÇEY ve Bakanlık tarafından ürün ve hizmet grupları itibarıyla belirlenen kriterlere uygunluk garanti edilmektedir.
Markanın sahibi ve kontrole yetkili olan <i>The Woolmark Company</i>'dir¹⁰¹.	Türk Standardları Enstitüsü'nün kuruluşuna dair 4 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi çerçevesinde "TSE" kısaltmasının Enstitü'nün markası olduğu açıkça hükme bağlanmıştır.	ÇEY m. 11.5 uyarınca; "Çevre etiketinin şekli Bakanlık tarafından yayımlanan çevre etiketi şekline uygun olmak zorundadır. Etiketle bulunacak bilgiler Bakanlık tarafından belirlenir".

100 <https://web.archive.org/web/20130427153355/http://www.woolmark.com/1268>, E.T. 02.04.2025.

101 <https://web.archive.org/web/20130522150839/http://www.woolmark.com/about-woolmark>, E.T. 02.04.2025.

VI. TÜRKİYE ÇEVRE ETİKETİNİN RESMÎ KONTROL VE GARANTİ İŞARETİ OLARAK ÖZEL MARKA KORUMASINDAN YARARLANABİLMESİ

A. Resmî Kontrol ve Garanti İşaretinin Tanımı

“Standart işaretleri”¹⁰², ürün veya hizmetin uluslararası, bölgesel ve ulusal kuruluşlar tarafından kabul edilmiş standartları (kriter/şart) sağlandığını gösteren işaretlerdir.¹⁰³ Standartların belirleyicisi özel hukuk kişisi ya da kamu kuruluşları olabilir. Standartlar; kalite, güvenlik, güvenilirlik, verimlilik veya uyumun sağlanmasına yönelik belirlenmiş özellikleri kapsamaktadır. “ISO”¹⁰⁴, “TSE GMP”¹⁰⁵, ve “Helal” işaretleri bunlara örnek verilebilir. Söz gelimi “TSE” işareti ürünün Türk Standardları Enstitüsü tarafından kabul edilen Türk Standardı yeterliliklerini sağladığını doğrulamaktadır. İşaretin sahibi olan Enstitü, tüzel kişiliği haiz, özel hukuk hükümlerine göre yönetilen özel bütçeli bir kamu kurumudur.

Standart işaretlerinin bir türü olarak değerlendirilebilecek resmî nitelikteki standart belirten işaretlerin kamusal amaçlara hizmet etmeleri nedeniyle özel bir korumaya tabi olmaları esastır. Resmî kontrol ve garanti işaretleri olarak Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 kapsamında hükme bağlanan bu işaretler; kullanım hakkının elde edilmesi, işlevleri ile piyasa gözetimi yönünden birbirinden ayrılan özelliklere sahiptirler. Ancak bu işaretler, işaretin (logo, amblem, sözcük ya da bunlardan bir ya da bir kaçını içeren kompozisyon) ve standartların hukuki düzenlemelerle ya da idari işlemle oluşturulması, sürece kamu kuruluşlarının etkisi ve kamusal amaçların varlığı yönünden ortak özellikler taşımaktadır. Bu itibarla resmî kontrol ve garanti işaretleri, hukuki düzenlemeler ya da idari işlemlerle belirlenen standartların sağlandığını gösteren işaretler olarak tanımlanabilir.

102 Kavramın kullanımına ilişkin bkz. **Bozgeyik**, s. 100.

103 **Bozgeyik**, s. 100.

104 Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) da benzer şekilde mal ve hizmetlerin güvenli, güvenilir ve yüksek kalitede olmasını sağlama hedefi ile hareket etmektedir. Ayrıca Örgüt, işletmelerin sürdürülebilir ve etik uygulamaları benimsemesine rehberlik ederek, aynı zamanda gezegenin korunduğu bir gelecek oluşturma hedefini de destekleme iddiasındadır (<https://www.iso.org/home.html>, E.T. 02.04.2025).

105 2010 tarih ve 1223/2009 sayılı Kozmetik Ürünler AB Tüzüğü [Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products (recast) (Text with EEA relevance) OJ L 342 22.12.2009] uyarınca, kozmetik üretim yerleri için kozmetikte iyi üretim uygulamalarına uyum zorunluluğu öngörülmüştür. Bu doğrultuda hem Türkiye’de satışa sunulacak hem de ihraç edilecek ürünler için GMP Belgesi aranmaktadır.

B. Resmî Kontrol ve Garanti İşaretinin Unsurları

Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 kapsamında işaretin resmî kontrol ve garanti işareti niteliğinin devlet tarafından kabul edilmiş olmasına vurgu yapılmakla yetinilmiştir. Uygulamadaki örneklerden hareketle kanaatimizce bu işaretlerin üç unsuru içerdiği kabul edilebilir. Bunlar; işaretin ve standartların hukuki düzenlemelerle ya da idari işlemle oluşturulması, kamu otoriteleri tarafından desteklenen kamusal amaçların varlığı ve sürece kamu otoritelerinin etkisidir.

Resmî kontrol ve garanti işareti niteliği genel olarak kabul edilen¹⁰⁶ “CE”¹⁰⁷, “TSE”¹⁰⁸, “Enerji Etiketi”¹⁰⁹ ve “Türkiye Çevre Etiketi” gibi işaretler kamu güvenliği, enerji kaynakları ile doğal kaynakların korunması gibi kamusal amaçlar çerçevesinde özel düzenlemelerle oluşturulmuştur. İşaretlerin standart belirten nitelikleriyle resmî nitelikleri de bu düzenlemelere dayanmaktadır. Benzer şekilde standartlar da ya hukuki düzenlemeler ya da bu düzenlemeler çerçevesinde yetkilendirilen kurum ve kuruluşlarca belirlenmektedir. Örneğin, “CE” ve “Enerji Etiketi” için öngörülen standartlar AB düzenlemeleri çerçevesinde belirlenmişken “TSE” için Türk Standardları Enstitüsü, “Türkiye Çevre Etiketi” için Bakanlık düzenlemeler çerçevesinde standartları belirlemeye yetkili kılınmıştır.

Resmî kontrol ve garanti işaretlerinin resmî niteliklerini gösteren son unsur ise sürece kamu otoritesinin etkisidir. Bu etki, işaretlerin kullanım hakkının elde edilmesinde veya kullanım aşamasında piyasa gözetiminde ortaya çıkabilir. “Türkiye Çevre Etiketi”, Bakanlık tarafından yapılan doğrulama işlemi ile işaretin kullanım hakkını belgelendiren, üzerinde yer aldığı ürünler yönünden ilgili mevzuat çerçevesinde belirlenen kriterlerin sağlandığını kanıtlayan işaretlerdir. Buna karşılık, “CE” gibi Birlik işaretlerinin kullanımında, işaretin üzerinde yer aldığı ürünün AB mevzuatına uygunluğu onaylanmış kuruluşlara yaptırılan uygunluk değerlendirilme-

106 CE ve TSE’nin resmî kontrol ve garanti işareti niteliğine ilişkin örneklendirme için bkz. **Bozgeyik**, s. 100; **Ayhan/Çağlar/Yıldız/İmirlioğlu**, s. 59.

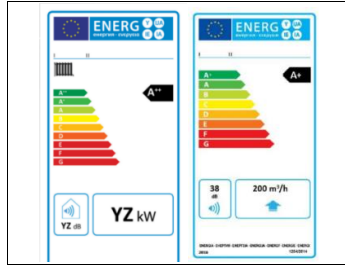
107 “CE” İşareti Yönetmeliği (RG. 27.05.2021, S. 31493). “CE” İşareti Yönetmeliği, “Akreditasyon ile Piyasa Gözetimi ve Denetiminin Kurallarının Belirlenmesi Hakkında 9/7/2008 tarihli ve (AB)765/2008 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü” ile “Ürünlerin Piyasaya Arzına İlişkin Genel Çerçeve Hakkında 9/7/2008 tarihli ve (AB)768/2008 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Kararı” esas alınarak Avrupa Birliği mevzuatına uyum çerçevesinde hazırlanmıştır (m. 16).

108 Enerji Etiketlemesi Çerçeve Yönetmeliği (Cumhurbaşkanı Kararının Tarihi: 01.03.2021, S. 3584; RG. 02.03.2021 S. 31411).

109 132 sayılı Kanun, 4 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi.

sine bağlı olarak imalatçı veya yetkili temsilcisinin beyanına dayanmaktadır (CE İşareti Yönetmeliği m. 5 ve 6)¹¹⁰. Ancak “CE” işaretinin piyasaya arzında da kamu kuruluşu olan yetkili kuruluşlarca piyasa gözetim ve denetimi söz konusu olmaktadır (CE İşareti Yönetmeliği m. 4.1.ö). Benzer şekilde “Enerji Etiketleri”¹¹¹ de devlet ya da kamu kurumunun ön onayına tâbi olmaksızın tedarikçi ve satıcının beyanına dayalı olarak kullanılmaktadır¹¹². Etiket üzerinde yer alan AB bayrağı, ürünün AB tarafından belirlenen standartlara uygunluğunu göstermektedir. Enerji etiketinin kullanıldığı ürünün özelliklerine ilişkin bilgilerin doğruluğu için yapılacak testler tedarikçinin sorumluluğundadır. Ancak kamu kuruluşları piyasa gözetim mekanizmaları çerçevesinde etiketteki bilgilerin doğruluğunu denetlemeye ve yanlış beyanda bulunanlara yaptırım uygulamaya yetkilidir.

Şekil 3: Enerji Etiketleri (Energy Label)



Çevre etiketi sisteminde kişi ve kuruluşlara etiketi kullanma yetkisi verilmesinden etiketin usulüne uygun şekilde kullanılmasının gözetim ve denetimine kadar tüm süreçte Bakanlık görevlidir. Doğrulama, belgelen-dirmeye yönelik sözleşme yapılması ve etiketin usulüne uygun kullanımın gözetimi aşamalarında Bakanlığın etkisi, Türkiye Çevre Etiketinin resmî

110 Uygunluk değerlendirmesine ilişkin bkz. **Türkdoğan**, s. 43 vd.

111 Enerji Etiketlemesi Çerçeve Yönetmeliği m. 4/1, e uyarınca etiket; “Basılı ya da elektronik formatta, her harfin bir enerji sınıfını temsil ettiği ve müşterileri enerji verimliliği ve enerji tüketimi hakkında bilgilendirmek amacıyla enerji tasarrufuna karşılık gelen, koyu yeşilden kırmızıya doğru giden, yedi farklı renkte, sadece A’dan G’ye kadar olan harfleri kullanan, 12 nci maddenin birinci ve ikinci fıkraları gereğince yeniden sınıflandırılan etiketler ve daha az sayıda sınıfları ve renkleri içeren etiketlerin de bu kapsamda yer aldığı, kapalı bir skala da dahil grafik bir şekli”... ifade eder.

112 Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, Enerji Etiketlemesi, <https://urunkurallari.ticaret.gov.tr/tr/sektorel-rehber/enerji-etiketlemesi>, E.T. 02.04. 2025.

niteliğini güçlendirmektedir. Bu bağlamda “CE”, “TSE”¹¹³, “Enerji Etiket” gibi “Türkiye Çevre Etiket” de Paris Sözleşmesi’nin kamusal amaçlarla düzenlenen işaretleri korumaya yönelik hükmü kapsamında kabul edilmelidir.

C. Kontrol ve Garanti İşaretlerine Sağlanan Korumanın Amacı

Çevre etiketinin hukuki niteliğini tespit yönünden işaretin amaç unsuru belirleyicidir. Zira markadan farklı olarak resmî kontrol ve garanti işaretlerinde piyasa gözetimi, çevrenin korunması, haksız rekabetin önlenmesi, tüketicinin bilgilendirilmesi gibi kamusal amaçlar söz konusudur. Bu çerçevede çevre etiketinin tüketicinin bilgilendirilmesi ve sürdürülebilir ürünlerin teşviki suretiyle çevrenin korunması temel amacına hizmet etmesi, işaretin Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 uyarınca özel marka korumasından yararlanabilmesinin yolunu açmaktadır. Çevre etiketinin resmî kontrol ve garanti işaretleri ile örtüşen niteliği özel marka koruması yoluyla işaretin ticari kullanımlarının önlenmesini sağlayacaktır¹¹⁴. Zira ilgili hüküm çerçevesinde elde edilen özel koruma çevre etiketinin Türk Patent nezdinde tesciline olanak sağlamaktadır. Türkiye Çevre Etiketinin “koruma markası” olarak tescili üçüncü kişilerin marka tescili yoluyla çevre etiketi üzerinde tekeli bir hak elde etmelerinin önlenmesinde kritik öneme sahiptir.

D. Kontrol ve Garanti İşaretine Sağlanan Korumanın Kapsamı

1. Genel Olarak

Kontrol ve garanti işareti kavramının dayanağını SMK m. 5.1.g atfıyla Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6¹¹⁵ oluşturmaktadır. Anılan düzenleme

113 Kanaatimizce TSE, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile açıkça bir marka olarak düzenlenmemiş olsaydı dahi SMK m. 5.1.g’nin Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6’ya atfı yapan hükmü gereği özel korumadan yararlanabilirdi.

114 Markaya ilişkin bazı hükümlerin koruma markaları hakkında uygulanmayacağına ilişkin değerlendirme için ayrıca bkz. **Hamarat**, s. 139.

115 Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6’nın kontrol ve garanti işaretlerine ilişkin hükümleri şu şekildedir;

“1. (a) Birlik ülkelerine ait armaların, bayrakların ve diğer Devlet amblemlerinin ve bu ülkelere kabul edilmiş olan resmi kontrol ve garanti belirten resmi işaretler ve ayar damgalarının ve hane dan armacılığı bakımından taklitlerinin ticari markalar veya markaların bir unsuru olarak yetkili makamlardan izin almaksızın kullanılması uygun önlemlerle yasaklamak ve tescili reddetmek ya da geçersiz kılmak hususlarında, Birlik ülkeleri mutabık kalmışlardır. ...

kapsamında¹¹⁶ resmî kontrol ve garanti işaret ve damgalarının üçüncü kişiler adına marka ya da marka unsuru olarak tescilinin mümkün olmadığı öngörülmüştür (Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6.1.a). Ayrıca Sözleşme çerçevesinde taraf ülkeler, resmî kontrol ve garanti işaretleri ve damgalarının bir listesini ve bu listede sonradan ortaya çıkacak değişiklikleri WIPO Uluslararası Bürosu aracılığıyla birbirlerine bildirmek hususunda da anlaşmıştır (Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6.3.a). Böylece söz konusu hükümlerle bir taraftan bu işaretlerin üçüncü kişiler adına tescili engellenmiş diğer taraftan da ilgili kurum ve kuruluş adına tesciline olanak sağlanmıştır¹¹⁷.

2. Mutlak Ret Nedeni Olması

Başvuruya konu resmî kontrol ve garanti işaretinin bir tescil engeli (mutlak ret nedeni) oluşturduğundan söz edilebilmesi için bazı şartların gerçekleşmesi gerekir. Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6.1.a düzenlemesine göre;

- resmî kontrol ve garanti işaretleri ve damgalarının aynısının münhasıran veya markanın bir unsuru olarak marka başvurusuna konu edilmesi,
- amblemin ait olduğu devletin yetkili mercilerinden işaretin tescili için izin alınmamış olması,
- başvuruya konu işaretin koruma altındaki kontrol ve garanti işaretinin konu olduğu mallar ve hizmetlerle aynı veya benzer mallar ve hizmetleri kapsamı hâlinde ilgili marka tescil başvurusu SMK m. 5.1.g uyarınca başvuru kapsamındaki tüm mal ve hizmetler için reddedilir.

2. Resmi kontrol ve garanti işaretlerinin ve ayar damgalarının kullanımının yasaklanması yalnız bu işaret ve damgaların dâhil edildiği markaların aynı veya benzer cinsteki mallar üzerinde kullanılması istendiğinde uygulanacaktır.

3. (a) Bu hükümlerin uygulanması için Birlik ülkeleri, bu Maddenin korunması altına tümüyle veya belli sınırlar içinde almak istedikleri veya bundan sonra isteyebilecekleri Devlet amblemlerinin ve resmi işaret veya ayar damgalarının bir listesini ve bu listenin müteakip tadillerinin tümünü, Uluslararası Büro aracılığıyla birbirlerine iletmeyi kararlaştırmışlardır. Bu arada bütün Birlik ülkeleri, bu şekilde iletilen listeleri kamuya açık tutacaklardır. Ancak bu iletişime Devletlerin bayraklarının dâhil edilmesi zorunlu değildir.”

116 Birlik üyesi devletlerin, bayrak, arma gibi hükümlerlik alametleri, Birlik üyesi devletlerin en az birinin üyesi olduğu uluslararası örgütlere, kurum ve kuruluşlara ait semboller, kısaltmalar Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 kapsamında yer alan diğer işaretlerdir. Bu işaretlere ilişkin örnek ve açıklamalar için ayrıca bkz. **Arkan**, s. 90; **Tekinalp**, s. 409-410; **Ayhan/Çağlar/Yıldız/İmirlioğlu**, s. 59; **Güneş**, s. 114.

117 **Tekinalp**, s. 410.

Düzenleme bağlamında resmî kontrol ve garanti işaretleri ve damgalarının yetkili merciler tarafından izin verilmeksizin tescili veya kullanımı yasakladığından, işaretin ait olduğu devletin yetkili mercilerinden tescil için izin alınması hâlinde ret gerekçesi ortadan kalkmaktadır. Ancak söz konusu izin, yalnız başvuruya konu işaretin koruma altındaki kontrol ve garanti işaretinin kullanıldığı mallar ve hizmetlerle aynı veya benzer mallar ve hizmetleri kapsamı hâlinde aranmaktadır. Zira kontrol ve garanti işaretleri yönünden korumanın kapsamı ilgili oldukları mallar ve hizmetlerle sınırlandırılmıştır. Bu bakımdan başvuruya konu işaretin koruma altındaki kontrol ve garanti işaretinin ilgili olduğu mallar ve hizmetler dışında bir sınıf için tescilinin talep edilmesi hâlinde başvuru reddedilmez¹¹⁸.

3. “Koruma Markası” Olarak Tescil Edilmesi

Resmî kontrol ve garanti işaretlerine Paris Sözleşmesi gereği sağlanan korumanın diğer boyutunu özel marka koruması oluşturmaktadır. Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 düzenlemesiyle öngörülen özel koruma hem Birlik ülkeleri hem de Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından kabul edilen işaret ve damgaların korunmasını kapsamaktadır. Bu çerçevede Türk Patent nezdinde tescili gerçekleştirilecek işaretler WIPO Koruması ve Türk Koruması olmak üzere iki alt başlıkta sınıflandırılmaktadır¹¹⁹.

Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6.3.a uyarınca taraf ülkelerin, resmî kontrol ve garanti işaretleri ve damgalarının bir listesini WIPO aracılığıyla Türk Patent’e bildirmeleri ile oluşan koruma, WIPO korumasını ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda “*tse turkish standards institution*”¹²⁰ ve çevresel etkileri azaltılmış ürünlerin doğrulamasına ilişkin “*korea eco-label (şekil)*

118 Örneğin; Türk Patent kararına konu “FI” ibaresini içeren başvuruda ibarenin Finlandiya tarafından kullanılan ve Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6/1, a kapsamında korunan “fi” ibaresiyle aynı olması nedeniyle 9. ve 42. sınıflarda yer alan mallar ve hizmetlerle ilişki kurularak reddedilmiş ancak 36. sınıfta yer alan hizmetler için ilânına karar verilmiştir Türk Patent ve Marka Kurumu, Marka İnceleme Kılavuzu-2021, s. 323. Kılavuz metni için bkz. <https://www.turkpatent.gov.tr/marka>, E.T. 02.04.2025.

119 Sınıflandırma, Türk Patent nezdinde tescil kayıtlarının oluşturulmasında esas alınan ayrıma dayanmaktadır. Bkz. <https://www.turkpatent.gov.tr/ozel-korunan-markalar-bilgisi>, E.T. 02.04.2025.

120 02.11.2006 tarih ve D/01485 sayılı başvuru, <https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025.

reasons for certification”¹²¹ ve “*environmental label of the republic of cuba (şekil)*”¹²² işaretleri marka korumasından yararlanmaktadır.

Şekil 4: Özel Korunan Marka Örnekleri



Paris Sözleşmesi’nin söz konusu hükmü uyarınca özel koruma sağlanan tüm markalar Türk Patent nezdinde “WIPO Koruması” kategorisinde listelenmektedir¹²³.

Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6.1.a’nın resmî kontrol ve garanti işaretleri ve damgalarının üçüncü kişiler adına marka ya da marka unsuru olarak tescilinin reddedilmesini öngören hükmünün kapsamına Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından kabul edilen işaret ve damgalar da girmektedir. Bu kapsamda özel koruma sağlanan markalar Türk Patent nezdinde “Koruma Markaları” olarak sınıflandırılmaktadır¹²⁴. Söz gelimi TSE markası koruma markası olarak tescillidir. Kanaatimizce WIPO kapsamında koruma sağlanan Kore çevre etiketi gibi Türkiye Çevre Etiketi de çevresel etkileri azaltılmış ürünlere yönelik bir doğrulama işareti olarak Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6’ya atıf yapan SMK m. 5.1.g kapsamında marka korumasından yararlanabilmelidir.

SONUÇ

1. Küresel iklim krizinin artan etkilerine bağlı olarak güçlenen sürdürülebilirlik ilkeleri; “sürdürülebilir” ve “yeşil” temelli hukuki kavram ve

121 01.01.2009 tarih ve D/01737 sayılı başvuru, <https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025.

122 04.12.2007 tarih ve D/01573 sayılı başvuru, <https://www.turkpatent.gov.tr/>, E.T. 02.04.2025.

123 Türk Patent web sitesi üzerinden marka araştırma bağlantısı (<https://www.turkpatent.gov.tr/arastirma-yap>, E.T. 02.04.2025) kullanılarak “WIPO Koruması” kategorisindeki markalar listelenebilmektedir.

124 Türk Patent web sitesi üzerinden marka araştırma bağlantısı (<https://www.turkpatent.gov.tr/arastirma-yap>, E.T. 02.04.2025) kullanılarak “Koruma Markası” kategorisindeki markalar listelenebilmektedir.

kurumları ortaya çıkarmıştır. Bunlardan biri olan çevre etiketi, ülkemizde 66/2010 sayılı AB Eko-Etiket Tüzüğüne dayanılarak hazırlanan Çevre Etiketi Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Çevre etiketi, çevreye karşı olumsuz etkileri azaltılmış niteliği kanıtlanarak gönüllülük esaslı çevre etiketi sistemine dâhil olan sürdürülebilir ürünler için kullanılmaktadır. Çevre etiketi ile Avrupa Yeşil Mutabakatı ve AB Döngüsel Ekonomi Eylem Planı çerçevesinde dünyanın en büyük tek pazarı olarak AB’de tüketicinin doğru ve bilimsel temeli olan bilgiye ulaşması ve sürdürülebilir ürünlerin teşviki hedeflenmektedir.

2. Çevre etiketi sisteminde tüketicinin bilgilendirilmesi ve sürdürülebilir ürünlerin teşviki suretiyle ulaşılmak istenen amaçlar esasen kamusal niteliktedir. İklim krizi ile mücadele ve çevrenin korunmasında bir araç olarak öngörülen çevre etiketiyle küresel ölçekte;

a. ürün ve hizmetlerin doğal kaynak kullanımından nihai bertaraf edilme aşamasına kadar geçen tüm yaşam döngüsü süreçlerinde ekosistemlerin bozulmasını önleme,

b. doğal kaynakların tüketiminde çevre, insan, sağlık, iklim ve doğal yaşamın üzerindeki olumsuz etkileri azaltma amaçlanmaktadır.

3. Çevre etiketi sisteminin oluşturulmasındaki kamusal amaçlar, işaretin hukuki niteliğini tespit yönünden belirleyicidir. Zira markada ön plana çıkan ticari işlevler nedeniyle çevre etiketinin esasen marka olarak tesciline olanak bulunmamaktadır. Çevre etiketinin işlevi işletmelerin mal veya hizmetlerini ayırt etmek değil, ürünlerin sürdürülebilir niteliklerinin doğrulanmasıdır. Esasen bu işlev genel olarak markaya ilişkin düzenlemeler çerçevesinde temin edilebilir nitelikte değildir. Çevre etiketi, ÇEY çerçevesinde öngörülen başvuru sürecinin ardından Bakanlıkla yapılan sözleşme çerçevesinde kriterleri sağlayan her kişi ve kuruluş tarafından kullanılabilir. Çevre etiketi bu yönüyle sürdürülebilir nitelikteki ürün ve hizmet grupları için bir işletmenin mal ve hizmetlerinin diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etme gücünden yoksundur. Bu nedenle çevre etiketinin tescilli talebiyle yapılan başvurular Türk Patent tarafından -her şeyden önce- ayırt edicilikten yoksunluk gerekçesi ile reddedilmiştir. Ayrıca işaretin tanımlayıcı niteliği de marka olarak üzerinde tekelci hak tesciline engel bir özellik olarak değerlendirilmiştir. Benzer şekilde gruba dâhil işletmelerin mal veya hizmetlerini diğerlerinden ayırt etme işlev görmesi nedeniyle ortak marka da çevre etiketi sistemi ile uyumlu değildir.

4. Garanti markası ise pek çok yönden çevre etiketi ile benzer özelliklere sahiptir. Garanti markası sahibinin markayı kullanamaması, markanın marka sahibinin kontrolünde kullanılması ve belirli standartları sağlayan mal veya hizmetler için kullanılabilmesi bu benzerliklere örnektir. Ancak

SMK'nın garanti markası ile ilgili düzenlemelerinin yetersizliği etiket in bu korumadan yararlanıp yararlanamayacağı hususunda tereddüt yaratmaktadır. Diğer taraftan garanti markasının iptalini öngören SMK düzenlemesi, kamusal amaçlara ulaşmak üzere oluşturulan çevre etiketi sistemi yönünden uygulanabilir nitelikte değildir.

5. Çevre etiketinin resmî niteliği, SMK m. 5.1.g atfıyla Paris Sözleşmesi 2. mükerrer m. 6 bağlamında standart işaretlerine sağlanan özel marka korumasından yararlanma olanağı tanımaktadır. İlgili düzenleme bağlamında resmî kontrol ve garanti işaretleri bu nitelikleri devlet tarafından kabul edilmiş işaretler olarak tanımlanabilir. Ayrıca uygulamadaki örneklerden hareketle çevre etiketine resmî nitelik kazandıran üç unsurdan söz edilebilir:

a. Etiket ve standartların hukuki düzenlemeler ve idari işlemler ile belirlenmesi: Türkiye Çevre Etiket i logosu ve kullanım şekli Bakanlık tarafından Çevre Etiket i Kullanım Kılavuzu ile düzenlenmiştir. Aynı şekilde standartlar da yine ÇEY hükümleri çerçevesinde Bakanlıkça belirlenmektedir.

b. Devlet tarafından gerçekleşmesi planlanan kamusal amaçların ön plana çıkması: Sistemin işleyişinde ticari amaçlar değil, AB mevzuatına uyum çerçevesinde Türkiye Yeşil Mutabakat Eylem Planı ve kalkınma planları çerçevesinde Devlet tarafından desteklenen kamusal amaçlar ön plandadır.

c. Çevre etiketi sisteminin yürütülmesinin Bakanlığın yetkisinde olması: Çevre etiketi sisteminde kişi ve kuruluşlara etiketi kullanma yetkisi verilmesinden etiket in usulüne uygun şekilde kullanılmasının gözetim ve denetimine kadar tüm süreçte Bakanlığın görevli olması etikete resmî nitelik kazandırmaktadır.

6. Paris Sözleşmesi'nin ilgili hükmü uyarınca, her devlet hem kendi ülkesindeki hem de WIPO aracılığıyla diğer devletlerce bildirilen resmî kontrol ve garanti işaretlerine marka koruması sağlamayı taahhüt etmiştir. Ayrıca aynı düzenleme bağlamında işaretlerin ilgili oldukları mal veya hizmet sınıflarından üçüncü kişiler adına tescilinin engellenmesi de mümkündür. Bu düzenleme doğrultusunda Türkiye'de tescil edilen, Türkiye Cumhuriyeti tarafından söz konusu nitelikleri kabul edilmiş resmî kontrol ve garanti işaretleri Türk Patent nezdinde "koruma markası" olarak sınıflandırmaktadır. Yine aynı düzenleme bağlamında WIPO aracılığıyla bildirilen resmî kontrol ve garanti işaretleri ise "WIPO Koruması" kapsamında sınıflandırılarak tescil edilmektedir.

7. Kanaatimizce SMK m. 5.1.g bağlamında resmî kontrol ve garanti işaretlerine sağlanan özel marka koruması karşısında garanti markası tartışmaları anlamını yitirmektedir. Zira ilgili düzenleme çerçevesinde garanti markası başvurusunda bulunması zorunlu şartların aranmasına gerek olmaksızın, Paris Sözleşmesi'nin ilgili hükmü kapsamında sayılan işaretin varlığını tespit tescil için yeterli kabul edilecektir.

KAYNAKÇA

Alınışık, Ümit, Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 18, S. 2, 2009, s. 48-79.

Amador, João/**Cabral**, Sónia, “Global Value Chains, A Survey Of Drivers And Measures”, Journal of Economic Surveys, Vol. 30, No. 2, 2016, pp. 278-301.

Arkan, Sabih, Marka Hukuku, C. I, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları, Ankara 1997.

Ayhan, Rıza/**Çağlar**, Hayrettin/**Yıldız**, Burçak/**İmirlioğlu**, Dilek, Sınai Mülkiyet Hukuku, Adalet Yayınevi, Ankara 2021.

Bozgeyik, Hayri, “Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri ve Benzer Kavramlarla İlişkisi”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C. LXXI, S. 2, 2013, s. 91-102.

Cop, Ruziye/**Çiftci**, Sertaç, “Avrupa Yeşil Mutabakatı Süreci ve İşletmelerin Rolü”, İşletmeler İçin Avrupa Yeşil Mutabakatı, Ed. Prof. Dr. Ruziye Cop/Doç. Dr. Sertaç Çiftci, Gazi Kitabevi, Ankara 2023, s. 1-18.

Czarnezki, Jason J./**Jönsson**, K. Ingemar/**Kuh**, Katrina, “Crafting Next Generation Eco-Label Policy”, Environmental Law, Vol. 48, No. 3, 2018, s. 409-452.

Çakı Çiftci, Gamze, “Avrupa Yeşil Mutabakatı Hukukî Çerçevesi”, İşletmeler İçin Avrupa Yeşil Mutabakatı, Ed. Prof. Dr. Ruziye Cop/Doç. Dr. Sertaç Çiftci, Gazi Kitabevi, Ankara 2023, s. 43-63.

Çelik, İsmail Erkan/**Akman**, Öznur/**Ceyhan**, Ayben/**Akman**, Vedat, “Yeşil Pazarlamada Sürdürülebilirlik ve Dünya’da Bir Örnek: Tchibo”, International Conference on Eurasian Economies (Kaposvár – Hungary 29-31 August 2016), Beykent University Publications, 2016, s. 278-282.

Delbrück, Kilian, “The German Eco-Label “Blue Angel” and International Trade”, Eco-Labeling and International Trade, (Ed. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra 1997, pp. 189-194.

Dönmez, İrfan, En Son İçtihatlarla, Açıklamalı Markalar ve Haksız Rekabet Davaları, İstanbul 1992, s. 4.

Ercan, Tayfun/**Teke Akbulut**, Nebile, Tanınmış Marka Kavramı, Hukukun Korunması ve Uluslararası Ticaretteki İşlevi, Adalet Yayınevi, Ankara 2020.

European Commission, Circular Economy Action Plan, For a cleaner and more competitive Europe, Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, 2020, [https://dongusel.csb.gov.tr/dongusel-ekonomi-icin-ab-eylem-planı---](https://dongusel.csb.gov.tr/dongusel-ekonomi-icin-ab-eylem-planı---2020-i-106857) 2020-i-106857, (E.T. 02.04.2025).

European Commision, About the EU Ecolabel (AB Eko Etiketi Hakkında), https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/about-eu-ecolabel_en, (E.T. 02.04.2025).

European Commission, The European Green Deal (Avrupa Yeşil Mutabakatı), https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en, (E.T. 02.04.2025).

Eikel, Constantine, “Going Green: The Dos and Don’ts of Green Trade Marks”, 5 Nisan 2024, <https://brandwrites.twobirds.com/post/102jao9/going-green-the-dos-and-donts-of-green-trade-marks>, (E.T. 02.04.2025).

Engels, Gabriele/Grubler, Ulrike, “Sustainable Brands, Eco-Labels and the New EU Certification Mark”, *Managing Intellectual Property*, Vol. 264, 2017, pp. 88-91.

Furlow, Nancy E., “Greenwashing in The New Millennium”, *The Journal of Applied Business And Economics*, Vol. 10, No. 6, 2010, s. 22-26.

Güneş, İlhami, Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku, 4. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2024.

Hamarat, Beşir Abidin, Garanti Markası ve Helâl Sertifikası, Yetkin Yayınları, Ankara 2024, s. 139.

Iraldo, Fabio/**Griesshammer**, Rainer/**Kahlenborn**, Walter, “The Future of Ecolabel”, *The International Journal of Life Cycle Assessment*, Vol. 25, No. 5, 2020, s. 833-839.

İmirlioğlu, Dilek, Marka Hukukunda Ayırt Edicilik ve Markanın Ayırt Ediciliğinin Zedelenmemesi, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2018.

Jain, Shikha/**Hagenbeek**, Olivier, “2022 Global Sustainability Study: The Growth Potential of Environmental Change”, October 23, 2022, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2022-global-sustainability-study-growth-potential-environmental-change>, (E.T. 02.04.2025).

Jain, Shikha/**Hagenbeek**, Olivier, “2021 Global Sustainability Study: What Role do Consumers Play in a Sustainable Future?”, October 28, 2021, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2021-global-sustainability-study-what-role-do-consumers-play-sustainable-future>, (E.T. 02.04.2025).

Karahan, Sami, “Garanti Markası”, *Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, S. 2, 2005-2006, s. 1201-1225.

Karna, Jari/**Juslin**, Heikki/**Ahonen**, Virpi/**Hansen**, Eric, “Green Advertising: Greenwash or a True Reflection of Marketing Strategies”, *Greener Management International*, No. 33, 2021, s. 59.

Kiraz, Esra Ş., “Ticarette Yeşil Dönüşüm: Çevre Etiketi ve Hukuki Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme”, *Kırıkkale Hukuk Mecmuası*, C. 4, S. 2, 2024, s. 651-672.

Leblebici Koçer, Leyla/**Delice**, Tuğba, “Yeşile Boyama ve Yeşil Güven Arasındaki İlişkide Algılanan Yeşil Riskin ve Algılanan Tüketici Şüpheliğinin Aracılık Rolü”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S. 50, 2017, s. 22-37.

Mogyoros, Alexandra, “Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?”, Journal of Intellectual Property Law and Practice, Vol. 18, no. 5, 2023, s. 367-373.

Önder, Mehmet Fahrettin, Standardizasyona Bağlı Belgelendirmelerden Doğan Hukuki Sorumluluk, Yetkin Yayınları, Ankara 2016.

Palacio, Diego, “Marcas Verdes y sustentabilidad en Argentina”, Argentina 2023, <https://marcasur.com/noticia/marcas-verdes-y-sustentabilidad-en-argentina&f=09-2023>, (E.T. 02.04.2025).

Park, Kathryn, “Green Trademarks and the Risk of Greenwashing”, 13 Aralık 2022 https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2022/04/article_0006.html, (E.T. 02.04.2025).

Peattie, Ken, “Towards Sustainability The Third Age of Green Marketing”, The Marketing Review, Vol. 2, No. 2, 2001, pp. 129-146.

Polak, John, “Trade as an Environmental Policy Tool? GEN, Ecolabelling and Trade”, World Trade Organization Public Symposium Challenges Ahead on the Road to Cancun, June 16-18, 2003, pp. 1-11.

Sapmaz Veral, Evren, “Yeşil Yıkama İle Mücadele: Avrupa Birliği’nde Yeşil İddiaların Doğrulanması Girişimi”, Sayıştay Dergisi, C. 33, S. 124, 2022, s. 101-129.

Silva, Daniel, “The Fight Against Greenwashing in the European Union”, UNIO-EU Law Journal, Vol. 7, No. 2, 2021, pp. 124-137.

Şahin Caner, Ayşenur, “Garanti Markaları Nedeniyle Sorumluluk”, Prof. Dr. Mustafa Dural’a Armağan, Filiz Kitabevi, İstanbul 2013, s. 356-388.

Tekinalp, Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, 5. Baskı, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2012.

Türkdoğan, Ahmet Furkan, Teknik ve Hukuki Boyutlarıyla “CE” İşareti, Adalet Yayınevi, Ankara 2021.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, On İkinci Kalkınma Planı, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf, (E.T. 02.04.2025).

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Onuncu Kalkınma Planı, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf, (E.T. 02.04.2025).

T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Temizlik Kağıdı Ürün Grubu Çevre Etiketleri Başvuru Kılavuzu, Ankara 2020, https://web-dosya.csb.gov.tr/db/cevreetiketi/icerikler/tem-zl-k-kagidi-urun-grubu-basvuru-kilavuzu_ver1.1-20210219083656.pdf, (E.T. 02.04.2025).

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2021 tarihli Yeşil Mutabakat Eylem Planı, <https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTA-BAKAT%20YE%C5%9E%C4%B0L.pdf>, (E.T. 02.04.2025).

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, Enerji Etiketlemesi, <https://urun-kurallari.ticaret.gov.tr/tr/sektorel-rehber/enerji-etiketlemesi>, (E.T. 02.04.2025).

Türkoğlu Üstün, Kamile, “Yeni Bir Dönemin Başlangıcı: Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Türk Çevre Hukuku ve Politikalarına Etkisi”, Memleket Siyaset Yönetim, C. 16, S. 36, 2021, s. 329-366.

United Nations, The World Conservation Strategy-WCS (Birleşmiş Milletler Dünya Koruma Stratejisi) <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/wcs-004.pdf>, (E.T. 02.04.2025).

United Nations, World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and Trade for Development, Switzerland 2013.

United Nations, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future 1987.

Uzunalli, Sevilay, Marka Hukuku, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2021.

Varlı, Elif Banu, “Garanti Markalarından Doğan Sorumluluğun Sigortalılaşması”, R&S - Research Studies Anatolia Journal, Vol. 3, No. 1, 2020, s. 37-47.

Yasaman, Hamdi/**Ayoğlu**, Tolga/**Yusufoğlu Bilgin**, Fülürya/**Memiş Kartal**, Pınar/**Yüksel**, Sinan H./**Yasaman**, Zeynep, Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi, C. 3, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2021.

Yatağan Özkan, Çiğdem/**Dinçer Özbey**, Berrin, “Green Is the New Black: The Rise of Green Marks and Possible Solutions to Greenwashing”, Annales de la Faculté de Droit d’Istanbul, No. 73, 2023, pp. 183-206.

Yargı Kararları

Yarg. HGK, E. 2018/11-503, K. 2021/897, 01.07.2021, (HukukTürk veri tabanı, <https://www.hukukturk.com/>. E.T. 02.04.2025).

Yarg. HGK, E. 2017/29, K. 2021/896, 1.07.2021, (HukukTürk veri tabanı, <https://www.hukukturk.com/>. E.T. 02.04.2025).

Yarg. HGK, E. 2019/686, K. 2019/1290, 5.12.2019, (HukukTürk veri tabanı, <https://www.hukukturk.com/>. E.T. 02.04.2025).

Yarg. 11. HD., E. 2015/3977, K. 2015/11031, 26.10.2015, (HukukTürk veri tabanı, <https://www.hukukturk.com/>. E.T. 02.04.2025).