



Türkiye’de Hayvansal Gıdaların Coğrafi İşaret Korumalarının Avrupa Birliği Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Duran GÜLER^{1*} Gamze SANER¹

¹Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, İzmir, Türkiye

*Sorumlu Yazar

E-mail: duran.guler@ege.edu.tr

Geliş Tarihi: 18 Mayıs 2018

Kabul Tarihi: 14 Kasım 2018

Özet

Bu çalışmanın amacı günümüze kadar Türkiye’de coğrafi işaretli olarak tescillenmiş hayvansal gıdaların, Avrupa Birliği tarafından coğrafi işaret tescilli hayvansal gıdalarla oransal olarak karşılaştırılması ve Türkiye’de hayvansal gıdaların coğrafi işaret tescilinde mevcut durumun ortaya konulmasıdır. Coğrafi işaretler; menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilen sınai mülkiyet haklarıdır. Ürüne katma değer sağlayan coğrafi işaretler bölgesel kalkınma, ürün kalitesinin korunması, üretici gelirinin artırılması, tüketicilerin kalitesini ve kökenini bildikleri ürünleri tüketebilmeleri açısından önemlidir. Avrupa Birliği (AB) tarafından şu ana kadar coğrafi işaret tesciliyle koruma altına alınan hayvansal gıda sayısı 664’tür. Bunların 244’ü peynir ve diğer süt ürünleri, 174’ü et ürünü, 164’ü taze et, 47’si su ürünü, 34’ü bal ve 1’i yumurtadır. AB tarafından ilk tescillerin gerçekleştirildiği 21/06/1996 tarihinden günümüze kadar geçen sürede en fazla sayıda koruma altına alınan hayvansal gıdaların Fransa’ya ait olduğu görülmektedir. Nitekim koruma altına alınmış toplam hayvansal gıdanın %24.55’i (163 tane) Fransa’nın ürünleridir. AB tarafından hayvansal gıdaları koruma altına alınmış önde gelen diğer ülkeler sırasıyla İtalya (109 adet), Portekiz (96 adet), İspanya (74 adet), İngiltere (46 adet) ve Almanya’dır (40 adet). Henüz AB tarafından koruma altına alınmış Türkiye’ye ait hayvansal gıda bulunmamaktadır. Bununla birlikte Türkiye’den AB’ye koruma hakkı için başvurusu yapılmış 11 ürün arasında 4 hayvansal gıda ürünü bulunmakta olup, bunlar et ürünleridir. Oysa Türkiye’de Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından coğrafi işaretli olarak tescillenmiş 18 hayvansal gıda ürünü bulunmaktadır. Bununla birlikte kuruma 51 hayvansal gıda ürünü için coğrafi işaret başvurusu yapılmıştır. Coğrafi işaretli hayvansal gıdaların üretici gelirine ve bölgesel kalkınmaya yeterli katkıyı sağlayabilmesi için üreticilerin coğrafi işaretli ürünlerin ayırt edici özelliklerine uygun üretim yapmaları, ilgili kurumlar tarafından AB’de tescil işlemlerinin yürütülmesi ve politika yapımcıların yasal düzenlemelerle coğrafi işaretli ürünlerde etkin bir izlenebilirlik, denetleme ve yönetim sistemi sağlamaları gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, hayvansal gıdalar, Türkiye, Avrupa Birliği

The Evaluation of Geographical Indication Protections for Food of Animal Origin in Turkey within the Framework of Geographical Indication Protections in European Union

Abstract

The aim of this study is to compare geographical indication protections for food of animal origin in Turkey with the registration of geographical indications for food of animal origin made by the European Union and to demonstrate the current situation of geographical indication protection of Turkey for food of animal origin. Geographical indications are industrial property rights which are protected designation of origin or protected geographical indications. The geographical indications that added value to the products are important in terms of regional development, preservation of product quality, increase of producer’s income, consumer’s quality and consumption of products that they know. The number of animal origin food protected by the European Union (EU) is 664 until today. 234 of them are cheese and other dairy products, 174 of them are meat products, 164 of them are fresh meat, 47 of them are fisheries, 34 of them are honey and one of them is egg. It is seen that France has the largest number of geographical indication protections for foods of animal origin from the period of 21 June 1996 when first geographical indications were protected throughout the EU until now, the total protected foods of animal origin of France are 163 (24.55%). The other leading countries that have geographical indication food of animal origin are Italy (109), Portugal (96), Spain (74), United Kingdom (46), and Germany (40). Turkey has no geographical indication food of animal origin which are protected throughout the EU yet. However, there are 11 application for protection from Turkey to the EU, and 4 of them are foods of animal origin which are meat products. Whereas, there are 18 foods of animal origin which are protected throughout Turkish Patent and Trademark Office in Turkey. Furthermore, there are 51 geographical indication applications for food of animal origin in Turkey. In order to provide adequate contribution of geographical indication food of animal origin to producer income and regional development, producers should produce geographical indication for food of animal origin according to its distinguishing characteristics, relevant institutions and organizations should conduct geographical indication protection process in the EU, and policy makers should ensure an effective traceability, control and governance system through legislative regulations.

Keywords: Geographical indication, food of animal origin, Turkey, European Union

GİRİŞ

Coğrafi işaret; belli bir niteliği, ünü ve diğer özellikleriyle, bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü tanıtır, gösteren işaretlerdir. Coğrafi işaretler; menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilen sınai mülkiyet haklarıdır. Coğrafi işaretlerin geleneksel ürünlere kazandırdığı ürün farklılaştırma, pazarlama aracı olma, kırsal kalkınmayı ve turizmi destekleme gibi pazar avantajları yaratma etkisi bulunmaktadır [1].

Türkiye’de hayvancılığın gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından hayvansal gıdaların katma değeri yüksek şekilde pazarlanabilmesi önem taşımaktadır. Böylece hayvansal gıdalar için hammadde sağlayan üreticilerin yeterli düzeyde gelir sağlayabilmeleri mümkün olabilir. AB’de özellikle tarım ve gıda ürünlerinde yöresel ürünleri korumak ve daha fazla tüketicinin yararlanmasını sağlamak için coğrafi işaret, menşe ve mahreç ile ilgili yasalar ve uygulamalar son on yılda hız kazanmıştır [2].

Türkiye’de de belli bir niteliği, ünü ve diğer özellikleriyle, bir yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş hayvansal gıdalar mevcuttur. Bu gıdaların bazıları için coğrafi işaret tescilli gerçekleştirilmiş olup, bazıları içinse tescil süreci devam etmektedir. Ancak Türkiye’de hayvansal gıdaların coğrafi işaret tescillerinin Avrupa düzeyinde korunabilmesi için aynı zamanda AB tarafından tescil edilmesi gerekmektedir. Bu durumda ürünlere sağlanan katma değer artacak, üreticiler ve bölge halkı küresel düzeyde tanınırlığın sağlayacağı avantaj ile ürünlerinden daha yüksek gelir elde edebilecektir. Çünkü kültür ve geleneğin, kalite ve güvenilirliğin coğrafi işaretli ürün algısını etkilediği, coğrafi işaretli ürün algısının da daha fazla fiyat ödeme eğilimini etkilediği tespit edilmiştir [3]. Türkiye’de ve AB’de coğrafi işaret tescilli gerçekleştirilmiş hayvansal gıdaların mevcut durumunun ortaya konulması; Türkiye’de bu konuda gelinen noktanın değerlendirilmesi ve yapılması gerekenler konusunda öneriler sunulması açısından önemlidir.

Türkiye’de coğrafi işaretler konusunda literatürde özellikle son yıllarda yapılmış çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Bunlar belirli coğrafi işaretli ürünlerin üretim yöntemini veya önemini açıklayan çalışmalar [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20; 21], coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi ve kırsal/bölgesel kalkınma açısından değerlendiren çalışmalar [22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 37; 38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45; 46], coğrafi işaretli ürünlerin pazarlanmasını ve tüketim tercihlerini araştıran çalışmalar [2; 47; 48; 49; 50; 51; 1; 3; 52; 53; 54; 55] ve coğrafi işaretlerin hukuki açıdan değerlendirildiği çalışmalardır [56; 57; 58; 59; 60].

Bu çalışmanın amacı daha önce yapılan çalışmalardan farklı olarak günümüze kadar Türkiye tarafından coğrafi işaret tescilli için AB’ye yapılan başvuruların, Avrupa Birliği tarafından coğrafi işaretli olarak tescillenmiş hayvansal gıdalar çerçevesinde değerlendirilmesidir. Çalışmanın ana materyalini Patent ve Marka Kurumu ile Avrupa Komisyonu Tarım ve Kırsal Kalkınma veri tabanlarından elde edilen ikincil veriler oluşturmaktadır. AB tarafından koruma altına alınan 664 hayvansal gıda arasında Türkiye’ye ait hayvansal gıdanın bulunmaması oldukça dikkat çekicidir ve Türkiye’de tescilli gerçekleştirilmiş hayvansal gıdaların AB’de de koruma altına alınması için gerekli çalışmaların hızlandırılması gerektiğinin bir göstergesidir.

Avrupa Birliği’nde Hayvansal Gıdaların Coğrafi

İşaret Korumaları

AB tarafından ilk tescillerin gerçekleştirildiği 21/06/1996 tarihinden bugüne kadar geçen sürede en fazla sayıda koruma altına alınan hayvansal gıdaların Fransa’ya ait olduğu görülmektedir. Öyle ki koruma altına alınmış toplam hayvansal gıdaların %24.55’i (163 adet) Fransız ürünleridir. Fransa hayvansal gıdalar arasında peynir (54 tane) ve taze ette (78 adet) en fazla korumaya sahip ülkedir. İtalya ise 52 tane peynir çeşidi koruma hakkı ile ikinci sırada gelmektedir. Et ürünlerinde AB tarafından koruma altına alınan 41’er ürünle İtalya ve Portekiz ilk sırada gelmektedir. Bu ülkeleri 18’er et ürünüyle Fransa ve Almanya izlemektedir. Balda en fazla koruma hakkına sahip ülke Portekiz’dir (9 adet). Su ürünleri ve su ürünlerinden elde edilen gıdalarda ise 13 koruma hakkı ile İngiltere ilk sırada gelmektedir. AB tarafından koruma altına alınan tek yumurta çeşidi ise Fransa’ya aittir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Ülkelere Göre AB Tarafından Tescil Edilmiş Hayvansal Ürünler Coğrafi İşaret Korumaları

Ülke	Peynir	Diğer Süt Ürünleri	Taze Et	Et Ürünleri	Bal	Yumurta	Su Ürünleri	Toplam	%
Fransa	54	3	78	18	5	1	4	163	24,55
İtalya	52	2	6	41	3	-	5	109	16,42
Portekiz	12	3	31	41	9	-	-	96	14,46
İspanya	28	-	20	15	6	-	5	74	11,14
İngiltere	16	1	11	5	-	-	13	46	6,93
Almanya	9	1	5	18	-	-	7	40	6,02
Yunanistan	21	-	2	-	1	-	1	25	3,77
Polonya	5	-	1	4	4	-	1	15	2,26
Slovenya	4	-	-	8	3	-	-	15	2,26
Hırvatistan	-	-	2	7	1	-	-	10	1,51
Slovakya	8	-	-	-	-	-	-	8	1,20
Avusturya	6	-	-	2	-	-	-	8	1,20
Hollanda	7	-	-	-	-	-	-	7	1,05
Çekya	3	-	-	-	-	-	2	5	0,75
Danimarka	3	-	2	-	-	-	-	5	0,75
Macaristan	-	-	1	4	-	-	-	5	0,75
Finlandiya	-	-	1	2	-	-	2	5	0,75
Belçika	1	-	-	3	-	-	-	4	0,60
İrlanda	1	-	1	1	-	-	1	4	0,60
Litvanya	2	-	-	-	1	-	-	3	0,45
Romanya	1	-	-	1	-	-	1	3	0,45
İsveç	1	-	1	-	-	-	1	3	0,45
Lüksemburg	-	-	1	1	1	-	-	3	0,45
Norveç	-	-	-	1	-	-	1	2	0,30
Kıbrıs	-	-	-	1	-	-	-	1	0,15
Andorra	-	-	1	-	-	-	-	1	0,15
Bulgaristan	-	-	-	1	-	-	-	1	0,15
Çin	-	-	-	-	-	-	1	1	0,15
Letonya	-	-	-	-	-	-	1	1	0,15
Vietnam	-	-	-	-	-	-	1	1	0,15
Toplam	234	10	164	174	34	1	47	664	

Kaynak: European Commission, 2018 [61]

AB’de en fazla coğrafi işaret korumasına sahip ülke olan Fransa’nın bu başarısının altında yatan en önemli nedenler dünyada ilk sistematik düzenlemeleri yapmış olması ve bu alanda yüzyılı aşan geçmişe sahip olmasıdır. Dolayısıyla Fransa’nın coğrafi işaretlerin denetiminde ve akreditasyonunda kat ettiği aşamalar sahip olduğu coğrafi ürünlerle birleştiğinde bu ülkeye önemli avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca İtalya, Portekiz ve İspanya’da da coğrafi işaret süreci başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir. Bu ülkelerin başarılı olmalarının sebepleri incelendiğinde koruma altına alınma sürecinde üretici birliklerinin coğrafi işareti korumasına hak

sahibi oldukları görülmektedir [19].

AB'de tarım ürünlerinin coğrafi işaret tescili 1151/2012 sayılı Tüzük ve buna yönelik 668/2014 sayılı Uygulama Yönetmeliği çerçevesinde düzenlenmektedir. 1151/2012 sayı ve 21 Kasım 2012 tarihli tarım ürünleri ve gıda maddelerine yönelik kalite düzenlemesi isimli AB Tüzüğü ile buna ilişkin 668/2014 sayı ve 13 Haziran 2014 tarihli uygulama yönetmeliği çerçevesinde coğrafi işaret başvuru koşulları belirlenmiştir. Türkiye'den AB'ye coğrafi işaret tescil başvurularında yaşanan temel sorunlardan biri ürünün ayırt edici özelliklerinin belirlenmesidir. Bu aşamada ürünün çeşidine göre ayırt edici özelliklerinin ilgili uzmanlar tarafından akademik çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu çalışmaların oldukça kısıtlı olması AB'ye yapılan başvuru sayısını etkilemekle birlikte başvuruların kabul edilme sürecini de zorlaştırmaktadır [62; 63; 64; 19].

Türkiye'de Hayvansal Gıdaların Coğrafi İşaret Korumaları

Türkiye'de coğrafi işaret koruması altına alınmış toplam hayvansal gıda sayısı 18 olup, bu sayı şu ana kadar koruma altına alınmış toplam 329 ürünün %5.47'sini oluşturmaktadır. Türkiye'de coğrafi işaret koruması altına alınmış peynir sayısı 10, diğer süt ürünü sayısı 1, et ürünleri sayısı 5 ve bal sayısı 2'dir (Çizelge 2). Peynir kategorisinde Erzincan tulum peyniri Türkiye'nin ilk coğrafi işaretine sahip üründür.

Taze et, yumurta ve su ürünleri kategorisinde ise Türkiye'de henüz koruma altına alınmış bir ürün bulunmamaktadır. Ancak taze et kapsamında Ankara Keçisi Oğlağı Eti ve Kırklareli Kıvrıkcık Kuzu Eti; su ürünleri kapsamında ise Gelibolu Sardalyası ve Gelibolu Tuzlu Sardalyası koruma için başvurusu yapılmış ürünlerdir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Türkiye'de Coğrafi İşaret Tescilli Yapılmış Hayvansal Ürünler

Peynir	Antakya Sürkü
	Diyarbakır Örgü Peyniri
	Edirne Beyaz Peyniri
	Erzurum Civil Peyniri
	Erzurum Küflü Civil Peyniri (Göğermiş Peynir)
	Erzincan Tulum Peyniri*
	Ezine Peyniri
	Grana Padano
	Hellim / Halloumi
	Kars Kaşarı
Diğer Süt Ürünü	Afyon Kaymağı
Et Ürünleri	Afyon Pastırması
	Afyon Sucuğu
	Kayseri Pastırması
	Kayseri Sucuğu
	Prosciutto Di Parma (Parma Ham / Parma Jambonu)
Bal	Ardahan Çiçek Balı
	Pervari Balı

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018a. [65]

Türkiye'de koruma altına alınmış et ürünleri (Afyon Pastırması, Afyon Sucuğu, Kayseri Pastırması ve Kayseri Sucuğu) için aynı zamanda AB tescil başvurusu yapılmış durumdadır. Ancak diğer hayvansal ürünler için AB'ye yapılmış herhangi bir başvuru bulunmamaktadır (Çizelge 4).

Türkiye'de coğrafi işaret koruması için başvurusu yapılmış

hayvansal gıdaların sayısı 51'dir. Bu sayı, toplam 437 başvurunun %11.67'sini oluşturmaktadır. Yapılan 23 başvuru ile peynir, başvurular arasında en fazla paya (%45.10) sahip olan hayvansal üründür. Peyniri ise sırasıyla bal (%27.45), diğer süt ürünleri (%13.73), et ürünleri (%5.88), taze et (%3.92) ve su ürünleri (%3.92) izlemektedir (Çizelge 3).

Çizelge 3. Türkiye'de Coğrafi İşaret Tescil Başvurusu Yapılmış Hayvansal Ürünler

Peynir	Antakya Küflü Sürkü
	Antep Peyniri
	Bergama Tulum Peyniri
	Bolu Keşi
	Deleme Peyniri
	Dörtdivan Yağlı Keşi
	Eskipazar Peyniri
	Ezine Eski Kaşar Peyniri
	Ezine İnek Peyniri
	Gorgonzola
Diğer Süt Ürünleri	Kırklareli Beyaz Peyniri
	Kırklareli Eski Kaşar Peyniri
	Kırklareli Olgunlaştırılmış Beyaz Peyniri
	Manyas Kelle Peyniri
	Maraş Parmak Peyniri
	Van Otlu Peyniri
	Çankırı Küpecik Peyniri
	İspir Kuru Peyniri
	İspir Kurun Peyniri
	İzmir Tulum Peyniri
Taze Et	Şavak Kelle (Teleme) Peyniri
	Şavak Salamura Peyniri
	Şavak Tulum Peyniri
	Bingöl Gazik Kaymağı
	İspir Kaymağı
	Tonya Tereyağı
	Urfayağı
	Çaycuma Manda Yoğurdu
	Ereğli Koyun Yoğurdu
	Silifke Yoğurdu
Et Ürünleri	Ankara Keçisi Oğlağı Eti
	Kırklareli Kıvrıkcık Kuzu Eti
	Ankara Erkeç Pastırması
	İncirliova Deve Sucuğu
	Kastamonu Pastırması
	Anzer Balı
	Ağrı Balı
	Bayburt Çiçek Balı
	Bilecik Balı
	Doğanyurt Kestane Balı
Bal	Düzce Kestane Balı
	Ernez Çam Balı
	Gökçeada Kekik Balı
	Gülнар Çavşir Balı
	Kars Balı
	Marmaris Çam Balı
	Muğla Çam Balı
	İmranlı Kızıldağ Kekik Balı
	İspir Balı
	Gelibolu Sardalyası
Su Ürünleri	Gelibolu Tuzlu Sardalyası

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018b [66]

Şu ana kadar AB tescil başvurusu yapılmış 14 ürünün 3'ü tescil edilmiştir. Bu ürünler Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri ve Malatya Kayısı'dır (Çizelge 4).

Çizelge 4. Türkiye Tarafından AB Tescil Başvurusu Yapılmış veya AB Tarafından Tescillenmiş Coğrafi İşaret Korumaları

Tescil Durumu	Türü	Ürün Adı	Başvuru Tarihi	Tescil Tarihi
Tescillenmiş	Tatlı	Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası	10.7.2009	21.12.2013
		Aydın İnciri	11.6.2013	17.2.2016
	Meyve	Malatya Kayısı	13.5.2014	7.7.2017
		Afyon Pastırması	13.8.2012	-
		Afyon Sucuğu	13.8.2012	-
Başvurulmuş	Et Ürünleri	Kayseri Sucuğu	22.5.2017	-
		Kayseri Pastırması	22.5.2017	-
	Geleneksel Yemekler	İnegöl Köfte	17.9.2014	-
		Kayseri Mantısı	22.5.2017	-
		Aydın Kestanesi	8.9.2015	-
	Meyve, Sebze ve Endüstriyel Bitkiler	Bayramiç Beyazı	25.11.2016	-
		Taşköprü Sarımsağı	4.1.2017	-
	Zeytinyağı	Antepfıstığı/Antep fıstığı	21.7.2017	-
		Milas Zeytinyağı	13.11.2017	-

Kaynak: European Commission, 2018 [61]

Son yıllarda coğrafi işaretlerle ilgili önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu olumlu gelişmelerin en önemlisi Sınai Mülkiyet Hakları Kanunu çerçevesinde yaşama geçirilen "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Koruma" kanununun 22 Aralık 2016 tarihinde kabul edilerek 10 Ocak 2017 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesidir. 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile Türkiye'de coğrafi işaretle ilgili yeni bir döneme girilmiştir. Yeni yasa coğrafi işaretin ve geleneksel ürün adlarının kullanımının denetimi konusunda da önemli yenilikler getirmektedir (Md.49). Denetimle ilgili konular 27 Nisan 2017 tarihinde yürürlüğe giren uygulama yönetmeliğinde ayrıntılı bir biçimde belirtilmiştir (Md.45). Yönetmeliğe göre denetleme tarihlerini de içeren denetim planı, denetim kuruluşu tarafından hazırlanarak üretici ve pazarlayıcılar üzerinde gerçekleştirilecek ve hazırlanan tutanaklar tescil sahibine sunulacaktır. Tescile aykırı uygulamaların bulunması halinde tescil sahibi kurumun gerekli yasal yollara başvurusu öngörülmüştür. Denetimlerle ilgili en önemli yenilik daha önce 10 yıl olan denetleme süresinin bir yıla indirilmiş olmasıdır [67].

Ayrıca diğer önemli gelişmeler Türk Patent ve Marka Kurumu bünyesinde Coğrafi İşaretler Dairesi'nin kurulması ve 10 Ocak 2018 tarihinde coğrafi işaretlerde amblem kullanım zorunluğunun getirilmesidir [68].

SONUÇ

Özellikle Fransa, İtalya, Portekiz ve İspanya gibi AB ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye tarafından AB'ye hayvansal gıdaların coğrafi işaret tescili için yapılan başvurular ve Türkiye'nin AB tarafından tescilli hayvansal gıda sayısı oldukça düşüktür. Oysa Türkiye'nin hayvansal gıdalarda coğrafi işaret için yüksek potansiyele sahip olduğu bilinmektedir. İlgili ürünlerde tescil işlemleri sadece Türkiye kapsamında değil AB düzeyinde de izlenmeli ve coğrafi işaretli ürünlerden yüksek katma değer elde edebilmek için etkin pazarlama araçları planlanmalıdır. İhracat pazarlaması, destinasyon markalaması veya etkinlik pazarlaması bu

araçlara örnek olarak verilebilir.

Coğrafi işaretli ürünlerde tescilli coğrafi işaret ile birlikte amblem kullanımının zorunlu duruma getirilmesi haksız rekabeti önleme ve sisteme disiplin ve işlerlik kazandırması açısından önemli bir gelişmedir.

Bu zorunluluğun yeterli ve düzenli denetimlerle kontrol edilmesi, tüketiciler için coğrafi işaretler konusunda bilgilendirici faaliyetlerin yürütülmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası düzeyde tanınırlığının sağlanması için festival, fuar vb. tanıtım etkinliklerinin artırılması bu ürünlerin üreticilere ve ülke ekonomisine sağlayacağı geliri artıracaktır.

Ayrıca coğrafi işaretli hayvansal gıdaların üretici gelirine ve bölgesel kalkınmaya yeterli katkıyı sağlayabilmesi için üreticilerin coğrafi işaretli ürünlerin ayırt edici özelliklerine uygun üretim yapmaları, ilgili kurumlar tarafından AB'de tescil işlemlerinin yürütülmesi ve politika yapıcılarının yasal düzenlemelerle coğrafi işaretli ürünlerde etkin bir izlenebilirlik, denetleme ve yönetim sistemi sağlamaları gerekmektedir. Bununla birlikte AB'ye yapılan başvuru sürecinin hızlandırılması açısından coğrafi işaretli hayvansal gıdaların ayırt edici özelliklerini ve tarihsel geçmişini bilimsel olarak belirlemeye yönelik akademik çalışmaların teşvik edilmesi ve desteklenmesi önemlidir.

KAYNAKLAR

- [1] Taşdan, K., Albayrak, M., Albayrak, K., 2014. Coğrafi İşaret Tecilli Geleneksel rünlere İzlenebilirlik: Ankara İli Örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül, Samsun.
- [2] Ertan, A., 2010. Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2010/2(12): 157-170.
- [3] Toklu, İ.T., Ustaahmetoğlu, E., Öztürk Küçük, H., 2016. Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekono-

mi Dergisi, 23(1): 145-161.

[4] Marangoz, M., Akyıldız, M., 2006. Doğal ve Kültürel Mirasın Korunması Açısından Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Buldan Bezi Örneği. Buldan Sempozyumu, 23-24 Kasım, Denizli.

[5] Tekelioğlu, Y., Demirel R., 2008. Küreselleşme Sürecinde Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretlerin Geleceği. Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı, Akdeniz Üniversitesi, Gazi Kitabevi, Ankara, 715- 730s.

[6] Demirel, H.R., 2010. Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

[7] Şahin, G., 2011. Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. Uluslararası Katılımlı Coğrafya Kongresi, 7-10 Eylül, İstanbul.

[8] Şahin, A., Meral, Y., 2012. Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 5(2): 88-92.

[9] Şahin, G., 2013. Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15: 23-37.

[10] Saner, G., Güler, D., Saner, S., 2014. Türkiye'de Tarımsal Pazarlamada Marka Olgusu. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül, Samsun.

[11] Doğan, B., 2015. Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. NWSA-Social Sciences, 10(2), 58-75.

[12] Oraman, Y., 2015. Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1): 76-85.

[13] Albayrak, K., Albayrak, M., Taşdan, K., 2016. Coğrafi İşaret Olarak Antep Fıstığının Menşe Adının Korunması. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs, Isparta.

[14] Esen, Ş., 2016. Bir Farklılaşma Stratejisi Olarak Coğrafi İşaretler ve Türkiye İncelemesi. Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 7(14): 447-464.

[15] Dayısoylu, K.S., Yörükoğlu, T., Ançel, T., 2017. Kahramanmaraş'ın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve İlin Potansiyel Durumu. KSÜ Doğa Bil. Derg., 20(1), 80-88.

[16] Dede, S., Didin, M., 2017. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gerçekliği, Orijini ve İzlenebilirliğinde Nanoenkapsülasyon Teknolojilerinin Kullanımının Araştırılması. Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2): 97-106.

[17] Gök, S.A., Ceyhun Sezgin, A., Yıldırım, F., 2017. Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. Aydın Gastronomy, 1 (1): 61-70.

[18] Işkın, M., Şengel, Ü., Zengin, B., 2017. Destinasyonların Tanınırlığında Yerel Yemeklerin Rolü: Büryan Kebabı Örneği. International West Asia Congress of Tourism Research, Van.

[19] Kantarcı Savaş, S., 2017. Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramına Genel Bakış. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(5): 203-210.

[20] Keskin, 2017. Türkiye'de Tarımsal Potansiyelin Gizli Gücü: Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları. Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1): 115-128.

[21] Pamuk, Ş., 2017. Geleneksel Afyon Kaymağı Üretimi. Atatürk Üniversitesi Vet. Bil. Derg., 12(1): 84-89.

[22] Gökova, U., 2007. Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(2): 141-160.

[23] Kan, M., Gülçubuk, B., 2008. Kırsal Ekonominin

Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2): 57-66.

[24] Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A., Küçükçongar, M., 2010. Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12(19): 15-23.

[25] Orhan, 2010. Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2): 243-254.

[26] Kan, M., 2011. Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.

[27] Çalışkan, V., Koç, H., 2012. Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Doğu Coğrafya Dergisi, 17(28): 193-214.

[28] Giray, H., Özkan, F.Z., Oran, H., 2012. Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. Verimlilik Dergisi, 2012/4: 109-115.

[29] Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M., 2012. Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22): 93-101.

[30] Sünnetçioğlu, S., Can, A., Durlu-Özkaya, F., 2012. Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretleme'nin Önemi. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9 Aralık, Antalya.

[31] Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., Can, A., 2013. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretleme'nin Rolü. Journal of Tourism and Gastronomy Studies 1(1):13-20.

[32] Mercan, Ş.O., Üzülmüş, M., 2014. Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29(2): 67-94.

[33] Yenipınar, U., Köşker, H., Karacaoğlu, S., 2014. Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlu Peyniri. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(2): 13-23.

[34] Özsoy, T., 2015. Coğrafi İşaretleme'nin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(2): 31-46.

[35] Gürel, E., Güler, A.Z., Nabalı, B., Ayyıldız, B., 2016. Coğrafi İşaretlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Tokat İli Örneği. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs, Isparta.

[36] Karaca, O.B., 2016. Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(2): 17-39.

[37] Tepe Balaban, S., 2016. Ekonomik Açıdan Coğrafi İşaretler. FMR Dergisi, 2016(1): 55-62.

[38] Yanar, A., 2016. Using the Culture Identity and Geographical Indication in Touristic Souvenirs: Case of Turkey. Social Sciences (NWSASOS), 11(4): 258-269.

[39] Başaran, D., 2017. Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Etkisi: Gaziantep ve Siirt İlleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı. TEPGE Yayın No: 284 ISBN: 978-605-9175-71-5.

[40] Çekal, N., Aslan, B., 2017. Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(2): 124-135.

[41] Çukur, F., Çukur, T., 2017. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi:

Muğla İli Örneği. Tarım Ekonomisi Dergisi, 23(2): 187-194.

[42] Ölmez, Z.D., Zurnacı, N., Bozok, D., 2017. Gastronomi Turizmde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yemeklere Yönelik Tutum ve Davranışları: Seferihisar. Kitapta Bölüm: Gastronomi Üzerine Araştırmalar. Sf: 389-404. Detay Yayıncılık, Ankara.

[43] Polat, 2017. Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balikesir Örneği. Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 1(1): 17-31.

[44] Toprak, L., Oğuz, Z., 2017. Coğrafi İşaretler ve Siirt İli Örneği. 18. Ulusal Turizm Kongresi, 18-22 Ekim, Mardin.

[45] Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö., Adalet Akpulat, N., 2017a. Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 19(28): 132-140.

[46] Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö., Fereli, S., 2017b. Gastronomik Ürünlerin Coğrafi İşaretleme Açısından Değerlendirilmesi: Erzurum-Olur Örneği. Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, 10(2): 44-53.

[47] Zuluğ, A., 2010. Coğrafi İşaretli Gıdalara İlişkin Tüketici Tercihleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

[48] Meral, Y., Şahin, A., 2013. Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği. KSÜ Doğa Bil. Derg., 16(4): 16-24.

[49] Yalçın, B., 2013. Yöresel Ürünlerin Pazarlanması Üzerine Değerlendirmeler. Akdeniz Sanat Dergisi, 6(11): 205-213.

[50] Meral, Y., 2013. Kahramanmaraş Kent Merkezinde Coğrafi İşaretli Ürünlerle İlişkin Tüketici Tercihleri: Gemlik Zeytini Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.

[51] Aytop, Y., Şahin, A., 2014. Coğrafi İşaretli Gemlik Zeytinine İlişkin Tüketici Tercihleri: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül, Samsun.

[52] Topcu, Y., Yalçın, S., 2016. Tüketicilerin Bölge Orijinli/Coğrafi İşaretli Elma Tüketim Tercihleri İçin Ödeme İstekliliği. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs, Isparta.

[53] Baran, D., Topcu, Y., 2017. Coğrafi İşaretli Erzurum Civil Peynir Tüketim Tercihlerine Dayalı Pazarlama Taktik ve Stratejileri. Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der., 7(3): 257-265.

[54] Topcu, Y., Baran, D., 2017. Menşe İşaretli Karnavas Dut Pekmezi'nin Tüketici Tercihlerine Dayalı Pazarlama Stratejileri. Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi. 5(7): 822-831.

[55] Töre Başat, H., Sandıkçı, M., Çelik, S., 2017. Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(Special issue 2): 64-76.

[56] Yıldız, B., 2008. WIPO'nun Coğrafi İşaret Hukuku Alanındaki Faaliyetleri ile Paris, Madrid ve Lizbon Sözleşmelerinde Coğrafi Köken Gösteren İşaretlere İlişkin Düzenlemeler. FMR Dergisi, 2008(3): 34-54.

[57] Özgür, D., 2011. Coğrafi İşaretlerin Korunması: Avrupa Birliği'ndeki Hukuki Çerçeve ve Türkiye Uygulaması. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

[58] Bozgeyik, H., 2013. Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri ve Benzer Kavramlarla İlişkisi. İÜHFİM,

LXXI(2): 91-102.

[59] Altuntaş, A., Gülçubuk, B., 2014. Yerel Kalkınmada Yaygınlaşan Bir Araç Olarak Geleneksel Gıdalar ve Geleneksel Gıda Mevzuatının Yaygınlaştırılabilirliği. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 31(3): 73-81.

[60] Arıkan, M., Taşcıoğlu, Y., 2016. Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gelişimi ve Yasal Yapılanmanın İncelenmesi. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs, Isparta.

[61] European Commission, 2018. Agriculture and Rural Development. <http://ec.europa.eu/Agriculture/quality/door/list.html> (Erişim Tarihi: 01.02.2018).

[62] Rezzi, S., Axelson, D.E., Héberger, K., Reniero, F., Marini, C., Guillou, C., 2005. Classification of Olive Oils Using High Throughput Flow ¹H NMR Fingerprinting with Principal Component Analysis, Linear Discriminant Analysis And Probabilistic Neural Networks. Analytica Chimica Acta, 552(1-2): 13-24.

[63] Galtier, O., Dupuy, N., Le Dréau Y. Ollivier, D., Pinatel, C., Kister, J., Artaud, J. 2007. Geographic Origins and Compositions of Virgin Olive Oils Determined by Chemometric Analysis of NIR Spectra. Analytica Chimica Acta, 595(1-2): 136-144.

[64] Petrakis, P. V., Agiomirgiani, A., Christophoridou, S., Spyros, A., Dais, P. 2008. Geographical Characterization of Greek Virgin Olive Oils (Cv. Koroneiki) Using ¹H and ³¹P NMR Fingerprinting with Canonical Discriminant Analysis and Classification Binary Trees. Journal of Agricultural and Food Chemistry, 56(2008): 3200-3207.

[65] Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018a. Tescilli Coğrafi İşaretler. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (Erişim Tarihi: 09.04.2018).

[66] Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018b. Başvuru Aşamasındaki Coğrafi İşaretler. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalList/> (Erişim Tarihi: 16.04.2018).

[67] Tekelioğlu, Y., 2017. Coğrafi İşaretlerde Yeni Dönem, Gastro, Temmuz-Ağustos-Eylül.

[68] YÜCİTA (Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı), 2018. yucita.org (Erişim Tarihi: 04.05.2018).