

TÜRKİYE’DE COĞRAFI İŞARET KAVRAMI VE TRB1 BÖLGESİ İNCELEMESİ

Fatma Gökçe EKİCİ¹

Geliş Tarihi: 14/05/2021

Kabul Tarihi: 11/06/2021

ÖZET

Coğrafi işaretler, bir ürünün, belirli bir ülke, yöre veya bölge ile ilişkisini ifade eden semboller olarak tanımlanmaktadır. Bu semboller, ilgili bölgeye özgü doğal ya da insan faktörlerinden oluşan özelliklerin ürüne kazandırdığı nitelik ve kalite itibarıyla bölge ürünlerinin benzer ürünlerden farklılaşması, ürünün ticari olarak ön plana çıkması, tüketicilerin taklit ürünlere karşı korunması, bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması ve ülkelerin sahip oldukları kültürel değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada, 1996-2020 yılları arasında Türkiye’de coğrafi işaret kullanım konusunda oluşan farkındalık düzeyi, yıllar itibarıyla coğrafi işaret tescili alınan ürünler, tescili alınmış ürünlerin bölgesel dağılımları ve son olarak TRB1 bölgesindeki mevcut durum ortaya konmak istenmiştir. Bu doğrultuda, ana meteryal olarak Türk Patent ve Marka Kurumunun 1996-2020 yıllar arasındaki verilerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda 2015 yılında Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı’ndan sonra coğrafi işaretlere ilginin ve bilincin arttığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular kapsamında coğrafi işaret bilincinin günümüzdeki mevcut durumu ve bölge ekonomisine katkısı ortaya konarak konu üzerine politika önerileri sunulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret Tescili, Mahreç İşaret, Menşe Adı, Türk Patent ve Marka Kurumu,TRB1 Bölgesi

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, ekicifatmagokce@gmail.com ORCID: 0000-0001-5175-9250

Geographical Sign Concept And TRB1 Region Investigation In Turkey

ABSTRACT

Geographical indications are defined as symbols expressing the relationship of a product with a certain country or region. These symbols differentiate the local products of the region from similar goods in terms of the attribute and quality that the features of the region-specific natural or human factors bring to the product, the product to recover the forefront commercially, the protection of consumers against imitation products, their contribution to regional development and the preservation of the cultural values of the countries in the future traditionally of considerable importance in terms of transferring it to the next generation. In this study, the level of awareness on the use of geographical indications in Turkey between 1996 - 2020, the products that have been registered as geographical indications by years, the regional distribution of the registered products, and finally the TRB1 region has been put forward. In this direction, as the essential material, Turkish Patent and Data of The Trademark Institution between 1996 and 2020 were used. According to the findings, it was concluded that interest and awareness in geographical indications increased after the National Geographical Indications Strategy Document and Action Plan, which was published in the Official Gazette in 2015. Within the scope of the findings obtained in the study, it is aimed to present policy suggestions on the subject by revealing the current situation of geographical indication awareness and its contribution to the regional economy.

Keywords: Geographical Indications, Protected Geographical Indications, Protected Designation of Origin, Turkish Patent and Trademark Office, TRB1 Region

GİRİŞ

Türkiye'nin coğrafi konumu gereği farklı iklim özelliklerine sahip olması ve yine geçmişte birçok medeniyete ev sahipliği yapması nedeniyle oldukça zengin geleneksel ürün portföyüne sahip ülkelerden biri olarak kabul edilmektedir. Son yıllarda mevcut ürünlerin benzerlerinden ayırt edilebilmesi ve ürünün tanınırlığının, güvenilirliğinin artırılması için coğrafi işaretler kullanılmaktadır. Coğrafi İşaretler, yöresel ürünleri ortaya çıkarmakta, yöreye özgü ürünleri markalaştırmakta, tescillenen ürünün katma değerini artırarak üreticinin gelirin, kırsal turizme ve kırsal nüfusun farklı iş olanaklarına sahip olmasına katkıda bulunmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 58).

Ürünlerin üzerinde ait oldukları yörenin adının kullanılması, tüketiciler açısından o ürünün benzerlerinden farklı özelliklere sahip olduğu algısını oluşturabilmektedir. Bu bağlamda tüketiciler ilgili yöre adıyla satılan ürünleri, o yörenin adına duydukları güvenle, aynı türdeki diğer ürünlere karşı tercih etmesine neden olmaktadır (Esen, 2016:448). Özellikle uluslararası ticarete söz konusu olan geleneksel ürünler için coğrafi işaretlerin önemi çok daha fazla olmaktadır. Bu noktada dış ticarete söz konusu olan geleneksel ürünlerin Türkiye'de tescillenerek koruma altına alınması, hem tüketicilerin ve üreticilerin ürün kalitesi konusunda bilinçlendirmekte hem de ürünün uluslararası arenada rekabet edebilmesi için avantaj sağlamaktadır (Savaş, 2017: 204).

Bu noktadan yola çıkan çalışmada Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlere ilişkin mevcut durum ve TRB1 Bölgesi'nin mevcut potansiyeli ortaya konmuştur. Aynı zamanda çalışmada coğrafi işaret ve geleneksel ürün adlarının tanımlarına, hangi ürünlerin coğrafi ürün niteliği taşıyabileceğine ve coğrafi ürün tescil etmek için kimlerin başvuruda bulunabileceğine, coğrafi işaretlerin korunmasına yönelik mevzuata ve gerekli prosedürlerde yer verilmiştir. Çalışma teorik perspektife sahip olmasının yanı sıra TRB1 bölgesi üzerinde odaklanması çalışmanın özgün yönünü oluşturmaktadır. Coğrafi tescil konusunda bölge potansiyelinin değerlendirilmesi açısından uygulanması gereken politikalara yön vermesi hedeflenmektedir.

1. KAVRAMSAL BİR YAKLAŞIM: COĞRAFI İŞARET TESCİL

Genel bir ifade ile coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işaret olarak ifade edilmektedir. Coğrafi işaretler, mahreç işareti ve menşe adı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bir ürünün sahip olduğu ayırt edici niteliği, özelliği veya ünü ile belirli bir coğrafi bölge ile özleşmesi ve ürünün; üretimi, işlenmesi veya üretim aşamasında yer alan diğer işlemlerinden en az birinin ilgili coğrafi bölge sınırları içerisinde yapılan ürünleri tanımlamak için ‘mahreç işareti’, özelliklerinin tamamını veya ayırt edici özelliklerini sınırları belirli bir coğrafi bölgeden alan ve üretim aşamalarının tamamının bu coğrafi bölge sınırları içerisinde gerçekleşen ürünleri tanımlamak için ise ‘menşe adı’ kullanılmaktadır. Mahreç işareti ve menşe adı arasındaki en temel farkı ürünün üretim yeri oluşturmaktadır. Menşe adı alan coğrafi işaretli ürünler yalnızca tescillerinin ait olduğu coğrafi bölge sınırları içerisinde üretilebilirken, mahreç işaretine sahip olan coğrafi işaretli ürünler gerekli hammadde ve üretim koşulları sağlandığı takdirde farklı bir bölgede de üretilebilmektedir (Türk Patent, 2020a:1).

Sınırları belirli bir coğrafi bölge ile belirlenmeyen, mahreç işareti ve menşe adı kapsamında yer almayan, geleneksel olarak en az otuz yıl süre ile kullanıldığı tespit edilen ürünler; ‘geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması’ veya ‘geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması’ şartlarından en az birini sağlaması halinde, ‘geleneksel ürün’ olarak tanımlanmaktadır (SMK, 2016:). Coğrafi işaret kapsamında tescil almış ürünler için menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adına göre Şekil 1’de yer alan farklı amblemler kullanılmaktadır.

Şekil 1: Tescilli Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblemleri



Kaynak:(Türk Patent, 2020b)

6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanununda belirtilen şartlara uygun olan; doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri coğrafi işaret ve geleneksel ürün kategorisine girmektedir. Bu kapsamda tescil edilemeyecek bazı adlar ve işaretler de bulunmaktadır. Bunlar arasında;

- Coğrafi işaret tanımına uymayan adlar
- Ürünün öz adı olmuş adlar
- Kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı adlar
- Ürünün genel özelliğini ifade eden adlar
- Ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki tür ve çeşitleri, hayvan ırkları veya benzeri adlar
- Yabancı ülke kaynaklı başvurularda kanunda belirtilen şartları taşıyan kişiler tarafından başvurusu yapılmış olmasına rağmen kendi ülkesinde korunmayan, koruması sona eren veya kullanılmayan adlar
- Ürünün niteliği konusunda halkı yanıltabilecek adlar yer almakta olup coğrafi işaret olarak tescil edilememektedir(Türk Patent,2020a :4).

Coğrafi işaret niteliği sağlayan bir ürünün üretimi ve pazarlanması herkes tarafından yapılsa dahi coğrafi ürünün bulunduğu bölgede ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler, üretici grupları ve ürünün tek üreticisi olduğunu ispat edilmesi halinde ilgili üretici haricinde hiçbir gerçek

veya tüzel kişiler tescil başvurusu hakkına sahip değildir (Türk Patent,2020a: 2).

Coğrafi işaret koruması hakkında en temel kaynak 15 Nisan 1994'te imzalanan ve sınai mülkiyet haklarını düzenleyen "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'dır (Trade-Related Intellectual Property Rights-TRIPs). Dünya Ticaret Örgütü kurucu anlaşmasına ek olarak kabul edilen bu anlaşma, DTÖ üyelerinin hepsine coğrafi işaret korumasını zorunlu kılmıştır. Ülkemizde 1994 yılında imzalanan bu anlaşmadan sonra 1995 yılında 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname"yi (KHK), uygulamaya geçmiştir(Tekelioğlu,2019:49). Türkiye'de coğrafi işaret konusundaki bir diğer önemli adım ise 2015 yılında Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018)'dir (Çukur ve Çukur,2017: 189).555 sayılı KHK, 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu" na bırakmıştır. Bu kanun çerçevesinde 10 Ocak 2018 tarihinde yayımlanan "Amblem Yönetmeliği" ile coğrafi işaret korunmasında yeni bir aşamaya ulaşılmıştır (Tekelioğlu,2019: 49). İlgili tarihten önce piyasaya sürülen ürünlerde dahil olmak üzere coğrafi işaretli tüm ürünlerde amblemlerin kullanımı zorunlu hale getirilmiştir ve yetkili merciler tarafından kontrol edilecektir (Türk Patent, 2020c: 1).

Türkiye'de tescil edilen coğrafi işaretler yalnızca ülke sınırları içinde geçerlidir. Ürünlerin yurt dışında da korunması için her ülkede, o ülkenin kendi mevzuatına göre başvuru yapılması gerekmektedir. 510/2006 sayılı Tüzük ile Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret Koruması mevcuttur. Tüzük gereği coğrafi işaret koruması elde etmek isteyen kişiler, öncelikle kendi ülkelerindeki ulusal kurum ve kuruluşlara başvuruda bulunmalıdır. Başvurular incelenerek, ulusal bazda bir yayın-itiraz aşamasına tabi tutulurlar ve değerlendirmelerin ardından uygun kriterlere sahip olan AB Komisyonuna iletilir (Tayş, 2012: 15).

Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından şehirlerimiz ile özdeşleşmiş ürünlerimizin dünyaya tanıtılarak ekonomiye kazandırılması amacıyla 31.12.2020 tarihi itibariyle toplam 23 ürüne AB'de tescillenmesi için başvuruda bulunulmuştur. 2009 yılında Antep Baklavası uluslararası tescil için başvuru yapılan ilk ürün olmuştur ve 2013 yılında tescil belgesi almaya hak kazanmıştır. Ardından Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Aydın Kestanesi

ve Milas Zeytinyağı uluslararası tescil belgesi almıştır. Bayramiç Beyazı ve Taşköprü Sarımsağı için yapılmış olunan başvurular olumlu değerlendirilmiş, ürünler Avrupa Birliği Resmi Gazetesi'nde yayımlanmıştır. Ürünlerin tescil belgesi alabilmesi için 3 aylık itiraz süresinin dolması beklenmektedir. Şuan da başvurusu devam eden 16 ürünümüz bulunmaktadır (European Commission,2020).

2. COĞRAFI İŞARETLER İLE İLGİLİ LİTERATÜR

Teuber (2011), Almanya bağlamında tüketicilerin ve üreticilerin coğrafi işaretlere bakış açısını incelemek için bir çalışma yapmıştır. Yapmış olduğu çalışmada ana konu coğrafi işaretler ve konu özelinde Heesian Elma Şarabı hakkında bilgi ve beklentileri öğrenmek adına 741 tüketici ile anket çalışması gerçekleştirmiş, üretici fikirlerini öğrenmek içinde Hessian Elma Şarabının önemli üreticilerinden biriyle detaylı bir görüşme gerçekleştirerek verileri elde etmiştir. Çalışma sonucunda tüketicilerin coğrafi işaret konusunda farkındalığının ve bilgisinin sınırlı olduğu sonucuna varılırken, üreticilerin ise coğrafi işaret gibi korumalarla ürünün kalitesinin ve itibarının rakip üreticiler tarafından kötüye kullanılmasına karşı güvence altına alma konusunda önemli olduğu vurgulanırken, tescilli ürünlerin tanıtımı için çalışmaların artırılması gerektiğinin üzerinde durulmuştur.

Altiner (2017), şehirlerin rekabetini, bölgesel farklılıkları, coğrafi işaretlerin bölgesel ekonomiye ve kalkınmaya etkisi ile turizme olan katkısının bölgesel çalışmalara ne ölçüde katkı sağladığını ortaya koymak için yapmış olduğu çalışmada ülkemizdeki 26 istatistiki alt bölgeyi 7 farklı ölçüt belirleyerek puanlama yapmış ve bölgeleri incelemiştir. Puanlar doğrultusunda en yüksek puanlı bölgeler TR31 İzmir Alt Bölgesi, TR22 Balıkesir Alt Bölgesi, TR63 Hatay Alt Bölgesi ortalama puanlı ve TR82 Kastamonu Alt Bölgesi en düşük puanlı bölgeler olarak tespit edilerek çalışma kapsamına seçilmiştir. Çalışma doğrultusunda, belirlenen bölgelerin, planları birbiriyle karşılaştırılmış ve farklılıklar olduğu görülmüştür. Coğrafi işaretli ürünler, belirlenen bölgelerde kırsal ve tarımsal kalkınmada, bölgesel rekabette ve turizmi geliştirmede bölgesel kalkınma için yardımcı bir araç olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Beypınar (2018), Coğrafi işaretli ve ülkemiz için önemli bir ihraç ürünü olan Antep fıstığının rekabet gücünü, coğrafi işaret almadan önce ve

sonraki değişimleri karşılaştırmalı üstünlük yaklaşımı ile incelemiştir. Yapılan çalışmada Türkiye'nin İran, ABD ve Çin karşısındaki rekabet gücü ölçülmüş, elde edilen sonuçlar doğrultusunda ülkemizin Antep Fıstığında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Bu üstünlük Çin karşısında yıllara göre farklılık göstermezken, İran ve ABD karşısında bazı yıllarda farklılık gösterdiği görülmüştür.

Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın'ın 2019 yılında yapmış oldukları çalışmada, coğrafi işaretli yiyeceklerin gastronomi turizm alanında turistlerin dikkatini çekebileceği ve bölgeyi tercih etme sebebi olabileceği üzerinde durulmuştur. Araştırma çerçevesinde Akdeniz Bölgesi'nde yer alan Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Antalya, Burdur ve Isparta şehirlerinde belirlenen işletmelerin menülerinde buldukları bölgedeki tescilli yiyecek içecek ürünlerine yeteri kadar yer verilmediği tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda bölgesel kalkınma ve gastronomi turizmini daha dinamik hale getirebilmek için önerilerde bulunulmuştur.

Suna ve Uçuk (2018), mutfak alanında eğitim alan 214 öğrenci ile yüz yüze anket çalışması yaparak Gaziantep şehrinin coğrafi işaretli ürünlere sahip olmasının destinasyon pazarlaması üzerine etkisini araştırmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, şehrin tescilli coğrafi işaretlere sahip olmasının gastronomik kimliği oluşmasında ve destinasyon pazarlamasında olumlu olarak etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Özsoy (2015), coğrafi işarete sahip yerel gıda ürünlerinin yerel ve uluslararası pazarlara tutunmasına etkisini incelemek için ülkemizde coğrafi işarete sahip peynirler ile Avrupa Birliği'nde coğrafi işarete sahip peynirleri inceleyerek karşılaştırma yapmıştır. Avrupa Birliği'nde 2014 yılının Ekim ayı itibarıyla 218 peynir çeşidi coğrafi işarete sahipken, 36 peynir çeşidi için ise coğrafi işaret başvurusu yapıldığı görülmüştür. Fransa'nın 51 tescilli ve 9 başvuru aşamasında peynir çeşidi bulurken, İtalya'nın tescilli peynir sayısının 47 başvuru aşamasındaki peynir sayısının 7 olduğu ve bu bakımdan iki ülkenin diğer AB ülkelerinden önde olduğu tespit edilmiştir. Avrupa Birliği'nde 2010 yılında tescilli 176 peynir çeşidi bulunurken pazar büyüklüğünün 6.3 milyar Euro olduğu bu pazarın 4.66 milyar Euro'luk bölümünün üretim yapılan ülkede, 1.16 milyar Euro'luk kısmının birlik içerisinde yer alan diğer ülkelere ve kalan 481 milyon Euro'luk kısmının ise birlik dışında yer alan ülkelere satıldığı belirtilmiştir. 2014 yılının Ekim ayı

itibariyle ülkemizde ise 7 coğrafi işaret tescilli ve 11 başvuru aşamasında bulunan peynir çeşidi olduğu tespit edilmiştir. Ülkemizde 2010 yılı verilerine göre 10.915 ton peynir ihraç edilerek yaklaşık 102 milyon dolar gelir elde edilmiştir (ASÜD, 2010, s.52-53). Diğer ülkeler ile ülkemizin coğrafi işaret tescilli peynir sayısı kıyaslandığında ekonomik açıdan önemli katkısı olabileceği düşünülen coğrafi işaret tescil konusunda gereken önemin verilmediği sonucuna varılabilmektedir.

Köşker (2020), ülkemizde coğrafi işareti konu alan lisansüstü tezleri inceleyerek bibliyometrik bir analiz yapmıştır. YÖKTEZ veri tabanını kullanarak elde ettiği veriler sonucunda ülkemizde 2001-2019 yılları arasında 34'ü yüksek lisans ve 9'u doktora tezi olmak üzere coğrafi işaret konulu toplam 43 tez araştırma dahilinde incelenmiştir. İncelemeler sonucunda coğrafi işaret konusundaki çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği ve en fazla yayının 2019 yılında ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda coğrafi işaretlerin çoğunlukla, bölgesel kalkınma, turizm, tüketici algısı ve gastronomi gibi konularla ilişkisinin ele alındığı görülmüştür.

Yapılan literatür taramasında örneklem olarak farklı bölgeler ve ülkeler üzerinde çalışmalar olduğu görülmüştür. Bu bağlamda yapılan çalışma TRB1 bölgesinin mevcut coğrafi işaretli ürün durumunu yansıtacağı için literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER VE TRB1 BÖLGESİNDE COĞRAFİ İŞARET KULLANIMI

1995 yılında yayımlanan KHK'dan sonra 1996 yılında ilk coğrafi işaret başvuruları yapılmaya başlanmıştır. 2015 yılında Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı'ndan sonra coğrafi işaretlere ilgi artmıştır. Türkiye'de 1996-2020 döneminde yıllara göre coğrafi işaret başvuru ve tescil sayılarında değişimler yaşandığı görülmektedir. (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye'de Coğrafi İşaret Başvuru Ve Tescil Sayıları

YILLAR	BAŞVURU SAYISI	TESCİL SAYISI	YILLAR	BAŞVURU SAYISI	TESCİL SAYISI
1996	24	0	2008	13	13
1997	2	24	2009	10	18
1998	0	0	2010	24	15
1999	1	1	2011	16	12
2000	9	2	2012	25	15
2001	8	3	2013	19	14
2002	8	11	2014	35	6
2003	20	8	2015	23	7
2004	12	7	2016	39	13
2005	15	12	2017	191	112
2006	16	6	2018	151	87
2007	12	8	2019	179	71
			2020	462	164

Kaynak: (<https://www.ci.gov.tr/veri-tabani>)Erişim Tarihi:10.02.2021

31.12.2020 tarihi itibarıyla ülke genelinde 629 adet tescilli coğrafi işaret bulunmaktadır. Coğrafi işaretlerin 397 adeti mahreç işareti, 229 adeti ise menşe adı, 3 adet ürün ise geleneksel ürün adı olarak tescillenmiştir. 685 adet ürün ise başvuru aşamasındadır.

Ülkemiz genelinde coğrafi işaret için ilk başvuru 1996 yılında yapılmıştır. TRB1 bölgesinde ise coğrafi işaret kapsamında ilk başvuru 2000 yılında Malatya Kayısısını tescillemek için yapılmış olup, 2002 yılında ürün tescilini almıştır. 2000-2020 yılları arasında yıllara göre coğrafi işaret başvuru ve tescil sayılarında değişimler görülmektedir. Türkiye genelinde olduğu gibi TRB1 bölgesinde de Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı yayımlandıktan sonra artış olduğu görülmüştür. 2000-2014 yılı arasında toplam 6 adet tescil başvurusu varken, 2015 yılında plan yayımlandıktan sonra bölgede 31 adet ürün için coğrafi işaret tescil başvurusu yapılmıştır. Bölge genelinde 2020 yılı itibarıyla toplam 16 adet tescillenmiş, 21 adet başvuru aşamasında olan ürün mevcuttur (Tablo 2).

Tablo 2: TRB1 Bölgesinde Coğrafi İşaret Başvuru Ve Tescil Sayıları

YILLAR	BAŞVURU SAYISI	TESCİL SAYISI	YILLAR	BAŞVURU SAYISI	TESCİL SAYISI
2000	1	-	2010	-	-
2001	-	-	2011	-	-
2002	-	1	2012	-	-
2003	-	-	2013	1	-
2004	-	-	2014	2	-
2005	-	-	2015	1	-
2006	1	-	2016	2	-
2007	1	-	2017	6	5
2008	-	1	2018	8	1
2009	-	1	2019	4	5
			2020	9	3

Kaynak: (<https://www.ci.gov.tr>)Erişim Tarihi: 10.02.2021

TRB1 bölgesindeki illeri incelediğimizde Elazığ ve Malatya illerinin coğrafi işaretli ürün başvuru ve tescil sayılarında birbirine yakın performanslar sergilediği görülürken Bingöl ve Tunceli illerinin coğrafi işaret başvuru ve tescil sayılarının diğer iki ile oranla düşük olduğu görülmektedir. Malatya 8 adet tescilli ürünle bölgede en çok coğrafi işaretli ürüne sahip olan şehirdir(Tablo 3).

Tablo 3: TRB1 Bölgesindeki Coğrafi İşaretli Tescilli Ve Başvuru Aşamasındaki Ürünler

İLLER	TESCİLLENMİŞ ÜRÜN	BAŞVURU AŞAMASINDAKİ ÜRÜN
BİNGÖL	1	3
ELAZIĞ	4	6
MALATYA	9	11
TUNCELİ	3	-
TRB1 BÖLGE	17	20

Kaynak:(<https://www.ci.gov.tr/veri-tabani>) Erişim Tarihi: 10.02.2021

TRB1 bölgesinde coğrafi işaretli ürünlerin tescil türlerine göre dağılımı ülke geneline göre değişiklik göstermektedir. Ülke genelinde mahreç işaretli ürünler sayıca fazla iken TRB1 bölgesinde menşe adlı ürünlerin çoğunlukta olduğu gözlenmektedir. Bölgedeki tescilli coğrafi işaretli 17 adet ürünün 12 adeti menşe, 5 adeti ise mahreç işaretine sahiptir.

Tablo 4'te TRB1 bölgesinde yer alan Bingöl,Elazığ, Malatya ve Tunceli illerinde coğrafi işaret tescilli ve başvuru aşamasındaki ürünlerin

isimleri,tescil türleri,başvuru ve tescil tarihleri ile coğrafi işaret almak için başvuruda bulunan kurumların isimleri yer almaktadır.

Tablo 4: TRB1 Bölgesindeki Coğrafi İşaretlerin Adı, Başvuru/Tescil Tarihi, Türü, İli, Başvuru Yapan Kurum ve Başvuru Durumu

Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Tarihi	Tescil Tarihi	Türü	İl	Başvuru Yapan/Tescil Ettiren	Durumu
Bingöl Balı	16.12.2020		Menşe Adı	Bingöl	Bingöl Üniversitesi Rektörlüğü	Başvuru
Bingöl Çobantaşı Kavurması	14.09.2017	25.12.2017	Mahreç İşareti	Bingöl	Bingöl Ticaret ve Sanayi Odası	Tescilli
Sivan Dut Pekmezi	12.02.2020	---	Mahreç İşareti	Bingöl	Bingöl İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Başvuru
Yedisu Horoz Kuru Fasulyesi	27.03.2019	---	Menşe Adı	Bingöl	Bingöl İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Başvuru
Ağın Beyazı Üzümü	17.05.2019	---	Menşe Adı	Elazığ	Ağın İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü	Başvuru
Ağın Kış Kırmızısı Üzümü	12.06.2019	---	Menşe Adı	Elazığ	Ağın İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü	Başvuru
Ağın Leblebisi	26.01.2015	05.12.2017	Menşe Adı	Elazığ	Ağın Kaymakamlığı Köylere Hizmet Götürme Birliği	Tescilli
Elazığ Boğazkere Üzümü	02.11.2017	11.02.2019	Menşe Adı	Elazığ	Fırat Kalkınma Ajansı	Tescilli
Elazığ Orciği	27.10.2016	30.11.2018	Menşe Adı	Elazığ	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Fırat Kalkınma Ajansı, Fırat Üniversitesi, Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği	Tescilli
Elazığ Tatlı Peynirli Ekmeği	26.03.2018	---	Mahreç İşareti	Elazığ	Fırat Kalkınma Ajansı	Başvuru

Elazığ Vişne Dondurması	31.08.2018	---	Menşe Adı	Elazığ	Fırat Kalkınma Ajansı	Başvuru
Elazığ Vişne Mermeri	08.12.2017	---	Menşe Adı	Elazığ	Fırat Kalkınma Ajansı	Başvuru
Elazığ Vişnesi	09.03.2020	---	Menşe Adı	Elazığ	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Başvuru
Elazığ Öküzgözü Üzümü	01.10.2007	06.03.2009	Menşe Adı	Elazığ	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Tescilli
Akçadağ Halısı	16.03.2018	08.03.2019	Mahreç İşareti	Malatya	Malatya İl Kültür Turizm Müdürlüğü	Tescilli
Akçadağ Kömbesi	27.04.2018	---	Mahreç İşareti	Malatya	Akçadağ Belediyesi	Başvuru
Arapgir Kakuk Baharatı / Kakuk	27.08.2020	---	Menşe Adı	Malatya	Arapgir Belediyesi	Başvuru
Arapgir Köhnü Üzümü	24.08.2006	24.06.2008	Menşe Adı	Malatya	Arapgir Belediyesi	Tescilli
Arapgir Manusa Dokuma/Manusa Dokuması	11.09.2020	---	Mahreç İşareti	Malatya	Arapgir Belediyesi	Başvuru
Arapgir Mor Reyhanı	09.08.2017	08.12.2017	Menşe Adı	Malatya	Arapgir Belediyesi	Tescilli
Arapgir Pohmutu /Pohmut	07.09.2020	---	Mahreç İşareti	Malatya	Arapgir Belediyesi	Başvuru
Arapgir Tandır Kebabı	06.10.2020	---	Mahreç İşareti	Malatya	Arapgir Belediyesi	Başvuru
Battalgazi Haşhaşlı Dut Pestili	01.08.2018	17.12.2020	Mahreç İşareti	Malatya	Battalgazi Belediyesi	Tescilli

Hekimhan Cevizi	04.03.2016	27.05.2019	Menşe Adı	Malatya	Fırat Kalkınma Ajansı	Tescilli
Malatya Banazı Karası Üzümü	30.04.2014	---	Menşe Adı	Malatya	Fırat Kalkınma Ajansı	Başvuru
Malatya Dalbastı Kirazı	30.04.2014	08.12.2017	Menşe Adı	Malatya	Yeşilyurt Belediyesi	Tescilli
Malatya Kayısı Çekirdeği	05.07.2018	15.10.2020	Menşe Adı	Malatya	Malatya Ticaret Borsası	Tescilli
Malatya Kayısısı	31.07.2000	26.02.2002	Menşe Adı	Malatya	Malatya Ticaret ve Sanayi Odası	Tescilli
Malatya Kağıt Kebabı	17.09.2020	---	Mahreç İşareti	Malatya	Malatya Ticaret ve Sanayi Odası	Başvuru
Malatya Köpük Pestili	05.07.2018	---	Mahreç İşareti	Malatya	Malatya Ticaret Borsası	Başvuru
Malatya Peyniri	28.10.2020	---	Menşe Adı	Malatya	Malatya Ticaret ve Sanayi Odası	Başvuru
Malatya İçli Köftesi	06.10.2020	---	Mahreç İşareti	Malatya	Yeşilyurt Belediyesi	Başvuru
Pırpırlı Acılı Ayran / Semizotlu Acılı Ayran	01.08.2018	---	Mahreç İşareti	Malatya	Battalgazi Belediyesi	Başvuru
Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarma Köftesi / Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarması	01.03.2019	09.10.2020	Mahreç İşareti	Malatya	Yeşilyurt Belediyesi	Tescilli
Tunceli Sarımsağı	18.03.2013	19.11.2019	Menşe Adı	Tunceli	Tunceli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Tescilli

Tunceli Şorbik Çorbası	23.08.2017	18.12.2017	Mahreç İşareti	Tunceli	Tunceli Esnaf ve Sanatkarlar Odası	Tescilli
Çemişgezek Ulukale Dutu	04.10.2017	08.03.2019	Menşe Adı	Tunceli	Tunceli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Tescilli

Kaynak: (<https://www.ci.gov.tr>) Erişim Tarihi: 07.06.2021

SONUÇ

Türkiye’de coğrafi işaret ile ilgili ilk yasal düzenleme 1995 yılındaki 555 sayılı KHK’nın yürürlüğe girmesiyle başlamıştır. Tarım ve gıda ürünleri, el sanatları, doğal ürünler, maden ürünleri ve ilgili düzenlemede belirtilen şartları taşıyan sanayi ürünleri de tescil edilerek coğrafi işaret alabilmektedir. 1996 yılında ilk tescil başvurusu yapılmış, 1997 yılında ilk coğrafi işaret tescili alınmıştır. 31.12.2020 tarihi itibarıyla 629 adet ürün coğrafi işaret tescili almış, 685 adet ürün ise coğrafi tescil için başvuru aşamasındadır. Tescillenmiş ürünlerin 397 adeti mahreç işareti, 229 adeti ise menşe adı almıştır.3 ürün ise geleneksel ürün adı almıştır. Ülkemiz, bulunduğu konum itibarıyla coğrafi koşullara bağlı olarak coğrafi işaret potansiyeli oldukça yüksektir. Türkiye Patent ve Marka Kurumunun yapmış olduğu çalışmalara göre, ülkemizde coğrafi işaret alabilecek 2 bin 500 civarında ürün bulunmaktadır. 2015 yılında Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı’ndan sonra coğrafi işaret başvuru ve tescil sayılarında ciddi derecede artış meydana gelmiştir. 1996-2014 yılları arasında 269 adet başvuru,175 adet coğrafi işaret tescili varken, ilgili stratejik eylem planı yayımlandıktan sonra 2015-2020 yılları arasında 1045 adet başvuru, 454 adet coğrafi işaret tescili gerçekleşmiştir. Coğrafi işaret tescillemesinde yaşanan bu artışlar stratejik eylem planının öneminin kurum ve kuruluşlar tarafından anlaşıldığını ve uygulamaya koyulduğunu ortaya koymaktadır.

TRB1 Bölgesinde de ülkemizdeki gelişmeler doğrultusunda coğrafi işaret konusunda gerekli çalışmalar yapılmıştır. Bölgede 2002 yılında ilk coğrafi işaret tescili alan ürün Malatya Kayısısı olmuştur. Ülkemiz genelinde olduğu gibi TRB1 bölgesinde de 2015 yılı ve sonrasında önceki yıllara oranla başvuru ve tescil sayılarında önemli artışlar meydana gelmiştir.31.12.2020 tarihi itibarıyla bölgede 17 adet tescillenmiş, 20 adet

başvuru aşamasında olan ürün bulunmaktadır. Tescillenen ürünler incelendiğinde bölgede üzüm ve üzümünden elde edilen ürünlerin öne çıktığı görülmektedir. Bölge, henüz tescillenmemiş ancak tescil potansiyeli taşıyan üzüm çeşitliliği yönünden de oldukça zengindir. Bu sebeple TRB1 bölgesini kapsayan bir bağcılık araştırma enstitüsü kurulması bölgedeki bağcılığın uluslararası standartlara ulaşması ve gerek üreticilere gerekse politika geliştiricilere fayda sağlaması amacıyla önem taşımaktadır.

Bölgede tescil almış ürünlerin ilerleyen dönemlerde bölgesel gelişimin ve tanınırlığın artması, bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesine yardımcı olması adına bölgedeki ürünler incelenmeli ve coğrafi işaret belgesi alabilecek olan ürünlerin tespitinin yapıp gerekli başvurular ilgili kurumlar tarafından gerçekleştirilmelidir.

Türkiye'de her şehrin, her ilçenin belli bir ürününün üretimiyle veya bu ürünün kendisiyle ünlenmiş olduğu bir gerçektir. Coğrafi işaretler ürüne ve ait olduğu bölgeye oldukça fayda sağlamaktadır. Doğallık, geleneksellik, güvenilirlik, kültürü gelecek nesillere aktarabilme, sürdürülebilir kalite, bölgesel ve kırsal kalkınma, dünya pazarında yer edinebilme, bölge insanına farklı iş alanları oluşturma gibi imkanlar coğrafi işaretlerin katma değerleri arasında yer almaktadır (Esen,2016: 463). Bu yüzden ülkemizde bölgesel kalkınmayı gerçekleştirmek adına coğrafi işaretleri de diğer dinamikler gibi etken bir şekilde kullanılmalı üretici ve tüketiciler konu hakkında bilinçlendirilmelidir. 31.12.2020 tarihi itibarıyla toplam 23 ürüne AB'de tescillenmesi için başvuruda bulunulmuştur ve bu ürünlerden 5 adeti uluslararası tescil belgesini almaya hak kazanmıştır. Ürünlerimizin uluslararası tanınırlığını artırabilmek, pazar payımızı genişletebilmek ve marka değeri oluşturabilmek adına üreticiler, uluslararası geçerliliği olan coğrafi işaret tescilleri için teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

Altınar, B. (2017). Kentlerin Rekabetinde Önemli Bir Turizm Faktörü Olarak Coğrafi İşaretleme Ve Planlamaya Yansımaları. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İzmir.

Beypinar, N. N. (2018). Coğrafi İşaret Tescilinin Antep Fıstığı Uluslararası Rekabet Gücü Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi. Yayımlanmamış

Fırat Üniversitesi. İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Cilt:5,Sayı: 1,2021 175

Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Çukur, F., & Çukur, T. (2017). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Muğla İl Örneği. Tarım Ekonomisi Dergisi , 187-194.

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

European Commission, (2020). <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/#> . Erişim Tarihi: 18.02.2020.

Kan M, Gülçubuk B (2008) Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. VIII. Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Haziran2008, Bursa, 225-230.

Köşker, H. (2020). Coğrafi İşaret Konusunda Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. Journal of Humanities and Tourism Research, 10(4), 775-787.

Özsoy, T. (2015). Coğrafi İşaretlemenin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(2), 31-46.

Savaş, S. K. (2017). Türkiye’de Coğrafi İşaret Kavramına Genel Bakış. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 203-210.

SMK (Sınai Mülkiyet Kanunu). (2016) Kanun Numarası: 6769, Kabul Tarihi: 22.12.2016, Resmi Gazete Tarihi: 10 Ocak 2017, Resmi Gazete Sayısı: 29944.

Suna, B., & Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 100, 118.

Tayşı, Ş. (2012). Sınai Mülkiyet Hakları Ve Trb 1 Uygulamaları . Fırat Kalkınma Ajansı.

Tekelioğlu Y. 2019. Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 8 (15), 47-75.

Teuber, R. (2011). Tüketicilerin ve üreticilerin coğrafi işaretlere yönelik beklentileri: Bir Alman vaka çalışması için ampirik kanıt. *British Food Journal* .

Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2020a).Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Başvuru Kılavuzu. (Erişim Tarihi: 22.11.2020)

<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf>

Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2020b).Coğrafi İşaret Ve Geleneksel Ürün Adı Amblemleri.(Erişim Tarihi: 22.11.2020)

<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/20259A72-5C47-4DF5-898C-D0E681A10C31.pdf>

Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2020c). Coğrafi İşaret Ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Kullanım Kılavuzu. (Erişim Tarihi: 22.11.2020)

<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/A9DB0611-C397-45D2-BD83-6E6CB11011DD.pdf>

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 861-871.