



COĞRAFI İŞARETLER VE TÜRKİYE UYGULAMALARI

Yavuz TEKELİOĞLU¹

ÖZ

Coğrafi işaret (Cİ) bir ürünü gösteren yer adıdır. Ürün, bu yer adıyla tanınmış, onunla özdeşleşmiş ve onunla çağrılan bir üründür. Yöresel ürünler olarak adlandırılan bu ürünlerin ortak özellikleri, tipik ve çok kaliteli olmaları, belirli bir bilinirliğe ve şöhrete sahip bulunmalarıdır. Bu ürünler tüm dünyada yasal düzenlemelerle koruma altına alınmışlardır. Koruma Cİ tescili yoluyla gerçekleşmektedir. Üreticiler için yüksek satış fiyatları sağlayan, tüketiciler için ürünlerin kalite güvencesi olan, kırsal kalkınmanın kaldıraçları ve yöresel beceri ve geleneklerin koruma araçları olan Cİ günümüzde artık küresel bir olgu olarak kabul edilmektedir.

Türkiye Nisan 1994'te imzalanan ve Cİ'yi bir fikri mülkiyet hakkı olarak tanımlayan TRIPS Anlaşması'ndan hemen sonra 1995 tarih ve 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname"yi (KHK), uygulamaya geçirmiştir. Bu KHK yerini 10 Ocak 2017 tarihinde uygulamaya konan 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu"na bırakmıştır.

Türkiye yöresel ürünler potansiyeli son derecede yüksek, eşsiz bir ülke olup bu potansiyelin ideal bir Cİ sistemi ile değerlendirilmesi Türk ekonomisine çok önemli açılımlar sağlayacaktır.

Bu çalışmanın amacı; AB ülkelerinde yüksek lisans programlarına konu olan, ancak Türkiye'de üzerinde kısıtlı çalışmanın bulunduğu Cİ gibi çok önemli ve çok disiplinli bir konuyu okuyucuyla buluşturmak, AB ve Türkiye uygulamalarını inceleyerek ülkemizle ilgili sorunları belirlemek ve çözüm önerileri sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret(ler), Avrupa Birliği, Yöre, Yöresel Ürün, Köken Adlandırması, Menşe Adı, Mahreç İşareti, Geleneksel Ürün

¹ Prof. Dr., Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA) Başkanı, yavuztekelioglu@gmail.com

GEOGRAPHICAL INDICATIONS AND IMPLEMENTATIONS IN TURKEY

ABSTRACT

Geographical indication is the name of a place that points to a specific product. The product is popularized with the name of the locality, identified with the locality and called with the name of that locality. Common characteristics through use of geographical indication registration. Geographical indications that enable high sales price for producers that provide product quality assurance for consumers, that are instruments for rural development and that protect local know-how and traditions are nowadays accepted as a global phenomenon.

Turkey as a signatory to the TRIPS agreement in April 1994 which defines GI as a property right have immediately materialized the legal requirements in 1995 by issuing the Decree Law No. 555 namely "Protection of Geographical Indications". The Decree Law was replaced by the "Industrial Property Law No. 6769" on 10th January 2017. Turkey is a country with unique and high local products potential and protection and valuation of this potential by an efficient working GI system would bring important opportunities to Turkish economy.

The aim of this study is; to introduce readers the very important and multidisciplinary concept of GIs which are subject to many post graduate studies in the EU countries but which finds only a limited place in research in Turkey, to investigate GI implementations in the EU and Turkey for diagnosing related problems in Turkey and suggesting possible solutions.

Keywords: Geographical Indication, European Union, Region, Local Product, Label of Origin, Origin Name, Geographical Sign, Traditional Product

1. Giriş

Coğrafi İşaret(ler) (Cİ), tüketicilerce tanınmış ve ünlenmiş ürünlerin kökeni (menşe) ile üretim yöntemlerinin güvence altına alınmasını sağlayan ayırt edici resmi kalite işaretleridir. Oldukça uzun bir tarihi geçmişine sahip olan Cİ Eski Mısır'da piramitlerin yapımında kullanılan dayanıklı tuğla ve taşların kökenlerini belirtmek için, Eski Yunan'da ise Thasos Adası şaraplarının kalite işareti olarak kullanılmışlardır. Parmigiano Reggiano ve Comté gibi Cİ'nin kullanımı 13. yüzyıla kadar inmektedir. Fransız yasalarınınca "köken adı" korunan ve üretimi titizlikle denetlenen Roquefort peyniri, Fransa'da 1070 yılından beri korunmaktadır (Tekelioğlu, 2010).

Uzunca bir süre yalnızca bir Avrupa olgusu olarak görülen Cİ'ler, küresel ticaretin gelişmesi ile bir "kalite garanti işareti" olmaktan çıkarak, mülkiyet haklarına konu olmuştur. Günümüzde Cİ, artık küresel bir olgu olup, kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri belirli bir coğrafi kökenden kaynaklanan bir ürünü tanımlayan bir fikri mülkiyet hakkı olarak kabul edilmektedir.

Uluslararası kuruluşlar da bu gelişmenin bilincinde olup Cİ'ye olumlu yaklaşmaktadır. Özellikle Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Cİ açısından önemli projeler gerçekleştirmektedir. Bu arada, Cİ'yle ilgili üreticiler arası iş birliği de hızla gelişmekte, sivil toplum örgütü OriGIn² buna tanıklık etmektedir (Tekelioğlu vd., 2013).

Türkiye'de 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile başlanan Cİ uygulamaları 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu" ve bu kanun çerçevesinde 10 Ocak 2018 tarihinde yaşama geçirilen "Amblem Yönetmeliği" ile yeni bir aşamaya ulaşmış bulunmaktadır. Türk kamuoyunun Cİ'yle ilgili tanışma süreci de bu yeni gelişmeler sayesinde başlamıştır.

2. Coğrafi İşaretler

2.1. Tanım

Cİ koruması hakkında temel kaynak, Sınai mülkiyet haklarını düzenleyen "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması"dır (Trade-Related Intellectual Property Rights-TRIPs). Fas'ın Marakeş kentinde 15 Nisan 1994 tarihinde imzalanan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kurucu anlaşmasına ek olarak kabul edilen TRIPs, DTÖ üyelerinin tümünde Cİ korumasını zorunlu kılmaktadır.

Bu Anlaşma'da "Coğrafi işaretler, bir malın kalitesinin, namının veya diğer özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedildiği durumlarda, bir malın menşesinin herhangi bir üyenin ülkesi veya bu ülkede bir bölge veya yer olduğunu gösteren işaretler" anlamında kullanılmaktadır

² OriGIn: "Organization for an International Geographical Indications Network", Dünya Cİ alyansı. 2003 yılında kâr amacı gütmeyen bir örgüt olarak Cenevre'de kuruldu. 40 ülkede 500'ün üzerinde üyesi olup, Türkiye'den başta YüciTA olmak üzere 6 üyesi bulunuyor. Başkanı Mr. Claude Vermot Desroches,

Amaçları Cİ'lerin ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde korunmasını güçlendirmek, Cİ'leri sürdürülebilir kalkınmanın araçları olarak geliştirmek, Cİ üreticileri ve uzmanları arasındaki «en iyi uygulamaların» değişimini kolaylaştırmak. Bu çerçevede OriGIn uluslararası müzakerelere aktif katılım (WIPO, DTÖ, vb...) sağlamakta, üye ülkeler adına etüd ve raporlar hazırlamakta ve uluslararası piyasalarda Cİ'lerle ilgili ihlalleri takip ederek Cİ'ler ve Ticari Markalardan sorumlu ulusal otoriteler nezdinde lobi yapmaktadır.

(Madde 22.1) (Semiz, 2011). Bu tanımla bir malın kalite, ün ya da diğer özelliklerine vurgu yapılmakta ve bu özelliklerin malın coğrafi kökenine atfedildiği durumlarda Cİ için yeterli koşulların sağlandığı kabul edilmektedir.

Ülkemizde 10 Ocak 2017 tarihinde kabul edilen 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu"na göre ise "Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir". (Madde 2-(1)e) (Mevzuat, 2016).

Coğrafi köken yer olarak bir köy ya da kasaba, bir bölge ya da ülke olabilir. Bir coğrafi işaret genellikle ürünün elde edildiği yerin isminden oluşmaktadır. Bu yer genellikle bir yöre olup, ürün bu yöre adıyla tanınmış, onunla özdeşleşmiş ve onunla çağrılan bir üründür.

Yöre, Fransızcada "tarımsal yetenekleri bakımından alanları sınırlı toprak" anlamına gelen "terroir" sözcüğü ile ifade edilmektedir (Le Petit Robert, Fransızca sözlük). Fransa Köken Adlandırılmaları Ulusal Enstitüsü'ne (INAO) göre ise "Yöre, (terroir) içinde bir tarımsal üretim ve fiziki ortam ile bir beşerî faktörler kümesinin bulunduğu ve bunların arasında karmaşık etkileşimlerin yer aldığı bir sistem"dir (INAO, 2019).

Yöre için üç temel koşulun varlığı gereklidir. Bunlar coğrafi sınırları belirli bir fiziki alan, bu alan içinde yer alan özgün bir eko-sistem ve yine bu alanda yerleşik bir insan topluluğudur. Eko sistem (toprak, iklim, su...) başka bir yerde aynı kalitede üretilemeyen eşsiz ve tekil bir tarımsal ya da gıda ürününün (Florida portakalı, Malatya kayısı, Ezine peyniri) üretilmesine olanak verirken, beşerî faktör de tarih boyunca geliştirdiği bilgi ve beceriye (know how) dayanan ve yerel kültür ve geleneklere bağlı bir üretim metodundan kaynaklanan tipik bir ürünün (Çorum leblebisi, Mersin cezeryesi, Burdur ceviz ezmesi) elde edilmesini sağlar. Yöresel ürünler olarak adlandırılan ve kökenleri, adları ve ünleri buldukları yöreye ait olan bu özgün ürünler taklitlerine karşı korunabilmeleri ve haksız rekabete uğramamaları için bütün dünyada yasal düzenlemelerle koruma altına alınmışlardır. Koruma tescille sağlanmakta olup, ülkemizde bu konuda yetkili kuruluş "Türk Patent ve Marka Kurumu" dur.

Cİ'lerin amacı, ürünü tanımlamak ve bu tanımda yer alan kriterlere göre üretimin gerçekleşmesini sağlamaktır. Cİ'ler ticari markalardan ayrılırlar. Bir ticari marka ticari meta olarak alınıp satılabilir, devredilebilir ve sadece sahibince kullanılabilir. Coğrafi işaretleri diğer fikri mülkiyet haklarından ayıran en önemli özellik, belirli bir süre ile kısıtlandırılmamaları ve tescil sahibine kazanılmış özel bir hak sağlamakla birlikte tescil belgesinde belirtilen koşullara uyarak üretim yapan birçok kişinin kullanımına açık olmalarıdır. Ürün, ürünün adı ve şöhreti bir tek kişiye ya da özel bir aktöre ait değildir. Tersine yerel toplum, ürün üzerinde ortak bir hakka sahip bulunmaktadır. Bu bakımdan Cİ'nin kolektif (anonim) bir mülkiyeti temsil ettikleri söylenebilir. Cİ, ancak bu koşullara uygun üretilerek elde edilen ürün üzerinde kullanılabilir

2.2. Coğrafi İşaretlerle İlgili Uluslararası Düzenlemeler

Tarihsel kökenlerinin bulunduğu Cİ'nin Avrupa'da ilk çıkış nedeni, tüketicilere köken garantisi ve üretim yöntemi güvencesi sağlamaktır. Cİ korumasının ortaya çıkışında öncülüğü Fransa'da Bourgogne ve Bordeaux şarap üreticileri yapmışlardır. Üreticilerin piyasada birçok kalitesiz şarabın kendi adları altında satılmasından kaynaklanan haksız rekabete karşı sürdürdükleri uzun ve örgütlü mücadele sayesinde Fransa'da uygulamaya konulan sayısız yasal düzenlemeler 1947

yılında "Köken Adlandırmaları ve Kalite Ulusal Enstitüsü"nün (INAO) kurulması ile son bulmuştur. INAO'de Fransa mucizesinin yaratıcısı olup Fransa bu alanda sahip olduğu ve AB için de esin kaynağı oluşturan eksiksiz yasal düzenlemeleri ile örnek bir ülkedir (Tekelioğlu, 2011).

Cİ'yle ilgili ilk uluslararası düzenleme sınaî mülkiyet haklarına ilişkin 1883 tarihli Paris Antlaşması olup, antlaşma ile coğrafi işaretlere özel bir koruma getirilmiş ancak uygulama 1925 tarihindeki yeni düzenlemesi ile yaşama geçirilebilmiştir. Buna göre ürünün kökeni ile ilgili doğrudan ya da dolaylı sahte işaret kullanımı yasaklanmakta (Madde 10/1) ve bir haksız rekabet fiili olarak kabul edilmektedir (Fikri Mülkiyet, 1967). İmza sırasında 11 katılımcısı olan Paris Antlaşması'na günümüzde 149 ülke üyedir.

Doğru olmayan köken işaretlerine karşı mücadele 1891 tarihinde Paris Antlaşması çerçevesinde imzalanan Madrid Antlaşması ile sonuçlanmıştır. Bu antlaşma ürünün kökenine ait işaretlerle ilgili olarak sahte ve yanıltıcı ayırımını getirmektedir. Nitekim 1958 yılında gerçekleştirilen değişiklikle sadece sahte işaretlerin değil, yanıltıcı işaretlerin de cezalandırılması öngörülmüştür. Böylece düzenleme, tüketicileri sahte olmamakla birlikte aldatıcı nitelikte olan ya da onları yanıltan köken işaretlerini önleme konusunda alanını genişletmiştir. İşaretin sahte olup olmadığına karar vermek ise antlaşmanın yetkili kıldığı mahkemelerdir. Başlangıçta 8 ülkenin imzaladığı Madrid Antlaşması'na, Mart 2018 tarihi itibarıyla 104 ülke taraftır (WIPO, 2019).

Cİ'yle ilgili bu çok genel sözleşmelerin dışında Stresa Antlaşması ve Lizbon Antlaşması'ndan bahsedilebilir. Köken adlandırmalarına ilişkin 1950 yılında 7 ülke arasında imzalanan Stresa Antlaşması peynirle ilgili dört coğrafi işaret için taraf ülkeler arasında en yüksek düzeyde korumayı getirmiş olup bu peynirlerin üçü İtalyan (Gorgonzola, Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano), biri Fransız (Roquefort) kaynaklıdır (Convention internationale, 2005).

Köken adlandırmalarının korunması ve uluslararası tescilleri konusunda Paris Antlaşması çerçevesinde 1958 yılında 18 ülke tarafından imzalanan Lizbon Antlaşması ilk kez köken adlandırmalarının uluslararası düzeyde bir tanımını vermekte ve bunların ulusal yasalardan bağımsız olarak korunabilmeleri için uluslararası bir koruma mekanizmasını yaşama geçirmektedir (OMPI, 2007). Lizbon Antlaşması'nı imzalayan ülkelerin sayılarının az ve dünya ticaretindeki önemlerinin sınırlı olması nedeniyle beklenen başarıyı sağlayamamış, anlaşmanın revizyonu için sürdürülen çalışmalar ise uzun zaman almıştır. Anlaşma 21 Mayıs 2015 tarihinde İsviçre'de imzalanan "Cenevre Aktı" ile başarıyla sonuçlanmıştır. Türkiye'nin taraf olmadığı ve 28 ülkenin katılımı ile imzalanan Cenevre Aktı, "Köken Adlandırmaları" uluslararası koruma ve kayıt sisteminin Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization) (WIPO) çerçevesinde genişletilmesine ve anlaşmaya bazı hükümetler arası kurumların da katılımına olanak vermektedir (OMPI, 2015).

Cİ'nin uluslararası korumasının geliştirilmesinde nihai adım, Uruguay Round müzakereleri sonunda Marakeş'te DTÖ'nün kurulması ile atılmış, 15 Nisan 1994 tarihinde imzalanan TRIPS Antlaşması ile Cİ yeniden ve geniş bir perspektifle ele alınmıştır.

Cİ'yi bir fikri mülkiyet hakkı olarak nitelendiren TRIPS Antlaşması'na taraf, ancak Cİ korumasına dair yasaları bulunmayan ülkeler, anlaşmanın ardından konu ile ilgili gerekli yasal

düzenlemeleri ivedilikle gerçekleştirmiş, Türkiye’de de 1995 tarih ve 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" (KHK) uygulamaya konulmuştur.

2.3. Coğrafi İşaret Koruma Türleri

555 sayılı KHK’nin yerini alan 22.12.2016 tarih ve 6797 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nda Avrupa Birliği uygulamalarına paralel olarak ikili bir koruma sistemi getirilmiştir. Buna göre Cİ, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir (Md 34) (Mevzuat, 2016).



Menşe adı



Mahreç işareti



Geleneksel ürün adı

- **"Menşe adı işareti"** (Protected designation of origin, PDO): Bütün özelliklerini üretildiği coğrafi alandan alan, üretim-işleme ve hazırlama süreçlerinin tamamının belirtilen coğrafi alanda gerçekleştiği ve aynı kalitede başka yerde üretilmeyen ürünleri tanımlayan işaretlerdir.

Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri coğrafi yörenin doğal ve beşeri unsurlarından kaynaklanan özellikler taşımakta olup ürünler bu özellikleri ile ün kazanmışlardır. Menşe adını taşıyan ürünlerin ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilmeleri söz konusu değildir. Çünkü ürün, özgün niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Bu ürünler tekil ve eşsiz ürünlerdir. Örneğin Ezine peyniri tescil belgesinde belirttiği gibi, "Kaz dağlarının kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin doğal bitki örtüsü ve su kaynaklarıyla beslenen koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerden üretilen bir peynirdir". Ezine peynirinin sözü geçen coğrafi alanın dışında üretilmesi mümkün olmayıp, aynı durum menşe adı tescilli olmuş tüm ürünler için geçerlidir.

- **"Mahreç işareti"** (Protected Geographical Indication, PGI): Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan sınırları içinde gerçekleştirilen ürünleri tanımlayan adlardır. Bu ürünler daha çok, bir bilgi, beceri ya da maharet ve ustalığa dayanan gıda ve el sanatları ürünleridir. Söz gelimi Mersin cezeryesi, Çorum leblebisi gibi adı geçen Cİ’nin hammaddeleri olan havuç ve nohut büyük ölçüde başka bölgelerden getirilmekte, ancak ürün ismini aldığı coğrafi alanda üretilmektedir. Çünkü bunun için gerekli uzmanlık ve ustalık buradadır.

Menşe adlandırmasında ürün köken ilişkisi temel olduğu halde, mahreç işaretinde ürün köken ilişkisi zayıftır. Nitekim mahreç işareti kalite ve ününü, üretim, değişim ya da işlenmesinin gerçekleştiği bir yer ya da bölgeden alan bir ürünü tanımlar. Adı geçen işlemlerden en az birinin belirlenmiş bölgede gerçekleşmesi yeterlidir.

Bu ürünlerde tescil belgesinde belirtilen coğrafi sınırların dışında üretilemezler, üretilirlerse aynı adı taşıyamazlar. Örneğin sadece Antep'te ve tescil belgesi üretim şartnamesine uyularak üretilen baklavalar "Antep baklavası" adını taşır. Ama söz gelimi İstanbul'da Karaköy'de tescil belgesindeki koşullara uyularak üretilse dahi, baklava "Antep baklavası" adını taşıyamaz. O sadece baklavadır. Aksi halde Antep baklava üreticileri haksız rekabete uğrar ki bu da Cİ'nin amacıyla örtüşmez.

"Collioure hamsisi" de AB'den ilginç bir örnek oluşturmaktadır. Bu Cİ, "Collioure Hamsisi Geliştirme ve Koruma Derneği" başvurusu üzerine 25 Haziran 2004 tarihinde AB Komisyonu tarafından mahreç işareti PGİ ile tescil edilmiştir. (DOOR) Collioure Fransa'nın İspanya sınırına yakın yaklaşık 3 bin nüfuslu küçük bir sahil kasabası olup hamsi işlemeciliği ile çok ünlüdür. Collioure hamsileri atalardan kalma yöntemlere göre elle işlenmektedir. Tuzlu, salamura ve zeytinyağlı fletolar şeklinde satışa sunulan hamsiler Collioure'de değil Lion, Gascogne ve Bretagne körfezlerinde avlanmakta, işleme ise sadece Collioure'de gerçekleşmektedir (European Commission, 2019).

- "**Geleneksel ürün adı**" (Traditional Speciality Guaranteed, TSG): Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen, geleneksel bir üretim metodu (yapım tarifi) veya geleneksel bileşimden kaynaklanan ya da geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş ürünleri tanımlayan adlardır. Örneğin İtalya'nın meşhur Napoliten pizzası tipik bir Napoli geleneğine bağlı olarak ve odun ateşinde pişirilmektedir. Burada ürünün spesifik özelliği, niteliği sertifikalandırılmaktadır. Geleneksel ürün adı koruması bir Cİ değildir. Koruma altına alınan köken değil, gelenektir. Gelenekselin anlamı ise ürünün pazarda uzun bir geçmişe sahip olması, kuşaklar arası geçiş gösteren bir ürün olmasıdır. Bu süre, AB ve ülkemizde 30 yıldır.

2.4. Coğrafi İşaretlerin Yararları

a) Coğrafi İşaretler Üretici ve Tüketicileri Haksız Rekabete Karşı Korur.

Tüketiciler Cİ'i ürünlerin köken ve kalitesini belirten bir unsur olarak algılamaktadır. Çoğu haklı bir üne sahip bu işaretler korunmazlarsa değişik ticari istismarlarla karşılaşabilmekte sahte kullanımları tüketici ve dürüst üreticiler üzerinde yıkıcı etki yaratmaktadır. Günümüzde Guetamala'nın Antigua bölgesinde üretilen ünlü Antigua kahvesinin üretim miktarı sadece üç bin ton iken tüm dünyada bu isim altında satılan kahve miktarı 25 bin tona ulaşmaktadır. Aynı şekilde Hindistan'da 10 bin ton "Darjeeling çayı" üretilmekte, ancak dünyada aynı isim altında satılan çay miktarı 30 bin tona ulaşmaktadır (Ilbert, 2005).

Avrupa fikri mülkiyet hakları Ofisi (EUIPO) 2014 yılında gerçekleştirilen coğrafi işaret tecavüzlerinin AB'de 4,3 Milyar Avro bir kayba neden olduğunu belirtmiştir. Bu miktar Fransa için 1,5 Milyar Avro'dur. Değişik ürün guruplarının yaklaşık oranlarda etkilendiği bu haksız rekabet peynirlerde %10,6 (644 Milyon €), bitkisel ürünlerde %11,5, sert alkollü içecekler ve şaraplarda ise %12,7 dir (RLF, 2016).

Ülkemizde de başta Ezine peyniri, Erzincan tulum peyniri, Finike portakalı, Gemlik zeytini ve Ayvalık zeytinyağı gibi Cİ'lerimiz en çok haksız rekabete uğrayan ürünlerimizdendir.

b) Coğrafi İşaretler Tüketiciyi Yönlendirir, Kaliteli Beslenmesini Sağlar

Kalite ayırt edici işaretler olarak Cİ, ekonomik teoride tüketici ve üreticiler arasındaki bilgi asimetrisi varlığından kaynaklanan piyasa başarısızlıklarını çözmek için önemli bir potansiyel araç olarak görülmektedir. Cİ tüketiciyi yönlendirir. Tüketicilerin ürünün kökeni ve kalitesi konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olmasını, doğru tercih yapmasını ve daha geniş bir seçme olanağına kavuşmasını sağlar.

Cİ, tüketicilerin sağlıklı beslenmesini sağlar. Bu nedenle gıda güvenliğinin temel araçlarıdır. 1990'lı yıllardan itibaren dünyada yaşanan çok sayıda gıda skandalı günümüz tüketicilerinin büyük gıda firmaları ve hükümetlerine olan güvenlerini sarsmış ve tüketici davranışları ve beslenme alışkanlıklarında önemli değişimler oluşturmuştur. Halen tüm dünyada ve özellikle Avrupa'da gıda tüketiminde en dinamik sektörlerden birisi yöresel ürünler bir başka deyimle Cİ piyasasıdır.

c) Coğrafi İşaretler katma değer ve istihdam yaratır.

Cİ üreticilere ürünlerini yüksek fiyatla (premium price) pazarlama olanağı sağlar. Cİ tescilli ile ürünün fiyatı yükselir. Çin'in Pinggu Da Tao şeftalisinin fiyatı AB tescilinden sonra 1,5 Yuan'dan 4 Yuan'a çıkmış, bölge çiftçilerinin geliri önemli ölçüde artmıştır (OMPI, 2007). İtalya'da Toscano zeytinyağı fiyatları, 1998 yılında gerçekleştirilen tescil sonrası %20 artmıştır.

Cİ tescilli ürüne değer kazandırmakta, değer zinciri içindeki yerini güçlendirmektedir. Fransa'da Bourge-en-Bresse'de çok özel yöntemlerle yetiştirilen ve türünde dünyanın tek tescilli coğrafi işareti olan ünlü Bresse tavuğunun fiyatı benzerlerine göre 5-6 katı daha yüksek fiyattan alıcı bulmaktadır (Tekelioğlu, 2016c).

Yaratmış oldukları katma değer ve iş olanakları ile kırsal nüfusu yerinde tutarak, kırsal göçü engelleyen Cİ, aynı zamanda çok önemli bir istihdam kaynağıdır. Nitekim bu uygulamanın en geliştiği ülke olan Fransa'da 126.000 işletme bu ürünleri üretmiş, 2017 yılında 27,2 Milyar Avro ciro elde etmiştir (INAO, 2019).

d) Coğrafi İşaretler gerçek kırsal kalkınma araçlarıdır.

Kırsal bölgeler için Cİ'ler belirli bir yerin sosyo-kültürel ve eşsiz ekolojik niteliklerini ortaya koyarak kalkınmayı hızlandıran araçlardır. Bu nedenle günümüz kırsal kalkınma politikaları giderek yerel ürünler ve değerlere sağlanan desteklerle ön plana çıkmaktadır. Ekonomik kalkınma bakımından Cİ sadece kapsadıkları bölgelerin üreticileri üzerinde değil, tüccar, işlemci ve ihracatçılar üzerinde de etkili olarak tedarik zincirinin gelişmesine ve kırsal bütünlüğün sağlanmasına olanak vermektedir. "Parmesan Konsorsiyumu" 2017 verilerine göre İtalya'nın 13. asırdan beri korunan bu ünlü peyniri değer zincirinde tam 50.000 kişi çalışmakta, yıllık 2,4 milyar Avro'ya ulaşan ciroyuyla Parmesan üretim bölgesine (Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna ve Montava) müthiş bir dinamizm vermektedir (Parmigiano, 2019).

Fransa'nın tescilli en eski Cİ'si olan Roquefort, yaratmış olduğu katma değer ve istihdamla gerçek bir kırsal kalkınma aracıdır. 636 nüfuslu Roquefort köyünde üretilen ve Combalou doğal mağaralarında olgunlaştırılan bu peynirin değer zincirinde 10.000 kişi çalışmaktadır. Roquefort yıllık ortalama 330 Milyon Avro değerindeki üretimiyle, köken adı bölgesinin en büyük ekonomik gücüdür (Tekelioğlu, 2016a).

Fransa Juraları'nda üretilen bir diğer Fransız Cİ'si, Comté peyniri yarattığı 10.000 kişilik istihdamla hayvancılığın dışında bir başka ekonomik faaliyetin yapılamadığı bu dağlık bölgenin ekonomik motorudur.

Bu konuda Fransa'nın Cognac'ı, İtalya'nın Melinda elması, Fas'ın Argan yağı, Jamaika'nın Blue Mountain kahvesi ve ABD'nin Florida portakalları ile ülkemizden Ege Sultani üzümü, Aydın inciri ve Ezine peyniri verilebilecek diğer örneklerdir. Bu Coğrafi İşaretler köken yerleri veya bölgelerinin kalkınmasına damgalarını vurmuşlardır.

e) Coğrafi İşaretler turizmi geliştirir

Yöre turizmi ancak tarımın güçlü olduğu, tanınan ve tipik bir ürünün sunulduğu bölgelerde gelişebilmektedir. Günümüzde turizmin gelişebilmesi için Cİ'nin bir elçi olduğu kabul edilmektedir. Fransa'nın ünlü peyniri Roquefort, yaratmış olduğu katma değer ve ihracat gelirlerinin yanı sıra her sene mağaraları ziyarete gelen yerli ve yabancıların bıraktıkları turizm gelirleri ile de yöre ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Günümüzde ulaşım olanaklarının artması ile gelişen iç ve dış turizm, tüketicilerin seyahat amaçlarında da değişiklikler oluşturmuş, bölge ve ülkelerin yerel değer ve öz varlıklarını tanımak ve gastronomilerini keşfetmek destinasyonların belirlenmesinde öncelikler arasında yer almaya başlamıştır.

Cİ'yle ilgili düzenlenen üreticiler arası yarışmalar, festival ve fuarlar da turizmi geliştiren etkenlerdendir. Cİ, yerel gastronomi ve geleneksel reçetelerin korunması ve bölge turizminin gelişmesine de önemli katkılar sağlar.

2.5. Coğrafi İşaret Organizasyonu

Cİ sistemi bir sacayağına benzer. Ayaklardan ilki tescil, ikincisi yönetim, üçüncüsü ise denetimdir. Sistemin başarısı bu ayakların uyumlu ve başarılı çalışmasına bağlıdır.

a) Cİ Tescili

Sistemin ilk aşamasını oluşturan tescil, bir üretici grubunca hazırlanan ve bir üretim şartnamesine (specification-cahiers de charges) dayanan dosyanın ilgili kamu kuruluşunca incelenmesi ve uygun bulunduğu takdirde onaylanması ile gerçekleşir. Burada önemli olan üreticilerin mutlaka tescillenme sürecinin başında ve merkezinde olmaları gereğidir. Çünkü örgütlenmeleri, üretim şartnamesi dâhil projelerini hazırlamaları onların işidir. Ürünlerinin fikri mülkiyet hakkının korunmasından kaynaklanan katma değerden faydalanmaları gerekenler de üreticilerdir.

Tescil ürüne bir katma değer sağlamakta, Cİ tecavüzlerini engelleyerek üreticilerle tüketicileri haksız rekabete karşı korumakta, ayrıca tükettikleri ürünlerin kalitesi ve buna bağlı belirgin özelliklerini bilmek isteyen tüketicileri aydınlatmaktadır. Bir Cİ sadece bir ürünü değil, aynı zamanda bir yöreyi, bir kültürü ve bir kalite geleneğini de temsil etmektedir.

b) Cİ Yönetişi

Coğrafi İşaret yönetişi (gouvernance), tescilli coğrafi işaretin üretim zincirini oluşturan tüm aktörlerin çabalarıyla ulaşılan sonuçların oluşturduğu yapı ya da düzendir. Cİ yönetişi ulusal düzeyde ve ürün düzeyinde yönetim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Ulusal düzeyde Cİ yönetişimi, AB ülkelerinin büyük kesiminde Tarım Bakanlıklarına bağlı ve bu amaçla görevlendirilmiş kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedir. Cİyle ilgili uygulamalar sistemin başarı şansının eksiksiz bir yasal düzenleme ve etkin bir yönetişimden geçtiğini göstermektedir. Bu bakımdan Fransa örnek bir ülke olarak gösterilebilir.

Bu ülkede başlangıçta belirtildiği gibi tarihi süreç içinde koruyucu bir adlandırma sistemi için başı çeken şarap üreticileri olmuştur. Bourgogne ve Bordeaux şarapları üreticileri birçok kalitesiz şarabın piyasada kendi adları altında satılmasından kaynaklanan haksız rekabete karşı örgütlenmeye başlamışlardır. Üzüm bağlarının hemen tamamını yok eden 1870 floksera hastalığı da kaliteli şarapların ve kökenlerinin korunması gerekçesini güçlendirmiştir. Saint-Emilion'da 1885'ten itibaren faaliyete geçmeye başlayan şarapçılık sendikaları, içinde yer yer devlete karşı kalkışmaların da bulunduğu bu örgütlü, sancılı ve uzun soluklu mücadelenin öncüleridir. Zaman içinde uygulamaya konulan sayısız yasal düzenlemeler, tarım bakanı ve senatör Joseph Capus'un de yoğun çabaları sonucu 1947 yılında INAO'nun kurulması ile son bulmuştur (Tekelioğlu, 2011).

Fransız mucizesinin mimarı olarak adlandırılacak bu kuruluş, "Fransa Tarım, Gıda ve Ormanlık Bakanlığı"nın himayesinde Cİ yönetişiminden sorumlu bir kamu kuruluşu olup resmi kalite ve köken işaretleri ile ilgili Fransız politikalarını uygulamakla görevlidir. Merkezi Paris'te olan Enstitü'nün Fransa'nın sekiz bölgesine yayılmış 24 şubesi ve 250 çalışanı bulunmaktadır. 2015 yılı bütçesi 23 Milyon Avro olarak gerçekleşmiştir. INAO halen Cİ'nin dışında aralarında "organik tarım" ve Fransa'nın ünlü kalite işareti "kırmızı etiket" in de bulunduğu 7 resmi kalite işaretinin yönetişimini başarıyla gerçekleştirmektedir (INAO, 2019). Özgün bir örgütlenme yapısı ile dikkati çeken INAO gerek kurumsal yapılanması ve gerekse çalışma tarzıyla birçok ülke tarafından örnek alınmaktadır.

Ürün düzeyinde Cİ yönetişimi ise Cİ tescili almış, yani tescil sahibi kurum tarafından gerçekleştirilen yönetişimdir. Bu kurumun temel misyonu, üretim zincirinin rasyonel çalışması ve ürünün korunmasına ve savunmasına yönelik tüm faaliyetleri gerçekleştirmektir. Bu çerçevede üreticilerin köken adı kurallarına uygun üretim yapmalarını sağlamak, (iç denetim) ürünle ilgili inceleme ve araştırmalar yapmak, üreticilere teknik hizmet sunmak, köken adının sahte ve hileli kullanımını takip etmek ve köken adı tanıtım ve reklamını yapmak temel görevleridir (INAO, 2019).

AB'de Cİ uygulamasının başarısında önemli rol oynayan bu kurumlar başta sendikalar ve üretici birlikleri olmak üzere dernek, komite, konsorsiyom, federasyon gibi üretici örgütlerinden oluşmaktadır. Fransa'da INAO'dan tescil alan bu kurumlar genellikle bir ürünün korunması ve yönetiminden sorumlu olmakla birlikte, birden çok üründen sorumlu olanları da vardır.

Fransa'da ürün düzeyinde yönetimle ilgili en ilginç örneklerden birisi Roquefort peyniridir. Fransız gastronomisinin simgesi ve Fransa'nın köken adlandırılmalı en eski peyniri olan Roquefort şöhretini bin yılı aşkın bir geleneğe dayalı yerel peynir kültürü ile Roquefort köyünde yer alan ve içinde olgunlaşma sürecinin gerçekleştiği doğal ve serin kaya mağaralarına borçludur.

Roquefort'un yönetimi içinde süt ve peynir üreticilerinin eşit sayıda temsil edildiği "Roquefort Konfederasyonu" tarafından gerçekleştirilmektedir. Cİ yönetiminde temel sorun finansmandır. Bu sorun Fransa genelinde ürün kesintilerinden elde edilen fonlarla çözümlenmektedir. İçinde 80 kişinin çalıştığı "Roquefort Konfederasyonu"nun görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için gerekli finansman kaynağı da büyük ölçüde süt üreticileri ve peynir sanayicilerine uygulanan süt kesintilerinden sağlanmaktadır. Bu şekilde elde edilen gelirler yılda 4 milyon Avro'ya ulaşmaktadır (Tekelioğlu, 2016a).

Roquefort Konfederasyonu, Roquefort tedarik zinciri yönetiminde temel aktördür. Bu bağlamda süt üreticileri ve peynir sanayicileri arasındaki ilişkilerin koordinasyonu, süt fiyatlarının belirlenmesi, piyasa regülasyonu ve süt üretiminin yönetimi Konfederasyon'un temel görevlerini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra Konfederasyon koyun yetiştiricilerine teknik hizmet sağlanması, Roquefort köken adının korunması ve tanıtımı, yetkili bir kontrol ajansı yoluyla denetimlerin gerçekleştirilmesi (yılda 400 denetim) ve süt kalite ve kompozisyonunun denetimi, inceleme ve araştırma yapma görevlerini de yürütmektedir (Tekelioğlu, 2016b).

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

c) Cİ Denetimi

Tescille koruma altına alınan ürünlerin denetimi bu ürünlerin üretim şartnamelerinde tanımlanan kurallara göre üretildiklerinden emin olmayı sağlar. Bu güvence tüketiciler olduğu kadar bu ürünlerin elde edilmesinde çalışan ve onları haksız rekabete karşı koruyan üreticiler için de önemlidir. Sürecin tümüne tam meşruiyetini veren denetimdir.

Kalitede sürdürülebilirlik ancak denetimle mümkün olmaktadır. Bu nedenle Cİ uygulamasını benimseyen ülkelerde ve özellikle AB'de çok sıkı bir denetim ağı oluşturulmuştur. Bütün bu denetimleri geçen ve market raflarında yerini alan ürünler tüketicilerce güven içinde satın alınmakta ve tüketilmektedir.

Cİ denetimi öz denetim, iç denetim ve dış denetim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamayı oluşturan öz (oto) denetim, tescilli ürünü üreten üreticinin kendisini bizzat denetlemesidir. Üretici ürününü etik olarak üretim şartnamesinde belirtilen kurallara uyarak gerçekleştirmek ve en ayrıntılı noktalarına kadar üretim şartnamesine uymakla yükümlüdür.

İç denetim, Cİ tescilli alan kurum tarafından gerçekleştirilen denetimdir. Burada amaç üreticilerin ürünlerini tescil belgesinde öngörülen kurallara uygun üretmelerini sağlamak, bir başka deyişle ürünün bu kurallara uygun üretilip üretilmediğini denetlemektir. Bu denetimin nasıl, hangi sıklıkla ve üreticilerin ne kadarı üzerinde yapılacağı ve yaptırımların ne olacağı üretim şartnamesinde belirtilmiştir.

Dış denetim, tescilli Cİ'nin, üretim zinciri üzerinde, yani ürünün üretimi, piyasaya arzı veya dağıtım aşamalarında özel sertifikasyon kurumlarınca gerçekleştirilen denetimdir. Bu kuruluşlar AB normlarına (EN 45011) veya ISO/IEC 17065 sayılı standartlara göre akredite

olmuş, donanımlı, bağımsız ve tarafsız kuruluşlardır. Bu denetim tescilli ürünün hem üretici ve işlemcileri hem de tescil sahibi kurum üzerinde gerçekleştirilir.

Fransa'da Halen Cİ koruması altındaki bütün ürünleri denetleyen 36 adet sertifikasyon kurumu bulunmaktadır. Her kurumun sorumlu olduğu ürün ve Cİ grubu değişmektedir. Bu kurumlar INAO adına ve onun aracılığı ile kalite işareti taşıyan ürünlerin üretim şartnamesini hazırlayan üreticiler topluluğunu temsil eden tescil sahibi kurumla sözleşme yapmakta ve sürekli ve etkin denetimleriyle kalitede sürekliliği sağlamaktadırlar. (INAO, 2019).

3. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaretler

DTÖ, Dünya Ticaret Merkezi çalışmalarına göre dünyada halen 10.000 civarında Cİ bulunmakta, bunun %10'u gelişmekte olan ülkelerde yer almaktadır. Bu ülkelerde var olan birçok Cİ ise hukuken korunmamaktadır. Dünya Cİ'sinin 1/3'ü AB kaynaklıdır. Nitekim 28 üyeli AB'de halen 1.766'sı şarap, 1.445'i de tarım ve gıda ürünleri olmak üzere toplam 3.207 Cİ bulunmaktadır (European Commission, 2019).

3.1. Yasal Çerçeve

Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası'nda Cİ'nin korunması Birliğin kalite konusundaki temel yaklaşımlarından birisini oluşturmaktadır. Çiftçi gelirlerini yükseltmek, kırsal nüfusu yerinde tutmak, tüketicileri doğru bilgilendirmek, tarımsal üretimin çeşitliliğini teşvik etmek ve özgün ürünlerin gelişmesini ve korunmasını sağlamak amaçları, AB'ni Cİ konusunda ortak bir yasal düzenleme getirmeye yöneltmiştir. Üye ülkelerin kendi yasal mevzuatları ile yürütülen Cİ koruması böylece AB tüzükleri yoluyla yapılmaktadır. Bu tüzüklerin hazırlanmasında büyük ölçüde Fransa mevzuatından esinlenilmiştir.

Avrupa Birliği'nde Cİ ve köken adı koruması konusundaki yasal düzenlemeler 1992 yılında yaşama geçirilen 2081/1992 ve 2082/1992 sayılı tüzüklerle başlamıştır. Bu tüzükleri AB'ne üye olmayan ülkelere de hem tescil başvurusunda bulunma, hem de Komisyon tarafından yayımlanan başvurulara karşı itirazda bulunma haklarını getiren 510/2006 ve 509/2006 sayılı tüzükler izlemiştir. AB'nin konu ile ilgili son düzenlemesi 21 Kasım 2012 tarihinde uygulamaya konulan 1151/2012 sayılı tüzüktür.

a) 1992 Yasal Düzenlemeleri: 2081/92 ve 2082/92 Sayılı Tüzükler

Bu yasal düzenlemeler "*Tarım ve Gıda Ürünlerinde Köken Adlandırılmaları ve Coğrafi İşaretler Koruması*" na ilişkin 2081 sayılı tüzük³ ile "*Tarım ve Gıda ürünlerinin özgün nitelik sertifikası*" na ilişkin 2082 sayılı tüzüktür.⁴ 14 Temmuz 1992 tarihinde çıkarılan bu iki tüzükten 2081/92 sayılı olanının amacı ürünlerin köken adlarının ve coğrafi işaretlerinin korunması iken, 2082/92 sayılı tüzük geleneksel tariflerin korunmasını amaçlamaktadır.

Bu tüzüklerde üçlü bir koruma sistemi mevcuttur: Bunlar daha önce açıklanan 'Menşe Adı Koruması', 'Coğrafi İşaret Koruması' ve 'Geleneksel Özellik Garantisi'dir. Ci'yle ilgili yasal

³ Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992 relatif à la " Protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires".

⁴ Règlement (CEE) n° 2082/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif aux "Attestations de spécificité des produits agricoles et des denrées alimentaire.

düzenlemenin ruhunu oluşturan 2081 sayılı tüzük üç temel amaçtan oluşmaktadır. Bu amaçlar; tarımsal ve kırsal politika, rekabet politikası ve tüketici politikasıdır.

Tarımsal ve kırsal politika ile amaçlanan tarımsal üretimde çeşitlenmeyi özendirerek, arz ve talep arasında daha iyi bir denge sağlamak (pazar politikası) ve az gelişmiş bölge ürünlerinin değerlendirilmesini sağlayarak kırsal gelirin artmasına ve nüfusun yerinde tutulmasına çalışmaktadır. Rekabet politikası ile amaçlanan ise köken adlandırmasından yararlanan ürün üreticileri arasında eşit rekabet sağlamaktır.

Tüketici politikası ile de amaçlanan "açıklık" ve "inandırıcılık"tır. AB tüketicilerinin çok duyarlı olduğu bu konuda açıklık; tüketiciye en iyi tercihi yapabilmesi için ürünün kökeni ile ilgili tam ve açık bilgi vermek, inandırıcılık ise bu ürünlerin tüketici gözündeki yerini güçlendirmektir.

AB, 1992 yasal düzenlemelerinin ikincisi "*Tarım ve Gıda ürünlerinin özgün nitelik sertifikası*"na ilişkin tüzük olup burada "Geleneksel ürün adı" ya da "geleneksel tarifler" in korunması amaçlanmakta, ürünün spesifik özelliği, niteliği sertifikalandırılmaktadır. Bu düzenleme ile coğrafi addan bağımsız olarak köken yerine gelenek koruma altına alınmıştır. Spesifik özellik bir tarımsal ürünü ya da gıda maddesini aynı kategorideki diğer benzerlerinden açıkça ayıran nitelik veya nitelik olarak tanımlanmıştır. Gelenekselin anlamı ise, AB Ortak Pazarında en az 25 yıllık bir geçmişe sahip olan ve kuşaklar arası geçiş gösteren bir ürünün kanıtlanmış kullanımınıdır.

b) 2006 Yasal Düzenlemeleri: 510/2006 ve 509/2006 Sayılı Tüzükler

Amerika Birleşik devletlerinin (ABD), 2081/92 tüzüğünün TRIPS anlaşmasını ihlal ettiği gerekçesiyle DTÖ'ne yaptığı şikâyet üzerine, DTÖ 2005 yılı Nisan ayında 2081/92 sayılı tüzüğün çeşitli açılardan, TRIPS anlaşmasına ve 1994 tarihli GATT anlaşmasına uygun olmadığına karar vermiştir. AB'nin Cİ korumasında üçüncü ülkelerden gelen ürünler için Cİ koruması vermeyi ret edemeyeceğine de karar veren DTÖ yabancı ulusların, Cİ koruma sistemine sahip olan AB üreticileri ile aynı şekilde güvence altına alınması gerektiğine karar vermiştir.

Bu gelişmelerin sonunda AB, DTÖ kararına uyarak 20 Mart 2006 tarihinde 510/2006 sayılı tüzüğü çıkarmıştır. "*Tarım ve Gıda Ürünlerinde Köken Adlandırmaları ve Coğrafi İşaretler Koruması*"⁵ başlığını taşıyan ve DTÖ kararına ve TRIPS kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tüzük 2081/92 sayılı tüzükle aynı olup, getirdiği yenilik AB kayıt sistemini üçüncü dünya ülkeleri Cİ'ine açmasıdır. Tüzüğe göre yapılan başvuruların 12 ay içinde Komisyonca değerlendirilmesi gerekmektedir. Başvuru uygun bulunursa, AB resmi gazetesinde yayınlanır. AB 2006 yasal düzenlemelerinin ikincisi "*Tarım ve Gıda ürünlerinin özgün nitelik sertifikası*"⁶ başlığını taşıyan 509/2006 sayılı tüzük olup, bu da üçüncü dünya ülkelerinin bu gruba giren coğrafi işaretlerine AB kayıt sistemini açması ve bununla ilgili süreçler dışında 2082/92 sayılı tüzükle aynıdır.

⁵ * Règlement (ce) no 510/2006 du conseil du 20 mars 2006 relatif à la "Protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires".

⁶ Règlement (CE) no 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux "spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires".

c) 2012 Yasal Düzenlemesi: 1151/2012 Sayılı Tüzük

Son olarak AB hem tarım ve gıda ürünlerinde kaliteyi yükseltmek ve korumayı sağlamak hem de Cİ'de uygulanan mevcut düzenlemeyi daha da güçlendirmek amacıyla 21 Kasım 2012 tarihinde "*Tarım ve Gıda Ürünlerine Uygulanabilir Kalite Sistemleri*"⁷ ile ilgili yeni bir tüzük çıkarmış, 1151 sayılı bu tüzük 2013 yılı başından itibaren uygulamaya konulmuştur. Yeni tüzükte coğrafi kökene bağlı ürün üreticilerine adil bir gelir sağlayabilmek için bir "Köken adı ve Coğrafi İşaret Koruma" sistemi oluşturulmuştur. Köken adı ve koruması ile geleneksel ürün adı koruması artık bu tüzük hükümleri çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Sırasıyla tarımsal üretimde çeşitlenmeyi teşvik etmek, fikri mülkiyet hakkı olarak kökene bağlı ürün isimlerinin sahte kullanım ve taklitlerinden korunmasını sağlamak ve bu amaçla ürünlerin tümü için geçerli bir koruma sistemini garanti etmek ve son olarak tüketicileri ürüne katma değer sağlayan özellikleri konusunda bilgilendirmek tüzüğün temel amaçlarını oluşturmaktadır. "*Tarım ve Gıda Ürünlerine uygulanabilir kalite sistemleri*" başlığını taşıyan 1151/2012 sayılı tüzük Cİ'le ilgili olarak aşağıda belirtilen yenilikleri getirmiştir (European Commission, 2013a):

- Tescil süreçleri hızlandırılmış, itiraz süresi 6 aydan 3 aya indirilmiştir.
- Denetim kurallarına açıklık getirilmiştir.
- AB kaynaklı ürünler için PDO ve PGI logolarının kullanımı 4 Ocak 2016'dan itibaren zorunlu olacaktır.
- Üçüncü ülkelerin ikili anlaşmalarla korunan Cİ'nin, AB kayıtlarına sokulabilmesi için yasal bir temel oluşturulmuştur,
- AB logolarının korunmasını finanse etmek için yasal bir düzenleme getirilmiştir
- Üretici gruplarının rolü önemsenmiştir...
- Geleneksel ürün adı koruma" uygulaması kolaylaştırılmış ve güçlendirilmiştir. Sadece bir isimle tescil mümkün olacaktır. Geleneksel olabilmek için, pazarda ispatlanan süre 25 yıldan 30 yıla çıkarılmıştır.

AB'nin bu yeni kalite tüzüğünde de "Köken Adı Koruması", "Coğrafi İşaret Koruması" ve "Geleneksel Özellik Garantisi"nden oluşan üçlü koruma sistemi aynen muhafaza edilmiştir.

3.2. AB Cİ Uygulamaları

AB kalite politikalarının amacı Cİ'nin ve geleneksel ürünlerin korunması ve geliştirilmesidir. Bu nedenle Ortak Tarım Politikası (OTP) kalite politikaları, Cİ üzerinde yoğunlaşmıştır. OTP, Roma Anlaşması ile 1957'de kurulmuş AB'nin ortak politikaları içinde bütçe yönünden en eski ve en önemli olanıdır. 1962 yılında yaşama geçirilen OTP'nin amacı; tarımda verimliliği arttırmak, çiftçi gelirlerini yükseltmek, tarım piyasalarını dengelemek, tüketicilere uygun fiyatlar sağlamak ve AB'nin gıda güvenliğini gerçekleştirmektir (European Commission, 2012). AB'nin Cİ'yle ilgili tüm yasal düzenlemeleri OTP, kalite politikaları çerçevesinde gerçekleştirilmektedir.

⁷ Règlement (ue) n o 1151/2012 du Parlement Européen et du Conseil du 21 novembre 2012, relatif aux "Systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires.

AB Komisyonu'nun Cİ'nin AB yerini saptamak için hazırlattığı bir araştırmanın nihai raporu 2012 yılında açıklanmıştır. İlk defa 27 AB üyesinde kayıtlı 2768 Cİ'in her biri için ekonomik verilerin toplanmasını amaçlayan bu ayrıntılı araştırma 2005-2010 dönemini kapsamıştır. Araştırma sonuçlarına göre; AB 2010 yılı Cİ üretim değeri 54,3 Milyar Avro olup, önder ülke 20,9 Milyar Avro ile Fransa'dır. İkinci sırada İtalya (11,8 Milyar Avro) ve üçüncü sırada da Almanya (5,7 Milyar Avro) yer almaktadır. Cİ den sağlanan ihracat geliri 10,6 Milyar Avro olup, Cİ üretim değerinin %19,6'sını oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre tescilli ürünler tescilli olmayanlara göre 2,23 katı daha yüksek fiyattan satılmaktadır (VIE, 2018).

AB Cİ sisteminde, Nisan 2019 tarihi itibarıyla toplam 3211 ürün kayıtlıdır. Bunlardan 23'ü içlerinde Türkiye'nin de bulunduğu 9 AB dışı ülkeye aittir. Gerçekleştirilen tescillerin 1.766'sı şarap, 1.445'i de tarım ve gıda ürünleri olduğu Tablo 1'de görülmektedir.

Tescilli 1.766 şarabın 460'ı (% 26) mahreç İşareti (PGI) ile korunurken, 1.306'sı (%74) menşe adı korumasından (PDO) yararlanmaktadır. Üçüncü ülke olarak Avrupa Birliği Cİ sistemine kayıtlı sadece iki şarap bulunmaktadır. Bunlar Amerika'dan "Napa Valley şarabı" Brezilya'dan ise "Vales dos Vinhedos" şarabıdır (European Commission, 2013).

Tablo 1. AB'de Coğrafi İşaret Sayıları

ÜRÜN TÜRÜ	İŞARET TÜRÜ			T O P L A M
	PDO	PGİ	TSG	
Şaraplar	1.306	460	-	1.766
Tarım ve Gıda Ürünleri	637	749	59	1.445
TOPLAM	1.943	1.209	59	3.211

Kaynak: European Commission, 2019; European Commission, 2013b.

Tarım ve gıda ürünlerinde ise toplam 1.445 adet kayıtlı Cİ bulunmaktadır. Bu ürünlerden 637'si menşe adı korumasına (PDO), 749'u da mahreç işareti korumasına (PGI) sahiptir. Geleneksel ürün adı korumasından yararlanan ürün sayısı ise 59'dur.

Ürün gruplarına göre inceleme yapıldığında tescilli ürünlerde ilk sırada meyve, sebze ve tahılların yer aldığı (%27), onları peynirlerin izlediği (%16,3) görülmektedir. Üçüncü sırada yer alan et bazı ürünleri (%12,4), taze et ve sakatat grubu (%11,3) ile sıvı ve katı yağlar(%9,3) takip etmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. AB Coğrafi İşaretlerinin Temel Ürün Grupları ve Türlerine Göre Dağılımı

ÜRÜN GRUBU	ÜRÜN SINIFI (AB)	TOPLAM	%	PDO	PGI	STG
Taze et ve sakatat	1.1	164	11,3	42	116	-
Et bazı ürünler	1.2	179	12,4	36	142	1
Peynirler	1.3	235	16,3	189	46	-
Hayvansal kaynaklı diğer ürünler	1.4	46	3,2	34	12	-
Sıvı ve katı yağlar	1.5	134	9,3	116	168	-
Taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	1.6	390	27,0	156	234	-
Diğerleri		297	20,5	729	31	58

Kaynak: European Commission, 2019.

AB tescillerinin ülkeler itibariyle dağılımında ilk 10 ülke Tablo 3'te verilmiştir. Görüldüğü gibi sahip olunan tesciller bakımından Akdeniz ülkelerinin bariz bir üstünlüğü söz konusudur. Nitekim İtalya, Fransa, İspanya, Portekiz ve Yunanistan, birlikte AB toplam tescillerinin %70'ini oluşturmaktadır. Bu yelpazenin genişliği üzerinde söz konusu ülkelerin sahip oldukları ve sayısız eko sistemi barındıran Akdeniz iklim koşullarının etkili olduğu kadar, yöresel ürünlere sahip çıkma konusundaki duyarlılık, toplumların damak tat ve yemek alışkanlıkları ve özellikle Fransa, İtalya ve İspanya'da Cİ korumasına ilişkin tarihi geçmiş ve birikimin de etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 3 AB Coğrafi İşaret Sıralamasında ilk 10 ülke

ÜLKELER	Cİ TOPLAMI	PDO	PGI	TSG	BAŞVURU
İtalya	297	167	130	-	27
Fransa	248	104	143	1	21
İspanya	222	115	107	-	-
Portekiz	138	64	74	-	1
Yunanistan	107	76	31	-	-
Almanya	91	12	79	-	-
İngiltere	68	27	41	-	-
Polonya	32	8	23	1	4
Çek. Cum.	29	6	23	-	-
Slovanya	22	9	13	-	1

Kaynak: European Commission, 2019.

Sıralamada İtalya 297 tescille başı çekerken, onu 248 tescille bir numaralı rakibi Fransa izlemektedir. Üçüncü sırada yer alan İspanya'nın 222, dördüncü sırada yer alan Portekiz'in

138 tescili vardır. Türkiye yüz ölçümünün 1/7'si kadar olan Yunanistan ise AB'den alınmış tam 107 tescili bulunmaktadır. Bu arada halen AB Komisyonunda tescillerini bekleyen İtalya'nın 27, Fransa'nın da 21 ürünü bulunmaktadır.

4. Türkiye'de Coğrafi İşaretler

Zengin biyolojik çeşitliliği ve farklı mikro klimaları, derin tarihi kökenlerinden kaynaklanan son derecede gelişmiş ve otantik mutfak kültürü ve geleneksel el sanatları ile Türkiye eşsiz bir Cİ ülkesidir. Nitekim "Türk Patent" verilerine göre ülkemizde tescil alabilecek 2.500 civarında Cİ bulunmaktadır. Halen alınmış tescil miktarı ise 418 olup, potansiyelin sadece 1/6'sını oluşturmaktadır.

4.1. Yasal Çerçeve

a) 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname⁸ ve Uygulama Yönetmeliği

Fas'ın Marakeş kentinde 15 Nisan 1994 tarihinde imzalanan DTÖ kurucu anlaşmasına ek olarak kabul edilen TRIPs Anlaşması'nın önermelerine uyan Türkiye hemen 26 Haziran 1995 tarihinde 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'yi yaşama geçirmiştir. KHK hazırlanırken 2081/92 sayılı AB tüzüğü örnek alınmış olup tüzük ile büyük ölçüde uyum sağlanmıştır.

Aşağıda temel başlıkları belirtilen kararname 39 maddeden oluşmaktadır (555 Sayılı KHK):

- KHK ile özellikleri bir yöreden, bilgi ve beceriden (know-how) kaynaklanan bir coğrafi işaretin sahte ve taklitlerine karşı korunması amaçlanmaktadır. Tüm ürünlere tescil yolu açık olup kararname tek üreticiye de tescil hakkı tanımıştır.

- KHK'de "Geleneksel ürün adı koruması" yer almamaktadır. KHK'nin yürütülmesi ile görevli kurum Türk Patent Enstitüsü (TPE) olup, Cİ'yle ilgili sorumluluk Enstitü'nün "Markalar Dairesi Başkanlığı"na verilmiştir.

- KHK ile getirilen koruma sadece Türkiye sınırları içinde geçerlidir. Kararnamede, tescilli ürünlerin inandırıcılığını vurgulamak amacıyla satılan ürünler üzerinde Cİ logolarının konulması da öngörülmemiştir. Kararnamede denetlemelerle ilgili öngörülen süre 10 yıldır.

- Tescillerle ilgili muhtemel itirazlar için ilan süresini 6 ay olarak öngören kararname tescilin başta Resmi Gazete olmak üzere; bir yerel gazete, bir de yüksek tirajlı gazetede yayınlanması zorunluluğunu getirmiştir. Bu son durum gazete ilanlarının başvuru sahiplerine ödenmesi nedeniyle tescil başvurularında caydırıcı olmuştur. Maliyet arttırıcı bir diğer unsur da başvuru dosyalarının hazırlanması konusundadır. Başvuru dosyaları genellikle aracı kuruluşlara hazırlatıldığı için başvuru sahibine önemli ek maliyetler getirmekte ve zaman kaybına yol açmaktadır..

555 sayılı KHK 10 Ocak 2017 tarihine kadar uygulanmış, geçen 21 yıl süresince konu ile ilgili temel yasa bir türlü çıkarılamamış, bu amaçla gerçekleştirilen iki girişim de sonuçsuz kalmıştır. Nitekim 2008 ve 2014 yıllarında Parlamente'ye sunulan kanun tasarıları 2009 ve 2015 seçimleri nedeniyle kadük olmuştur. Bu arada Türk Patent Enstitüsü'nün 2014 yılında başlattığı çalıştaylar "Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı"nın hazırlanması ile

⁸ Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Dair Kanun Hükmünde Kararname, Resmi Gazete, 27/6/1995, No: 22326.

sonuçlanmış ve plan 4 Temmuz 2015 tarihli Resmi Gazete’de ilân edilmiştir. Bu çalışma Türkiye’de toplumca benimsenmiş etkin bir Cİ sisteminin kurulmasını amaçlamaktadır.

Özetlemek gerekirse 1995-2017 dönemi Türkiye Cİ uygulamaları sadece "tescil al-tescil ver" şeklinde yürütülmüş, sistemin ana unsurlarını oluşturan yönetim ve denetimde pek mesafe alınmamıştır.

b) 6769 Sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu"⁹

AB 1151/2012 sayılı Konsey Tüzüğü örnek alınarak 10 Ocak 2017 tarihinde uygulamaya konulan Sınai Mülkiyet Kanunu’nun amacı, "sınai mülkiyet haklarının ve geleneksel ürün adlarının korunması ve bu hakların ticari ve sınai alanda kullanımının teşvik edilmesi suretiyle teknolojik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktır." (Md.1) Türk Patent Enstitüsü’nün adının Türk Patent ve Marka Kurumu (Kısa adı TÜRK PATENT) olarak değiştirildiği yasa 5 kitaptan oluşmaktadır.

Cİ ikinci kitapta yer almakta ve "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı" başlığını taşımaktadır. Kitap kendi içinde 6 kısımdan oluşmaktadır. Bu kısımlar sırasıyla; "1-Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Hakkı", "2-Başvuru ve İtirazlar" , "3-Tescil ve Değişiklik Talepleri", "4-Hakkın Kapsamı, Kullanım ve Denetim", "5-Hakkın Sona Ermesi" ve "6-Hakka Tecavüz" başlıklarını taşımaktadır. 2. ve 5. kısımlarda kendi içlerinde ikişer bölümden oluşmaktadır. Yasa bu haliyle oldukça karışık bir sınıflandırma sistemine sahiptir. Cİ’in kullanımı üreticilere tahsis edilmiş kendine özgü bir kolektif hak olduğu için aslında ayrı bir yasanın çıkarılması çok daha iyi olabilirdi. 6769 sayılı yasa aşağıda belirtilen temel yenilik ve değişiklikleri getirmiştir (Mevzuat, 2016).

- "Geleneksel ürün adları" da koruma kapsamına alınmıştır. Zengin Anadolu kültüründe geleneksel özellik taşıyan ancak Cİ kapsamına girmeyen ve "geleneksel ürün adı" olarak tescilli öngörülen bu ürünlere koruma sağlanması gerek standart üretim metodlarının belirlenerek garanti altına alınması ve gerekse ülkemiz kırsal kalkınmasının gelişmesi ve bu özgün ürünlerin üretim yöntem ve kültürünün gelecek nesillere aktarılması bakımından son derecede önemlidir (Md.33).

- KHK tek üreticiye de tescil alma hakkını tanıdığı halde (Anamur muzı örneği), yasa isabetli hareket ederek bunu kaldırmıştır. Tescil başvurularının 1151/2012 sayılı AB Tüzüğünde öngörüldüğü gibi, ancak "üretici" tanımına uygun olarak ürünün üreticilerinden oluşan "üretici grupları" tarafından yapılabileceği düzenlenmiştir

- Tescil ilanlarının 3 gazetede yapılma uygulaması yüksek maliyeti ve başvurulardaki caydırıcı rolü nedeniyle terkedilmiş ve böylece tescil maliyetleri çok azaltılmıştır. Başvuruların bundan böyle diğer sınai mülkiyet hakları başvurularının yayınlandığı bültende yayınlanması öngörülmüştür (Md.38/5).

- Yasanın getirmiş olduğu bir olumlu yenilik de ilan süresinin kısaltılarak tescil süreçlerinin hızlandırılmasıdır. Nitekim yasa yayınlanmış başvurulara karşı bültendeki yayın tarihinden itibaren 3 ay içinde Türk Patent’e itiraz edilebileceğini öngörmüştür (Md.40/2).

⁹ Sınai Mülkiyet Kanunu Resmî Gazete: 10/1/2017 Sayı: 29944.

- Bir olumlu adım da alınmış tescillerde değişiklik yapma olanağının getirilmesidir. Bu konu büyük ihtimalle 21 yıllık uygulama sonucu karşılaşılan sorunları gidermek amacıyla öngörülmüş olup, tescillerdeki eksiklik ve hataları gidermek, değişik nedenlerle üretim koşulları ve coğrafi sınırlarda oluşan yeni durumları tescillere yansıtmak amacıyla gütmetedir.

- "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı" yasasında "Coğrafi işaret korumasının elde edilmesi ve tescilden doğan hakların kapsamı" ayrıntılarıyla belirtilmekte (Md.44), ancak hak sahibinin sorumlulukları konusunda ne yazık ki herhangi bir hüküm yer almamaktadır. Oysa tescil sahibinin tescilden doğan ve Cİ yönetişimi ile ilgili olan çok önemli sorumlulukları vardır.

- Yasada getirilen önemli bir yenilik de KHK'de öngörülmeyen amblem kullanımının zorunlu hale getirilmesidir (Md.2, Md.46/2). Pazarlanan tescilli ürünler üzerinde yer alan Cİ logoları ya da amblemler tescilli ürünlerin inandırıcılığını vurgulamak, bakımından çok önemlidir. Böylece tüketiciler bir resmi kalite işareti olan bu amblemleri taşıyan ürünlerin belirli bir denetim mekanizmasından geçen, kontrollü ürünler olduklarını bilmektedir. Cİ amblemlerinin kullanılması ile koruma sisteminin bilinirlik düzeyini artırma ve tüketicilerde farkındalık yaratma olanağı sağlanırken aynı zamanda piyasalarımızda yaşanan yoğun Cİ hakkına tecavüz olayları da engellenebilecektir.

- Yeni yasa Cİ'nin ve geleneksel ürün adlarının kullanımının denetimi konusunda da önemli yenilikler getirmektedir (Md.49). Buna göre dış denetimin; yeterliği Türk Patent'çe onaylanan, sicilde kayıtlı denetim kuruluşu tarafından yerine getirilmesini öngörmüştür. (Md 49) Denetim kuruluşunun objektif olması, denetimleri yapmak için yetkin ve yeterli sayıda personel ile gerekli kaynağa ve donanımına sahip bulunması zorunlu kılınmıştır. (Md.49/2). Denetleme süresi de 10 yıldan bir yıla indirilmiştir.

- Yasanın getirmiş olduğu son ve önemli yenilik TÜRK PATENT bünyesi içinde bir "Coğrafi İşaretler Dairesi"nin kurulmasına yöneliktir. Bu yeniden yapılanma Cİ'nin ve geleneksel ürün adı korumasının ulusal düzeyde yönetişimini daha etkin hale getirebilecektir.

c) Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği¹⁰

Yeni yasa çerçevesinde 10 Ocak 2018'de yürürlüğe giren amblem yönetmeliği ile amblemin kimler tarafından kullanılacağı, kullanma ve şekil şartları belirtilmektedir. Yönetmeliğe göre amblemin coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı ile birlikte, ürün veya ambalajı üzerinde kullanılması, amblemin ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda ise işletmede kolayca görülebilecek bir şekilde kullanılması öngörülmektedir (Md.4) (Resmi Gazete, 2017).

Tüketiciler için bir güvence unsuru oluşturan amblemler tescilli ürünlerin üretim şartnamesindeki kurallara göre üretildiğini ve gerekli denetimlerden geçtiğini gösteren ve tüketicilere gerçek bir köken garantisi vererek inandırıcılığı sağlayan resmi kalite işaretleridir. Tescilli ürün üreticileri de amblemler sayesinde ürünlerini daha iyi tanıtmaya olanağına kavuşmaktadır.

Ancak yönetmeliğin yürürlüğe girdiğinden bu yana 18 ay geçmesine rağmen uygulama henüz oturmüş değildir, ayrıca önemli yanlışlar da yapılmaktadır. En önemlisi Türk tüketicilerinin ne

¹⁰ Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı amblem yönetmeliği. Resmi Gazete, 29 Aralık 2017 Sayı: 302.

Cİ ne de amblemler konusunda hiç bilgisi yoktur. Bu nedenle aydınlatıcı kamu spotlarına şiddetle ihtiyaç vardır.

4.2. Coğrafi İşaretlerde Kırılma ve Yeni Dönem

2015 yılının Türkiye'nin 1995'te başlayan Coğrafi İşaretler serüveninde bir milat olduğu ve süreçte bir kırılma oluşturduğu söylenebilir. 9 Nisan 2015 tarihinde Ankara'da düzenlenen Patent ödülleri Kayseri "*Türkiye'nin en çok Cİ başvurusunda bulunan kenti*" ödülüne layık bulunmuştur. İlk defa gerçekleşen bu uygulama yine bir ilki de beraberinde getirmiş, ödül töreninde konuşan Sayın Cumhurbaşkanı ilk defa Cİ'den bahsetmiş, önemini vurgulayarak valiler, belediye başkanları ve oda başkanlarına kendi öz değerlerine sahip çıkma ve onları tescil ettirme konusunda çağrıda bulunmuştur.

Sayın Cumhurbaşkanı, bu tescillerin sadece ulusal düzeyde kalmamasını, uluslararası tescil faaliyetlerine de büyük hız verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Aynı konuşma bundan tam bir yıl sonra 20 Nisan 2016 tarihinde "5. Patent Ödülleri" töreni nedeniyle daha kapsamlı bir biçimde tekrarlanmış, Sayın Cumhurbaşkanı bu defa "*Önümüzdeki dönemde bir yandan halen 189 olan tescilli Cİ sayısının artırılması, diğer yandan da tüm Cİ'nin dünya çapında tanınmasını sağlayacak çalışmaların yürütülmesi gerektiğine*" dikkati çekerek, "Cİ farkındalığına katkı sağlayan bir firmaya da ödül vereceklerini, bunların hepsinin önemli ve sevindirici gelişmeler olduğunu" ifade etmiştir.

Bu bağlamda Cİ alanındaki başarılı çalışmaları nedeniyle Metro Toptancı Market ödüle layık bulunurken "Uluslararası Cİ başvurusu 1.si ödülü" de Antep baklavasından sonra Aydın inciri ile AB'den ikinci tescilimizi alan Aydın'a verilmiştir. Bu olumlu gelişmelerden bir diğeri ve belki de en önemlisi 21 yıl sonra "*Sınai Mülkiyet Hakları Kanun Tasarısı*" hazırlıklarını tamamlanarak TPE tarafından Parlamento'ya sunulması ve 22 Aralık 2016 tarihinde kabul edilerek 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe girmesidir.

Bütün bu umut verici gelişmeleri Metro Toptancı Market ve Milli Eğitim Bakanlığı, Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü arasında, Cİ'nin meslek teknik okulları müfredatına alınması konusunda 4 Mart 2019 tarihinde imzalanan protokol izlemiştir. Artık Türkiye'de Cİ için yeni bir dönem başlamıştır.

4.3. Uygulamalar

26 Haziran 1995 tarih ve 555 sayılı KHK ile yaşama geçirilen Türkiye uygulamaları 1996 yılında yapılan 25 başvurudan 24'ünün tescillenmesi ile sonuçlanmıştır. Tamamen halılarla ilgili olan bu başvuruların çabuk tescillenmesinde uluslararası piyasalarda Hereke halılarımıza karşı Çin'li tüccarların neden olduğu Cİ tecavüzleri önemli rol oynamıştır.

Başvuru ve tesciller 2016 yılına kadar oldukça yavaş yürümüştür. Bunda konunun her kesimce yeterince anlaşılammış olması kadar, tescil maliyetlerinin yüksek olmasının da önemli payı bulunmaktadır.

1996-2016 yılları arasında yılda yapılan ortalama 20 başvuruya karşılık gerçekleştirilen ortalama tescil sayısı 10'dur. Bu sayılar 2017 – 2018 arası ortalamaları için sırasıyla 237 ve 99'dur.

Türkiye 2016 yılından itibaren başvuru ve tescillerde inanılmaz bir patlama yaşamıştır. Öyle ki 2015'te 39 olan başvuru sayısı 2016'da 93, 2017'de 246 ve 2018 yılında 228'dir. Gerçekleştirilen tescil sayıları ise 2015'de 8, 2016'da 13, 2017'de 111 ve 2018 de 87'dir. Başvurulardaki bu inanılmaz artışları yeni yasa ile düşürülen başvuru maliyetlerinin ve özellikle Sayın Cumhurbaşkanınca yapılan çağrılarının tetiklediği söylenebilir.

Tablo 4. Tescilli Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

ÜRÜN GRUPLARI	TESCİL SAYISI	%	İŞARET TÜRÜ	
			Menşe adı	Mahreç
Halı ve kilimler	28	6,7	-	28
Taze ve işlenmiş meyve sebze ve tahıllar	100	24,0	89	11
Gıda ürünleri	213	51,0	36	177
Alkollü ve alkolsüz içecekler	12	2,9	9	3
Canlı hayvanlar	4	0,9	4	-
Dokuma ve el sanatları ürünleri	46	11,0	6	40
Doğal taşlar ve mermerler	9	2,1	6	3
Diğer	6	1,4	1	5
TOPLAM	418	100,0	151	267

Kaynak: Türk Patent, 2019. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/>.

Bu arada 2017 yılında gerçekleştirilen 111 tescil 22 yıllık uygulamanın en yüksek olanıdır ve Cİ uygulaması olan hiçbir ülkede yaşanmamıştır. Söz gelimi 28 ülkeden oluşan AB'de 2017 yılında gerçekleştirilen tescil sayısı sadece 35 olup, ülke başına 2 tescil bile düşmemektedir. Bu oluşumda etkili olan şüphesiz Türk Patent tarafından 2017 yılında 100 tescil verileceğinin sene başında beyan edilmiş olmasıdır. Nitekim kurum bu amacını gerçekleştirmek için büyük çaba harcamış ve hedefini de aşarak 111 tescile ulaşmıştır. Bu tescillerin içinde eski yıllara ait birikmiş başvurularda bulunmakta birlikte büyük kesimi 2017 yılında yapılmış başvurulardan oluşmaktadır. Tescillerin yaklaşık %60'ı 2017 yılı aralık ayında gerçekleştirilmiştir.

Verilen tescillerin tescil sahiplerine göre dağılımında bir yoğunlaşma gözlenmektedir. Nitekim tescillerin %79'u Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Belediyeler ve vilayetlere aittir. 1996-2016 arası tescillerindeki payı %33 olan TOBB, 2018'de payını %41'e çıkarmıştır. Konunun gerçek sahipleri olan üretici ve üretici örgütlerinin ise tescil başvurularındaki payı yok denecek kadar azdır. 2017 yılına ait tek üretici tescili "Ardahan İli Arı Yetiştiricileri Birliği"ne aittir.

Nisan 2019 itibariyle Türkiye'nin kayıt altına alınmış 418 tescili bulunmaktadır. Bunların 151'i menşe adı, 267'si de mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Son yıllarda yaşanan yoğun

tescilleme sürecine rağmen "geleneksel ürün adı koruması" tescillerde henüz yerini alamamıştır. Oysa Anadolu'muz bu ürünler bakımından son derecede zengindir.

Tescillerin ürün gruplarına göre dağılımında gıda ürünleri 213 tescille (%51) ilk sırayı işgal ederken, onları 100 tescille (%24) taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar izlemektedir (tablo 4). Topraklarımız üzerinde yaşayan çeşitli uygarlıklar kültür mirasının bir sentezi olan geleneksel el sanatlarımız ise dokumalarla birlikte 46 tescile sahip olup 3. sırada yer almaktadır.

Ürün gruplarına kısaca bakılırsa;

a) Taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar: Grubun en önemli kalemi olup tescil almış 100 ürünle toplam tescillerin %32'sini oluşturmaktadır. İçlerinde Aydın inciri, Malatya kayısı gibi AB tescilli meyvelerin de yer aldığı bu grup Giresun'un tombul fındığı, Ege Sultani üzümü ve Antep fıstığı gibi önemli ürünleriyle yarattığı istihdam ve ihracat gelirleri bakımından Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir.

b) Peynirler: Sahip olduğumuz önemli geleneksel ve yöresel peynir potansiyeline rağmen tescillenen peynir sayısı sadece 17'dir. Bunlardan 14'ü bizim olup diğer 3'ü yurt dışı kaynaklıdır (Hellim-Kuzey Kıbrıs Cumhuriyeti, Grana-Padano ve Parmesan-İtalya). Başvurusu yapılmış 25 peynir de tescillerini beklemektedir.

c) Zeytin ve zeytinyağları: Bir Akdeniz ülkesi olmasına rağmen Türkiye peynirde olduğu gibi zeytin ve zeytinyağlarında da yeterli miktarda tescile sahip değildir. Tarımsal ürünler içinde yer alan 5 zeytine karşın (Gemlik zeytini, Antalya tavşan yüreği zeytini, Tarsus Sarulak zeytini, Akhisar domat zeytini, Akhisar Uslu zeytini) 7 zeytinyağı tescilimiz bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla Ayvalık zeytinyağı, Edremit zeytinyağı, Güney Ege zeytinyağları, Kuzey Ege zeytinyağları, Milas zeytinyağı, Mut zeytinyağı ve Nizip zeytinyağıdır. Kuzey Ege zeytinyağları ve Nizip Zeytinyağı dışında zeytinyağların hepsi de menşe adı işaretine sahiptir. Halen 6 başvuru da tescillerini beklemektedir.

Tablo 5. Tescilli Tarım ve Gıda Ürünlerinin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

ÜRÜN GRUPLARI	TESCİL SAYISI	%	İŞARET TÜRÜ	
			Menşe adı	Mahreç
Taze ve işlenmiş meyve sebze ve tahıllar	100	32,0	89	11
Peynirler	17	5,4	10	7
Zeytinyağları	7	2,2	5	2
Et bazlı ürünler	8	2,5	5	3
Şekerleme, fırın ve pastacılık ürünleri	79	25,3	5	74
Hayvansal kaynaklı diğer ürünler	8	2,6	8	-
Yöresel yemekler	94	30,0	3	91
TOPLAM	313	100,0	125	188

Kaynak: Türk Patent (2019). <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/>

d) Et bazlı ürünler: Bu grupta alınmış tescil sayısı 8 olup daha çok geleneksel ürünlerimizden pastırma ve sucukla ilgilidir. Bu ürünler Kayseri sucuğu, Kayseri pastırması

Afyon sucuğu, Afyon pastırması, Ankara Erkeç pastırması, Balıkesir kuzu eti, Muğla köftesi ve İtalyanların ünlü Parma jambonudur. Bu ürünlerden Afyon pastırma ve sucuğu ile Muğla köftesine mahreç işareti verilmiştir.

e) Şekerleme, fırın ve pastacılık ürünleri: Sahip olduğu 79 tescille tarım ve gıda ürünleri toplam Cİ sayısının %25,3'ünü oluşturan bu grup çok çeşitli bir ürün yelpazesine sahiptir. Antep baklavasından, Antakya künefesine, Beypazarı kurusundan Batman Şam böreğine Mardin'in imlebes'inden Ankara simidine ve Gümüşhane kömesinden Afyonkarahisar patatesli ekmeğine kadar Anadolu'un değişik yörelerinden eşsiz tatlar burada yer almaktadır. Bu ürünlerden 5'i dışında hepsinin işareti mahreçtir.

f) Hayvansal kaynaklı diğer ürünler: Bu grupta Menşe adı koruması almış 4 bal ve hayvansal kaynaklı 4 diğer ürün yer almaktadır. Türkiye Çin'den sonra dünyanın en büyük bal üreticisi olmasına rağmen, balda alınmış sadece 4 tescili vardır. Bunlar: Pervari balı, Kars balı, Muğla çam balı ve Ardahan çiçek balıdır. İçlerinde Anzer balı, Zahter balı ve Ağrı balının da bulunduğu 14 adet bal da tescillerini beklemektedir. Bu ürün grubunun balın dışındaki ürünleri ise Afyon kaymağı, Şanlıurfa sadeyağı, Tonya tereyağı ve Susurluk ayranıdır.

g) Yöresel yemekler: Sahip olduğu 94 tescille tarımsal ürünlerden sonra ikinci sırada yer alan bu grup, gelişme eğilimi de en yüksek olan gruptur. Ülkemizin derin tarihi kökenlerinden kaynaklanan eşsiz mutfak kültürü ve yörelerimizin otantik üretim biçimleri ile beslenen zengin gastronomimiz bu hızlı gelişmenin temel nedenleridir. Kentlerimiz arasında kızgın bir rekabetin olduğu grupta halen sahip olduğu 17 tescille Şanlıurfa başı çekmektedir. Çorbalardan dolmalara, köfte ve kebablardan yerel ev yemekleri, pilav ve turşulara kadar, bu grupta yer alan çok renkli yelpaze, ülkemizin gastronomi turizmindeki şansının ne kadar büyük olduğunu gösterirken bu yemeklerde kalitenin korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması için de, coğrafi işaret tescilinin o denli önemli olduğunu göstermektedir.

4.4. Yabancı tesciller

Cİ'de yabancı tesciller iki yönlüdür. Türkiye'den tescil alan yabancı Cİ ve AB'den tescil alan Türk Cİ'i. Birinci gruba giren ve ülkemizde şu ana kadar tescil alan Cİ sırasıyla Parma jambonu (18.12.2007), İskoç viskisi (02.06.2008), Parmesan peyniri (20.11.2017), Grana Padona (28.03.2018), Hellim peyniri (10.10.2008) ve Şampanya'dır (30.3.2017).

Tescillerini bekleyen Cİ'de Gorgonzola, Zivaniya ve Cognac'tır. Yabancı Cİ'nin Türkiye'den tescil almalarının nedeni, ülkemizde maruz kaldıkları haksız rekabettir. Bu konuda en yaygın örnekler Grana Padona, Parmesan ve Hellim adıyla satılan yerli üretim peynirler ile Şampanya adı ve etiketi ile satışa sunulan köpüklü beyaz şaraplardır. Tescillenen diğer yabancı Cİ için de durum aynıdır.

Türkiye'nin AB'den alınmış 3 Cİ'si bulunmaktadır. Bunlar Gaziantep baklavası (21.12.2013), Aydın inciri (18.02.2016) ve Malatya kayısıdır (07.07.2017). Ancak AB Komisyonu'nda tescillerini bekleyen 15 Cİ'miz daha olup, bu listeye en son katılan ürünümüz Antakya künefesidir (14.03.2019).

AB tescil süreçleri çok zor, zaman alıcı, yüksek maliyetli, yorucu ve streslidir. Kurumlarımız bu başvurularda yalnız olup arkalarında herhangi bir kamu desteği yoktur. Gaziantep baklavası tescili tam 4,5 yıl sürmüştür. Bu nedenle AB'den tescil almayı başaran kuruluşlar ne kadar

kutlansa azdır. Aslında AB başvurularının Moldavya, Gürcistan ve Fas örneğinde olduğu gibi Devletçe yapılmasında yarar vardır. Bu ülkeler belirli sayıda ürünlerinin karşılıklı tanınması konusunda AB ile giriştikleri ikili müzakereleri başarıyla tamamlamışlardır. Türkiye de belirli sayıda ürün için aynı şeyi yapabilir. Aksi halde Türk Patent AB başvurularında başvuru sahiplerine mutlaka destek olmalıdır. Bu arada Türk kahvesi, Türk lokumu (Turkish delight), Türk rakısı gibi bir millete mal olmuş ürünlerin AB tescillerinin Türk Patent’çe alınmasında yarar vardır.

AB Komisyonunda şu anda tescillerini bekleyen 15 Cİ’imiz sırasıyla: Afyon sucuğu, Afyon pastırması, İnegöl köfte, Aydın kestanesi, Bayramiç beyazı, Kayseri pastırması, Kayseri sucuğu, Kayseri mantısı, Milas zeytinyağı, Antep fıstığı, Edremit körfezi yeşil çizik zeytini, Antep lahmacunu, Giresun tombul fıncığı ve Antakya künefesidir.

4.5. Coğrafi İşaretlerde Ulusal ve Gönüllü Bir Araştırma Ağı: YÜciTA

Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA), "Antalya 3. Uluslararası Coğrafi İşaretler Semineri" bitiminde 15 Ekim 2012 tarihinde kurulmuştur. YÜciTA, bir marka olup Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenmiştir. Kendisine özgü bir statüsü vardır. Onu AB araştırma ağlarından ayıran özellik tamamen gönüllülük esasına göre kurulmuş, hiçbir yere bağlı olmayan, Türkiye’nin farklı bölgelerinden ve farklı profillere sahip gönüllü üyelerden oluşan dinamik bir araştırma ağı olması ve üyelerinin aidaatlarıyla ayakta durmasıdır. Gönüllülük, karşılıklı saygı ve güven, fikri ve sınai mülkiyet haklarına saygı ve YÜciTA ruhunu yaşatmak, araştırma ağının temel etik değerleri olup YÜciTA halen Türkiye’nin Cİ alandaki en önemli sivil aktördür.

YÜciTA’nın misyonu "Türkiye’de Cİ’in önemi konusunda farkındalık yaratarak ideal bir Cİ sisteminin kurulabilmesi, yöresel ürünlere değer kazandırılarak sürdürülebilir kırsal kalkınmanın desteklenmesi, kültürel ve biyolojik çeşitliliğin korunması konularında çalışmaktır (YÜciTA, 2019).

YÜciTA, her yıl iki çalıştay düzenlemekte, bu çalıştaylar kapsamında uluslararası konferanslar, seminer ya da sempozyumlar yer almaktadır. Programı YÜciTA tarafından hazırlanan bu etkinliklerin finansmanı yerel kuruluşlarca karşılanmaktadır. 7 yıllık süreçte, 13 farklı ilde, 13 uluslararası çalıştay, 11 ayrı etkinlik ve sadece 2018 yılında 10 ayrı çalışma gerçekleştiren araştırma ağının son çalıştayları şunlardır:

-Muğla çalıştayı, 15 nisan 2016, uluslararası sempozyum "**Yükselen bir Küresel Değer: Coğrafi İşaretler**", Açılış konferansı, sempozyum onur konuğu Fatima Amehri, OriGİN yönetim kurulu başkanı, Muğla Ticaret ve Sanayi Odası ile.

-Antalya çalıştayı 27-28 Ekim 2016, 4.uluslararası Antalya coğrafi işaretler semineri "**Türkiye ve Diğer Akdeniz Ülkelerinde Coğrafi İşaretler: Gelişme Eğilimleri, Sorunlar ve Beklentiler**", TOBB ile.

-Mardin çalıştayı, 06-07 Ekim 2017, uluslararası sempozyum "**Türkiye’nin Coğrafi İşaretler Beşiği: Yukarı Mezopotamya**", Açılış Konferansı, Prof. Dr. Jean-Louis Rastoin (UNESCO Dünya Gıda Kürsüsü Kurucusu ve Bilimsel Danışmanı, Sup-Agro Montpellier) DİKA, Dicle Kalkınma Ajansı ile.

-Afyonkarahisar çalışmayı 4-5 Ekim 2018, uluslararası seminer "**Coğrafi İşaretler Afyonkarahisar Buluşması**" Açılış konferansı, seminer onur konuğu Claude Vermot-Desroches, OriGİN Yönetim kurulu başkanı, Afyon Ticaret ve Sanayi Odası ile.

Araştırma ağının çok sayıda yayını olup ayrıca üyelerinin editörlüğünü yaptığı üçü Fransızca, biri İngilizce biri de Türkçe 5 uluslararası yayını bulunmaktadır. Bu yayınların ikisi Fransa'da, üçü Türkiye'de basılmıştır. Üç aylık dijital bültenlerinden 6.sını Nisan ayında yayınlayan YÜciTA, Şubat 2019'da dernekleşmiş, YÜciDER, "Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Araştırma Derneği" kurulmuştur.

5. Sonuç, Sorunlar ve Öneriler

Günümüzde küresel bir gerçek olan Cİ hızlı gelişme eğilimlerini sürdürmekte, ülkemizde de paralel gelişmeler yaşanmaktadır. Bu çalışmada kamuoyu ve akademinin çok az aşına olduğu Cİ, olabildiğince tanıtılmaya çalışılmış, AB ve Türkiye uygulamaları derinlemesine irdelenmiştir.

Buradan çıkarılan sonuç eşsiz bir Cİ potansiyeli olan Türkiye için Cİ'in son derecede önemli olduğudur. Nitekim tüketici ve üreticilerimizin haksız rekabete karşı korunması için, ürünlerimize değer kattıkları ve istihdam yarattıkları için, kırsal göçü engelleyerek çiftçilerimizi yerinde tuttukları için, doğal kaynaklarımızın, geleneksel üretim yöntemlerimizin ve kültürel öz varlığımızın korunması için, kırsal kalkınmamız ve Türk turizmi için, bugünlerde yeniden tasarlanmakta olan tarımsal politikamız için, uluslararası rekabet için, her geçen gün daha da açılan ve tarım ürünleri dış ticaretinin daha da liberalleşmesi eğilimini taşıyan bir dünya ekonomisinde yer alabilmemiz için, küreselleşmenin dayatmış olduğu tek yönlü, sağlıksız ve küçük üreticileri yok eden agro-endüstriyel beslenme kalıbına karşı çıkabilmemiz için ve nihayet Türk halkının gıda güvenliği için Cİ son derecede önemlidir.

Dünyada belki de hiçbir ülkenin sahip olmadığı bu Cİ potansiyeli, Türkiye için büyük bir şans, büyük bir fırsat olup çok iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu da ancak etkin bir Cİ sisteminin kurulması ile mümkündür. Ancak Türkiye'de Cİ'ye gereken önemin verildiği ne yazık ki söylenemez. Bunun temel nedeni de konunun ilgililerce uzun süre yeterince anlaşılabilmiş olması ve uygulamanın ifratla tefrik arasında bocalamasıdır. Son yıllardaki hızlı tesciller de kamuoyunda Cİ'in popülizme kurban edildiği endişesini yaratmıştır. Uygulamada da önemli sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunlar tescil öncesi ve tescil sonrası olarak iki aşamada ortaya çıkmaktadır.

Tescil öncesi sorunlar başvurularla ilgilidir. Bunlardan ilki, gerek ulusal ve gerekse AB başvurularında başvuru sahibi ya da genellikle aracı kurum tarafından hazırlanan dosyaların tescil kurumlarınca yetersiz bulunması ve çoğunlukla iade edilmesidir. Bu da çok zaman ve para kaybına neden olmaktadır. Bu nedenle başvuru dosyalarının hazırlanmasında ulusal başvurularda Cİ'nin niteliğine göre ilgili bakanlık, AB başvuruların da ise Türk Patent, başvuru sahiplerine mutlaka yardımcı olmalıdır. Cİ uygulamasına bizimle aynı zamanda başlayan Brezilya'da, Tarım Bakanlığı başvuru sahiplerine yardımcı olmaktadır. Bu uygulama kaliteli dosyaların hazırlanmasını sağlayarak hem zaman, hem de para kaybını önleyecek, ayrıca Cİ başvurularını bir rant alanı olmaktan çıkaracaktır.

Başvurularla ilgili ikinci sorun başvuru sahipleri ile ilgilidir. Yasa başvurularında üretici örgütlerine öncelik tanınmasına rağmen üreticilerden gelen başvuru talebi son derecede sınırlıdır. Nitekim tescillerde doğrudan ya da dolaylı üretici payı %5'i geçmemekte ve üreticilerimiz işin başında ve merkezinde olmaları gereken bir uygulamadan dışlanmış olmaktadır. Tescillerin %79'u TOBB, Belediyeler, Vilayet, Kaymakamlık ve il özel idarelerine aittir. Üretici olmayan bu kurumları özellikle Cİ'e çok önem veren TOBB'u öz varlıklarımıza sahip çıkma konusundaki duyarlılığı için takdir etmek gerekir, ancak unutulmamalıdır ki cehenneme giden yol iyi niyet taşlarıyla döşelidir. Nitekim büyük emek ve masraflardan sonra alınan tescil belgelerinin duvarlara asılmakla kaldığı hepimizin malumudur.

Bu sorunun çözümü üreticilerimizin ivedilikle sürece entegre edilmesinden geçmektedir. Bununla ilgili bir formül, bir yasal düzenleme, bir model mutlaka bulunmalıdır. Böyle bir uygulama tarımımızda yoğun bir biçimde yaşanan üretici örgütsüzlüğü sorununu da hafifletecektir.

Tescil sonrası sorunlar ise Cİ yönetişimi ve denetimi odaklıdır. Çalışmada da belirtildiği gibi Cİ sistemi; ayakları tescil, yönetim ve denetimden oluşan bir sacayağına benzemektedir. Sistemin başarısı bu üçayağın uyumlu ve başarılı çalışmasına bağlıdır. Tescil sadece bir başlangıç olup ürüne bir katma değer (premium price) sağlamaktadır. Ancak kalitenin ve katma değerın sürdürülebilmesi etkin bir yönetim ve denetimin varlığına bağlıdır.

Cİ yönetişimi, Türkiye uygulamasının en zayıf tarafını oluşturmaktadır. Tescil sahibi kurumlarımız tescilden sonra ne yapacaklarını bilmemektedir. Çünkü yasada tescil sahibinin tescilden doğan hakları belirtildiği halde sorumluluklarına ilişkin herhangi bir düzenleme getirilmemiştir. Oysa tescil sahibinin misyonu üretim zincirinin rasyonel çalışması ve ürünün korunması, geliştirilmesi ve savunmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktır.

Bu sorumluluklar Cİ yönetişimi ile ilgili olup sistemin olmazsa olmazıdır. Nitekim yönetim boşluğu nedeniyle çok olumsuz gelişmelerin yaşandığı, sistemin bloke olduğu gözlenmektedir. Örneğin Malatya kayısısının fiyatı hem yurtiçi tescilden hem de AB tescilinden sonra %35 düşmüştür. Böyle bir durum bugüne kadar hiçbir ülkede yaşanmamış olup, Cİ mantığı ile de terstir. Nitekim Çin'de Pinggu de Tao şeftalisinin fiyatı AB tescilinden sonra 1,5 Yuan'dan 4 Yuan'a çıkmıştır.

Amblem kullanımı da yönetim boşluğu nedeniyle hem çok yavaş yürümekte hem de çok yanlışlar yapılmaktadır. Aynı sorun nedeniyle iç denetimlerde yetersiz kalınmakta, tescilli ürünün tanıtımı, araştırma, üreticilere teknik hizmet götürme gibi faaliyetler yapılamamaktadır. Cİ yönetişimi ile ilgili bu sorunun aşılması ve sisteme işlerlik kazandırılması için tescil sahiplerinin sorumluluklarını belirten bir yasal düzenlemenin ivedilikle yapılması gerekmektedir. Bu düzenleme ile önüne gelenin tescil alması da engellenecektir.

Tescil sonrası ikinci sorun denetimdir. Denetimsiz bir Cİ sistemi düşünülemez. Çünkü sisteme meşruiyetini veren denetimdir. Fransızların 14. yüzyıldan beri korunan ünlü Roquefort peyniri yılda ortalama 400 denetimden geçmektedir.

Yeni yasa ile denetim süresi her ne kadar on yıldan bir yıla indirilmişse de, bu alanda da önemli sorunlar yaşanmaktadır. Tescil belgelerinde iç denetimlerin kimler tarafından ve nasıl yapılacağı belirtilmiş olmakla beraber tescil sahibi kurumlarımızın "İç denetim" konusunda çok

önemli zaafı bulmaktadır. "Dış denetim"ler konusundaki kamu ayaklı uygulamalar ise tatmin edici olmaktan çok uzaktır. Bu nedenle üretim, depolama ve satış aşamalarında yapılması gereken dış denetimleri gerçekleştirecek AB standartlarına göre akredite olmuş bağımsız, tarafsız ve donanımlı özel denetim kuruluşları ivedilikle yaşama geçirilmelidir.

Türkiye sahip olduğu olağanüstü zengin Cİ potansiyeli ile kendisine çok önemli ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımlar sağlayabilecek ender ülkelerden birisidir. Bu potansiyelin değerlendirilmesi ise ancak kurulacak ideal bir Cİ sistemi ile mümkündür. Yaşanılan tüm sorunlar mevcut sistemle aşılammakta, etkin bir kurumsal yapılanma ve yönetişimin gerçekleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle mutlaka bir "**Türkiye Coğrafi İşaretler Enstitüsü**" kurulmalı, organik tarım da Enstitü çalışma alanına alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Convention internationale (2005). Convention internationale sur l'emploi des appellations d'origine et dénominations de fromages, <https://docplayer.fr/14025039-Convention-internationale-sur-l-emploi-des-appellations-d-origine-et-denominations-de-fromages.html>, (Erişim Tarihi: 02.04.2019).
- European Commission (2012). Value Of Production Of Agricultural Products And Foodstuffs, Wines, Aromatised Wines And Spirits Protected By a Geographical Indication (GI), https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/external-studies/2012/value-gi/final-report_en.pdf, (Erişim Tarihi: 18.04.2019).
- European Commission (2013a). Agriculture and rural development - European Commission. (2013). *New framework for Quality schemes in agriculture enters into force - Agriculture and rural development - European Commission*. https://ec.europa.eu/agriculture/newsroom/100_en, (Erişim Tarihi: 12.04.2019).
- European Commission (2013b). E-Bacchus-European Commission, <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event>, (Erişim Tarihi: 18.04.2019).
- European Commission (2019). DOOR, <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html> (Erişim Tarihi: 18.04.2019).
- Fikri Mülkiyet (1967). Paris Antlaşması, <https://fikrimulkiyet.com/mevzuat/paris-anlasmasi/> (Erişim Tarihi: 15.03.2019).
- Ilbert, H. (2005). Produits du terroir Meditteraneen Conditions d'Emergence, d'Efficacite et Modes de Gouvernance (PTM: CEE et MG), Rapport Final pour Programme Femise, Institut Agronomique Meditteraneen, Montpellier, France.
- INAO (2019). Institut national de l'origine et de la qualité | INAO, <http://www.inao.gouv.fr/> (Erişim Tarihi: 10.05.2019).
- Mevzuat (1995). 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.555.pdf> (Erişim Tarihi: 13.04.2019).
- Mevzuat (2016). Sınai Mülkiyet Kanunu, 6769 sayılı (22.12.2016), <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf>, (Erişim Tarihi: 10.04.2019).
- OMPI (2007). Indications géographiques: De Darjeeling à Doha, https://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2007/04/article_0003.html (Erişim Tarihi : 28.02.2019).
- OMPI (2015). Adoption de l'Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne lors d'une conférence diplomatique. Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). https://www.wipo.int/pressroom/fr/articles/2015/article_0009.html, (Erişim Tarihi: 22.02.2019).
- Parmigiano (2019). Pagina non trovata, <https://www.parmigiano-reggiano.it/consorzio/> (Erişim Tarihi: 10.05.2019).

- Resmi Gazete (2017). Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği, 29 Aralık 2017 tarih ve 30285 sayı, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171229-8.htm>, (Erişim Tarihi: 13.03.2019).
- RLF (2016). La protection des AOP et IGP prend de l'ampleur, La Revue Laitiere Française (RLF), Internet AOP IGP Fraudes usurpation, <https://www.rlf.fr/actualites/la-protection-des-aop-et-igp-prend-de-l-ampleur:WOSRPSKO.html>, (Erişim Tarihi: 05.03.2019).
- Semiz, Ö. (2011). Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi (TRIPS): Öncesi ve Sonrası (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights-TRIPS: Before and After). Legal Fikri Ve Sinai Haklar Dergisi.
- Tekelioğlu Yavuz (2010) Yöresel Ürünler, Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları Gastro Dergisi, Sayı 59, s. 118-121
- Tekelioğlu, Yavuz (2011). Coğrafi İşaretlemede Öncü Bir Ülke: Fransa, Gastro Dergisi, Sayı 61, Apa Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş. İstanbul, s.232-236
- Tekelioğlu Yavuz, Tozanlı Selma, Çağatay Selim (2013), Türkiye ve Diğer Akdeniz Ülkelerinde Coğrafi İşaretler ve Yerel Gıda Değer Zincirlerinin Yönetişimi, Elma Basım Yayın ve İletişim Hizmetleri, San. Tic. Ltd.Şti. istanbul S437, s.79-81
- Tekelioğlu, Yavuz (2016a). Roquefort: Bir Peynir, Bir Köy I, Gastro Dergisi, Sayı 79, Apa Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş. İstanbul s. 38-43
- Tekelioğlu, Yavuz (2016b). Roquefort: Bir Peynir, Bir Köy II, Gastro Dergisi, Sayı 80 (olabilir mi?), Apa Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş. İstanbul s. 44-48
- Tekelioğlu, Yavuz (2016c). Bresse Kümes Hayvanı Türünde Dünyanın Tek Coğrafi İşareti, Gastro Dergisi, Sayı 81, Apa Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş. İstanbul s. 118-121.
- Türk Patent (2019). Türk Patent ve Marka Kurumu, <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/>, (Erişim Tarihi: 15.04.2019).
- VIE (2018). La Politique Agricole Commune (PAC), <https://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/action/politiques-communautaires/qu-est-ce-que-politique-agricole-commune-pac.html>, (Erişim Tarihi: 05.05.2019).
- WIPO (2019). Madrid, The International Trademark System, <https://www.wipo.int/madrid/en/> (Erişim Tarihi: 10.03.2019).
- YÜciTA (2019), Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı, <http://yucita.org/>, (Erişim Tarihi: 10.05.2019).