

İntihal | Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

| This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

TİCARETTE YEŞİL DÖNÜŞÜM: ÇEVRE ETİKETİ VE HUKUKİ NİTELİĞİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

GREEN TRANSITION IN TRADE: AN ANALYSIS ON THE ENVIRONMENTAL LABEL AND ITS LEGAL NATURE

Dr. Öğr. Üyesi Ş. Esra Kiraz*

ÖZ

Tüketicilerde giderek artan çevre bilinci, çevreye daha az zarar veren ürün ve hizmetleri tercih etmelerine yol açmış; bunun sonucu olarak da işletmelerin sundukları ürün ve hizmetlerin daha “çevre dostu” olduğunu iddia eden etiket, işaret, sembol, logo vb. kullanarak tüketicilerin tercihlerine etki etmeye başlamıştır. Tüketicilerin çevreye ilişkin artan kaygıları, işletmeler kadar, çevre kuruluşları ve devletlerin de dikkatini çekmiş ve tüketicilerin bilinçli satın alma kararları yoluyla çevre üzerindeki olumsuz etkileri önemli ölçüde azaltabilecekleri görüşüyle sürdürülebilir ürünleri teşvik etme yoluna gitmiştir. Ancak işletmelerin, iddia ettikleri gibi çevreci olup olmadıklarının da tespiti de önemli bir sorun işareti teşkil etmektedir. Tüketicilerin korunması açısından ürünlerin ve hizmetlerin çevresel etkilerine ilişkin iddiaları doğrulayan çevre etiketi sistemi ortaya çıkmıştır. Çevre etiketi ile; işletmeler tarafından sunulan mal ve hizmetlere ilişkin çevresel iddiaların tamamen belli standartlara ve kanıtlara dayalı olarak doğruluğu desteklenmekte ve tüketicilerin de güven ile bu tür ürün ve hizmetleri seçmesinin önü açılmaktadır. Çevre etiketine sahip olan AB mevzuatı ile uyum sürecinde, 2018 yılında Türkiye “Çevre Etiket Yönetmeliği” ile Türkiye Çevre Etiket Sistemi (TÇES) hayata geçirmiştir. Ülkemiz açısından son derece yeni olan çevre etiketini de halihazırda sadece 15 işletmenin aldığı gözlemlenmiştir. Çalışmamızda öncelikle, çevre etiketi tanıtılacak ve çevre etiketi sistemi ve mevzuatı incelenecektir. Söz konusu sistemin ülkemizde de yeni olması göz önüne alınarak hukuki niteliğine ilişkin değerlendirme yapılacaktır. Söz konusu değerlendirme, çevre etiketin, bir “işaret, logo” olmasından yola çıkılarak Sınai Mülkiyet Kanunu ışığında bir marka olup olmadığı temelinde yapılacaktır. Bu noktada çevre etiketinin ortak marka veya garanti markası olup olmadığı incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Çevre Etiket, Eko-Etiket, Yeşil İddia, Garanti Markası, Ortak Marka

* Çankırı Karatekin Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Ana Bilim Dalı Öğretim Üyesi.

☎ 0000-0003-3163-8640 ✉ serifeesrakiraz@karatekin.edu.tr

ABSTRACT

Increasing environmental awareness among the consumers has caused preference of such products and services that are less harmful to the environment. Therefore, businesses have begun using labels, signs, symbols, logos, etc. claiming that the products and services they offer are more “environmentally friendly” and have started to influence consumers’ sale preferences. With the raising environmental concerns in public, not only businesses but also environmental organisations and governments have started to promote sustainable products with the idea that the consumers can significantly reduce negative effects of the consumption on the environment through their conscious sales decisions. However, determining whether businesses’ claims as being environmentally friendly are true should be solved. To protect consumers, an ecolabel system which verifies the claims about the environmental impact of products and services have emerged. By ecolabel, accuracy of environmental claims about the goods and services are proved based on certain standards and evidence, thereof, the consumers can choose such products and services with confidence. In the process of harmonization with EU legislation, Türkiye implemented the “Environmental Label Regulation” (ÇEY) and the Turkish Environmental Label System (TÇES) in 2018. This study first introduces the environmental label and then this system and the legislation. Regarding that this system is new in Türkiye, an evaluation is undertaken about its legal nature. The evaluation is based upon whether the environmental label is a trademark in the light of the Turkish Industrial Property Law (SMK), because that it is a 'sign, logo' attached to the goods/services. Thus, if environmental label is a collective or certification mark is examined.

Keywords: Environmental Label, Ecolabel, Green Claims, Certification Mark, Collective Mark,

GİRİŞ

Tüketicilerde artan çevre bilinci ile bu tutumlarını destekler nitelikte olarak çevreye ve doğaya duyarlı ürünleri tercih ettikleri gözlemlenmektedir. “Çevre/doğa dostu”, “temiz”, “sürdürülebilir” vb. kavramlar ile piyasaya sürülen ürün ve hizmetlere daha fazla para harcama eğiliminde oldukları yapılan araştırmalar ile de gösterilmektedir¹. 2022 yılında yapılan Küresel Sürdürülebilirlik Çalışmasına göre, küresel tüketicilerin %71’i daha sürdürülebilir bir yaşam için yaşam tarzları ve aldıkları ürünlerde değişiklik yapmaktadır². Sürdürülebilirlik konusunda hayatlarında küçük değişiklikler yaptığını belirten tüketiciler de hesaplamaya katıldığında, tüketicilerin %89’unun alışverişlerinde daha “yeşil” tercihler yaptıkları ortaya konulmuştur³. Aynı çalışmanın 2021 yılı raporlarında son beş yılda sürdürülebilir tercihler yaptığını belirtenlerin oranı %85 olmuştur⁴.

Tüketicilerin tüm bu tercihleri doğrultusunda da yeşil ürün (green products) ve yeşil pazarlama (green marketing) ortaya çıkmıştır. Yeşil ürünler, “aynı kategorideki benzer ürünlerle karşılaştırıldığında, kaynakları daha verimli kullanan ve hammaddelerin çıkarılmasından üretimine, dağıtılmasına, kullanımına ve ömrünün sonuna kadar (yeniden kullanma, geri dönüştürme ve geri kazanma dahil) yaşam döngüleri boyunca daha az çevresel zarara yol açan ürünler” olarak tanımlanmıştır⁵. Sundukları ürün ve hizmetlerin daha “çevre dostu”, ya da yabancı literatürdeki tabiriyle “yeşil” olduğu iddiasında olan işletmeler, ürün ve hizmetlerde kullandıkları etiket, işaret, sembol, logo vb. ile tüketiciler açısından tercih edilebilir konuma gelmek istemektedir.

Ancak işletmelerin, iddia ettikleri gibi çevreci olup olmadıklarının da tespiti hem tüketiciler hem de mevzuat yapıcı ve uygulayıcılar bakımından önemli bir soru işareti teşkil eder. İşletmelerin, kanıta dayanmayan bir şekilde ürün ve hizmetleri için kullandığı “çevreci”, “doğa dostu” ya da “sürdürülebilir” gibi ifadeler, tüketicilerin çevreye dair duygularını istismar ederek satın alma kararlarını etkilemekte ve tüketicilerin bu tür istismarlardan korunmasını gerekmektedir. Öte yandan, güvenilir biçimde “yeşil iddialar”da bulunan işletmeler ise, gerçeğe aykırı bir şekilde yeşil ürün/hizmet sunduğunu iddia eden işletmeler karşısında rekabet açısından

¹ Ibon Galarraga Gallastegui, "The use of eco-labels: a review of the literature", *European Environment* 12, no. 6 (2002), ss. 316-331; 'Green Marketing Market 2022 Emerging Growth Trends by Top Countries, Industry Size and Share, Revenue, Opportunities and Challenges, Demand Status and Leading Players Updates till 2025', 21 Haziran 2022, <https://www.digitaljournal.com/pr/green-marketing-market-2022-emerging-growth-trends-by-top-countries-industry-size-and-share-revenue-opportunities-and-challenges-demand-status-and-leading-players-updates-till-2025>.

² Shikha Jain, Olivier Hagenbeek, "2022 Global Sustainability Study: The Growth Potential of Environmental Change", *simon-kucher.com*, 23 October 2022, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2022-global-sustainability-study-growth-potential-environmental-change>.

³ Ibid.

⁴ Shikha Jain, Olivier Hagenbeek, "2021 Global Sustainability Study: What Role do Consumers Play in a Sustainable Future", *simon-kucher.com*, 28 October 2021, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2021-global-sustainability-study-what-role-do-consumers-play-sustainable-future>.

⁵ 'Communication from the Commission to The European Parliament And The Council Building The Single Market For Green Products Facilitating better information on the environmental performance of products and organisations' Brussels, 9.4.2013 COM (2013) 196 final.

dezavantajlı konuma düşmektedir⁶. Yeşil aklama olarak tabir edilen bu durum, “insanları, bir şirketin olduğundan daha fazla çevreye koruduğuna inandıran davranış ya da eylemler”⁷ ya da “asılsız ya da yanıltıcı çevreci imajının yaratılması ya da yayılması”⁸ olarak tanımlanmıştır⁹.

Yeşil aklama genel itibariyle tüketicilere ürün ve hizmetlerin çevresel etkilerine ilişkin bilgiler sunan etiketlerde “asılsız/ yanıltıcı yeşil iddialar” şeklinde gerçekleşmektedir¹⁰. Yeşil aklama faaliyetlerinin engellenebilmesi ve tüketicilerin korunması açısından ürünlerin ve hizmetlerin özellikle etiketlerinde ortaya koydukları yeşil iddiaların doğruluğunun denetlenmesi gerekmektedir. Bu noktada eko-etiket ya da çevre etiketi denilen, çoğunlukla gönüllülük esasına dayanarak, bağımsız kuruluşlarca yapılacak denetim sonucunda ürünlerin ve hizmetlerin “yeşil iddialarını” ve çevresel etkilerini doğrulayan bir işaret ya da sembolün verilmesi sistemi ortaya çıkmıştır¹¹.

Söz konusu etiket sistemi ilk olarak 1970’lerde ortaya çıkmış ve günümüzde giderek yaygınlaşmıştır. Avrupa Birliği de 2009 yılında 66/2010/EC sayılı AB Eko-etiket Yönetmeliği ile tüketicilerin gerçek, kanıta dayalı bilgiler ile ürünlerin çevreye etkisi hakkında bilgilendirilmesini desteklemeyi amaçlamaktadır. Türkiye de AB mevzuatı ile uyum sürecinde 2018 yılında Çevre Etiketleri Sistemini kurmuş ve Çevre Etiketleri Yönetmeliğini yayınlamıştır.

Öte yandan çevre kuruluşları ve devletler kamuda artan bu kaygıları ve bilinci de dikkate alarak, tüketicilerin bu bilinçli satın alma, kullanma ve imha etme kararları ile çevre üzerindeki etkilerini önemli ölçüde azaltabilecekleri fikrini teşvik etmektedirler¹². Bu doğrultuda, Avrupa Birliği (AB) 2019 yılında Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) ile iklim değişikliği ve çevresel problemler ile mücadele sürdürülebilirlik hedefleri ortaya koymuş ve Yeşil Ekonomi Modelini sunmuştur. Mutabakat kapsamında “sürdürülebilir ürün” politikasının desteklenmesi; yeniden kullanılabilir, dayanıklı ve tamir edilebilir ürünlerin işletmeler tarafından sunulmasının ve tüketiciler tarafından tercih edilmesinin teşvik edilmesi planlanmaktadır. Hatta Eko etiket, AYM ile ortaya konan sürdürülebilirlik ve karbon nötr olma gibi hedefleri de destekler niteliktedir. Çevre etiketi “sürdürülebilir tüketim” erişebilmek için son derece yararlı bir politika aracıdır; zira tüketicilere ürünler ve ürünlerin elde edilmesindeki süreçler hakkında ve onlara yapacakları

⁶ The European Green Deal, Brussels, 11.12.2019, COM(2019) 640 final. Avrupa Birliği tarafından ortaya konan Avrupa Yeşil Mutabakatı metnine göre, güvenilir çevresel etiketler kullanan ve geliştiren işletmelerin, güvenilirmez ya da doğrulanamaz çevresel etiketler kullanan işletmelere karşı dezavantajlı konuma düşüğünü belirtmektedir.

⁷ Oxford English Dictionary, ‘greenwashing’, <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=greenwashing&tl=true>.

⁸ Cambridge Dictionary, ‘greenwashing’, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwashing>.

⁹ Daniel Silva, “The fight against greenwashing in the European Union”, *UNIO-EU Law Journal* 7, no. 2, (2021), ss. 124-137; Evren Sapmaz Veral, “Yeşil Yıkama İle Mücadele: Avrupa Birliği’nde Yeşil İddiaların Doğrulanması Girişimi”, *Sayıştay Dergisi* 33, no. 124 (2022), ss. 101-109.

¹⁰ Avi Gesser, “Canada’s Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme”, *Harv. Int’l. LJ* 39, no:2, (1998), s.501; Renate Gertz, “Eco-labelling—a case for deregulation?”, *Law, Probability and Risk* 4, no. 3 (2005), 127-141.

¹¹ Mehmet Emin Birpınar, Serkan Atay, Ülkü Yetiş, “Sürdürülebilir Üretim Ve Tüketimde Eko-Etiketlerin Önemi: Türkiye Çevre Etiket Sistemi”, *Çevre Şehir ve İklim Dergisi* 2, no. 3 (2023), 64.

¹² Peter S. Menell, “Structuring a Market-Oriented Federal Eco-Information Policy”, *Md. L. Rev.* 54, (1995), s.1435.

tercihlerin çevresel sonuçlarına ilişkin bilgi verilmesi daha iyi çevresel performansın teşvik edilmesine imkân sağlayabilir¹³.

AB Yeşil Mutabakatına uyumlaştırmayı sağlamak amacıyla 2021'de oluşturulan Yeşil Mutabakat Eylem Planında da (YMEP) “*tüm bu gelişmeler ışığında, Türkiye ekonomisi ve sanayisinin yeşil dönüşümü; kapsayıcı ve sürdürülebilir bir büyümenin tesis edilmesinin yanı sıra, ülkemizin AB başta olmak üzere, üçüncü ülkelere ihracatında rekabetçiliğinin korunması ve güçlendirilmesi için elzem görülmektedir*” denilerek Türkiye'nin rekabet edebilme gücünün geliştirilmesine vurgu yapılmış ve söz konusu eylem planı çevre etiketine yönelik hedefler ortaya koymuştur¹⁴.

AB ile ticaret yapmakta olan Türkiye açısından da Yeşil Mutabakat ve beraberinde getirdiği düzenlemeler önem arz etmektedir. Zira, AB Türkiye'nin önemli ticaret ortaklarından birisi olup, 2022 yılı itibariyle ticaret hacmi 196,4 milyar dolar olmuş ve ihracatımızın %40,6'sı AB ile aramızda gerçekleştirilmiştir¹⁵. Zira mevzuatta uyum sağlanamadığı takdirde uluslararası ticaretin dışında kalma riski doğmaktadır. Çevre etiketi gönüllü olsa da bu etiket ile çevresel kalite baz alınarak ürün farklılığı teşvik edilmekte, dolayısıyla ürünlerin piyasada rekabet edilebilirliğini arttırılmaktadır¹⁶. Özellikle uluslararası ticarete, ürünlerin çevre etiketi taşıması ihracat da sorunlar doğuracaktır¹⁷. Çoğu zaman ihracatçıların hedef ülke tarafından veya uluslararası düzeyde ortaya konan standartları karşılaması beklenmektedir¹⁸.

Türkiye'de de sadece ticaret politikaları açısından değil, aynı zamanda AB üyelik süreçleri açısından da AB Yeşil Mutabakatına uyumlaştırma çalışmaları kapsamında ticarete yeşil dönüşüm ve çevre etiketi süreçleri elzem hale gelmektedir. Tüm bu gerekçeler nedeniyle, Türkiye'nin AB uyum sürecinde ticarete yeşil dönüşüme yönelik hedeflerinden birisi olan çevre etiketi çalışmamız kapsamında incelenecek olup, çevre etiketinin tarihi gelişimi ile birlikte ne olduğu ortaya konacak, ardından Türkiye Çevre Etiketleri Sistemi ve mevzuatı incelenecektir. Sonrasında ise Çevre Etiketini Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) ışığında irdeleyerek hukuki niteliğine ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

¹³ Jason J. Czarnecki, K. Ingemar Jönsson, and Katrina Kuh, "Crafting next generation eco-label policy", *Environmental Law* 48, no. 3, (2018), s.414; Birpınar, Atay, Yetiş, "Sürdürülebilir Üretim Ve Tüketimde Eko-Etiketlerin Önemi: Türkiye Çevre Etiket Sistemi", s.64.

¹⁴ 16 Temmuz 2021, 2021/15 sayılı Yeşil Mutabakat Eylem Planı Genelgesi, s.10, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/07/20210716-8.pdf>.

¹⁵ "Yeni Başımızdaki Dev Pazar Avrupa Birliği", 17 Şubat 2023, <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/yani-basimizdaki-dev-pazar-avrupa-birligi#:~:text=AB%2C%202022%20yılında%20103%2C1,aral-rında%20yaptığı%20ticaret%20hariç%20tutulduğunda>.

¹⁶ René Vossenaar, "Eco-labelling and international trade: the main issues", *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997, s. 24.

¹⁷ OECD, Report on Trade and Environment to the OECD Council at Ministerial Level, OCDE/GD (95)63, s. 27, par. 69.

¹⁸ T. B. Simi, "Eco-labels: Trade Barriers or Trade Facilitators", *CUTS Centre for International Trade, Economics & Environment-Discussion Paper* 1, no. 2009 (2009), s.186-195. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2022d8_en.pdf.

I. ÇEVRE ETİKETİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Çevre Etiketi, AB tarafından “*standart süreçler ve bilimsel kanıta dayalı olarak çevresel mükemmelliği açıkça sergileyen malların ve hizmetlerin desteklendiği gönüllü bir program*” olarak tanımlanmıştır¹⁹. Birleşik Devletler Çevre Koruma Ajansı’na (United States Environmental Protection Agency) (EPA) göre ise çevre etiketi “*belirli standartları karşılayan, çevre açısından tercih edilebilir ürünleri, hizmetleri ya da şirketleri belirten görsel bir iletişim aracıdır*”²⁰.

19.10.2018 tarihinde Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından çıkarılan “Çevre Etiketi Yönetmeliği” (ÇEY) Madde 4(b) ise çevre etiketini şu şekilde tanımlar: “(b)u Yönetmelik hükümlerine uygun, yaşam döngüsü boyunca çevresel etkileri azaltılmış ürünleri teşvik etmek ve tüketicilere doğru, yanıltıcı olmayan, bilimsel temeli olan bilgi sağlamak için oluşturulmuş gönüllü bir ödüllendirme sistemini temsil eden işareti” ifade eder²¹.

Çevre etiketinin, üreticiler tarafından ürünlerin üzerine ya da ambalajına yerleştirdikleri “çevre dostu” olduğuna işaret eden “görüş bildirir” nitelikteki etiketlerden ayırt edilmesi gerekmektedir²². Çevresel beyan olarak da ifade edebileceğimiz bu tür işaretler, işletmeler tarafından mal ve hizmetlerinin çevreye yararlı özelliklerine dair ileri sürdükleri iddialar olup, ürün ve hizmetlere dair etikette, ambalajda, reklamlarda kullanılan kelime, sembol, amblem ve logo şeklinde olabilir²³.

Öte yandan çalışmamız kapsamında incelediğimiz çevre etiketi ise, işletmelerin bu etiketleri kullanabilmek hususunda lisans aldıkları, söz konusu ürün ve hizmetin genel değerlendirilmesine göre çevresel etkilerinin piyasadaki benzerlerine nazaran daha çevre dostu olduğunu ifade eden bir işarettir²⁴. Çevre etiketi ile; işletmeler tarafından sunulan mal ve hizmetlere ilişkin çevresel iddiaların tamamen belli standartlara ve kanıtlara dayalı olarak doğruluğu desteklenmekte ve tüketicilerin de güven ile bu tür ürün ve hizmetleri seçmesinin önü açılmaktadır. Özetle, çevre etiketi, sadece işletmelerin ileri sürdükleri yeşil iddiaları gösteren bir araç değil; bu iddiaları kanıta dayalı bir şekilde doğrulayıp tasdik eden bir sistem sonucunda ürün ve hizmetler için kullanılan işarettir.

Çevre etiketi ile sağlanmak istenen üç hedef vardır; bunlar, tüketiciye, aldığı ürün ya da hizmetin çevresel etkileri hakkında bilgi vermek, ürünlerin üretiminde çevre standartlarının konulması isteği ve söz konusu işareti almaya hak kazanan üreticiler bakımından rekabetçi

¹⁹ Bakınız “About the EU Ecolabel”, European Commission, https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en.

²⁰ Glossary of Sustainable Manufacturing Terms, ‘Eco-Label’, https://sor.epa.gov/sor_internet/registry/term-reg/searchandretrieve/glossariesandkeywordlists/search.do;jsessionid=glwPDLfzXwCjiMWqoP4cIMFbqb6ZF4_w1gnyczKtolyYoVenk_Rl654615163?details=&vocab-Name=Sustainable%20Manufacture%20Terms&filterTerm=eco%20label&checkedAcronym=false&checkedTerm=false&hasDefinitions=false&filterTerm=eco%20label&filterMatchCriteria=Contains.

²¹ Resmî Gazete Tarihi: 19.10.2018 Resmî Gazete Sayısı: 30570.

²² Gesser, "Canada's Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme", s. 503.

²³ OECD, ‘Environmental Claims Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy’ DSTI/CP(2010)16/Final, 08.02.2011, s. 3 [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2010\)16/FINAL/En/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2010)16/FINAL/En/pdf).

²⁴ Gesser, "Canada's Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme", 503.

avantaj sağlanmasıdır²⁵. Tüm bu amaçlar doğrultusunda da söz konusu çevre etiketinin kim tarafından ve nasıl (hangi kriterlere dayalı olarak) verildiği sorularına verilecek cevaplar da önem arz eder²⁶. Çevre etiketi farklı kaynaklar tarafından meydana getirilebilir ve sınıflandırılması açısından farklı standartlar ya da bilgiler içerebilir²⁷.

A. ÇEVRE ETİKETİ TÜRLERİ

Çevre Etiketinin pek çok farklı türü bulunmaktadır. Bunlar:

- Gönüllü ve zorunlu etiketler;
- Öz beyan ve üçüncü kişi etiketleri;
- Çevresel bilgi etiketleri
- Çevresel derecelendirme etiketleri
- Tek sorun (nokta) ve yaşam döngüsü bazlı etiketler
- Tek sektör ve çoklu sektör etiketleri²⁸

Çevre etiketinin, gönüllü ya da zorunlu olmasına göre yapılan ayırmda üreticilerin çevre etiketi programına dahil olma noktasında bir takdir yetkisinin olup olmadığına göre sınıflandırma yapılmaktadır²⁹. Zorunlu çevre etiketi programlarında genelde kanun gereği etiketlemenin zorunlu olduğunu ve etiketleme olmadan ürünlerin satımının mümkün olmadığı görülmektedir³⁰.

Öz beyan etiketlemede işletmecilerin ürün veya hizmetlerinin çevreselliğine ilişkin olarak kendilerinin yaptığı beyanlar söz konusudur³¹. Öte yandan üçüncü kişi etiketlemede, çevre etiketi bağımsız ve tarafsız üçüncü kişiler tarafından verilmekte ve yine ürün ve hizmetlere ilişkin sağlanması gereken kriterler de bu üçüncü kişi kuruluşlarınca verilmektedir³².

Tek sorun bazlı (single issue ya da single-attributed) çevre etiketi programlarında, bir ürünün tek bir özelliği için ileri sürülen iddiaların yerine getirildiği belgelendirilmektedir; örneğin, “geri dönüştürülebilir” gibi belirli terimlerin tanımları yapılır ve söz konusu ürünün

²⁵ Anil Markandya, “Eco-Labeling: An Introduction and Review” *Eco-labelling and international trade* (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar) Londra: Palgrave Macmillan, 1997, ss. 1-20; Fabio Iraldo, Rainer Griesshammer, and Walter Kahlenborn, “The future of ecolabels.” *The International Journal of Life Cycle Assessment* 25, no. 5, (2020), ss. 833-839.

²⁶ Çiğdem Yatağan Özkan, Berrin Dinçer Özbey, “Green Is the New Black: The Rise of Green Marks and Possible Solutions to Greenwashing,” *Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul*, no:73, (2023), s. 189.

²⁷ Czarnecki, Jönsson, Kuh, “Crafting next generation eco-label policy”, s. 417.

²⁸ John Polak, “Trade as an environmental policy tool? GEN, ecolabelling and trade.” *WTO Public Symposium Challenges Ahead on The Road to Cancun*. 2003.; Ayrıca bakınız Audrae Erickson, Carol S. Kramer, “Ecolabels: The link between environmental preferences and green practices?”, *Strategy and Policy in the Food System: Emerging Issues*, (haz. Julie A. Caswell and Ronald W. Cotterillin), Connecticut: University of Connecticut, Food Marketing Policy Center, 1997, ss. 195-206.

²⁹ Gesser, “Canada's Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme”, s. 506.

³⁰ Ibid.

³¹ Atsuko Okubo, “Environmental Labeling Programs and the GATT/WTO Regime” *Geo. Int'l Envtl. L. Rev.* 11 (1998), s. 599.

³² George Richards, “Environmental labeling of consumer products: The need for international harmonization of standards governing third-party certification programs”, *Geo. Int'l Envtl. L. Rev.* 7, (1994), s. 235.

buna uygun olduğu kanıtlanırsa, işletmeler ilgili etiketi kullanabilir³³. Diğer taraftan, yaşam döngüsü bazı değerlendirmelerde ise, adından da anlaşılacağı gibi, bir ürünün yaşam döngüsünün tamamını esas almakta, bir nevi “beşikten mezara” analizi söz konusudur.³⁴ Yaşam döngüsü değerlendirmelerinde, bir ürünün üretim kullanım ve imha aşamaları boyunca çevre üzerindeki net etkisi yansıtılmaya çalışılır³⁵.

Uluslararası Standartlar Teşkilatı (International Organization for Standardization) (ISO) da çevresel etiketler için standart belirlemiştir.

- Tip I (Type I)- çevresel etiketleme: ürünler için açıkça belirlenmiş kriterlere göre etiketleme
- Tip II (Type II)- öz beyan şeklinde çevresel iddialar: kriterlerin veya etiketleme şemalarının bulunmadığı ürün ve hizmetler için
- Tip III (Type III)- çevresel beyanlar: yaşam döngüsü yaklaşımını kullanarak ürünlerin belirli yönleri için³⁶.

ISO 14020 standartlar serisi Tip I için getirilmiştir ve buna göre; işletmelere kendi çevresel etiketleri, iddiaları ve beyanlarını hazırlayabilecekleri uluslararası olarak tanınmış ve kararlaştırılmış kıstaslar sunmaktadır. Tip I’in özelliklerine bakıldığında; gönüllülük esasına dayalı, üçüncü bir kişi tarafından geliştirilen çoklu kriterlerden oluşan, etikete konu ürün belirli kriterleri karşıladığı takdirde etiket veren, ürün kategorisine göre çevresel kriter oluşturulmuş bir sistem olduğu görülmektedir³⁷.

ISO 14021 standartlar serisi öz beyan şeklinde çevresel iddialar için Tip II çevre etiketidir. Bu tür çevre etiketinde üreticilerin, işletmelerin, satıcıların sundukları ürün ve hizmetler için ileri çevresel iddialar ileri sürdüklerinden dolayı öz beyan (kendi beyanı) şeklinde gerçekleştirilmektedir. Ürünün yaşam döngüsünün bir aşamasına veya bir ürünün belirli bir yönüne atıfta bulunan çevresel etiket söz konusudur. Örneğin; geri dönüştürülmüş, geri dönüştürülebilir, yeniden doldurulabilir gibi ifadeler bu kapsamdaki çevresel beyanlardır³⁸.

ISO 14025 Tip III, ürünlerin yaşam döngüsü esasına göre düzenlenmiş bir etiket sistemidir. Ürünlere ilişkin iddiaların doğrulanması üçüncü taraflarca yapılmaktadır. Tip III ile

³³ United States Environmental Protection Agency, ‘Environmental Labelling Issues, Policies, and Practices Worldwide’ EPA Contract No. 68-W6-0021, Aralık 1998, s. 11, <https://www.epa.gov/sites/default/files/2015-09/documents/wwlabel3.pdf>.

³⁴ European Environment Agency, “Life Cycle Assessment”, <https://www.eea.europa.eu/help/glossary/eea-glossary/life-cycle-assessment>.

³⁵ Erickson, Kramer, “Ecolabels: The link between environmental preferences and green practices?”

³⁶ ISO, Environmental Labels, <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100323.pdf>.

³⁷ Global Ecolabelling Network, <https://globalecolabelling.net/iso14024-standard/>; John Henry, “ISO and ecolabelling” *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar) Londra: Palgrave Macmillan, 1997, ss. 272-276.

³⁸ Carmen Fernández Fernández, “Unit 10: Introduction to Ecolabelling Communication”, *ecodesign*, http://www.ecosign-project.eu/wp-content/uploads/2018/09/BASIC_UNIT10_EN_Lecture.pdf.

ürünlerin çevresel performanslarının objektif, karşılaştırılabilir ve güvenilir şekilde iletilmesi sağlanmaktadır³⁹.

B. ÇEVRE ETİKETİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Almanya 1978 yılında “Blue Angel” programı ile ilk çevresel etiketleme sistemini ortaya koymuştur⁴⁰. Blue Angel, tarafsız ve gönüllü bir ürün etiket sistemidir ve Federal Çevre, Doğa Koruma ve Nükleer Güvenlik Bakanlığı tarafından verilmektedir. Ürünler için bilimsel kriterleri ise Alman Çevre Ajansı (Federal Environmental Agency) (FEA) geliştirmektedir⁴¹. Çevre Etiketleri Jürisi (Environmental Label Jury) (ELJ) hangi ürün gruplarının ekleneceğine karar verir ve Temel Ödül Kriterleri’ni (Basic Award Criteria) değerlendirir ve onaylar⁴². Şu an için 1,600’den fazla şirket tarafından sunulan 20,000’den fazla ürün ve hizmet Blue Angel’e kabul edilmiştir. Bir işletmenin ürün ve hizmetlerinin Blue Angel ile sertifikalanabilmesi için söz konusu işletme ilgili ürün/hizmet için gereken çevresel uygunluk standardını sağlaması ve cüzi bir lisans ücreti ödemesi gerekmektedir.

Çevre etiketi konusunda ortaya konulan ikinci program olan Canadian Environmental Choice Programme (Kanada Çevresel Tercih Programı) (ECP) 1988 yılında kuruldu. Programın resmi işaret ve etiketi EcoLogo’dur ve bu kapsamda sertifikasyon süreci gönüllülük esasına dayanan, bir ürünün üçüncü kişi çevresel standartlara uygunluğunu ispatlamak için titiz ve kapsamlı bilimsel test sürecinden geçtiğini belirten yaşam döngüsüne dayalı çevre sertifikasıdır⁴³. Programın amacı çevreye karşı duyarlı ürün ve hizmetlere yönelik arz ve talebin teşviki ile çevre üzerindeki olumsuzlukları azaltmaktır⁴⁴. Yine Kanada ile aynı dönemde Japan Environment Association (Japon Çevre Derneği) tüketicilerin çevreye duyarlı ürün seçimlerinde yardımcı olacak Eco Mark’ı yürürlüğe koymuştur⁴⁵.

1989 yılında The Nordic Council of Ministers (İskandinav Bakanlar Konseyi) tarafından, İskandinav ülkelerinde (Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Norveç ve İsveç) gönüllü bir eko-etiket programı meydana getirilmiştir⁴⁶. Bu eko etiket programında, Nordic Ecolabelling Board (İskandinav EkoEtiketleme Kurulu), ürünlerin çevre etiketi alabilmesi için sağlaması

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Göknur Şişman Aydın, "Eko-Etiketleme Ve Türkiye Çevre Etiketleri." *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi* 4, No. 1, (2019), ss. 40-47; Kilian Delbück, "The German Eco-Label "Blue Angel" and International Trade", *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, (1997), ss. 189-194.

⁴¹ "Blue Angel", <https://www.blauer-engel.de/en/blue-angel/our-label-environment>.

⁴² "Blue Angel", <https://www.blauer-engel.de/en/blue-angel/actors/environmental-label-jury>.

⁴³ "EcoLogo Certification Program", <https://www.ul.com/resources/ecologo-certification-program>; Bakınız: Maria Isolda P. Guevara, Ramesh Chaitoo, and Murray G. Smith, "Canada's environmental choice program and its impact on developing-country trade", *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997, ss. 159-188.

⁴⁴ Gesser, "Canada's Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme", s. 504.

⁴⁵ "Institution of the Eco Mark", Japan Environment Association Eco Mark Office, <https://www.ecomark.jp/english/ecomark.html>; "Eco Mark Program Japan Environment Association (JEA)", globalecolabelling.net, <https://globalecolabelling.net/organisation/eco-mark-program/>.

⁴⁶ "The Nordic Swan Ecolabel", <https://www.nordic-swan-ecolabel.org/official-nordic-ecolabel/>.

gereken standartları tüm İskandinav ülkeleri için ortak olarak belirlemektedir⁴⁷. Nordic Swan, ülkeler topluluğunca yürütülen ilk çevre etiketi olması sebebiyle de tarihi açıdan kayda değer olarak görülmektedir⁴⁸.

AB Ecolabel programı 1992 yılında "Topluluk Eko-Etiketi" olarak ortaya konulmuştur. 2010 yılında Avrupa Komisyonu çevre etiketi sistemini yenilemiş ve bugün 66/2010 No'lu Tüzük ile düzenlenmiştir. Tüzük giriş kısmında çevre etiketi sisteminin hedefini "tüm yaşam döngüleri boyunca çevresel etkisi azaltılmış ürünleri tanıtmayı ve tüketicilere, ürünlerin çevresel etkileri hakkında doğru, aldatıcı olmayan, bilime dayalı bilgiler sağlamayı amaçlamaktadır" şeklinde ifade etmektedir. AB Ecolabel ISO 14024 Tip I çevre etiketleme sürecidir ve tüm Avrupa'da tanınan çok kriterli, ürünlerin ham maddenin çıkarılmasından bertaraf edilmesine kadar tüm yaşam döngüleri boyunca ana çevresel etkilerini ele alan bir etiket sistemidir⁴⁹. Eylül 2023 itibariyle, AB piyasasında 88,921 ürün (mallar ve hizmetler) için 2584 lisans verilmiştir.

1992 yılında düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı Ajanda 21 ile "hükümetler endüstri ve diğer gruplarla işbirliği içinde tüketicilerin bilinçli tercih yapmasına yardımcı olmak için tasarlanmış çevresel etiketleme ve diğer çevre ile ilgili ürün bilgi pragmalarının yaygınlaşmasını teşvik etmelidir" diyerek, çevre etiketi sistemleri ortaya koymaya yönlendirmiştir⁵⁰. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (United Nations Conference on Trade and Development) (UNCTAD) 1994'te eko etiketleme ile ilgili olarak yayınladığı rapora göre, 1977-1993 tarihleri arasında 16 tane çevre etiketi programı yürürlüğe girmiştir⁵¹.

⁴⁷ Bakınız Jakob Thomsen, ve Tim C. McAloone, "Does the Ecomark label promote environmentally improved products in India and what experiences can be drawn from the Nordic ecolabel?", *ICoRD'15-Research into Design Across Boundaries Volume 2: Creativity, Sustainability, DfX, Enabling Technologies, Management and Applications*, (haz. Amaresh Chakrabarti) Springer Hindistan, 2015, ss. 125-135.

⁴⁸ Vanessa Prieto-Sandoval, Andrés Mejía-Villa, Marta Ormazabal, ve Carmen Jaca, "Challenges for ecolabeling growth: lessons from the EU Ecolabel in Spain." *The International Journal of Life Cycle Assessment* 25, (2020), ss. 856-867.

⁴⁹ Birpınar, Atay, Yetiş, "Sürdürülebilir Üretim Ve Tüketimde Eko-Etiketlerin Önemi: Türkiye Çevre Etiket Sistemi", s. 70.

⁵⁰ United Nations Sustainable Development, United Nations Conference on Environment & Development, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992, Agenda 21, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>.

⁵¹ Şekil-1: UNCTAD TD/B/WG. 6/2, 6 Ekim 1994, sayfa 7

Eko-etiketleme programlarına genel bakış

Ülke/Grup	Program Adı	Oluşturulma Tarihi
Almanya	Blue Angel	1977
Kanada	Environmental Choice Program	1988
Japonya	EcoMark	1989
İskandinav Ülkeleri	Wite Swan	1989
Birleşik Devletler	Green Seal	1989
İsveç	Good Environmental Choice	1990
Yeni Zelanda	Environmental Choice	1990
Hindistan	Ecomark	1991
Avusturya	Austrian Eco-label	1991
Avustralya	Environmental Choice	1991
Kore	Ecomark	1992
Singapur	Green Label Singapore	1992
Fransa	NF-Environnement	1992
Hollanda	Stichting Milieukeur	1992
Avrupa Birliği	European Flower	1992
Hrvatistan	Environmentally Friendly	1993

Şekil-1: UNCTAD TD/B/WG. 6/2, 6 Ekim 1994, sayfa 7

1994 yılına gelindiğinde ise Küresel Ekoetiketleme Ağı (Global Ecolabelling Network) (GEN) kurulmuştur. GEN, dünyanın ende gelen güvenilir ve saygın eko-etiketi olup, eko etiketlemenin mükemmelliğe ulaşması için küresel standartlar ortaya koyan kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur⁵². GEN'nin üyeleri Tip I eko-etiket sistemini yürütmektedir. GEN şu anda 37 üyeye sahiptir ve üyeleri yaklaşık 60 ülkeyi temsil etmektedir.

Çevre etiketinin yıllar içinde giderek artan önemi ile birlikte pek çok ülke çevre etiketi sistemini kurma yoluna gitmiştir. Mayıs 2024 itibarıyla, Ecolabel Index'e göre 199 ülkede 456 çevre etiketi bulunmaktadır⁵³.

II. TÜRK HUKUKUNDA ÇEVRE ETİKETİ

Türkiye'de Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (ÇŞİDB) tarafından çevresel etiket sisteminin kurulması ve bu konuda AB mevzuatının uygulanmasına yönelik çalışma oluşturulması amacıyla 4 Temmuz 2013-6 Ekim 2014 tarihleri arasında Çevresel Etiket Altyapısı Projesi yürütülmüştür⁵⁴. 14 Haziran 2017-11 Ocak 2018 tarihleri arasında da AB Entegrasyon Süreci doğrultusunda 'Ulusal Çevre Etiketinin Kurulması Projesi' gerçekleştirilmiştir⁵⁵. Türkiye Çevre Etiketleri Sistemi (TÇES) 19 Ekim 2018 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanan "Çevre Etiketleri Yönetmeliği" (ÇEY) ile hayata geçirilmiştir.

⁵² Global Ecolabelling Network, <https://globalecolabelling.net/organisations/>.

⁵³ Ecolabel Index, <https://www.ecolabelindex.com/>.

⁵⁴ "Çevre Etiketleri", Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiket-altyapisinin-olusturulmasi-projesi-2013-2014-i-98936>.

⁵⁵ "Ulusal Çevre Etiket Sisteminin Kurulması Projesi", Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/ulusal-cevre-etiket-sisteminin-kurulmasi-projesi-2017-2018-i-98937>.

Yönetmelikte de bahsedildiği üzere, TÇES ile “sürdürülebilir çevre hedefleri doğrultusunda, yaşam döngüsü boyunca çevresel etkileri azaltılmış ürün veya hizmetleri teşvik etmek, tüketicilere doğru ve bilimsel temeli olan bilgi akışını sağlamak” amaçlanmıştır. Yönetmelik madde 6(2)’ye göre TÇES’de “TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensipler ve Yöntemler standardı dikkate alınmıştır.” Ayrıca 2022 yılından itibaren de Türkiye GEN üyesidir.

TÇES, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından yönetilmekte olup, ürünlere ilişkin kriterlerin belirlenmesi ve geliştirilmesi konusunda Çevresel Etki Değerlendirilmesi, İzin ve Denetim Genel Müdürü, kamu kurum/kuruluşları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve ilgili paydaş temsilcilerinden oluşan Çevresel Etki Kurulu yetkilidir. Ayrıca teknik inceleme komisyonu, ürün veya hizmet gruplarına ilişkin çevre etiket kriterlerini belirleyerek, ürünlerin kriterlere uygunluğunu incelemektedir.

ÇEY madde 9 ürün ve hizmet grubu kriterlerinin belirlenmesine ilişkin süreci düzenlemektedir. Buna göre; “kriter belirlenebilmesi yahut belirlenmiş kriterlerin geliştirilmesi ve güncellenmesi ya Çevre Etiket Kurulu re’sen başlatılır ya da kişi/tüzel kişilerin Bakanlığa başvurusu üzerine Çevre Etiket Kurulu’nun yapacağı değerlendirme sonucunda uygun görmesi ile başlar.” Sürecin başlatılmasının akabinde Bakanlık Teknik İnceleme Komisyonu oluşturur ve söz konusu komisyon taslak ürün veya hizmet grubu kriterleri ile ilgili teknik değerlendirme raporu hazırlar. Rapora göre oluşturulan taslak kriterler ilgili paydaşların görüşüne sunulur ve nihai kriter taslağı oluşturularak Çevre Etiket Kuruluna sunulur. Kurulun uygun bulması halinde yayımlanmak üzere Bakanlığa sunulur.

Mayıs 2024 itibarıyla on beş ürün grubu (tekstil, seramik kaplama, temizlik kâğıdı, elde yıkama bulaşık deterjanı, turistik konaklama hizmet grubu, kişisel bakım ve kozmetik, cam, bulaşık makinası deterjanı, çamaşır deterjanı, sert yüzey temizleyiciler, doğal taş ve yatak ürün, kişisel hijyen, ıslak mendil ve mobilya grubu) için kriterler oluşturulup yayınlanmış ve bir ürün grubuna (boya-vern timer ürün grubu) ilişkin olarak ise taslak kriterler yayınlanmıştır. Yine söz konusu tarih itibarıyla on beş firma Çevre Etiket almış ve bunlardan sekiz tanesinin tekstil ürün grubuna dair olduğu görülmektedir⁵⁶. Ayrıca Çevre, İklim ve Şehircilik Bakanlığı’nın Çevre Etiket’ne ilişkin bilgiler paylaştığı internet sayfasında “Çevre Etiket İptal Olan Firmalar”a ilişkin bilgi verdiği de görülmektedir.⁵⁷

ÇEY madde 10-12 arasında çevre etiketi verilmesine ilişkin başvuru süreçleri düzenlenmiştir. Madde 10 başvuru esnasında verilmesi gereken evrakları belirtmektedir. Madde 11’de düzenlenen değerlendirme süreci ise şu şekilde işlemektedir: “hazırlanan başvuru dosyası Bakanlığa sunulur ve bakanlık 30 günlük takvim sürecinde ilk önce başvuru belgelerinin uygunluğunu inceler, tespit edilen eksiklikler, eksikliklerin tebliğini izleyen 60 takvim günü içerisinde

⁵⁶ “Çevre Etiketine Sahip Firmalar”, Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiketinesahip-firmalar-i-99342>.

⁵⁷ “Çevre Etiket İptal Olan Firmalar”, Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiket-iptal-olan-firmalar-i-111213>

tamamlanmazsa başvuru iade edilir⁵⁸.” Uygun görülen başvurular için teknik inceleme komisyonu oluşturulur ve komisyon başvuru tarihinden itibaren 90 takvim günü içerisinde ürün veya hizmetlerin kriterlere uygunluğu ve diğer teknik hususları değerlendirerek “çevre etiketi teknik raporunu” hazırlar. Nihai teknik rapor ve bu raporun yeterli olmadığı ve gerekli görüldüğü durumda “yerinde doğrulama raporu” karar için Bakanlığa sunulur. Başvurunun kriterlere uygun olması halinde ise Bakanlık “çevre etiketini” verir.

Çevre etiketi başvurusunda, başvuru miktarı Bakanlık tarafından belirlenen bir başvuru ücreti öder. Çevre etiketinin verilmesi ile beraber de Bakanlıkça belirlenen yıllık ücretin ödenmesi gerekmektedir. Yıllık ücretin ödenmemesi halinde ise Bakanlık vermiş olduğu çevre etiketini iptal eder⁵⁹. ÇEY madde 15(ğ): “(ü)rünlere veya hizmetlere çevre etiketi verilmesi kapsamında kurum/kuruluşlara yetki devri yapılabilir” hükmü kapsamında; doğrulama sürecine yönelik teknik inceleme komisyonu oluşturma yetkisi TSE’ye devredildiğinden, başvuruçuların TSE ile yapılan protokol ışığında belirlenen tarifeye göre doğrulama bedeli, uygunluk kontrol bedeli ve süre uzatım kontrol bedeli ödemesi gerekmektedir. “Çevre etiketinin kullanımı 4 yıllığına verilir ve süre bitmeden 180 gün önce talep edilirse Bakanlıkça teknik inceleme komisyonuna yaptırılan değerlendirme sonucunda bu süre uzatılabilir.”⁶⁰

Çevre etiketini almaya hak kazanan başvuru ve Bakanlık arasında imzalanan sözleşme ile başvuru “çevre etiketi kullanıcısı” sıfatını alır⁶¹. Çevre etiketi kullanıcısı, çevre etiketini ÇEY ve düzenlenen sözleşmedeki usul ve esaslara uygun olarak kullanılmalıdır⁶². ÇEY madde 14(4)’e göre; Bakanlık her zaman çevre etiketi alan ürün veya hizmetin kriterlere, yönetmelik ve sözleşme hükümlerine uygunluğunu denetleyebilir. Eğer etiket kullanıcısı yükümlülüklerini karşılayamazsa durumu Bakanlığa bildirir ve yükümlülüklerini yerine getirene kadar çevre etiketini kullanamaz⁶³. Etiket kullanıcısının yükümlülüklerini ihlalinin tespiti halinde ise Bakanlıkça çevre etiketi kullanım izni dondurulur ya da iptal edilir⁶⁴.

III. ÇEVRE ETİKETİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

Çevre etiketi yukarıda da ifade ettiğimiz üzere sembol, logo vb işaretler vasıtasıyla ürün ya da hizmetlerin belirlenmiş kriterlere uygun olarak çevresel etkilerinin azaltılmış olduğunu ifade etmeye yaramaktadır. Söz konusu çevre etiketi; tüketicileri bilgilendirmeye, onlara ürün ve hizmetlere ilişkin olarak çevresel mesajlar iletmeye yaramaktadır. Peki bu etiketin hukuki niteliği nedir sorusu da cevaplanmayı beklemektedir. Çevre etiketinin bir logo, amblem yahut ayırt edici bir işaret olarak karşımıza çıkması ile bir fikri mülkiyet hakkı teşkil edip etmediği ve özellikle marka olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğinin tartışılması gerekmektedir.

⁵⁸ Metin içerisinde özetlediğimiz başvuru süreci ÇEY madde 11(2) (a)-(f) bentleri arasında detaylı olarak gösterilmektedir.

⁵⁹ ÇEY madde 23

⁶⁰ ÇEY madde 14(8).

⁶¹ ÇEY madde 13.

⁶² ÇEY madde 14/1.

⁶³ ÇEY madde 14(5).

⁶⁴ ÇEY madde 14(6).

Aşağıdaki bölümde bu kapsamda çevre etiketini SMK ışığında değerlendirerek, özellikle marka ile ilişkisi ortaya konulmaya çalışılacaktır.

SMK madde 4’te tarifi yapıldığı üzere; “*marka, bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlamaktadır.*” Yine aynı maddeye göre; “*şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işaret*” marka olabilmektedir.

Çevre etiketinin ÇEY’deki tanımına baktığımızda; “*gönüllü bir ödüllendirme sistemini temsil eden işaret*” olduğu ifade edilmekte; yine ÇEY madde 18’e göre “(ç)evre etiketinin rengi, logosu, boyutları, ürün grubu, kriter ve tescil bilgilerinin etiketi üzerinde konumlandırılması, Bakanlık tarafından belirlenir ve ilan edilir” denilerek; SMK’da marka olarak tescil edilebilecek renk ve logoya işaret edildiği görülmektedir. Bakanlıkça belirlenen Çevre Etiket logoğu aşağıda gösterildiği gibidir:



Şekil 2- Türkiye Çevre Etiket Logoğu

Söz konusu logonun bir marka olup olmadığı ve hangi tür marka olabileceği aşağıda tartışılacaktır.

A. ÇEVRE ETİKETİ VE ORTAK MARKA

SMK madde 31(3)’e göre “*ortak marka, üretim veya ticaret ya da hizmet işletmelerinden oluşan bir grup tarafından kullanılan işarettir.*” Tanıma göre, ortak markada birden çok kişinin tescillenmiş markayı “ayrı ayrı” olarak kullanma imkânı doğmaktadır. Tekinalp, ortak markayı şu şekilde ifade eder: “*birden çok işletmenin adına müseccel, markanın her bir sahibinin, markanın tümü üzerinde, markanın diğer sahiplerinin aynı nitelikteki hakları ile sınırlı bir şekilde, ancak bağımsız olarak hak sahibi olduğu markadır*”⁶⁵. Bu tür markalar bir gerçek ya da tüzel kişi adına değil, birden çok kişi adına markanın tescili söz konusu olmaktadır⁶⁶. Burada

⁶⁵ Ünal Tekinalp, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2012, s372.

⁶⁶ Bakınız Uğur Çolak, *Türk Marka Hukuku*, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2018, s20; Ünal Tekinalp, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul: Arıkan Basım Dağıtım, 2005, s. 353.

özellikle ortak markanın bir grup markası olmadığı üzerinde durulmaktadır. Grup markasında bir gruba dahil olan işletmelerce markanın kullanılması ve bu markanın birden çok kişi adına değil de bir holding adına tescil edilmesi söz konusu olmaktadır⁶⁷.

Ortak markanın tescili için, teknik şartnamenin TÜRKPATENT'e sunulması gerekir. SMK madde 32(3)'e göre ortak marka teknik şartnamesinde ayrıca, söz konusu ortak markayı kullanmaya yetkili işletmeler ve bu işletmelerden oluşan topluluğa üyelik şartları, marka kullanım şartları ve varsa yaptırımlar belirlenir.

Ortak marka kanunda da belirtildiği üzere, gruptaki işletmelerin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarar. Yani burada tüketicieye marka ile "belli bir birlik ya da gruba ait bir ürünü seçme imkânı" tanınmaktadır⁶⁸.

Çevre etiketini ortak marka açısından incelediğimizde, ortak markada ürün ve hizmetlerin menşeyini göstermek amacının olduğunu görmekteyiz. Bu nedenle teknik şartnamede "kullanmaya yetkili kişiler" in belirtilmesi gerekmektedir. Ancak, çevre etiketinde amaç ürün ve hizmetlerin menşeyini belirtmekten ziyade, bilimsel verilere dayalı olarak çevresel zararlarının en aza indirildiği ürün ve hizmetlerin belirtilerek tüketicilerin bu türden çevre, sağlık ve iklime olumsuz etkilerinin azaltılmış ürünleri seçmelerinin teşvik edilmesidir. Ürünlerin menşeyinin değil, çevreye etkilerinin tespiti ile belli bir "kalitede" yahut yine kriterlere göre "uygunlukta" olduğunun garanti edilmesi söz konusudur.

SMK gereğince teknik şartnamede ortak markayı kullanacak işletmelerin topluluğa üyelik şartlarının da yazılması gerekmektedir. Burada üyelik için belirli şartların olması, çevre etiketine sahip olunabilmesi için de belirli şartların gerekmesi düşüncesiyle çevre etiketinin ortak marka olabileceği yanlışlığı oluşturmamalıdır. Ortak marka için üyelik şartları işletmelere yöneliktir, ancak çevre etiketi açısından getirilen şartlar/kriterler tamamen ürüne ve hizmete yönelik olup, bunların çevreye olan etkilerinin ölçümüne yarar⁶⁹.

Ayrıca ortak markada, markanın adına tescil edildiği herkes markayı kullanma hakkına sahip ve kullanabiliyorken; çevre etiketinde, etiketi veren Bakanlık tarafından kullanılmasının söz konusu olmaması da çevre etiketini ortak markadan ayıran başka bir husustur.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, çevre etiketinin SMK kapsamında tanımı yapılan ortak marka ile örtüşmediği için bir ortak marka olarak görülemeyeceği sonucuna varılabilir.

B. ÇEVRE ETİKETİ VE GARANTİ MARKASI

Garanti markası, o markayı taşıyan ürünlerin belirli kalite yahut özellikleri taşıdığını belirtmektedir. SMK madde 31(1)'e göre "garanti markası, marka sahibinin kontrolü altında birçok işletme tarafından o işletmelerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işarettir." Ortak markadan farklı olarak, garanti

⁶⁷ Çolak, Türk Marka Hukuku, s20; Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku (2012), s372; Hamdi Yasaman vd., *Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Şerhi*, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2004, s997.

⁶⁸ Hayri Bozgeyik, "Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri ve Benzer Kavramlarla İlişkisi", *Journal of İstanbul University Law Faculty* 71, no. 2 (2013), 91-102.

⁶⁹ Bakınız Bozgeyik, "Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri Ve Benzer Kavramlarla İlişkisi", s.96.

markası tek bir kişi adına tescil ettirilmekte ve ürünlerin kalite ve özelliklerine ilişkin kriterlerle bu kişi tarafından belirlenmektedir. Tekinalp de madde lafzının her ne kadar “işletmenin” ortak özelliklerinin garanti edildiği izlenimi yaratsa da “mal veya hizmetin” “özellik, üretim usulleri, coğrafi menşei ve kalitesinin” bu marka ile garanti edildiğinin altını çizer⁷⁰.

Ürün ve hizmetleri belirlenen bu kriterlere uygun olan işletmeler de marka sahibinin izni ile garanti markasını kullanabilmektedir.⁷¹ Ortak markada olduğu gibi en başından kimlerin markayı kullanmakta hak sahibi olduğu marka başvurusunda gösterilmemektedir.

Garanti markası bir kişi adına tescil edildiğinden genellikle bir meslek mensubu derneği, meslek odası,⁷² ulusal ya da uluslararası endüstriyel standart veya belgelendirme kuruluşları tarafından tescil ettirilmektedir⁷³. Ayrıca garanti markasının marka sahibinin veya marka sahibine iktisaden bağlı olan işletmelerin mal veya hizmetlerinde kullanılması kanun gereğince yasaklanmıştır. Bu husus da yine garanti markasını ortak markadan ayırmaktadır.

Tıpkı ortak markada olduğu gibi garanti markası başvurusunda da bir teknik şartnamenin TÜRK PATENT” verilmesi gerekmektedir. Söz konusu şartnamenin, “*markanın garanti ettiği mal veya hizmetlerin ortak özelliklerini, markanın kullanılma usullerini, markayı kullanım hakkının verilmesinden sonra denetimlerin nasıl ve hangi sıklıkta yapılacağı ile teknik şartnameye aykırı kullanma hâlinde uygulanacak müeyyideleri*” içermesi gerekmektedir⁷⁴.

Çevre etiketi göz önüne alındığında garanti markası ile pek çok yönden benzeştiği görülmektedir.

1. Garanti markası ürün ve hizmetlerin kalitesini ve çeşitli özelliklerinin olduğunu garanti etmektedir. Çevre etiketi de sunulan ürün ve hizmetlerin belli standartları taşıyarak çevresel etkilerinin azaltılmış olduğunun kanıtlandığı ürünlere verilmektedir. Hem garanti markası hem de çevre etiketi ürün veya hizmetlerin “belirlenen şartları taşıdığını” göstermektedir.
2. Garanti markası başvurusunda bir teknik şartname verilerek, markayı kullanacak olan ürün ve hizmetlerin ortak özelliklerinin neler olduğunun belirtilmesi gerekmektedir. Çevre etiketi alabilmek için farklı ürün ve hizmet gruplarına yönelik olarak Bakanlıkça kriterler belirlenmiştir. Bu kriterlere uygunluk halinde başvuru garanti markasını ya da çevre etiketini kullanabilmektedir.
3. SMK madde 32(2)’de garanti markası bakımından teknik şartname, hem başvuru anında ürün ve hizmetlerde bulunması gereken özellikleri hem de daha sonraki süreçte şartnameye uygunluk “denetimlerinin” nasıl yapılacağını belirtir. Garanti markasının diğer işletmelere kullandırılabilmesi açısından, söz konusu kalite

⁷⁰ Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku (2012), s. 372. Aynı şekilde bakınız Savaş Bozbel, *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2015, s.366, Hamdi Yasaman vd., *Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Şerhi*, s.985.

⁷¹ Hayrettin Çağlar, *Marka Hukuku Temel Esaslar*, Ankara: Adalet Yayınevi, 2013, s. 30; Sevilay Uzunallı, *Marka Hukuku*, Ankara: Adalet Yayınevi, 2021, s.40-41; Arslan Kaya, *Marka Hukuku*, İstanbul: Arıkan Basımevi, 2006, s.53-54.

⁷² Tekinalp, Fikri Mülkiyet Hukuku, (2005) s.353.

⁷³ Bozgeyik, "Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri Ve Benzer Kavramlarla İlişkisi", s. 92.

⁷⁴ SMK madde 32(2).

şartlarının/özelliklerin yalnız başvuru anında değil, daha sonra da sağlandığının izlenmesi söz konusudur⁷⁵. Aynı doğrultuda ÇEY madde 14(4) uyarınca Bakanlık çevre etiketi kullanım izini alan ürün veya hizmetin yönetmelik ve sözleşme hükümlerine uygunluğunun “her zaman” denetleyebilir.

4. Garanti markası yukarıda da belirttiğimiz üzere, genellikle çeşitli standardizasyon kuruluşları ya da meslek birlikleri gibi kuruluşlarca alınarak, teknik şartnamedeki koşulları taşıyan ürünleri ve hizmetleri için diğer işletmelere markayı kullanma yetkisi verir. Aynı şekilde, çevre etiketi sisteminde de ISO gibi standardizasyon kuruluşlarını, çevre koruma kuruluşlarını ve hatta devlet ve onun ilgili birimlerini kriterleri belirleyip etiketin kullanımına izin veren olarak görebiliyoruz.
5. Hem garanti markasında hem de çevre etiketinde marka sahibinin/etiketin kullanımına izin veren kuruluşun, söz konusu marka ve etiketi kullanmaması söz konusudur. Özellikle garanti markaları bakımından bu yasak, SMK madde 31(2) hükmü ile belirtilmiştir.

Markanın fonksiyonları arasında sayılan kaliteyi garanti etme fonksiyonu, garanti markalarında daha somut olarak karşımıza çıkmaktadır; zira garanti markasını kullanılabilmesi için ürün ve hizmetlere ilişkin teknik şartların yerine getirilmiş olması gerekmektedir⁷⁶. Bu nedenle, garanti markalarının hem tüketici hem de kamu yararı bakımından, çevresel tercih edilebilirliğe ilişkin iletişim noktasında daha uygun bir konumda olduğu, getirdiği kriterler ve standardizasyon ışığında tüketiciler açısından belirsizlikleri ortadan kaldırdığı savunulmaktadır⁷⁷. Garanti markası, diğer marka türlerine kıyasla eko-etiket olarak daha uygun görülmektedir. Çünkü garanti markası sahipleri bağımsız olup, daha objektif ve doğru bilgiler ışığında markayı kullanırlar⁷⁸.

Her ne kadar garanti markasının kriterler getirmesi dolayısıyla eko-etiket olarak daha uygun olduğu belirtilse de burada da tüketici açısından bazı soru işaretleri doğmaktadır. Garanti markası başvurusu esnasında teknik şartname ile markanın garanti ettiği mal ve hizmetlerin ortak özellikleri belirtilmelidir. Ancak, burada mal ve hizmetlerin ortak özelliklerinin neler olacağını belirleme yetkisi marka başvurusu sahibine aittir⁷⁹. Ayrıca, teknik şartnamede belirtilen özellik ya da şartların neler olduğu halka açık değildir, bu şartname TÜRKPATENT'e sunulmaktadır. Öte yandan, çevre etiketinde ürün ve hizmet kategorilerine ilişkin kriterler Bakanlık tarafından belirlenmiş olup, herkesin erişimine açıktır. Bu yönden bakıldığında çevre etiketi tüketiciyi daha fazla bilgilendirmektedir.

Her ne kadar garanti markası ve çevre etiketi arasında yoğun benzerlik olsa da çevre etiketi bir “marka”, özelden de bir “garanti markası” değildir. Zira; çevre etiketinin garanti

⁷⁵ Bozgeyik, "Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri Ve Benzer Kavramlarla İlişkisi", s.93.

⁷⁶ Alexandra Mogyoros, "Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?", *Journal of Intellectual Property Law and Practice* 18, no. 5 (2023), s. 368.

⁷⁷ Ibid. s 368; Jeffrey Belson, "Environmental Trademarks." *Trademark Rep.*104 (2014), s. 822; Christine H Farley, "Green Marks", *Research Handbook on Intellectual Property and Climate Change*, (haz. Joshua Sarnoff), Cheltenham: Edward Elgar 2016, ss. 399–413.

⁷⁸ Mogyoros, "Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?", s. 369.

⁷⁹ Bakanız Mogyoros, "Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?", s. 370; Farley, 'Green Marks' ss. 407-408.

markası olabilmesi için TÜRKPATENT'e başvuru yapılmış olması ve başvuru sonucunda da tescillenmiş olması gerekmektedir. Çevre etiketinin kullanılmasını onaylayan kuruluş ise TÜRKPATENT değil, Çevre, İklim Değişikliği ve Şehircilik Bakanlığı'dır. Ancak şu an için Bakanlık tarafından verilen çevre etiketinin TÜRKPATENT nezdinde marka olarak tescili söz konusu değildir.

Peki çevre etiketi sistemi bir garanti markası değilse nedir? Çevre etiketi, gönüllü olarak alınan ve ürünlerin veya hizmetlerin çevreye etkilerinin azaltıldığına ilişkin kriterleri de karşılayan bir işarettir. Bu işaretin kullanılabilmesi ise bilimsel verilere ve şartlara göre olmakta ve bir eko-etiketleme ağı/düzeni aracılığıyla yapılmaktadır. Mevzuatımızda çevre etiketi sistemi bakımından "TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensipler ve Yöntemler standardı" dikkate alınmaktadır. Buradan da hareketle, çevre etiketinin bir "sertifikasyon süreci" olduğunu belirtmek mümkündür.

C. ÇEVRE ETİKETİ MARKA OLARAK TESCİL EDİLEBİLİR Mİ?

Yurt dışındaki örnekleri nazara alınarak, çevre etiketinin marka olarak tescil edilip edilemeyeceği de yöneltmesi gereken diğer bir sorudur. Şu an TÜRKPATENT üzerinden yaptığımız aramada 'çevre etiketi' şeklinde bir başvurunun olmadığı görülmektedir. Ancak araştırmamızı etiket üzerinden yaptığımızda "eko-etiket" ve "yeşil etiket" sözcüklerine yönelik marka başvuruları olduğu, hatta İngilizce olarak yapılan aramada "Eco Label" sözcüklerinin de başvuruya konu edildiği görülmektedir.

31.12. 2012 tarih ve 2012/111149 başvuru numarası ile "Yeşil Etiket" sözcükleri marka olarak tescil edilmek istenmiştir. Kurum, başvuru tarihinde yürürlükte olan 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname madde 7 (a) ve (c) uyarınca başvuruyu reddetmiştir. 556 sayılı KHK'nın söz konusu maddeleri mutlak ret nedenlerini düzenlemiştir ve (a) bendi "*5inci madde kapsamına girmeyen işaretlerin*", (c) bendi ise "*ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin yapıldığı zamanı gösteren veya malların ve hizmetlerin diğer karakteristik özelliklerini belirten işaret ve adlandırmaları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markaların*" tescil edilemeyeceğini hükme bağlamıştır. 556 sayılı KHK madde 5 ise "*kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görümlenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretlerin*" marka olabileceğini belirtmektedir.

26.10.2018 tarih ve 2018/96207 başvuru numarası ile "e eco label ecological products certification" için hizmet markası başvurusu yapılmış; ancak Kurum SMK madde 5(1)(b), (c) ve (ç)'ye dayanarak tescil talebini reddetmiştir. SMK madde 5(1)(b) "*herhangi bir ayırt edici niteliğe sahip olmayan işaretleri*", madde 5(1)(c) "*ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin sunulduğu zamanı gösteren veya malların ya da hizmetlerin diğer özelliklerini belirten işaret veya adlandırmaları münhasıran ya da esas unsur olarak içeren işaretleri*" ve madde 5 (1)(c) ise "*aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil*

başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretleri” mutlak red nedeni olarak saymaktadır.

TÜRKPATENT nezdinde 13.03.2020 tarihinde, 2020/31827 başvuru numarası ile ‘Eko-Etiket’ için marka başvurusu yapılmış; ancak yine Kurum tarafından SMK md 5(1)(b) ve (c) gerekçe gösterilerek başvuru reddedilmiştir. 27.04.2023 tarih ve 2023/055162 başvuru numarası ile “ecolabel” için yapılan marka başvurusu, Kurum tarafından SMK madde 5(1)(b) ve (c) uyarınca reddedilmiştir.

Yukarıda incelediğimiz tüm marka başvurularında Kurumun mutlak red nedenlerine dayanarak başvuruyu reddettiği görülmekle birlikte; 04.10.2018 tarih ve 2018/88669 numaralı başvuru ile “eco globalmark isq eco trademark isq eco natural isq isq global eco labels” için yapılan marka başvurusu SMK madde 6(1)’de nispi red nedeni olarak sayılan benzerlik/karıştırılmalı ihtimali gerekçesi ile reddedilmiştir.

Tüm bunlardan da yola çıkarak, “çevre etiketi” işaretinin marka olarak tescil edilmek istenmesi halinde SMK madde 5(1)(b) ve (c) kapsamında reddedilmesi mümkündür. Özellikle, madde 5(1)(c) “*ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin sunulduğu zamanı gösteren veya malların ya da hizmetlerin diğer özelliklerini belirten işaret veya adlandırmaları münhasıran ya da esas unsur olarak içeren işaretleri*” ile ortaya konan mutlak red sebebi, yukarıda bahsi geçen örnek kararlar olmasa da muhakkak üzerinde durulması gereken bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevre etiketi, ÇEY’de de ortaya konduğu üzere ürünlerin “yaşam döngüsü boyunca çevresel etkileri azaltılmış” olduğunu bilimsel temellere dayalı olarak tüketicilere bildirir. Yani, ürünlerin “kalitesini” ortaya koymaktadır. Ürün ve hizmetlerin, Bakanlıkça belirlenen kriterleri taşıdığını ifade eder. Ya da yine (c) bendi kapsamında “*malların ya da hizmetlerin diğer özelliklerini belirten işaret*” olarak kabul edilebilir.

Burada gösterilen örneklerin, ferdi marka başvurusu olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, çevre etiketinin ferdi marka olarak başvurusu, başvuru sahibinin “Bakanlık” olduğu halde dahi reddi sonucunu doğuracaktır.

Ancak, Bakanlık, çevre etiketini garanti markası olarak tescil edebilmelidir. Yukarıdaki başlıkta da ifade ettiğimiz üzere, garanti markası çevre etiketi açısından en uygun marka türüdür. Engels ve Grubler’e göre, milli hukuklarının garanti markasına dair herhangi bir düzenleme getirmediği durumda, ortak marka da çevre etiketi için bir çözüm olarak görülebilir⁸⁰. Ancak, hem garanti markası ve çevre etiketi lisanslama sisteminin birbirine çok benzemesi hem de bizim ülkemiz açısından zaten garanti markasına dair düzenlemelerin olması, çevre etiketinin “garanti markası” olarak tescil edilmesinin daha doğru bir tercih olacağını göstermektedir⁸¹.

⁸⁰ Engels, Gabriele, and Ulrike Grubler, "Sustainable Brands, Eco-Labels and the New EU Certification Mark", *Managing Intell. Prop.* 264, (2017), s. 88.

⁸¹ Ayrıca bakınız Yatağan Özkan, Dinçer Özbey, “Green Is the New Black: The Rise of Green Marks and Possible Solutions to Greenwashing”.

SONUÇ

Tüketicilerin çevre duyarlılığı nedeniyle, işletmeler tarafından hedef alınması, sundukları ürün ve hizmetlerin çevreci olduğuna yönelik “yeşil iddialarda” bulunma sıklıkları da artmıştır. Tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen bu “yeşil iddiaların” doğruluğunun denetlenmesi, tüketicileri korumak kadar; işletmeler arasında rekabeti korumak ve sürdürmek ve iklim değişikliği ile mücadele konusundan uluslararası arenada atılan adımları gerçekleştirmek açısından son derece önem arz etmektedir. AYM ile birlikte “sürdürülebilir ürünlerin” tercih edilebilirliğinin artırılması hedeflerinin sağlamak açısından da tüketicilere satın aldıkları ürün ve hizmetlere dair yeşil iddiaların gerçekliği hususunda doğru ve bilimsel bilgiler vermek gerekmektedir. Bu doğrultuda ortaya çıkan çevre etiketi sistemi ile, ürün ve hizmet grubuna dair belirlenen bilimsel kriterleri sağladığı doğrulanmış ürün ve hizmetler de kullanılmak üzere “bir işaret” etiket verilmesi söz konusudur.

Ülkemizde de 2018 yılından itibaren oluşturulan Çevre Etiketleri Sistemi ile çevre bilincinin artırılması hedeflenmiştir. Ayrıca YMEP’te belirtildiği üzere, “*Türkiye Çevre Etiketleri Sisteminin yaygınlaştırarak, AB Döngüsel Ekonomi Eylem Planı kapsamında uyum çalışmalarıyla yürütülmesi, AB ile işbirliği olanaklarının araştırılması*” hedefleri ortaya konulmuştur. Çevre etiketi ile geliştirilen bilimsel kriterler ile ürün ve hizmetlerin azaltılmış çevresel etkilerle sahip olduğunun ortaya konması, söz konusu ürünlerin hem iç pazarda hem de ihracat kanalıyla yurt dışında tercih edilebilirliğini artırarak ülkemizin rekabet gücüne katkıda bulunacaktır⁸².

YMEP kapsamındaki hedefler doğrultusunda çevre etiketinin yaygınlaştırılması ve tanıtılması açısından, çalışmamız çevre etiketi mevzuatını incelemiştir. Çevre etiketinin özellikle Türkiye’de yeni bir uygulama olduğu da göz önüne alınarak, hukuki niteliği de yine çalışmamız kapsamında analiz edilmiştir. Buna göre, çevre etiketinin ürün ve hizmetler üzerine konan bir ‘işaret’ olması sebebiyle özellikle bir marka olup olmadığının değerlendirilmesi yapılmıştır. Her ne kadar çevre etiketi ve garanti markası arasında işlevleri ve kullanılması açısından büyük benzerlikler olsa da TÜRK PATENT nezdinde garanti markası olarak tescil edilmediğinden hareketle bir garanti markası değildir. Mevzuatımızda çevre etiketi sistemi bakımından “*TS EN ISO 14024 Tip I Çevre Etiketlemesi, Prensipler ve Yöntemler standardı*” dikkate alındığından dolayı, çevre etiketinin bir “sertifikasyon süreci” olduğunu belirtmek mümkündür.

⁸² Bakınız: DEİK, ‘Sanayide Yeşil Dönüşümün Desteklenmesi Projesi AB’nin Yeni Büyüme Stratejisi “Yeşil Muhabakat” ve Türkiye İçin Önemi’, Mart 2022, <https://www.deik.org.tr/deik-yesil-donusum>.

KAYNAKÇA

- Belson, Jeffrey. "Environmental Trademarks." *Trademark Rep.*104 (2014): 822.
- Birpınar, Mehmet Emin, Atay, Serkan, Yetiş, Ülkü. "Sürdürülebilir Üretim Ve Tüketimde Eko-Etiketlerin Önemi: Türkiye Çevre Etiket Sistemi." *Çevre Şehir ve İklim Dergisi* 2, no. 3 (2023): 60-81.
- Bozbel, Savaş. *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2015
- Bozgeyik, Hayri. "Garanti Markasının Marka Hukukundaki Yeri Ve Benzer Kavramlarla İlişkisi." *Journal of Istanbul University Law Faculty* 71, no. 2 (2013): 91-102.
- Communication From the Commission to The European Parliament And The Council Building The Single Market For Green Products Facilitating better information on the environmental performance of products and organisations' Brussels, 9.4.2013 COM (2013) 196 final.
- Czarnecki, Jason J., Jönsson, K. Ingemar, and Kuh, Katrina. "Crafting next generation eco-label policy." *Environmental Law* 48, no. 3 (2018): ss. 409-452.
- Çağlar, Hayrettin. *Marka Hukuku Temel Esaslar*, Ankara: Adalet Yayınevi, 2013.
- Çolak, Uğur. *Türk Marka Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2018.
- DEİK. 'Sanayide Yeşil Dönüşümün Desteklenmesi Projesi AB'nin Yeni Büyüme Stratejisi "Yeşil Mutabakat" ve Türkiye İçin Önemi'. Mart 2022, <https://www.deik.org.tr/deik-yesil-donusum>.
- Delbück, Kilian. "The German Eco-Label "Blue Angel" and International Trade." *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997.
- Digital Journal. 'Green Marketing Market 2022 Emerging Growth Trends by Top Countries, Industry Size and Share, Revenue, Opportunities and Challenges, Demand Status and Leading Players Updates till 2025'. 21 Haziran 2022, <https://www.digitaljournal.com/pr/green-marketing-market-2022-emerging-growth-trends-by-top-countries-industry-size-and-share-revenue-opportunities-and-challenges-demand-status-and-leading-players-updates-till-2025>.
- Engels, Gabriele, and Grubler, Ulrike. "Sustainable Brands, Eco-Labels and the New EU Certification Mark." *Marketing Intell. Prop.* 264 (2017): 88-91.
- Erickson, Audra, Kramer, Carol S. "Ecolabels: The link between environmental preferences and green practice.s" in *Strategy and Policy in the Food System: Emerging Issues*, ed. Julie A. Caswell and Ronald W. Cotterill (Connecticut: University of Connecticut, Food Marketing Policy Center, 1997): ss. 195-206.
- European Commission. "About the EU Ecolabel". https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/about-eu-ecolabel_en.
- European Environment Agency. "Life Cycle Assessment." <https://www.eea.europa.eu/help/glossary/eea-glossary/life-cycle-assessment>.
- Farley, Christine H. 'Green Marks.' *Research Handbook on Intellectual Property and Climate Change*, (haz. Joshua Sarnoff), Cheltenham: Edward Elgar 2016.
- Fernández Fernández, Carmen. "Unit 10: Introduction to Ecolabelling Communication", *ecodesign*, http://www.ecosign-project.eu/wp-content/uploads/2018/09/BASIC_UNIT10_EN_Lecture.pdf.
- Galarraga Gallastegui, Ibon. "The use of eco-labels: a review of the literature". *European Environment* 12, no. 6 (2002): ss.316-331.
- Gertz, Renate. "Eco-labelling—a case for deregulation?", *Law, Probability and Risk* 4, no. 3 (2005): ss. 127-141.

- Gesser, Avi. "Canada's Environmental Choice Program: A Model for a Trade-Friendly Eco-Labeling Scheme". *Harv. Int'l. LJ* 39, no:2 (1998): ss. 501-544.
- globalecolabelling.net. "Eco Mark Program Japan Environment Association (JEA)." <https://globalecolabelling.net/organisation/eco-mark-program/>.
- Glossary of Sustainable Manufacturing Terms. 'Eco-Label'. https://sor.epa.gov/sor_internet/registry/termreg/search-handretrieve/glossariesandkeywordlists/search.do;jsessionid=gIwPDLfzXwCjiMWqoP4cIMFbqb6ZF4_w1gnycazKtolyYoVenk_R!654615163?details=&vocab-Name=Sustainable%20Manufacture%20Terms&filterTerm=eco%20label&checkedAcronym=false&checkedTerm=false&hasDefinitions=false&filterTerm=eco%20label&filterMatchCriteria=Contains.
- Guevara, Maria Isolda P., Chaitoo, Ramesh, ve Smith, Murray G. "Canada's environmental choice program and its impact on developing-country trade." *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997.
- Henry, John. "ISO and eco-labelling." *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997.
- Iraldo, Fabio, Griesshammer, Rainer, and Kahlenborn, Walter. "The future of ecolabels." *The International Journal of Life Cycle Assessment* 25, no. 5 (2020): ss. 833-839.
- Jain, Shikha ve Hagenbeek, Olivier. "2021 Global Sustainability Study: What Role do Consumer Play in a Sustainable Future", [simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com/en/insights/2021-global-sustainability-study-what-role-do-consumers-play-sustainable-future), 28 October 2021, <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2021-global-sustainability-study-what-role-do-consumers-play-sustainable-future>.
- Jain, Shikha ve Hagenbeek, Olivier. "2022 Global Sustainability Study: The Growth Potential of Environmental Change". [simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com/en/insights/2022-global-sustainability-study-growth-potential-environmental-change), <https://www.simon-kucher.com/en/insights/2022-global-sustainability-study-growth-potential-environmental-change>.
- Japan Environment Association Eco Mark Office. "Institution of the Eco Mark." <https://www.ecomark.jp/english/ecomark.html>.
- Kaya, Arslan. *Marka Hukuku*, İstanbul: Arıkan Basımevi, 2006.
- Markandya, Anil. "Eco-Labeling: An Introduction and Review." *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997.
- Menell, Peter S. "Structuring a Market-Oriented Federal Eco-Information Policy." *Md. L. Rev.* 54, (1995): ss. 1435-1474.
- Mogyoros, Alexandra. "Improving eco-labels: are green certification marks up to the task?." *Journal of Intellectual Property Law and Practice* 18, no. 5 (2023): ss. 367-373.
- OECD. 'Environmental Claims Findings and Conclusions of the OECD Committee on Consumer Policy'. DSTI/CP(2010)16/Final, 08.02.2011, [https://one.oecd.org/document/DSTI/CP\(2010\)16/FINAL/En/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/CP(2010)16/FINAL/En/pdf).
- OECD. Report on Trade and Environment to the OECD Council at Ministerial Level, OCDE/GD (95)63
- Okubo, Atsuko. "Environmental Labeling Programs and the GATT/WTO Regime." *Geo. Int'l Env'tl. L. Rev.* 11 (1998): ss. 599-646.
- Polak, John. "Trade as an environmental policy tool? GEN, ecolabelling and trade." *WTO Public Symposium Challenges Ahead on The Road to Cancun*. 2003.
- Prieto-Sandoval, Vanessa, Mejía-Villa, Andrés, Ormazabal, Marta, and Jaca, Carmen. "Challenges for ecolabeling growth: lessons from the EU Ecolabel in Spain." *The International Journal of Life Cycle Assessment* 25 (2020): ss. 856-867.

- Richards, George. "Environmental labeling of consumer products: The need for international harmonization of standards governing third-party certification programs." *Geo. Int'l Envtl. L. Rev.* 7 (1994): ss. 235-276.
- Sapmaz Veral, Evren. "Yeşil Yıkama İle Mücadele: Avrupa Birliği'nde Yeşil İddiaların Doğrulanması Girişimi", *Sayıştay Dergisi* 33, no. 124, (2022): ss. 101-109.
- Silva, Daniel. "The fight against greenwashing in the European Union." *UNIO-EU Law Journal* 7, no. 2 (2021): ss. 124-137.
- Simi, T. B. "Eco-labels: Trade Barriers or Trade Facilitators." *CUTS Centre for International Trade, Economics & Environment-Discussion Paper* 1, no. 2009 (2009), s.186-195. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2022d8_en.pdf.
- Şişman Aydın, Göknur. "Eko-Etiketleme Ve Türkiye Çevre Etiketleri." *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi* 4, No. 1 (2019): ss. 40-47.
- Tekinalp, Ünal. *Fikri Mülkiyet Hukuku*, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2012
- Tekinalp, Ünal. *Fikri Mülkiyet Hukuku*. İstanbul: Arıkan Basım Dağıtım, 2005.
- Thomsen, Jakob, ve McAloone, Tim C. "Does the Ecomark label promote environmentally improved products in India and what experiences can be drawn from the Nordic ecolabel?." In *ICoRD'15-Research into Design Across Boundaries Volume 2: Creativity, Sustainability, DEX, Enabling Technologies, Management and Applications*, (haz. Amaresh Chakrabarti) Springer Hindistan, 2015, ss. 125-135.
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. "Çevre Etiketleri." <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiket-altyapisinin-olusturulmasi-projesi-2013-2014-i-98936>.
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. "Ulusal Çevre Etiket Sisteminin Kurulması Projesi." <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/ulusal-cevre-etiket-sisteminin-kurulmasi-projesi-2017-2018-i-98937>.
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. "Çevre Etiketlerine Sahip Firmalar." <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiketlerine-sahip-firmalar-i-99342>.
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, "Çevre Etiketleri İptal Olan Firmalar". <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/cevre-etiketleri-iptal-olan-firmalar-i-111213>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. "Yanı Başımızdaki Dev Pazar Avrupa Birliği". 17 Şubat 2023, <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/yani-basimizdaki-dev-pazar-avrupa-birligi#:~:text=AB%2C%202022%20yılında%20103%2C1,aralarında%20yaptığı%20ticaret%20hariç%20tutulduğunda>.
- United Nations Sustainable Development, United Nations Conference on Environment & Development, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992, Agenda 21, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
- United States Environmental Protection Agency. 'Environmental Labelling Issues, Policies, and Practices Worldwide'. EPA Contract No. 68-W6-0021, Aralık 1998, <https://www.epa.gov/sites/default/files/2015-09/documents/wwlabel3.pdf>.
- Uzunallı, Sevilay. *Marka Hukuku*, Ankara: Adalet Yayınevi, 2021.
- Vossenaar, René. "Eco-labelling and international trade: the main issues". *Eco-labelling and international trade*, (haz. Simonetta Zarilli, Veena Jha and René Vossenaar), Londra: Palgrave Macmillan, 1997, ss. 21-36.
- Yasaman, Hamdi, Sıtkı Anlam Altay, Tolga Ayoğlu, Fülürya Yusufoglu, Sinan Yüksel, *Marka Hukuku 556 Sayılı KHK Şerhi*, İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2004.
- Yatağan Özkan, Çiğdem, Dinçer Özbey, Berrin. "Green Is the New Black: The Rise of Green Marks and Possible Solutions to Greenwashing," *Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul*, no:73 (2023): ss. 183-206.

UNCTAD TD/B/WG. 6/2, 6 Ekim 1994.

Oxford English Dictionary. 'greenwashing'. <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=greenwashing&tl=true>.

The European Green Deal, Brussels, 11.12.2019, COM(2019) 640 final.

16 Temmuz 2021, 2021/15 sayılı Yeşil Mutabakat Eylem Planı Genelgesi, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/07/20210716-8.pdf>.

"Blue Angel." <https://www.blauer-engel.de/en/blue-angel/our-label-environment>.

"EcoLogo Certification Program." <https://www.ul.com/resources/ecologo-certification-program>.

"The Nordic Swan Ecolabel." <https://www.nordic-swan-ecolabel.org/official-nordic-ecolabel/>.

Cambridge Dictionary. 'greenwashing'. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greenwashing>.

Global Ecolabelling Network. <https://globalecolabelling.net/iso14024-standard/>.

ISO. 'Environmental Labels'. <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100323.pdf>.

Ecolabel Index. <https://www.ecolabelindex.com/>.

Global Ecolabelling Network. <https://globalecolabelling.net/organisations/>.

EXTENDED SUMMARY

GREEN TRANSITION IN TRADE: AN ANALYSIS ON THE ENVIRONMENTAL LABEL AND ITS LEGAL NATURE

Ş. Esra Kiraz, Assist. Prof.

Çankırı Karatekin University, serifeesrakiraz@karatekin.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-3163-8640>

There is an increasing environmental awareness among the consumers, which has caused preference of such products and services that are less harmful to the environment. Therefore, businesses have begun using labels, signs, symbols, logos, etc. claiming that the products and services they offer are more “environmentally friendly”. Via targeting the consumers with these “green claims”, they also influence consumers’ sale preferences. The businesses which create an image that they are caring of the environment and undertaking precautions to protect it affect the customers sustainable decisions on the purchases and these activities also create unfair competition between the companies.

It should be revealed that if the businesses’ claims as being environmentally friendly is true or not. To protect consumers, an ecolabel system which verify the claims regarding the environmental impact of products and services have emerged. By ecolabel, accuracy of environmental claims about the goods and services are proved based on certain standards and evidence, thereof, the consumers can choose such products and services with confidence. In the process of harmonization with EU legislation, Türkiye implemented the “Environmental Label Regulation” (ÇEY) and the Turkish Environmental Label System (TCES) in 2018. The environmental label has been issued to only 10 businesses currently. In our study, firstly, the environmental label and the legislation will be examined. As the labelling system is newly introduced in Türkiye, an evaluation will be made on its legal nature and tried to reveal if it is a trademark in accordance with the Turkish Industrial Property Law (SMK).

Article 4(b) of ÇEY defines the environmental label as follows: “(b) (i)t refers to the sign that represents a voluntary reward system created to promote products, in accordance with the provisions of this Regulation, with reduced environmental impacts throughout their life cycle and to provide accurate, non-misleading, scientific based information to consumers.” TCES is managed by the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, and the Environmental Impact Board is authorized to determine and develop the criteria for products and the Technical Review Commission determines the environmental label criteria for product or service groups and examines the compliance of the products with the criteria. The application for

environmental label is made to Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change.

Because that the environmental label appears as a logo, badge or a distinctive sign, it should be discussed if the environmental label constitutes an intellectual property right and especially whether it can be considered as a trademark. As described in Article 4 of the SMK; “a trademark enables the goods or services of one undertaking to be distinguished from the goods or services of other undertakings.” Also, the same article states that “all kinds of signs, including shapes, colours, letters, numbers, sounds and the shape of the goods or their packaging” can be registered as trademarks. Turkish environmental label is also a sign according to the regulation and there is a logo issued by the Ministry. On the ground of this, environmental label logo can be trademark. In terms of the types of the trademark if the environmental label is a collective or certification mark is also examined.

According to Article 31(3) of the SMK, “a collective trademark is a sign used by a group consisting of production or trade or service enterprises.” As stated in the law, a collective trademark serves to distinguish the goods or services of businesses in the group from the goods or services of other businesses. However, the purpose of the environmental label is to indicate the products and services whose environmental harms are minimized based on scientific data, and to encourage consumers to choose products with reduced negative effects on the environment, health and climate. Under a collective trademark, everyone in whose name the trademark is registered has the right to use the trademark and can use it; the fact that the environmental label is not used by the Ministry who only issues the label if the applicant fulfils the certain criteria. it can be concluded that the environmental label cannot be seen as a collective trademark.

According to the SMK Article 31(1) “a guarantee (certification) mark is a sign used by many businesses under the control of the trademark owner to guarantee the common features, production methods, geographical origins and quality of those businesses.” Both the certification mark and the environmental label guarantee the certain quality of the products and services. Both the certification mark and the environmental label determine a technical specification and the common features of the products and services in order to issue the mark/label. Under bot certification mark and the label, it is not possible to use trademark/label for the trademark owner or issuance organization. Although the environmental label and certification marks have common features, the environmental label is not a certified trademark under Turkish law regarding that it is not registered by TÜRKPATENT (Turkish Patent Authority).