

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hayriye Rana DEMİRER

YÖRESEL ÜRÜN VE COĞRAFİ İŞARETLER;
FRANSA VE TÜRKİYE ÜZERİNE BİR İNCELEME

Danışman
Prof.Dr. Yavuz TEKELİOĞLU






İktisat Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2010

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Hayriye Rana DEMİRER'in bu çalışması, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Ahmet HOSRİM KÖSE 
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Yusuf TEKEZİOĞLU 
Üye : Prof. Dr. A. Ali KALÇ 
Üye : Prof. Dr. Safak AKSOY 
Üye : Doç. Dr. Selim ÇAYGÖZ 

Tez Konusu: "Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler: Fransa ve Türkiye üzerine bir inceleme"

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi : 23.09/2010

Mezuniyet Tarihi : 14.10/2010

Prof. Dr. Burhan VARKIVANÇ
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

Şekiller ve Tablolar Listesi	iv
Grafikler, Haritalar, Kutular ve Fotoğraflar listesi	vi
Kısaltmalar Listesi	vii
Özet	viii
Summary	ix
Önsöz	x
Giriş	1

1.BÖLÜM

İKTİSADIN İNCELEME NESNESİ OLARAK COĞRAFİ İŞARETLER: ÇÖZÜMLEYİCİ KAVRAMSAL ÇERÇEVEYE DOĞRU	4
1.1. Coğrafi İşaretler Olgusu	5
1.2. Coğrafi İşaretler İktisadi İncelemenin ‘Karşı-Nesnesi’ mi?	6
1.3. Coğrafi İşaretler Olgusunun İktisadi Boyutları	9
1.4. Coğrafi İşaretlere Konu Olan Yöresel Ürünlerin Meta Formu	12
1.5. Coğrafi İşaretlerce Düzenlenen Yöresel Ürünler Piyasası	16
1.6. Coğrafi İşaretler Tescili Alan Ürünlerde Üretim Sürecinin Örgütlenmesi	22
1.7. Kırsal Kalkınma Politikası Olarak Coğrafi İşaretler	30
1.8. Coğrafi İşaretlerin Tüketici Refahına Etkileri	33

2. BÖLÜM

DÜZENLEYİCİ ÇERÇEVE OLARAK COĞRAFİ İŞARET SİSTEMİNİN GELİŞİMİ	35
2.1. “Coğrafi İşaret” Kavramı	35
2.1.1. Yöre - ürün ilişkisi	36
2.1.2. Yöresel Ürünlerin Sınıflandırılması: Yöresel - Yerel ürünler	38

2.1.3.	Yöresel Ürünler	40
2.1.4.	Yöresel Ürünlerin Nitelikleri	41
2.1.5.	Yöresel ve Yerel Ürünlerin Kayıt Altına Alınması: Coğrafi İşaretler	44
2.2.	Bir Koruyucu Düzenleme Olarak Coğrafi İşaret	48
2.2.1.	Fransa’da menşe adlandırmaları ve tarihsel gelişimi	49
2.2.2.	Avrupa Birliği Düzenlemeleri	54
2.2.3.	Küresel Düzeyde Coğrafi İşaretlerle İlgili Düzenlemeler	69
2.2.3.1.	DTÖ Öncesi Cİ Düzenlemeleri	69
2.2.3.2.	DTÖ Sonrası Cİ Düzenlemeleri	72
2.2.3.3.	DOHA Kalkınma Gündemi ve Cİ’ler	79
2.2.4.	Coğrafi İşaretler ve Ticari Markalar Arasındaki Farklar	82
2.3.	Türkiye’de Cİ’e Yönelik Yasal Düzenlemeler	85
2.3.1.	Menşe Adı	86
2.3.2.	Mahreç İşareti	87
2.3.3.	Korumadan Yararlanma Koşulları ve Cİ Tesciliyle Sağlanan Haklar	93

3. BÖLÜM

COĞRAFI İŞARETLER SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ: FRANSA VE TÜRKİYE’DEN KARŞILAŞTIRMALI ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI	97
3.1. Fransa’da Coğrafi İşaretlerin Kurumsal Çerçevesi	98
3.1.1. Fransa’da Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü’nün tarihsel arka planı	103
3.1.2. Fransa’da Cİ sisteminin işleyişi: Rokfor(Roquefort) Peyniri örneği	106
3.1.2.1. Rokfor Peynirinin tarihsel gelişimi	106
3.1.2.2. Rokfor Peynirinin üretim süreci	109
3.1.3. Roquefort peyniri üretiminde toplumsal işbölümü	115
3.1.4. Menşei sahipliğinde özgün bir model: Rokfor Konfederasyonu	120
3.1.5. Kırsal kalkınma perspektifinden Rokfor peynir üretimi	124

3.2. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sistemi: Ezine Peyniri Örnek Olay Çalışması	128
3.2.1. Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Kurumsal Yapısı	129
3.2.2. Yöresel Ürünler ve Tüketiciler	134
3.2.3. Ezine Peyniri Örneğinde Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin İşleyişi	145
3.2.3.1. Ezine Peyniri ve Mandıracıların Kısa Tarihçesi	146
3.2.3.2. Menşe İşareti Olarak Ezine Peyniri	149
3.2.3.3. Ezine Peyniri Üretim Süreci	152
3.2.3.4. Ezine Peyniri Üretiminde Toplumsal İşbölümü	155
3.2.3.5. Yörede Süt Üretimi ve Süt Fiyatlarının Belirlenme Süreci	159
3.2.3.6. Ezine Peynir Üretiminin Yöreye İktisadi Etkileri	161
Sonuç	164
Kaynakça	167
Ek 1. Avrupa Komisyonu 510/2006 tarihli Cİ’ler Düzenlemesi	174
Ek 2. Avrupa Komisyonu 2081/92 nolu Cİ’ler Düzenlemesi	193
Ek 3. Avrupa Komisyonu 2082/92 nolu Cİ’ler Düzenlemesi	205
Ek 4. Avrupa Komisyonu 510/2006 nolu tüzüğe göre ürün grupları	215
Ek 5. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Üzerine Anlaşma	216
Ek 6. Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 sayılı KHK	220
Ek 7. 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK'nın uygulama şeklini gösterir yönetmelik	236
Ek 8. Tescilli coğrafi işaretler listesi (türkiye - 25.08.2010)	242
Ek 9. Tarım ve gıda dışı ürünler listesi	247
Ek 10. Türkiye ci’li ürünler tescil ayrıntıları	249
Ek 11. Coğrafi işaretlerin ve geleneksel özellikli ürün adlarının korunması hakkında kanun tasarısı	257
Ek 12. Rokfor peyniri menşe adı koruması ile ilgili yasal düzenleme	315
Ek 13. Rokfor peyniri ci’i ile ilgili Mayıs 2005 tarihli düzenleme	321
Ek 14. Ezine peyniri menşe işareti tescil belgesi	323
Özgeçmiş	326

Şekiller ve Tablolar Listesi

Şekiller

Şekil 2.1. Avrupa Komisyonu Cİ'ler Logoları	57
Şekil 3.1. Fransa PDO yönetim sistemi	101
Şekil 3.2. Rokfor Peyniri orijin ve kalite garantisi etiketi	108
Şekil 3.3. Rokfor üretim aşamaları	117
Şekil 3.4. Türk Patent Enstitüsü yönetim yapısı	131

Tablolar

Tablo 1.1. Farklı Cİ'li ürünlerin ciroları	31
Tablo 2.1. Fransa'da Cİ'ler Korumasının ürün gruplarına göre dağılımı(2010)	51
Tablo 2.2. Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaretler(2010)	62
Tablo 2.3. AB'de kayıtlı PDO ve PGI'lı ürünlerin ürün gruplarına göre dağılımı	63
Tablo 2.4. Avrupa Birliği Cİ sisteminde kayıtlı PDO ve PGI'ların ülkeler arası dağılımı	63
Tablo 2.5a. AB'de kayıtlı PDO ve PGI'lı ürünlerin, ürün gruplarına ve üye ülkelere göre dağılımı	65
Tablo 2.5b. AB'de kayıtlı PDO ve PGI'lı ürünlerin, ürün gruplarına ve üye ülkelere göre dağılımı	66
Tablo 2.6. Coğrafi İşaretler ve Ticari Markalar arasındaki farklar	84
Tablo 2.7. Türkiye'de Cİ Tescili alan Tarım ve Gıda Ürünlerinin Dağılımı	89
Tablo 3.1. Roquefort bölgesi koyun, işletme sayıları ve süt üretim miktarları(1951-2009)	119
Tablo 3.2. Referans fiyatları (Roquefort)	123
Tablo 3.3. Roquefort Bölgesi Süt Üretimi ve Kullanım Biçimi (2009)	125
Tablo 3.4. Roquefort Bölgesi Peynir üretim miktarları (2007 ve 2009)	126
Tablo 3.5. Roquefort süt işletmelerinin tarımsal istihdamdaki yeri (2008)	127
Tablo 3.6. Roquefort sanayinin toplam sınaî istihdamdaki yeri (2008)	128
Tablo 3.7. Yöresel ürünün tanımlayıcı özelliği	136
Tablo 3.8. Yöresel ürünler nasıl temin edilir?	139
Tablo 3.9. Yöresel ürünler satın alınırken hangi özelliklerine dikkat edilir?	140
Tablo 3.10. Cİ bilgi durumuna göre yöresel ürünün tanımlayıcı özelliği	141
Tablo 3.11. Tüketici davranışlarına yönelik yargı cümleleri	142

Tablo 3.12. Yaş gruplarına göre yargı cümlesine dönük tutumların dağılımı	152
Tablo 3.13. Yöresel ürünün üretiminde aranan temel özellikler	144
Tablo 3.14. Ezine Peyniri Menşe Adı Tescili Bölgesinde Nüfus, Tarımsal Yapı ve Mandıraların Dağılımı (2008)	155
Tablo 3.15. Ezine Peyniri menşe adı bölgesi hayvan varlığı (2000–2008)	157
Tablo 3.16. Çanakkale İli Süt ve Yem Fiyatlarında Gelişmeler (TL)	158
Tablo 3.17. Menşe adı bölgesi süt üretiminde gelişmeler 2000-2008	159
Tablo 3.18. Menşe adı yöresinde sağılan hayvan sayısı ve süt üretimi 2008	159
Tablo 3.19. Menşe bölgesi süt geliri (TL) 2008	160
Tablo 3.20. Ezine Peynirinde Temel Üretici Firmalara ait kurum bilgileri (2008)	162

Grafikler, Haritalar, Kutular ve Fotoğraflar Listesi**Grafikler**

Grafik 2.1. AB’de Cİ’li şarap sayıları	67
Grafik 2.2. PDO’lu şarapların AB ülkeleri arasında dağılımı	68
Grafik 2.3. PGI’lı şarapların AB ülkelerinde dağılımı	68
Grafik 3.1. Yöresel ürünlerin üretiminde aranan ölçüt	137
Grafik 3.2. Öğrenim durumuna göre yöresel ürün tercih nedenleri	138
Grafik 3.3. Gelir ve öğrenim durumuna göre Cİ tescilini bilme eğilimi	141

Haritalar

Harita 3.1. Roquefort Peyniri Sınırlandırılmış Menşe Adı Alanı	113
Harita 3.2. Ezine Peyniri Menşe Adı tescili üretim alanı	150

Kutular

Kutu 3.1. Rokfor Peyniri Üretiminde Teknik İşbölümü	116
Kutu 3.2. Rokfor Üretim Zinciri Kimliği	118
Kutu 3.3. Ezine Peyniri Üretim Zinciri Kimliği	151

Fotoğraflar

Fotoğraf 3.1. Ezine peyniri üretimi teleme aşaması	154
Fotoğraf 3.2. Ezine peyniri üretimi süzme aşaması	154

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği	md.	Madde
ABD	Amerika Birleşik Devletleri	M.S.	Milattan Sonra
AO	Appellation d'Origine	ORIGIN	Organization for an International Geographical Indications Network
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée	PDO	Protected Designations of Origin
AOP	Appellation d'Origine Protégée	PGI	Protected Geographical Indications
Ar-Ge ark.	Araştırma ve Geliştirme arkadaşları	s. STG	Sayfa Spécialité Traditionnelle Garantie
bkz	Bakınız	STK	Sivil Toplum Kurumları
BSE	Deli Dana Hastalığı	TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
CAP	Common Agricultural Policy	TPE	Türk Patent Enstitüsü
CCP	Certification de Conformité Produit	TRIPs	Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması
CI	Coğrafi İşaret	TSG	Traditional Speciality Guaranteed
cm	Santimetre	TC	Türkiye Cumhuriyeti
DK	Denetim Kurumları	vb.	Ve başkaları, ve benzerleri, ve bunun gibi
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü	vd.	Ve diğerleri
EC	European Commission	WIPO	World Intellectual Property Organisation
GATT	General Agreements on Tariffs and Trade	WTO	World Trade Organisation
GDO	Genetik Yapısı Değiştirilmiş Gıdalar		
GIs	Geographical Indications		
GMO	Genetik Yapısı Değiştirilmiş Gıdalar		
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla		
INAO	Fransa Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü		
IGP	Indication Geographic Protégée		
Kg	Kilogram		
KHK	Kanun Hükmünde Kararname		
KÖY-	Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal		
KOOP	Amaçlı Kooperatif Birlikleri		
KYK	Koruma ve Yönetim Kuruluşları		
LR	Label Rouge		
Lt	Litre		

ÖZET

Bu çalışma, coğrafi işaretler (Cİ) sistemi ile düzenlenen yöresel ürün piyasalarının iktisadi çözümlemesini, konu almıştır. Betimleyici bir türde planlanan ve gerçekleştirilen çalışma, Cİ sisteminin yöresel ürünler piyasasına etkileri ile kırsal /bölgesel kalkınmaya etkilerini soruşturan bir kapsama sahiptir. Cİ sisteminin düzenleyici çerçevesi, sistemin gerektirdiği özelliklere haiz yöresel ürünleri birer fikri mülkiyet nesnesi olarak kavrar ve koruma altına alır. Rekabetçi piyasa bilgisinin en ideal düzenleyici olduğu görüşünün tahakkümünü sürdürdüğü günümüz koşullarında, yöresel ürünlerin doğası gereği kolektif bir karakter taşıyan fikri mülkiyetini koruma altına alan bir sistemin varlığı, başlı başına önemlidir. Ve böyle bir sistemin çalışması, bilimsel çalışmalardan beklenen eleştirel yaklaşımı sergilemek bakımından da son derece elverişlidir.

Ana akım iktisat yaklaşımını hedef tahtasına yatıran eleştirel yaklaşımın tüm çalışma boyunca izini sorduğu soru şu olmuştur: Cİ tescilini almış yöresel ürün gibi, tarih-coğrafya-toplumsal mekân ve kolektif emek ürünü bir “fikri mülkiyet” nesnesinin, tarihten, coğrafyadan ve emekten soyutlanmış bir meta formunda korunması, ne anlama gelmektedir? Bu çalışmanın belki de tek özgün yanı, Cİ olgusunun iktisadi analizini, çalışmanın tümü boyunca bu soru ile problematize edebilmiş olmasıdır.

Birinci bölümde Cİ olgusunun hangi gerekçelerle iktisadi analizin meşru bir inceleme nesnesi olduğu tartışılmıştır. Bu tartışmanın gerekçesi, bu önemli ve güncel olgunun ana akım iktisat yaklaşımı tarafından görmezden geliniyor olmasıdır. Çalışmanın ikinci bölümünde, Cİ sistemi ve yöresel ürünler piyasası, hukuksal düzenleme boyutuna ağırlık verilerek çözümlenmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise Fransa (rokfor peyniri) ve Türkiye’de (Ezine peyniri) gerçekleştirilen saha çalışması bulguları eşliğinde, Cİ sisteminin somuttaki gerçekleşme biçimi tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretler, Menşe İşareti Koruması, Mahreç İşareti Koruması, Yöresel ürünler, Rokfor ve Ezine Peynirleri, Çelişkili meta biçimi.

ABSTRACT

Terroir Products and Geographical Indications: A Review on France and Turkey

This study aims to accomplish an economic analysis of the terroir products, regulated under the system of Geographical Indications (GI). Scope of the research, which is designed as a descriptive type of study, covers the economic impacts of GIs upon terroir products markets and regional/ rural developments. Regulatory framework of GIs captures and secures the local products that own certain peculiarities of what GIs necessitate obligatory as an object of intellectual-property rights. To take the current intellectual aura subjugated by the claim of what the unique regulatory mechanism is the competitive market signals, existence of the GIs is too important by itself to setup protective legal system for the local products having collective intellectual property rights in its essence. And studying of the GIs systems is seem to be very appropriate issue for developing critical stand point as an essential task of scientific investigations.

Mainstream approach in the field of economy becomes main target of this study by posing the question as follows: what is the meaning of protection for the registered local products as products embedded within their history, geography, space as well as collective labour in the form of abstracted commodities? Highlighting the paradoxical contents of the GIs system, thus, would be considered as one of the originality of this study. Since GIs system requires origin-registered products in the form of locally specific and offers regulatory framework for that product in the form of abstracted commodity.

The first chapter of the study discusses the question of why the GIs system should become the justifiable objects of scientific investigations for the field of economy. Main rational behind this question is the fact that mainstream economists systematically ignore and undermine the GIs issue as a very current and popular theme. At the second chapter, GIs system and local products market is taken into consideration by stressing their legal aspects. The third and the last chapter offers analytical efforts to conduct conceptual and concrete levels of the issue by using empirical data generated from the field studies conducted in France and Turkey.

Key words: Geographical Indications, Protected Designation of Origin, Protected Geographical Indication, Terroir products market, Roquefort and Ezine cheese, Contradictory commodity form.

ÖNSÖZ

Lisans eğitimimi Gıda Mühendisi olarak tamamladıktan sonra, dört yıl özel sektörde mesleğimi icra ettim. İşsiz kaldığım bir dönemde, kendimi daha iyi bir Gıda Mühendisi yapabilmek için girdiğim Akdeniz Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Programında bir yıl okuduktan sonra, İİBF'nin bünyesinde bulunan Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Yüksek Lisans Programına geçtim. Buraya geçerken Araştırma Görevlisi kadrosuna alındım. Akademik hayatımın başlangıcı olan bu karar, doktora aşamasına geldiğimde beni bir sürpriz ile karşıladı. İktisat bölümünde doktora yapmam gerekiyordu. Başta ailem, canım annem Raife DEMİRER ve canım babam Kadir DEMİRER, sonrasında sevgili hocalarım Prof. Dr. Yavuz TEKELİOĞLU ve Dr. Bahattin BÜYÜKŞAHİN(benim için alanında en iyi Profesör) bu işi yapabileceğime inandılar, onların bana inancı benim bu zorlu döneme başlamaya karar vermemde en önemli destektir.

Sevgili Annem, Babam ve Ağabeyim Kenan DEMİRER'in eğitim hayatım boyunca maddi manevi destekleri olmasaydı bu işin üstesinden gelebilir miydim? Bilmiyorum!!! Böylesine güzel bir aileye sahip olduğum için her zaman şükrediyorum. Size duyduğum sevgi ve minnet duygularımı kelimelere dökmek o kadar zor ki, burada yazdığım teşekkür kelimesinin içinde bu yoğun duyguların hepsi var. TEŞEKKÜR EDERİM SEVGİLİ AİLEM.

Bu çalışmayı, iktisat doktora derslerini alırken zorlandığım her an yanımda olan, sorularımı hiç sıkılmadan cevaplayan ve iktisata olan sevgisini bana da aşlamaya çalışan sevgili yol arkadaşım Devrim ERSEZER'in anısına atfediyorum. Seni kaybetmek bir taraftan herşeyi anlamsızlaştırırken diğer taraftan tezi bitirmek için itici kuvvet oldu. Teşekkür ederim Devrim güzel dostluğun ve yol arkadaşlığın için, her zaman yanımda ve aklımdasın.

On yıllık akademik hayatım boyunca gerek yüksek lisans tezimde gerekse doktora tezimde danışmanlığımı yapan sevgili hocam Prof.Dr. Yavuz TEKELİOĞLU'na ömrüm boyunca minnettar kalacağım. Engin bakış açısı ile dünya gündeminde takip edilen konuları tez konularım olarak belirlemiş ve çalışmalarımında her zaman yanımda olmuştur. Hayat enerjisini, ülkesine, insanlara ve doğaya duyduğu sevgiyi hep hayranlıkla izledim. Canım Hocam verdiğiniz bütün emekler için teşekkür ederim. Her zaman yanınızdayım.

Ankara'da tezimin son altı ayını yanlarında geçirdiğim Sonay, Metin ve Ayşe Su ÖZUĞURLU ailesi benim ikinci ailem oldu. Doktora tezlerini yazarlar hep şunu söylerdi, kendini sosyal hayattan soyutlamazsan zor biter. Ankara Batıkent sitesindeki eviniz kendimi

herşeyden soyutladığım yer oldu. Yıldığım, yorulduğum, isyan ettiğim anlarda Sonay ve Metin hocalarımla yaptığımız sohbetler ufkumu açtı. Ayşe Su ile geçirdiğim küçük oyun araları neşemi yerine getirdi. Bana sunduğunuz sıcak yuvanız ve dostluğunuz için çok teşekkür ederim.

Bir an olsun yokluğunu hissetmediğim, her zaman yanımda olan canım kardeşim Deniz BİRCAN, gözlerimin ferinden anladın neye ihtiyacım olduğunu, sıkıntımı, üzüntümü ve sevincimi, bana ayırdığın her an için teşekkür ederim. Tezi yazarken öylesine durduruyorsunuz ki yaşamı sizin yerinize dışardaki hayatı organize edecek birilerine ihtiyacımız oluyor. İşte benim beynim Deniz oldu. Beni benden çok düşündüğün, beni benden iyi tanıdığın, O güzel yüreğinde ve aklında bana kocaman bir yer ayırdığın için teşekkür ederim.

Burada isimlerini anmadığım ancak doktora dönemim boyunca bana destekleri olan herkese çok teşekkür ederim.

GİRİŞ

Bu çalışma yöresel ürünlere (terroir products) yönelik mülkiyet haklarının (Coğrafi İşaretler koruması) iktisadi çözümlemesini konu almaktadır. Coğrafi İşaret (Cİ) sisteminin yöresel ürün piyasasına hangi kapsam ve nitelikte düzenleyici bir çerçeve sunduğu ve bu çerçevenin yöresel ürün piyasaları üzerinde ne tür etkilerde bulunduğu soruları, bu çalışmanın odağında yer alan temel sorunsallardır. Sözü edilen piyasa, sektörel bakımdan ön planda yer alan gıda piyasasıdır. Çağdaş gıda piyasalarının ayırt edici yanı, tarımsal yapılara doğrudan nüfuz eden çokuluslu sermaye tarafından küresel ölçekte bir zincir biçiminde örgütlemiş olmasıyla ilgilidir. Bu çalışmanın inceleme nesnesi ise yöresel ürünlerdir.

Küresel gıda zincirinin halkalarını geçirdiği bir tarımsal üründen söz etmek, her şeyden önce, zaman-mekân bağlamından soyutlanmış bir metadan söz etmek demektir. Oysa yöresel ürünlere düzenleyici kurumsal çerçeve sunan Cİ sistemi bakımından ürünün tarihsel ve mekânsal (dolayısıyla da toplumsal ve kültürel) bağlamı, onun tanımlayıcı karakteristiğidir. Dolayısıyla bu çalışma, daha üst bir soyutlama düzeyinde, zaman ve mekâna yedirilmiş (*embedded*) bir metanın, her türlü toplumsallıktan soyutlanmış metalar dünyasındaki yerine odaklanmış durumdadır. Çalışmanın sınırları çerçevesinde sözü edilen o yer, meta zincirinin küresel işleyişi içinde değil, yöresel ürününün yerelliğinde kavranacaktır. Bu sınırlılık nedeniyledir ki, çalışma, yöresel ürün ve piyasa ilişkisinin meta formu çerçevesinde ortaya çıkan bu paradoksla yüzleşmek durumundadır. Kuramsal bakımdan böyle bir yüzleşmenin, ana-akım iktisat yaklaşımıyla (neo-klasik ortodoksi) hesaplaşmayı ön gerektirdiği söylenebilir. Böyle bir hesaplaşma en azından, düzenleyici kurumsal çerçevesine Avrupa Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü gibi küresel aktörlerin bünyesinde kavuşan Cİ gibi bir sistemin, son yıllarda artan popüleritesine rağmen, popüler her temaya adeta üşüşen iktisadi çalışmalarca neden hala gündeme alınmadığı sorusunun da ipuçlarını bize verebilir. Bu ilgisizlik; tarihe, kültüre, toplumsallığa, coğrafyaya, yerelliğe, geleneğe körleşmiş ön kabullerle ve kavramsal araçlarla iş gören bir disiplinin olağan ve anlaşılabilir bir sonucu mudur? Bu soruya büyük ölçüde olumlu yanıt vermek mümkünse de, neo-klasik ortodoksinin güncel katkıları içinde “iktisat-dışı” değişkenleri sayıların evrensel dünyasına tahvil ederek modelleme becerisi gösteren çalışmaların varlığı da bilinmektedir. O halde sözü edilen ilgisizliğin daha derinlerde de nedenleri olmalıdır.

Cİ sistemine konu olan yöresel ürünün en temel karakteristiği coğrafya temelli olması, dolayısıyla doğası gereği belirli bir coğrafya dışında tekrar edilebilir olmamasıdır. Tekrar edilemezlik, ya da aynı anlama gelecek şekilde genellenemezlik, dolayısıyla da tikellik, Cİ sistemine konu olan yöresel ürünün karakteri gereği ise nomotetik (genelleyici) bilgiyi bilimsel bilginin tek kaynağı gören bir bilim tavrının bu olgu karşısındaki –körlüğü demesek bile- sessizliği anlaşılır olmalıdır. Görüldüğü gibi yöresel ürünleri konu edinen bir çalışmanın ana-akım iktisat yaklaşımıyla girişeceği hesaplaşma, epistemolojik, metodolojik ve kuramsal düzeyleri kat eden bir kapsama sahiptir.

İyi bilindiği gibi, bir tez çalışmasının en temel paradoksu, ele aldığı konunun tarihsel ve kuramsal bağlam ve bağlantılarının farkında olmakla, konuya odaklanmak arasındaki gerilimle ilişkilidir. Konunun bağlam ve bağlantılarını kavrama çabası çoğu durumda çalışmanın odağını kaydırmakla sonuçlanabilir ve ortaya her şeyden söz eden ve fakat ne söylediği belirsizleşen bir çalışma çıkabilir. Tersisi durumda ise dar uzmanlaşma ve teknisist yaklaşımın sınırları içinde kalmak mümkün hale gelebilir ki bu durumda söylenen sözün bilimsel bilgi birikimine katkısı sorunlu olacaktır.

Elinizdeki çalışma bu paradoksun sadece farkındadır, çözüme kavuşturma iddiasında değildir. Sözü edilen farkındalık gereği, neo-klasik iktisadın çok yönlü eleştirel değerlendirmesini içeren bir entelektüel yolculuk, başka bir çalışmanın konusu olmak durumundadır. Burada sadece Cİ sistemi içinde yer alan yöresel ürünlerin hangi kuramsal gerekçelerle iktisat disiplininin meşru bir inceleme nesnesi olduğu üzerinde durulacak ve bu temayla sınırlı olarak neo-klasik iktisadın eleştirel değerlendirmesine girişilecektir. Tezin birinci bölümünde yer alan bu çabanın rasyonel dayanağı da mevcuttur; zira Cİ sistemi ve yöresel ürünler hakkında anlamlı bir bilgi öbeği oluşturan uluslararası çalışmaların disiplinler tasnifi yapıldığında karşımıza büyük ölçüde şöyle bir tablo çıkmaktadır: İşletme-pazarlama, uluslararası ticaret hukuku, tarım-besin/gıda sosyolojisi, coğrafya ve antropoloji. Dolayısıyla bu konuyu iktisat disiplini içinde çalışmaya soyunan bir çabanın öncelikle konuyu iktisat disiplini içinde konumlandırması gerekecektir.

Cİ sistemi ve yöresel ürünler konusunun uluslararası ve ulusal iktisat yazını içinde henüz anlamlı bir bilgi öbeği oluşturacak düzeyde çalışılmamış olması, bu Tez bakımından avantaj mı yoksa dezavantaj mıdır? Kuşkusuz her ikisi de! Avantaj; henüz yeterince çalışılmamış güncel bir konuya sahip olmanın verdiği haz ve heyecanla ilişkili olsa gerektir. Haz ve heyecan, ayakları fazlasıyla yerden kesmez ve baş dönmesi yaratmaz ise öncü bir çalışma gerçekleştirmenin olanakları söz konusudur. Ne var ki, dezavantajlar doğrudan doğruya

çalışmanın niteliğini belirleyen bir etkiye sahiptir. Zira böyle bir durumda metodolojik olarak hipotez test edici mahiyette açıklayıcı bir çalışma planına sahip olmanız hayalcilik olur. Çünkü henüz konunun keşfedici ve betimleyici mahiyetinin ortaya konması gibi bir metodolojik zorunluluk mevcuttur. Dolayısıyla da kuram testi ya da kuram inşası gibi bir hedefle bilgi üretimine girişmek, imkânsız değilse bile fazlasıyla zorlama bir çabaya işaret edecektir.

Bu çalışma, yöntem bölümünde ayrıntısına girileceği gibi, nitel desenli betimleyici bir araştırma olarak planlanmış ve gerçekleştirilmiştir. Bu plan çerçevesinde Cİ sistemi ve bu sistemin düzenleyici çerçeve sunduğu yöresel ürün konusu ayrıntılı olarak ikinci bölümde betimlenecektir. Üçüncü ve son bölümde ise Cİ sisteminin somuttaki gerçekleşme biçimleri Fransa ve Türkiye’den Cİ menşei işaretine sahip iki ürün temelinde irdelenecektir. Fransa ve Türkiye örnek olaylarına ilişkin veriler, her iki ülkede gerçekleştirilen saha çalışması neticesinde derlenmiştir. Cİ sisteminin işleyişi bakımından Fransa ne kadar olgun ve gelişkin bir örneği teşkil ediyorsa, Türkiye de o kadar yeni ve oturmamış bir örneği teşkil etmektedir.

Türkiye tarımı, küçük köylülerin varlıklarını idame ettirebilme kapasitelerini her geçen gün kaybettikleri bir küresel tasfiye dalgasıyla karşı karşıyadır. Bizim gibi bağımlı kapitalist gelişme patikasında hızla yol alan toplumsal formasyonlarda, Cİ sisteminin yöresel ürünlere koruma sağlayan niteliği, tasfiye sürecine direnen küçük üreticiler bakımından tutundukları bir dal işlevi görmektedir. Bu çalışma sözü edilen “dalın” bilgisinin bu topraklara taşınmasında bir nebze de olsa katkı sağlarsa, amacına ulaşmış olacaktır.

1. BÖLÜM

İKTİSADIN İNCELEME NESNESİ OLARAK COĞRAFI İŞARETLER: ÇÖZÜMLEYİCİ KAVRAMSAL ÇERÇEVEYE DOĞRU

Yukarıdaki başlık, henüz olmayan bir durumu ifade etmektedir; coğrafi işaretler olgusu iktisadi bir inceleme nesnesi olarak henüz kavranmış değildir. Kuşkusuz konu, az sayıda da olsa iktisatçılar tarafından çalışılmıştır. Ancak bu çalışmalarda da görüldüğü gibi, coğrafi işaretler olgusu, henüz iktisadi terimlerle inşa edilmiş açıklayıcı bir kuramsal çerçeveye yerleştirilebilmiş değildir. Literatüre ilişkin bu gözlemlerle, bu tez çalışması, olguya özgü açıklayıcı bir iktisadi kuram geliştirme iddiasında bulunuyor olmayacaktır. Böyle bir girişim, tezin kapsamını olduğu kadar yazarının kapasitesini de fazlasıyla zorlamak anlamına gelecektir. Burada sadece coğrafi işaretler olgusunun neden iktisadi bir inceleme nesnesi olarak kavranmadığı sorgulanacaktır. Yapılacak sorgulama, ana-akım iktisat kuramıyla sınırlı da olsa bir hesaplaşmayı gerektirecek ve olgunun hangi boyutları itibarıyla iktisadi incelemenin konusu olduğu hakkında kimi ipuçları verecektir.

Coğrafi İşaret (Cİ) sistemi, yöresel ürünler piyasasının düzenleyici kurumsal çerçevesini teşkil eder. Kuşku yok ki, bu sistemle düzenlenen yöresel ürünlerin toplumsal üretim süreci, piyasa serbestisine dayalı mevcut küresel iktisadi işleyişin içinde gerçekleşmektedir. Öte yandan, çok sayıda çalışmada vurgulandığı gibi, küresel ölçekte bir bütün olarak tarımsal üretim, çokuluslu yada ulus-ötesi sermayenin doğrudan nüfuz alanı içinde yer almaktadır. Bu durumda, Cİ sistemi ile düzenlenen yöresel ürün piyasasının küresel kapitalist piyasa içinde ve çokuluslu sermayenin doğrudan nüfuzu altında nasıl konumlandığı, bu çevre koşullardan hangi yönde ve nasıl etkilendiği hususu önem kazanmaktadır. Nitekim söz konusu konumlanışın uyumlu mu çelişkili mi olduğu, etkilenmenin pozitif mi negatif mi sonuçlar doğurduğu soruları etrafında, sınırlı da olsa, tartışmalar mevcuttur. Bunlar içinde iktisat disiplini menşeyini taşıyanlar, başta da belirtildiği gibi, istisnadan ibarettir. Bu gözlem, belirtilip geçilecek bir gözlem değildir; bu çalışma bakımından sorunsallaştırılması elzemdir. Zira böyle bir gözlem karşısında, bu çalışmadan, inceleme nesnesinin hangi gerekçelerle iktisadi bir inceleme nesnesi olduğunu ortaya koyması beklenir. Bu beklentiyi karşılamak, çalışmanın kuramsal bağlamına açıklık getirmek anlamı taşıyacağı gibi, analitik çerçeve için

de başlangıç adımlarının atılmasını gerektirecektir. Buna geçmeden önce Cİ sisteminin kimi temel unsurlarına değinmek anlamlı olacaktır.

1.1. Coğrafi İşaretler Olgusu

Cİ sistemi, ‘koruyucu’ işlevi esas alan iki yönlü bir rasyonaliteye sahiptir; bir taraftan bilgi asimetrisine karşı tüketicileri, diğer taraftan da haksız rekabete karşı üreticileri koruduğu iddiasındadır. Düzenleyici bir hukuk metni olarak bakıldığında, kuşku yok ki Coğrafi İşaretler; bir ürünün kalitesi, saygınlığı ve özellikle coğrafi menşei konusunda tüketiciyi bilgilendirmeyi öncelikli görev olarak tanımlayan fikri bir mülkiyet hakkı düzenlemesidir. Bu fikri mülkiyet hakkı, üretildiği yöre ile sıkı bir bağı olan tarımsal zanaat ürünlerini,¹ endüstriyel taklitlerine ve özgünlüklerinin kaybolmasına karşı korumak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü(DTÖ)’nün kuruluş anlaşmasının ekinde yer alan “Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları(TRIPs)” anlaşmasının üçüncü bölümü (Ek-1-C) Cİ koruması ile ilgilidir. Bu bölüm altında Madde 22’de Cİ’in “bir yöre ile ilişkilendirilmiş, belirli bir kalite ve ün” sahibi ürünlere verileceği belirtilmektedir. Temel rasyoneline uygun olarak, ayrıca, ürünün coğrafi menşei ve otantikliği bakımından tüketiciyi yanıltan veya haksız rekabete yol açan her türlü bilgi kullanımının engellenmesi için tüm önlemlerin alınması gerektiğine de işaret edilmektedir. Anlaşmanın ilgili maddesi, şaraplar ve sert alkollü içecekler için ilave koruma sağlamaktadır. Dünya genelinde Cİ’lerle ilgili yasal düzenlemeler şu iki temel üzerine oturtulmaktadır; korunan işaretin yanlış ya da yanıltıcı kullanımını önlemek ki böylece tüketicilerin korunması amaçlanmaktadır ve bir işaretin kapsamının zayıflatılmasına karşı koruma sağlamak ki bunun hedefinde de üreticilerin korunması yer almaktadır. Görüldüğü gibi, uluslararası ticari düzenlemelerin bir parçası olan Cİ sistemi, “otantikliği” ve “menşei” korumak maksadıyla belirli bir ürünü kim(ler)in üretebileceğini, üretimin hangi coğrafi mekânda gerçekleştirilebileceğini ve ürün bileşenleri ile üretim tekniklerinin neler olabileceğini tanımlamaktadır.

Son yıllarda Avrupa ülkelerinde yürütülen araştırmalarda altı çizilen bir hususu vurgulamak tamamlayıcı olacaktır: Yukarıda ana hatlarına yer verilen düzenleyici çerçeve içinde Cİ’e sahip ürünlerin gerek ekonomik değer yaratmadaki, gerekse oluşan değerden “arz zincirindeki” aktörlere pay dağıtımındaki kabiliyetine vurgu yapılmaktadır. Gerçekten de son yıllarda birçok Avrupa ülkesinde çok yönlü politika hedeflerine ulaşmak için Cİ’ler bir araç

¹ Burada ‘zanaat ürünleri’ kavramı, üretimleri öğrenimle birlikte deneyim, beceri ve ustalık gerektiren; dolayısıyla üreticinin üretim sürecinin bütünlüklü bilgisine sahip olduğu ürünler anlamında kullanılmıştır.

olarak görülmektedir. Kamu otoriteleri tarafından ulaşılmak istenen bu hedefler ana hatlarıyla şöyle özetlenebilir: Doğal çevrenin korunması, sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi, kırsal nüfusun geçiminin güvence altına alınması, geleneksel bilgi sahiplerinin korunması ve güçlendirilmesi ve nihayet niş pazarların geliştirilmesi.

1.2. Coğrafi İşaretler İktisadi İncelemenin ‘Karşı-Nesnesi’ mi?

Yöresel ürün piyasasının Cİ sistemi ile düzenlenen çerçevesine ilişkin burada özlüce aktarılan özellikler, aslında, ana-akım iktisat yaklaşımı bakımından son derece uygun bir inceleme nesnesinin varlığına da işaret etmektedir. Tüketicinin ‘bilgi asimetrisine’, üreticilerin ise ‘haksız rekabete’ karşı korunduğu varsayılan bir yöresel ürün piyasası, neoklasik yaklaşımın ‘etkin piyasa’ fikri-sabiti içinde rahatlıkla çalışılabilir, günümüzün ana-akım kuramını teşkil eden yeni-kurumcular için bu konu, piyasa etkinliğinin ancak piyasa faillerine dayalı kurumsal düzenlemeler ile tesis edilebileceğine ilişkin yeni bir kanıt alanı olabilirdi. Bu durumda da sayısı son derece sınırlı olan ve belli bir iktisat kuramına yerleştirilmeksizin ağırlıklı olarak yöresel ürünlere dönük tüketici davranışlarını konu edinen çalışmaların aşıldığı bir literatür öbeği oluşabilirdi. Şimdilik iktisat kuramlarıyla beslenen böyle bir bilgi öbeği mevcut olmadığı gibi, bu yöndeki bir gelişmenin işaretleri de maalesef bulunmamaktadır. Görüldüğü gibi henüz bu bölümün başında yöneltile sorudayız; peki ama neden? Araştırmacıların öznel durum ve niyetleri düzleminde sonsuz çeşitlilikte gerekçe mevcut olabilir, bunlar bir ölçüde anlamlı da olabilir. Ancak sorunun yanıtlarını nesnel düzlemde aramak, bu çalışmanın gereksinimleri bakımından daha doğru bir tercih olacaktır. Böyle bakıldığında da birbirini tamamlayan iki boyutun varlığı dikkat çekicidir:

(i) İlki Cİ sistemi ile düzenlenen yöresel ürün piyasalarının daha genelde küresel meta piyasaları içinde işliyor olması ile ilgilidir. Jayati Ghosh’un (2010:79) gözlemlerine göre “uluslararası meta piyasaları artan oranlarda finansal piyasa özelliklerinin bir çoğunu kendi bünyesinde geliştirmeye başlamıştır.” Ghosh’a göre bu durum, küresel meta piyasalarında bilgi asimetrisinin enlemesine yaygınlaşmasına ve az sayıdaki büyük oyuncunun yönlendirmesi altında birleşme eğilimlerinin gelişmesine yol açmıştır; sonuç, ana-akım kuramın murat ettiği anlamdaki ‘etkin piyasanın’ oldukça uzağına düşen bir piyasa ortamının mevcudiyetidir. 2008’de küresel ölçekte tahıl ve buğday gibi tarım ürünlerinde baş gösteren aşırı fiyat dalgalanmalarını analiz ettiği çalışmasında Ghosh, bu olguyu, büyük oyuncuların doğaları gereği ‘yanlış’ sinyal aracını devreye sokmaları ve piyasa davranışlarının belirlenmesi ve yönlendirilmesinde oldukça etkili bir konuma yerleşmeleri ile açıklar. Üstelik

2008’de salt tahıl ve buğday değil mineral ve petrol gibi önemli mallarda da aşırı bir fiyat istikrarsızlığı yaratılmıştır. Fiyatlardaki her istikrarsızlığın üreticiler ve tüketicilerin her ikisini birden son derece olumsuz etkilediği sır değildir. Bu olumsuzluk salt üreticilerin yanlış fiyat sinyalleri neticesinde belli dönemlerde aşırı üretim yapmaları belli dönemlerde de yetersiz hasat yapmalarıyla sınırlı değildir. Küresel fiyatlar aşırı arttığında gelişmekte olan ülkelerin yerli ürün fiyatlarındaki artış, hiçbir durumda küresel fiyat artışı seviyesini yakalayamazken, tersi durumda, yani küresel ürün fiyatları ani bir şekilde düşerken, yerel ürün fiyatları da adeta yere çakılabilmektedir. Dolayısıyla aşırı fiyat istikrarsızlığının kazananları her durumda küresel tarım-gıda zincirini yönlendiren ‘büyük oyuncular’ ile finansal araçlar olmaktadır. O halde Cİ sisteminin yöresel ürünlere vaat ettiği ‘bilgi asimetrisini’ önleme işlevi, ‘steril’ bir piyasa ortamında gerçekleşiyor değildir; aksine bu işlevin, ‘fiyatlarda bilgi asimetrisinin’ yapısal bir sermaye eğilimi olarak artan oranlarda geliştiği küresel ürün piyasaları ortamında gerçekleşmesi gibi paradoksal bir durum söz konusudur. Bu durumda Cİ sistemine konu olan yöresel ürünleri çalışmak, tipik olmayanı, normal olmayanı, genel ve ortalama eğilimin dışına düşeni çalışmak anlamına gelecektir. Üstelik de ‘etkin piyasa’ imanını alt üst eder nitelikteki bir manzarayla yüzleşmek pahasına! Ana-akımın en azından şimdilik böyle bir yüzleşmeye hazır olmaması anlaşılır olmalıdır.

(ii) Cİ sistemi uluslararası bir düzenleme olarak henüz 15-20 yıllık bir geçmişe sahip olsa da, ürün menşesine bağlı korumanın kökleri, Fransa başta olmak üzere, İspanya ve İtalya gibi Kıta Avrupa’sı ülkelerinde merkantilist döneme kadar uzanır. Şarap ve alkollü içeceklerde monarkların buyruğu ile başlayan korumacılık, gelişmiş kapitalist ülkelerin ulusal pazarları içindeki varlığını güçlendirerek sürdürmüştür. Bu köklü geleneğin şarap ve alkollü içeceklerle sınırlı olarak DTÖ bünyesine taşınmasının ardında, merkez ekonomilere ait bir ayrıcalığın küresel piyasa serbestisi koşullarında muhafaza edilmesi amacının yattığı herhalde açıktır. Ancak tarih, bir açıdan da, aktörlerin niyetlenmiş eylemlerinin yol açtığı niyetlenilmemiş sonuçların tarihidir. 1990’lı yıllarda belirginlik kazandığı şekliyle, çokuluslu sermayenin tarımsal yapılara doğrudan nüfuzu (*penetration*) ve küresel meta piyasalarının finans piyasasının kimi özelliklerini devşirerek gelişmeye başlaması, tarımsal yapılarda köklü bir tasfiyeye yol açmış gözükmektedir. Bu koşullarda ürün menşesine bağlı korumacılık, hızla, söz konusu tasfiyeye karşı direnişin bir mevzisi haline gelmiştir. İzleyen bölümde ayrıntısına girileceği gibi, *Origin* adlı bir uluslararası sivil toplum örgütü, kısa sürede bir milyon üyeli bir toplumsal harekete dönüşmüş, gerek doğrudan eylemleri gerekse de lobi faaliyetleri ile DTÖ bünyesinde alevlenen tartışmaları etkilemeye başlamıştır. Bu gelişmelerin önemli bir boyutunu da kapitalist merkezlerdeki yarıma oluşturmaktadır. Konuya ilişkin olarak Anglo-

Amerikan ve Kıta Avrupası şeklindeki tarihsel yaklaşım farklılıkları, kurumsal olarak DTÖ ve Avrupa Birliği arasında temsil ediliyor olsa da, aslında her iki ulus-üstü aktörün kendi içinde de bu tarihsel yaklaşım farklılığı varlığını sürdürmektedir. Kıta Avrupası yaklaşımı, korumaya konu olacak yerel ürünün tarihine, coğrafi kökenine, gelenekselleşmiş üretim sürecine vurgu yapmakta ve koruma kapsamını bu özelliklere haiz tüm yöresel ürünlere genelleştirmeyi savunmaktadır. Anglo-Amerikan yaklaşım ise firma tescili ve fikri mülkiyet haklarının söz konusu koruma için yeterli olduğu ve koruma kapsamının da şarap ve alkollü içeceklerin ötesine uzanmaması gerektiği tezini işlemektedir. Anglo-Amerikan yaklaşıma göre, aksi yöndeki ısrarlar, küresel ekonomiye ekonomi-dışı bir müdahale anlamı taşıyacağı için fiyatların bozulmasına yol açacak ve sonuç olarak gerek üreticilerin gerekse de tüketicilerin aleyhine sonuçlar doğuracaktır. Özetle, bu tartışmada Anglo-Amerikan tez, genelleşmiş bir Cİ sistemini, “ekonomi dışı” unsurların (tarih, gelenek, yöre gibi) ve arz-talep yasasına tabi olmayan, dolayısıyla da “iktisadi olmayan bir rasyonelin” tezahürü olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda iki başlık halinde sürdürülen tartışma şunu göstermektedir ki; Cİ sistemi kapsamındaki yöresel ürünler olgusu, Marjinalistlerden başlayarak Neo-Klasik İktisadın uzun kulvarı içinde titizlikle örülen piyasa halesi içine kolaylıkla dâhil edilebilir bir kapsama sahip değildir. Ana-akım iktisat kuramının kendi kavramsal halesine dâhil edemediği bir olguyu, müstakil bir inceleme nesnesi olarak kavraması da beklenmeyebilir. Göstermek istemediğini görmezden gelmek, belki de, ana-akım olmanın bir gereğidir.

Esasen bu çalışmanın inceleme nesnesi de salt fiyat mekanizması ile küresel ölçekte bir zincir biçiminde işleyen tarım-gıda piyasasına karşı, belli ölçülerde, bir meydan okumanın ürünüdür. Küresel tarım-gıda zincirinin tüketiciye sunduğu standardize olmuş, tatsız ve sağlıksız seri üretim ürünlerine karşı, özellikle Batılı pazarlarda, tüketicilerin örgütlü ve kitlesel tepkileri son 20 yılda belirginlik kazanarak hızla gelişmiştir. Son yirmi yıldır yaşanan gıda krizleri (Deli dana hastalığı, taze sebzelerde görülen Salmonella bulaşısı, Escherchia Coli salgınları ve kullanılan katkı maddelerinin kanserojen olma riskinin ortaya çıkması gibi) bu tepkiyi iyice pekiştirmiş ve yaygınlaştırmıştır. Endüstriyel tarıma dayalı üretilen ürünlere duyulan güvensizlik, kaliteyi üretimin ‘yerelliği’ ile birlikte değerlendiren tüketici davranışının gelişmesine yol açmıştır. Böylece, kültürel miras olarak bireylerin algılarında özel bir yeri bulunan geleneksel üretim yöntemleri ile üretilen ürünler, aranan ve tercih edilen özellikli ürünler grubuna girmiş ve bu etkenlerin bir bileşkesi olarak ‘yöresel ürünler piyasası’ Coğrafi İşaretler sisteminin düzenleyiciliği altında yeniden şekillenmiştir. Bu sorgulamaların ışığında, şimdi artık ana-akım iktisat kuramının (henüz) görmezden geldiği yöresel ürünler piyasasının iktisadi bir olgu olarak taşıdığı kuramsal potansiyele bakılabilir.

1.3. Coğrafi İşaretler Olgusunun İktisadi Boyutları

Ana-akım iktisat yaklaşımı, ön-kabulleri gereği, bir olguyu piyasa dolayımı ile tarihsel-toplumsal bağlamından yalıtarak kavrar; bir kez “nesneleştirme” ve sayıların dili içinde “evrenselleştirme” gerçekleştiğinde, olgunun belli bir zamana yayılmasında (örneğin, boylamsal zaman serileri analizleri) ve belli bir mekâna yatırılmasında (örneğin, bölge çalışmaları) beis yoktur. Bu işlem, Ben Fine’in haklı olarak söylediği gibi, tarih ve toplumun iktisat tarafından “sömürgeleştirilmesi” işlemidir. Coğrafi işaretlere konu olan yöresel ürün piyasaları söz konusu olduğunda ise tarih, toplum, yerellik ve kültür doğrudan doğruya bu piyasalara içkindir. Piyasa; burada, olgunun tarihsel ve toplumsal belirlenimini yalıtın bir etkiye sahip değildir; tarih ve toplum, olgunun bizzat görüngüsüne içkindir. Dolayısıyla, yöresel ürün piyasalarının incelenmesinde, tarihsel ve kültürel değişkenleri, açıklayıcı bağımsız değişkenler olarak ele almak, olguya özgü yöntemsel bir gereklilik olarak görülmelidir. Sonuç olarak, yöresel ürünler piyasasının açıklayıcı iktisadi kuramını geliştirme çabası, iktisadın sınırlarını tarihe ve topluma (yeniden) açmayı gerektirecek ve böylece iktisadi çözümleme alanının zenginleşmesi mümkün olabilecektir.

Daha önce de belirtildiği gibi, bu çalışma, sözü edilen kuramsal çabayı sergileyecek değildir; burada sadece, coğrafi işaretlere konu olan yöresel ürün piyasalarının iktisadi çözümleme bakımından taşıdığı zenginliğe vurgu yapılacaktır. Bu boyutlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- (i) *Coğrafi boyut*: Cİ sistemine konu olan yöresel ürünlerin ayırt edici özelliği ‘coğrafi mekân-bağımlı’ olmalarıdır. Oysa kapitalist piyasada bir varlığın metalaşması, o varlığın belli bir coğrafi mekândan bağımsızlaşması anlamına da gelir. Genelleşmiş bir meta ekonomisi olarak kapitalist piyasa, coğrafi mekânları (sınırları) kat eder; tam da bu yüzden, kapitalist mübadele, örneğin Venedik tacirlerinin ticaretine konu olan kıymetli varlıkların mübadelesinden tümüyle farklıdır. Üstelik içinde bulunduğumuz “küresel piyasa” ortamı, tam anlamıyla mekân-bağımsız (serbesti) bir ortamdır. Yöresel ürünlerin coğrafi mekân-bağımlı karakteriyle, içinde yer aldığı küresel piyasanın mekânsızlaştırıcı etkisi arasındaki ilişkinin analizi, hiç kuşku yok ki, kuramsal bakımdan son derece zengin bir tartışmaya kapı açacaktır.
- (ii) *Yerellik boyutu*: Coğrafya-bağımlı olmanın bir diğer anlamı da yereliktir; belli bir yöreye ait olmak, bu ürünlerin tanımı gereğidir. Burada sözü edilen yerellik, ekonominin ulus ölçeğini zayıflatma pahasına küreselleşme süreci içinde aktive edilen

yerellikten oldukça farklıdır. Öte yandan, popüler “küre-yerel” (*glocal*) teriminde ifade edilen ve yerelin kendi özelliklerini muhafaza ederek aynı zamanda küresel olmasını imleyen kavramla tanımlanması da problemli görünmektedir. Zira her iki durumda da yerellik, küresel meta zincirinin halkalarını temsil etmektedir; bu zincirin temel özelliği halkalarının sabit olmayıp, oynak, hareketli ve değiştirilebilir olmasıdır. Küresel meta zinciri yerelliklere nüfuz eder, onu kendi bünyesinde bütünleştirir; ama asla tümleşik bir ilişki kurmaz, bütünleşmeyi eklemleme ilişkisi içinde sürdürür; *glocal* kavramı, tam da bunu gizlemek için geliştirilmiştir, denebilir; bu halka sökülüp atıldığında geride üretim kapasitesi soğurulmuş bir “çöl” kalır. Oysa Cİ sistemi ile düzenlenen yöresel ürünlerin yerelliği sabittir; belli bir yöresel ürün, başka bir yerellikte yeniden üretilemez. Dolayısıyla coğrafi işarete haiz bir yerelliğin küresel zincirle, eklemleme ilişkisi içindeki bir bütünleşmeyi gerçekleştirmesi beklenmemelidir; burada farklı bir yerel-küresel diyalektiğinin mevcut olduğu öne sürülebilir. Görüldüğü gibi, yöresel ürünlerin yerellik boyutu, küresel-yerel ilişkisini yeniden sorunsallaştıran ve bu yöndeki tartışmalara ufuk açıcı katkılar yapma olasılığı bulunan bir boyuttur.

- (iii) *Korumacılık boyutu*: Coğrafi işaretler hiç kuşku yok ki korumacı bir düzenlemedir. Yöresel ürünleri koruyucu düzenleme, iç piyasa korumacılığıyla kimi benzerlikler taşısa da belirgin farklılıklara da sahiptir. Burada ürün özelinde korunan; tarih, gelenek ve kültürdür. Bir diğer anlatımla, burada yöresel ürün salt bir meta olarak değil, metaa içkin olan tarih ve kültür olarak korunmaktadır. Söz konusu olan, ilgili ürünün coğrafyadan, yerellikten bağımsızlaştırılmasına karşı bir korumadır ki bu gerçekleştiği ölçüde yöresel ürünlerin üreticisi ve tüketicisi de korunmuş olmaktadır. Korumacılığın değersizleştirildiği bir dönemde coğrafya ve ürün temelli bir korumacılığın ne anlama geldiği, bunun rekabetçi piyasa ortamında hangi formlar altında gerçekleştiği soruları, iktisadi bakışı derinleştirecek sorulardır.
- (iv) *Standardizasyon boyutu*: Coğrafi işaretlerin kurumsal yapısı, ürünün niteliği ve üretim koşulları konusunda son derece ayrıntılı bir tanım ve standardizasyon getirmektedir. Fordist birikim rejiminin esasını teşkil eden kitlesel meta üretimi, bilindiği gibi, ürün standardizasyonu üzerinde yükselmiştir. Küreselleşme sürecinde ise üretimin teknolojik tabanındaki gelişmelerin de etkisiyle, çeşitlenmiş talebe cevap verecek esnekliğe sahip olacak şekilde standartlaştırılmış kitlesel meta üretimi, varlığını sürdürmüştür. Dolayısıyla, standardizasyon; kapitalist üretim ve hatta kapitalist toplum örgütlenmesi bakımından eşyanın tabiatı gereğidir. Cİ sistemi altında ayrıntılı kurullarla standardize edilen yöresel ürünleri kolayca aynı kalıba yerleştirmek mümkün müdür? Bu soruya

kolayca ‘evet’ demek zor görünmektedir. Zira burada standardizasyon işlemi, ‘eş-benzeri’ çoğaltmaya değil ‘farkı’ korumaya dönük bir işleve sahiptir. Bu çelişkili durumun analizinin de iktisadi bakış açısını geliştireceği rahatlıkla ileri sürülebilir.

(v) *Mülkiyet boyutu*: Daha önce de vurgulandığı gibi Cİ sistemi, yöresel ürünleri fikri mülkiyet hakkı kapsamında düzenlemektedir. Bilindiği gibi DTÖ bünyesinde etkinlik alanı ve kapsamı son yıllarda oldukça artan fikri mülkiyet hakkı düzenlemesi, özel mülkiyet rejiminin yeni alanlara da yaygınlaşması bakımından son derece işlevsel bir düzenleme olmuştur. Ne var ki söz konusu olan Cİ’ye tabi yöresel ürünler olunca, fikri mülkiyetin özel mülkiyet formu içine yerleştirilmesi son derece problemlidir. Çünkü burada ürün, ilgili yörede ortaklaşa üretilen kolektif bir varlıktır. Bir anlamda Karl Marx’ın kritik katkılarından birini oluşturan kapitalist piyasanın “fetişleştirici” etkisi, yani ürünü; birikmiş ve canlı emeğin kolektif varlığı olmaktan çıkartan ve meta formunda ‘şeyleştirerek’ özel sahiplenmeye uygun hale getiren etkisi, yöresel ürün piyasalarında aynı yetkinlikte işlememektedir. Cİ sistemi altındaki yöresel ürünlerin meta formu, mülkiyetin özel değil kolektif formu ile daha fazla örtüşmektedir. Marx’ın terimlerle ifade etmek gerekirse, metanın görüngüsel (*phenomenal*) formunu özsel (*essential*) formundan kopartmak yöresel ürünlerde pek de kolay olmamaktadır (Ülkemizin bu konuda da bir istisnayı oluşturduğu belirtilmelidir). İzleyen bölümde ayrıntılı olarak ele alınacağı gibi, tam da bu yüzden, kıta Avrupa’sı ülkelerinde coğrafi işaretlerle ürünün fikri mülkiyet hakkı, özel şirketlere değil yerel yönetimler gibi, ortaklaşa paylaşılan varlıkları düzenleyen, kamusal örgütlenmelere verilmektedir. Bu noktada belirtilmelidir ki, Cİ tescilli alan girişimin örgüt formu ile Cİ tesciline sahip ürünün üretimini gerçekleştiren girişimin örgüt formu aynı olmak durumunda değildir ve genellikle de farklılık arz eder. Diğer bir ifade ile Cİ tesciliyle standardize edilmiş ürünün, belirtilen koşullara uymak suretiyle bireysel kapitalist girişimcilerce üretilmesi gayet mümkündür. Bireysel kapitalist girişimci, AB bünyesindeki düzenleme gereği Cİ tesciline sahip olamaz; ancak tescil edilmiş yöresel ürünün üreticisi pekâlâ olabilir.

(vi) *Kalkınma boyutu*: Özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde, son yirmi yıldır yaşanan gıda krizleri (Salmonelle salgını, Deli dana hastalığı-BSE, sütte bulunan dioksin kalıntıları gibi), ‘alternatif gıda ağları’ arayışına neden olmuştur. Tüketicilerin modern yöntemlerle üretilen, endüstriyel tarım ve gıda ürünlerine karşı duyduğu güvensizlik sonucunda yöresel ürünlere eğilimlerinin artması, Son on yıldır, gerek yasa koyucular gerekse bilim çevreleri için coğrafi işaretler olgusu, yeni bir kırsal kalkınma paradigması olarak görülmeye başlanmıştır. Küreselleşme sürecinin, ülke ekonomileri

arasında “karşılıklı bağımlılığı” ve “yakınsamayı” geliştirdiği, dolayısıyla da kalkınmacı paradigmalardan iflas ettiği, şeklindeki iktisadi görüşün hâkimiyeti düşünüldüğünde, Cİ sisteminin, üstelik de merkez kapitalist ülkelerde etkili bir kırsal kalkınma aracı olarak tanımlanmaya başlanmış olması, son derece meydan okuyucu bir durumun varlığına işaret etmektedir.

Yöresel ürünlerin iktisadi bir inceleme nesnesi olarak ele alınması halinde tartışma konusu olacak kuramsal sorun alanları, burada, altı boyut altında sıralanmıştır. Bu boyutları arttırmak kuşkusuz mümkündür. Cİ ile düzenlenen yöresel ürün piyasalarının, ana-akım iktisadın piyasa imgeleminden kayda değer ölçülerde farklı olduğu hususu, burada sıralanan beş boyutun ortak temasıdır ve söz konusu boyutlar bu kritik noktanın vurgulanması bakımından yeterli görülebilir. Bu aşamada, kuramsal tartışmayı yöresel ürün piyasaları üzerinde odaklamak anlamlı olacaktır. Piyasa söz konusu olduğunda ise onun en temel biriminden, metadan, başlamak, olguyu kavramak bakımından anlamlı bir tercih olacaktır.

1.4. Coğrafi İşaretlere Konu Olan Yöresel Ürünlerin Meta Formu

Cİ tescilli alan yöresel ürünlerin büyük çoğunluğunun kökenleri, çoğunlukla küçük üretici kırsal hanelerin kendine yeterli tarımsal üretimlerine kadar uzanır. Bu ürünler, içinde doğdukları toplumsal ve kültürel dokuda, kullanım değerine sahip varlıklar olarak yerel nüfusun yaşam sürecinin ayrılmaz parçaları haline gelerek kalıcı bir yer edinmişlerdir. Basit mübadele süreci içinde bu ürünlerin üretim bilgisi nesilden nesile aktarılmış, belli bir ün, farklı ve aranan bir tat nesnesi haline gelerek pazar için üretilmeye başlanmışlardır. Böylece yöresel ürünlerin biyografileri de “tarımda kapitalizmin gelişmesi” öyküsünün bir parçası haline gelmiştir. Bu süreç, aynı zaman da, tarımsal yapıların kapitalist toplumsal formasyonlardaki gelişimi olarak da yaşanmıştır². Bazı ürünlerin mübadele boyutları tarihsel olarak sırasıyla yerel, yöresel, bölgesel, ulusal ve nihayet uluslararası düzleme kadar ulaşmıştır (Rokfor peyniri, Tekila, Şampanya örneklerinde olduğu gibi). Genellikle küçük köylü üretimine dayanan ve geleneksel olarak belli bir üne sahip olan tarımsal ürünlerin çoğunlukla ‘değersizleşmeleri’ ve geleneksel formlarını kaybetmeleriyle sonuçlanan bu metalaşma süreci, özellikle kuramsal bakımdan sahip olduğu kritik öneme karşın, tez

² 1960’lı ve 1970’li yılların gerek “feodalizmden kapitalizme geçiş”, gerekse de “tarımda küçük meta üretiminin” yeri üzerine cereyan eden “tarımda kapitalizmin gelişmesi” tartışmalarının, ana-akım iktisadın tüm değersizleştirmesine ve bu zengin tartışma öbeklerini “iktisat-dışı” şeklinde (çoğunlukla da sosyoloji etiketi vurularak) nitelemesine karşın, ne denli önemli olduğunu sezgi düzeyinde belirtmeliyim. Belki de iktisat disiplininin Coğrafi İşaretler konusundaki kavramsal fukaralığının kökenlerinde, ekonomi politik katkıları yadsınması kayda değer bir yere sahiptir.

çalışmasının kapsamı dışındadır. Bu çalışma; ‘metalaşma’ ve ‘değersizleşme’ süreçlerine, kendine özgü dinamiklerle direnerek ya da geleneksel formda ‘yeniden keşfedilerek’ coğrafi işarete konu olan yöresel ürünleri kapsamaktadır. Bu ürünlerin sahip olduğu ‘değer’, eğer, Veblen çizgisini izleyen ikinci kuşak kurumcu iktisatçı Clarence Ayres’in değerlendirmesi esas alınır, tüm diğer iktisadi varlıkların değeri gibi, yaşam sürecine belli bir katkısının olup olmamasına bağlı olarak belirlenir. Zira Ayres’e göre iktisadi değer, yaşamın sürdürülebilmesine katkıda bulunan etkinliklerden doğar; bu nedenledir ki iktisadi değeri belirleyen tüketim değil, tüm yaşam sürecinin de dâhil olduğu üretim ve tüketime sürdürülebilirliğine yönelik etkinliklerin bütünüdür (Yılmaz, 2007, s.105-106). Böyle bir yaklaşım, iktisadi değeri ‘arz-talep’ ilişkisi ve ‘fayda’ ölçütü ile açıklayan neo-klasik iktisada karşı kıymetli bir meydan okumayı temsil etse de, genelleşmiş bir meta ekonomisi olarak kapitalist piyasanın temel karakteristiklerini kavramaya pek elverişli değildir. Zira Cİ’ye konu olan yöresel ürünlerin büyük çoğunluğu, salt ürün olarak maddi yaşamın sürdürülmesi bakımından tarihteki geleneksel işlevlerinden oldukça uzağa düşmüş ve adeta ritüelleşmiş³ ürünlerdir. İşte sözü edilen ürünlerin bu karakteristiğidir ki, tümüyle pazar için üretilmelerine ve değişim değeri ihtiva eden bir meta olmalarına karşın, kapitalist piyasanın ‘normal’ meta formu dışında kimi özelliklere ve hatta kimi durumlarda (kavramları zorlamak pahasına) ‘karşı-meta’ özelliklere sahip bir metadır.

Kapitalist piyasanın ‘normal/standart’ meta formu hakkında kısaca şunlar söylenebilir: Bir ürünün meta olabilmesi için onu yararlı kılan bir kullanım değerine sahip olması elzemdir; metanın niteliği ile ilgili olan kullanım değeri, metadan kopartılamaz, ondan ayrıştırılamaz. Kullanım değeri, meta için yeterli koşul ise gerekli koşul da değişim değeri ihtiva ediyor olmasıdır. Değişim değeri, metada bulunan ama ondan görüngüsel olarak ayırt edilebilen bir nicel formdur. Demek ki metalar kullanım değeri olarak birbirinden farklı niteliktedir, ama değişim değeri olarak aralarındaki farklılık, salt ölçülebilir bir miktar farklılığıdır ve burada Marx’ın ifadesiyle “zerre kadar kullanım değeri bulunmaz”⁴. Görüngüsel bir form olarak değişim değeri, metanın sahip olduğu niteliklerden de soyutlanması anlamına gelir; bu soyutlama olmaksızın kapitalist piyasanın, nesnelere arası bir ilişki olarak örgütlenmesi mümkün olmaz; sözü edilen özelliği ile meta; hem kapitalist piyasa ortamını mümkün kılarken hem de piyasa dolayımı ile kendi varlığını yaygınlaştırarak garanti altına alır. Metanın miktarının piyasa rekabetine (ya da ‘arz-talep dengesine’) göre belirlenmesi, muadilinin

³ Ritüel kavramı, yaşamsal işlevi sonlanmakla birlikte farklı nitelikte gereksinimler için varlığı süren etkinlikleri ifade etmektedir. Bu konudaki klasik örnek avcılıktır.

⁴ Karl Marx’ın *Kapital Cilt I*’de ele aldığı bu konu, buradaki kısa özete sığmayacak bir derinliğe sahiptir; ayrıca meta formu hakkında, A. Negri ve H. Claever gibi çağdaş katkılar, konuya oldukça zengin bir boyut da kazandırmıştır.

üretilebilmesi ve nihayet özel mülk edinimine uygun hale gelmesi, değişim değerinin birer fonksiyonu olarak görülebilir. Tam da bu noktada Cİ'lere konu olan yöresel ürünlerin meta formu, tartışmaya değer kimi özgüllüklere sahiptir. Bu özgüllüklere bakarak şu soru sorulabilir: Yöresel ürünleri 'karşı-meta' olarak tanımlamak kavramları fazlasıyla zorlamak anlamına gelecekse de, bu ürünler özelinde en azından 'çelişkili bir meta formundan' söz etmek mümkün müdür? Cİ'ye konu olan yöresel ürünlerin daha önce de değinilen kimi özelliklerine bu soru ekseninde sistematik bir şekilde yeniden bakılabilir. Burada sıralanacak olan özellikler, Cİ tescili alabilmenin koşulları olarak da görülmelidir.

Yöresel ürünlerin Cİ'ler aracılığıyla koruma altına alınmasında aranan koşullardan ilki tüketiciler tarafından onaylanmış bir *üme* sahip olmasıdır. Bir ismi, ürünün kökeninden gelen özel bir kalite ile bağdaştıran tüketiciler, ürünün ününü onaylamakta ve bu ürüne güvenmektedirler. Bir piyasa sinyali olarak 'ün'; Cİ kaydından önce varolmak zorundadır; Cİ kaydı hâlihazırda ün sahibi ürünleri onaylar ve korur. Özellikle Avrupa ülkelerinde Cİ başvurusunda bulunan ürün için aranan özelliklerden biri de ürünün önceki jenerasyonlardan bir *kültürel miras* olarak yeni jenerasyonlara aktarılmış olmasıdır (Bérard ve Marchenay, 2004, s.112). Burada 'piyasa sinyali' dışında doğrudan doğruya ürünün tarihselliğine (geleneğe) vurgu yapıldığı açıktır. Bu boyut, Avrupa Birliği bünyesindeki düzenlemelerde çok daha belirgindir; AB'de gelenek ve tarihsellik ile ilgili özelliklerin kanıtlanması Cİ kapsamı için zorunlu olmasına karşın, TRIPs anlaşmasında tarihsellik boyutuna açıkça yer verilmiş değildir. Birçok gelişmekte olan ülke de Avrupa yaklaşımını benimseyerek ulusal kanunlarını düzenlemekte ve Cİ'leri geleneksel üretim becerisini değerlendirmek için bir araç olarak görmektedir (Reviron vd., 2009, s.6). Cİ tescili alabilmenin koşulları içinde, tarihsellik boyutunu tamamlayan bir diğer ölçüt olarak, belli bir yöre ile ilişkilendirilmiş belli bir *özgünlüğe* (*typicality*) sahip olması da vurgulanmalıdır (Reviron vd, 2009, s.6). Ürünün menşei olan yörenin sahip olduğu coğrafi özellikler (toprak, iklim gibi) ve/ya da bu yörede geliştirilen geleneksel üretim becerisi, ürünün diğer bölgelerdeki rakiplerinden açıkça ayırt edilmesini sağlayan özgünlüğüdür. Belirtmek gerekir ki, Cİ'in inceleme ve kayıt sürecinde ürünün üretim bölgesi sınırlarını belirlemek en zorlu aşamalardan biridir. Bazı durumlarda bu çok kolay olabilirken (ürünün varlığının özel bir eko-sisteme bağlı olduğu durumlar ve/ya da kültürel geleneklerle sınırlandırılmış bir alanda üretim becerisinin görüldüğü durumlar, gibi), üretim becerisi tüm ülke geneline yayılmış ve hatta yurt dışına taşmış ise üretimin coğrafi sınırlarını belirlemek hayli zorlaşmaktadır. Bazı Cİ'li ürünler ülke adı ile isimlendirilmiştir; bununla birlikte üretimi ülke içinde belirli bölgelerle sınırlı olabilmektedir. Örneğin

Kolombiya’da toplam kahve üretim alanı 7.3 milyon hektar iken Cİ’e sahip olan “Café de Colombia” 900 000 hektardan az bir alanda üretilmektedir (Reviron vd., 2009, s.7) .

Son yıllarda ürünlerin menşei, önemli bir imaj algısı olarak ürün etiketlemesinde kullanılmaktadır. Özellikle tat ve lezzet açısından tüketiciler tarafından aranan kaliteye sahip menşei etiketli kahveler, konvansiyonel kahvelere göre daha yüksek fiyattan satılmaktadırlar. Coğrafi İşaret taşıyan ürünler, aynı zamanda, farklılaştırılmış ürünlerdir, bu yüzden bir neo-klasik iktisatçının rahatlıkla “kıtlık rantı” şeklinde adlandırabileceği bir değer yaratma kabiliyetine sahiptirler. Farklılaştırılmış olmaları üretici firmaların pazarlama stratejilerinden kaynaklanmamaktadır. Hâlihazırda tüketicilerin gözünde benzerlerinden farklı kaliteye sahip oldukları kabul edilmektedir. Zaman içerisinde tüketici tercihlerindeki değişime paralel olarak, kalite açısından bu ürünler tüketici algılamasında benzerlerinden farklılaşmışlar ve özellikli ürünler grubuna girmişlerdir. Tam da bu nedenle, Cİ’nin, menşei ve özgünlük garantisi ile birlikte tüketicilere bekledikleri ürün kalitesini elde etmelerini sağladığı ve bu yolla tüketicilerin gereksinimlerine kârlı bir yanıt sunduğu ileri sürülebilmektedir (Toldrá, 2005, s.29).

Cİ’den söz ederken, henüz oluşum halindeki dinamik bir “yöresel ürün piyasasından” ve onun düzenleyici çerçevesinden söz edildiği hatırd tutulmalıdır. Yerel geleneklerin, doğanın ve kültürel mirasın bir parçası olan bu ürünlerden bazıları geniş kabul görmüş ve popülariteleri ülkeden ülkeye yayılarak hızla Cİ tesciline konu olmuştur. Bazıları ise üretildikleri yerlerde tüketilmekte ve küçük ve orta ölçekli girişimlerde istihdam sağlayarak yerel ekonomiye katkı sağlamaktadırlar. Birçok ülkede yöresel ürünlerin üretimi küçük girişimler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden bu ürünlerin birçoğu, kendi özelliklerine uygun olarak standardize olmamıştır (Jordana, 2000, s.147). Cİ tescili alma süreci, yöresel ürünlerin kendi özgünlükleri çerçevesinde standardize edilmeleri süreci olarak da görülmelidir. Özetlemek gerekirse bir ürünün Cİ tescili alabilmesi için sahip olması gereken dört temel özellik şu şekilde sıralanabilir:

- Ürün ismi, tüketiciler arasında iyi bir üne sahip olmalıdır.
- Benzerlerine kıyasla menşeiine bağlı tanınmış bir özgünlüğü bulunmalıdır.
- Hammadde üretimi ve/ya da işleme süreci sınırlandırılmış bir coğrafi alanda gerçekleştirilmelidir.
- Ayrıntılı şekilde tanımlanmış (standartlaşmış) özel bir üretim sürecinin ürünü olmalıdır.

Cİ sistemi, burada sözü edilen koşulların sağlanması halinde yöresel ürün tescilini, daha önce de belirtildiği gibi, fikri mülkiyet statüsünde düzenlemektedir. Fikri mülkiyete konu olan ürün özellikleri doğrudan doğruya ortak bir mirasın ürünü olduğu için, özel mülk olarak sahiplenilmesi hayli sorunludur. Gerek bu bölümde daha önce vurgulanan DTÖ ile AB arasındaki yaklaşım farklılıkları, gerekse de fikri mülkiyetin özel sahiplenmeye mi kolektif mülkiyete mi uygun düştüğü hususları, teknik bir ticari hukuk konusu olmanın ötesinde doğrudan doğruya bir mücadele alanıdır. Bu mücadele çokuluslu sermaye temsilcileri ile yerel ‘oyuncular’ ve temsilcileri arasında artan bir şiddetle devam etmektedir. Kavramsal düzeyde bu mücadeleyi; yöresel ürünü görüngüsel olarak kendi niteliklerinden ayırt edilebilen bir nicel forma, bir başka ifade ile salt değişim değeri ihtiva eden bir meta formuna dönüştürme eğilimi ile değişim değerini bizzat ürünün özsel niteliklerinde tanımlayan eğilim arasındaki bir mücadele olarak ifade etmek mümkündür. İki farklı çizgi arasındaki mücadeleyi barındıran Cİ sisteminin nasıl olup da son yıllarda yaygınlaştığı sorulabilir. Bu sorunun yanıtı ise bu iki çizgi arasındaki ikili kabule dayalı uzlaşma ile izah edilebilir. DTÖ bünyesinde temsil edilen ilk çizgi, Cİ tescilinin uluslararası ticarete konu olacak şekilde verilmesine yeşil ışık yakmakla birlikte, bir ön koşul olarak söz konusu tescil sistemini her bir ülkenin kendi bünyesinde öncelikli olarak kurması gerektiğini ileri sürmektedir. Bu ara aşamayı geçen yöresel ürünlerin Cİ tescilleri, DTÖ eli ile uluslararası ticarete konu olacak şekilde yeniden değerlendirilecektir. İkinci çizgi ise mücadelesinin sınırlarını, Cİ tescili alan yöresel ürünlerde, üretimin ileri ve geri bağlantılarına çokuluslu sermayenin nüfuz ediyor olması düzeyine kadar çıkartmış değildir. Bu ikili kabul, günümüzde Cİ düzenlemesinin az gelişmiş ülkeleri de içene alacak şekilde hızla yaygınlaşıyor olmasının arkasında yatan önemli bir etken olarak görülebilir.

Yöresel ürünleri bir meta olarak irdeledikten sonra şimdi artık analitik ilgi, Cİ sistemi ile düzenlenen piyasa ortamına yönlendirilebilir.

1.5. Coğrafi İşaretlerce Düzenlenen Yöresel Ürünler Piyasası

Cİ menşei taşıyan ürünlerin, yukarıda ayrıntısıyla ele alınan “katı koşulları” gereği, tarım-gıda sektöründeki hâkim piyasa rejimi ile niş pazarlar⁵ arasında kalan ve her ikisi ile birlikte ortada yer alan (intermediary) bir piyasa rejimine bağlı ürünler olduğu söylenmektedir. Reviron ve arkadaşlarına göre (2009, s.5) hâkim tarım-gıda rejimini oluşturan ve endüstriyel tarım üretimi olarak gerçekleştirilen alışılmış ve normalleşmiş ürünlerle, çok küçük ölçeklerde üretimi gerçekleştirilen niş ürünler arasında yer alan coğrafi menşei sahibi yöresel

⁵ Niş Pazar; gereksinimleri tam olarak karşılanamayan küçük bir müşteri gurubunun istemlerini daha iyi karşılayabilmek için belirlenen çok dar kapsamlı, küçük bir pazar bölümüdür (Tıgılı, 2009, s.212).

ürünler piyasası, her ikisine alternatif “üçüncü bir çıkış noktası” (üçüncü yol) olarak görülmelidir. TRIPs anlaşmasında yer alan ve “bir yöre ile ilişkilendirilmiş belirli bir kalite ve ün” koşulu getiren düzenlemenin varlığına dikkat çeken Reviron ve arkadaşları, bu koşul sayesinde, belli bir yörede üretilen bütün gıda ve gıda dışı ürünlerin Cİ tescili başvurusunda bulunmasının engellendiğini ve böylece bu koşula haiz yöresel ürünlerin ticari bir değer kazanmalarının da sağlandığını belirtmektedirler. Bu çözümlenme, açık ki, Cİ tescilli yöresel ürünler piyasasının nerede konumlandığı hakkında anlamlı bir fikir vermektedir. Ne var ki, söz konusu piyasaların konumlandığı orta yeri, özellikle hâkim tarım-gıda rejiminin etkilerinden muaf bir yer gibi kavramsallaştırmaları ve ‘bağımsız ara/orta pozisyona’ atıfla, Cİ tescilli yöresel ürün piyasalarının *kendinde* ‘üçüncü bir çıkış yolu’ görmeleri nedenleriyle bu çözümlenmenin hayli sorunlu olduğu da belirtilmelidir. Bu ara konum, küresel tarım-gıda rejimini yönlendiren çokuluslu sermaye ile türdeş olmayan “ötekiler” arasındaki bir mücadele alanı olarak görülmelidir. Ara konumu bir mücadele alanı olarak görebilmek ise Cİ tescilli yöresel ürünlerin “çelişkili meta karakterini” teşhis edebilmekle doğrudan ilgilidir. Yöresel ürün piyasaları *kendinde* alternatif bir piyasa alanı değildir. Örneğin üreticileri bakımından, bu piyasaların alternatif bir çıkış yolu olup olmayacağı hususu, özel mülkiyeti savunan çokuluslu korporasyonların mı yoksa ortak mülkiyeti savunan yerel birliklerin mi bu mücadelede başarılı olacağı ile yakından ilgilidir. Katkı maddeleri ile neredeyse ‘plastikleşen’ gıdalardan uzaklaşan tüketiciler bakımından ise Cİ tescilli yöresel ürünlerin gerçekten yöre-ürünü mü, yoksa çokuluslu tarım-gıda rejiminin “yöreselleştirilmiş” ürünü mü olacağı da sözü edilen mücadelenin sonuçları olarak görülmelidir.

Cİ tescilli yöresel ürünler piyasasının yapı ve işleyişi hakkında kayda değer bir katkı da ABD’li iktisatçı grubundan gelmiştir. ABD’li iktisatçılar Moschini, Menapace ve Pick (2008, s.795), Cİ’lerin talep boyutunu, tüketici tercihlerinin kaliteye nasıl değer biçtiğine yönelik cazip bir açıklayıcı formülasyon sağlayan “farklılaşmış ürün ekonomisi” (economics of product differentiation) kavramsallaştırmasına dayandırmışlardır. ‘Farklılaşmış ürün ekonomisi’ kavramsallaştırması, 1933 yılında ABD’li iktisatçı Edward Hastings Chamberlin ve Joan Robinson tarafından “tekelci rekabet” tanımlamasıyla iktisat disiplinine kazandırılmıştır (Brakman ve Heijdra, 2004, s.7; Reviron vd., 2009, s.11). Farklılaşmış ürün ekonomisi yaklaşımı Cİ tescilli alan yöresel ürün piyasasını, daha çok nasıl bir piyasa olmadığına vurgu yaparak, bir anlamda olumsuzlama yolu ile tanımlamaktadır. Buna göre, yöresel ürün piyasaları tam rekabet piyasasının en önemli özelliği olan çokluk⁶ varsayımını taşımaktadır. Sadece o kadar! Yöresel ürün piyasası, rekabetçi piyasanın aşağıdaki

⁶ Çokluk terimi *atomicity*’nin (atomisite’nin) karşılığı olarak kullanıldı; bu terimle rekabetçi piyasanın çok sayıda piyasa aktörünü –molekülünü- işlevsel bütünlük içinde içeren yapısına vurgu yapılmaktadır.

özelliklerine ise kısmen ya da tümüyle sahip olmayan bir piyasadır. Bunlar: piyasada yer alan her firmanın homojen ürünler ürettiği savına dayanan türdeşlik (homojenlik) ilkesi; alıcıların ve satıcıların tam bilgiye ulaştığı savına dayanan açıklık (berraklık) ilkesi ve piyasaya serbest giriş-çıkış hakkının varlığını ifade eden akışkanlık (mobilité) ilkesidir (Türkkan, 2001, s.71). Bu çözümlemede, Cİ tescilli yöresel ürünlerin piyasa bütünlüğü içinde kavranıyor olması anlamlı olsa da, hipotetik bir ‘rekabetçi piyasa’ kurgusundan türetilen ve yöresel ürün piyasasının “olmayanları” şeklinde listelenen hususlar, olguyu kavramak bakımından sorunludur. Hele de birleşmeler ve satın almalar yoluyla sayıları gittikçe azalan ‘büyük oyuncuların’ kendi aralarındaki rekabetle belirlenen çağdaş piyasa koşullarında, rekabetçi piyasayı normal, “tekelci rekabeti” ise adeta ‘sapma’ olarak görmek, ancak piyasa gerçekliğine direnerek mümkün olabilir. “Tekelci rekabet” kavramsallaştırması, “rekabetçi piyasa” ön-kabulünden bağımsız olarak ele alınır, Cİ tescilli yöresel ürünler piyasasının kimi özelliklerini kavramak bakımından daha işlevsel olabilir. Nitekim Dura’ya göre (2009) tekelci rekabet piyasalarının en önemli özelliği, firmaların ürettiği malların homojen değil farklılaştırılmış olmasıyla ilgilidir:

“Mal farklılaştırılması; belli bir endüstride bir malın, bileşimi, kullanılışı, görünümü, en azından markası bakımından aynı endüstride üretilen öbür mallardan farklı olmasıdır. Tüketicilerin bilincinde, her ne sebepten olursa olsun bir malın farklı olduğuna dair bir inancın oluşması, o malı **farklı** kılmaya yeterlidir” (Dura, 2009)

Dura’nın dikkat çektiği “fark” faktörü, Cİ tescilli yöresel ürünlerin ayırt edici özelliklerindedir. Ancak Dura için “fark”, tüketici davranışlarına etki edebilecek bir pazarlama stratejisinin konusudur; öyle ki, “fark” ürünün karakteri gereği değildir, tüketicinin inancında oluşturulur. İdealist ontolojiye dayalı bu tür analizler, “fark” algısının da süreç içinde farklılaşacağını bildikleri için hareketli pazarlama stratejileri geliştirmek gibi ayakları yere basan öneriler ileri sürerler. Oysa Cİ tescilli yöresel ürünler, ürüne özgüllüğünü veren zanaatkarlar arasındaki kimi tarif farklılıklarını barındırıyor olmasına rağmen, küresel olarak jenerik rakiplerinden (çoğunlukla endüstriyel ürünlerden) farklılaşmışlar ve tüketiciler aracılığıyla yayılmışlardır. Ancak buradaki farklılaşma bir firma tarafından pazarlama veya piyasada varlığını sürdürme stratejisi olarak gerçekleştirilmemiş, tarihsel süreçte tüketiciler tarafından farklılaştırılmışlardır. Bir başka ifade ile sözü edilen farklılık, pazarlama stratejisi ile tüketicilerin inançlarında yaratılmamış, tüketicilerin yaşam deneyimleri içinde edinilmiştir. Tüketiciler, kuşaklar boyu çok yönlü fayda kıyaslaması ile bu ürünleri tercih eder hale gelmişlerdir. Dolayısıyla tüketicilerin bu davranışlarıyla belirginleşen fark algısı, Cİ tescilli ürünleri üreten üreticilerin ortak eylemlerinin bir sonucu olarak da görülmelidir.

Ürün farklılaştırması gibi Cİ tescilli yöresel ürünleri tanımlamak bakımından kritik öneme sahip bir olgu hakkında, dikkatleri konunun kuramsal imalarına çeken Reviron ve arkadaşları (2009, s.11) şu hususların altını çizerek:

- Bir ürün farklılaştırıldığı zaman, “pazar” her biri bir satıcı olan küçük alt piyasalara bağlı bir ağ gibi görünür. Bu durumda toplam arz kavramı çalışmaz ve toplam talep eğrisi inşa etmek de mümkün olmaz.
- Farklılaşma hipotezi doğrulandığı zaman, her bir satıcının bireysel talep eğrisi yakın ikamelerinin özelliklerine ve fiyatına bağlıdır. Fiyat tam rekabet ortamına göre daha yüksektir, ancak ikamelerin baskısına bağlı olarak değişkendir.
- Farklılaşma, genellikle üretim ve satış maliyetlerinde bir artışa neden olur. Eğer alıcıya bu bilgi ulaştırılmaz ise, farklılaşma bir tercih nedeni oluşturmayabilir. Bundan dolayı farklılaştırma reklâm maliyetlerini satış maliyetlerine eklemektedir.
- Üretim ve satış maliyetleri, bireysel talep eğrisini yukarı ve/ya da sağa hareket ettirdiklerinden dolayı çok önemlidir. Bunun anlamı satıcı, aynı fiyattan ya da daha yüksek bir fiyattan daha fazla ürün satmayı umabilir.

Fark’ı, ürünün niteliği gereği değil de üretim ve pazarlama teknikleri ile inşa edilen bir özellik olarak gören bu anlayışa göre, “farklılaştırma” iki şekilde yapılabilir; dikey ve yatay farklılaştırma. Dikey farklılaştırmada ürünler arasında kalite farkı söz konusudur. Dikey farklılaşmanın var olduğu bir piyasada, bir malın diğerinden “daha iyi” olduğunu söylemek mümkündür. Yatay farklılaştırmada ise, ürünler niteliklerine (tat, renk, model gibi) göre farklılaştırılmışlardır (Valentino, 2003).

Tekelci rekabet hipotezinin bir diğer açıklayıcı değişkeni ölçek ekonomileridir. Ölçek ekonomilerinin söz konusu olduğu piyasalar, “ölçeğe göre artan getiri ya da ölçeğe göre azalan maliyetler” koşulları altında çalışan firmaları varsayar. Bu firmalar farklı türde çok sayıda mal üretmek yerine, bir ya da birkaç tür mal üretmeye yönelir. Böylece uzmanlaşma başlar, daha etkin teknolojiler kullanılır ve ölçek ekonomilerinden yararlanır. Böylece ilgili ülke uzmanlaştığı mal türünün ihracatçısı konumuna gelir. Yöresel ürünler de, kültürel bilgi ve becerilerin nesilden nesile aktarılmasına dayanan belli bir uzmanlaşmanın gerçekleştiği ürünlerdir. Yerel uzmanlık bilgisi kimi durumlarda yöre dışına çıkararak ülke çapına yayılmış,

kimi durumlarda da ülke dışına taşarak, köken yöre için önemli bir gelir kaynağı haline dönüşmüştür.

Üretim ölçeği büyürken, ortalama maliyetlerin düşmesi durumunu ifade eden ölçek ekonomileri iki şekilde ortaya çıkabilir (Dura, 2009; Yücel ve Akdoğan, 2005, s.67):

- İçsel ölçek ekonomileri; bir firmanın üretim hacminin genişlemesi (ölçek artışı) sonucu ortalama maliyetlerinin düşmesi ile oluşmaktadır. Kitlesel üretim teknolojilerinin kullanımı, yönetimde etkinliğin artması, yaparak öğrenme yoluyla işgücünün uzmanlaşması ve pazarlama masraflarının azalması gibi unsurlara bağlıdır.
- Dışsal ölçek ekonomileri; firmanın faaliyette bulunduğu endüstrinin bütününde üretim ölçeği arttıkça, firmanın maliyetleri düşmektedir. Endüstrinin gelişmesi sonucu oluşan nitelikli emek gücü, firmanın ortalama maliyetlerini düşürücü etkiye sahiptir. Dışsal ölçek ekonomilerinin yarattığı diğer bir maliyet düşürücü etki de, girdilerin sürekli ve etkin temin edilmesine ortam hazırlamasıdır.

Cİ tescilli yöresel ürünler piyasasını, tekelci rekabet piyasaları kavramsallaştırması içinde ele alan görüşe göre, bu piyasa yapısının temel varsayımlarından olan dışsal ölçek ekonomilerinin Cİ piyasasında yer alan ‘firmalar’ için geçerli olduğu rahatlıkla ileri sürülebilir. Gelişmiş ülkeler söz konusu olduğunda da, arz zincirinde yer alan aktörlerin ekonomik kararlara etkin olarak katılabildiği örgütlenmeler mümkün olabilmekte, bu koşulun gerçekleştiği durumlarda ise hem içsel hem de dışsal ölçek ekonomileri Cİ tescilli yöresel ürün piyasaları için geçerli olabilmektedir. Bu yaklaşıma göre, Cİ tescilli yöresel ürünlerin üretim zincirinde yer alan bütün aktörlerin ortak bir çatı altında üretimlerini gerçekleştirmeleri söz konusu olduğunda, bu olgunun kendisi doğrudan doğruya bir ölçek ekonomisi yaratmaktadır. Bu üretim yapısı içinde nitelikli iş gücünün gelişimi ise yöresel üretim zincirinde yer alan aktörlerin içsel ölçek ekonomisinden yararlandığının açık bir göstergesi olmaktadır.

Ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri gibi iki önemli analiz boyutuyla “tekelci rekabet” hipotezi, Cİ tescilli yöresel ürün piyasaları için açıklayıcı bir kavramsal çerçeve sunabilir mi? Bu soruya yanıt vermeden önce kimi metodolojik değerlendirmelerin yapılması anlamlı olacaktır. Her şeyden önce bu yaklaşımda ilgili yöresel ürün piyasası; işlevselci işbölümü ile üretimin belli aşamalarında ve işlerde uzmanlaşmış ‘parçaların/aktörlerin’ (burada tarım-gıda firmaları ve tarımsal işletmeler söz konusudur) organik bütünlüğü şeklinde kavranmaktadır. Bu işlevselci yaklaşım, işlevselci bakış açısının bütün ön-kabullerini de

kendi bünyesine dâhil etmiştir. Buna göre, her bir aktör işlevi için ve işlevi kadar vardır; belli bir işlevin taşıyıcısı olmaları anlamında bütün aktörler formel bakımdan eşittir; bu durumda, aktörler arası ilişki kalıbı da “karşılıklı bağımlılık” terimi ile tanımlanmalıdır. Belli bir yöresel ürün için tanımlanan bu işlevselci bütünlük, “tekelci rekabet” hipotezindeki ‘tekel’ konumuna tekabül eder. Rekabet ise belli bir yöresel üründeki işlevselci bütünlüğün gerek muadil yöresel ürünlerdeki benzerleri arasında, gerekse de ilgili ürünün içinde yer aldığı sektör genelinde gerçekleşir.

Burada kısaca irdelenen işlevselci analiz şeması, ilk bakışta, Cİ tescilli yöresel ürünlere rahatlıkla adapte edilebilir görünmektedir. Örnek olması bakımından üçüncü bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacak olan Roquefort peynirinden söz edilebilir. Roquefort peynir üretiminin artması ile birlikte, bölgede yer alan aktörler arasında üretim zincirinin her aşaması için uzmanlaşma alanları gelişmiş, bu gelişimin bir gereği olarak da nitelikli işgücü oluşumu gerçekleşmiştir. Bu gelişmeler neticesinde, nihai ürünün üretim maliyetlerinde kayda değer bir azalma meydana gelmiştir. Ayrıca üretim zincirinde yer alan bütün aktörlerin ortak bir çatı altında toplanması, hem hammadde temininin sürekliliğini hem de kalitesini korumayı sağlamıştır. Bir diğer örnek de Argan yağı’ndan verilebilir. Argan yağı üretiminde, ürün kalitesine yönelik olarak arz zincirinde yer alan aktörler arasında oluşan sinerji, hammadde temininde yer alan tedarikçilerin bilinçlenerek Argan ağacı üretiminde ve meyve hasadında uzmanlaşmalarını sağlamıştır (Benni ve Reviron, 2009, s.17).

Bir şablon gibi inceleme nesnesine büyük ölçüde oturan bu işlevselci açıklama tarzı tarihselleştirildiğinde, odağında canlı-kanlı insanların yer aldığı farklı bir öykü ile karşılaşmak mümkündür. Tarihsel çözümlemenin uygun kavramsal araçları içinde ise doğrudan üreticilerin farklılaşması, kutuplaşması, üretim araçlarının toplulaşması, mülksüzleşme ve işçileşme gibi tarımda kapitalist gelişme sürecinin açıklayıcı kavramları devreye girmektedir. Yukarıdaki açıklayıcı şablonda örneğin süt tedarikçisi olarak uzmanlaşmış bir köylü işletmesi, gerçekte birkaç kuşak içerisinde peynir üretiminin bütünlüklü bilgisinden, araç ve gereçlerinden kopartılmış bir kırsal hanenin günümüzdeki temsilcisi pekâlâ olabilmektedir. Dolayısıyla üretimin belli bir aşaması ve parçasındaki uzmanlaşma derecesine bakarak işlevselci yaklaşımın nitelikli işgücü gördüğü yerde, üretim sürecinin bütünlüklü bilgisi bakımından tam bir vasıfsızlaşmadan ve köylü emeğinin değersizleşmesinden söz etmek mümkündür. Eğer işlevselci bütünlük, Cİ tescilli almış yöresel ürünün tarihsel olarak yaratıcıları ve taşıyıcıları olan küçük köylü işletmelerinin kapitalist bir girişim altındaki işçileşmelerini tasvir ediyor ise, bu durum görünür kılınmalıdır. Aynı şekilde, sözü edilen işlevselci bütünlük, küçük üreticilerin doğrudan katılımlarına ve denetimlerine açık bir

biçimde örgütlenmiş üretici birlikleri ya da kooperatifleri tanımlıyor ise, bu durum da görünür kılınmalıdır. Üretimin her iki örgütlenmesi arasında bir fark görmeyen işlevselci şema, inceleme nesnesine ilişkin gösterdiklerinden ziyade gizledikleri ile anılmak durumundadır. Örnek olması bakımından Çorum Leblebisinin söz edilebilir. Türkiye’de Cİ tesciline sahip olan Çorum leblebisi yerel firmalar tarafından tümüyle fabrika nizamı içinde endüstriyel boyutta imal edilmektedir. Bu ise geleneksel üretim bilgi ve becerisinin canlı emekten soğrularak makinelere aktarılmasına işaret eden bir süreçtir. Nitekim yörede yapılan görüşmelerde dile getirildiği gibi günümüzde Çorum Leblebisine özgünlüğünü veren üretim becerisine sahip sadece 25 usta kalmıştır. Geleneksel zanaatkâr vasfı olarak ustalık, fabrika üretimi içinde değersizleştiği için bu bilgi ve becerinin yeni nesillere aktarımı da mümkün olmamaktadır. Sonuç olarak Çorum Leblebisi, eski lezzetinden uzaklaşmış bir yöresel ürün haline gelmiştir.

Görüldüğü burada ifade edilen metodolojik itiraz, salt kuramsal bakımdan değil Cİ sistemi ile kırsal kalkınma ve azgelişmişlik bağlantıları bakımından da son derece anlamlıdır. Söz azgelişmişlik olgusuna gelince, metodolojik bir not düşmek tamamlayıcı olacaktır. Azgelişmiş ülkelerin Cİ piyasasına yönelik verileri tespit edebilmek, araştırmacılar bakımından hayli zordur. Özellikle arz zincirinin farklı seviyelerindeki miktarlar ve fiyatlar hakkında veri bulabilmek, ‘iğneyle kuyu kazmak’ metaforunu dahi kullanılsız kılan bir çabayı gerektirir. Yöresel piyasalarda var olan çok fazla sayıda gıda ve gıda dışı ürünlerle ilgili olarak envanter eksikliği, bu piyasalar üzerine çalışan araştırmacılar için en önemli kısıtlardan biridir. Diğer yandan, söz konusu piyasada, üretim ölçeklerindeki ölçüm farklılıkları ile ülkeler bazında yasal tanımlardaki yüksek çeşitlilik, gerek kıyaslamalı bir çalışma gerçekleştirmeyi gerekse de genelleyici bir çözümleme yapabilmeyi hayli zorlaştırmaktadır (Reviron vd.,2009, s.5).

1.6. Coğrafi İşaretler Tescili Alan Ürünlerde Üretim Sürecinin Örgütlenmesi

Buraya kadar sürdürülen kavramsal irdelemelerin ortaya koyduğu en net sonuçlardan biri, Cİ tescilli yöresel ürünler piyasasının karakteristikleri belirginlik kazanmış piyasa alanı olarak değil, oluşum halindeki bir mücadele alanı şeklinde kavranması gerektiğidir. Oluşum süreci içinde görece netlik kazanan husus ise bu mücadeledeki tarafların dile getirdikleri tezlerdir. Bu tezler, yöresel ürün piyasalarının nasıl bir piyasa ortamı olarak istikrar kazanması gerektiğine ilişkin görüşleri içermektedir. Bu bakımdan temel önemdeki konulardan biri de ilgili üretim sürecinin nasıl örgütleneceğine ilişkindir.

Cİ sistemine yönelik Avrupa Birliği düzenlemelerinde tescil başvurusunda bulunabilecek ve yararlanacak girişimlerin, “arz zincirinde” yer alan aktörler tarafından kurulmuş bir grup olması zorunluluğu bulunmaktadır (EC No 510/2006, Madde 5(1)-EK 1). Benzer bir düzenleme DTÖ bünyesinde de mevcuttur. Cİ tescilli ürünler için grup tipi örgütlenme konusunda TRIPs anlaşması herhangi bir zorunluluk getirmemiştir. Uluslararası piyasada fikri mülkiyet hakkını düzenleyen TRIPs, yöresel ürünlerin fikri mülkiyet hakkını salt şarap ve sert alkollü içeceklerle sınırladığı gibi, AB ve DTÖ’den farklı olarak Cİ tescilinde grup olma koşulu yerine ABD ticaret hukukunda mevcut olan özel ve kolektif marka (*private & collective mark*) ayrımının yeterli olduğu görüşündedir. Cİ ile kolektif marka düzenlemesi arasında belirgin bir farklılık mevcuttur. Örneğin belli bir yöre adı şarap ya da sert alkollü içeceğin kolektif markası olduğunda, o yöre adını, yörede üretilen bir başka ürün için kullanmak, fikri mülkiyet hakkının ihlali olarak görülürken, Cİ sistemi, yöre adının farklı yöresel ürünler için kullanılmasına engel teşkil etmemektedir. Ulusal uygulamalara bakıldığında, kimi ülkelerde özel girişimlerin (firmaların) bile Cİ başvurusunda bulunabilmesine olanak tanıyan bir yasal çerçevenin varlığı söz konusu olabilmektedir. Türkiye de bu ülke grubu içinde yer almaktadır. Belli bir yöresel ürünün fikri mülkiyet hakkını elde edecek girişimin özel bir şirket mi yoksa bir tür kooperatif örgütlenmesi mi olacağı tercihi, ne salt teknik bir hukuk konusudur ne de salt iktisadi etkinlik konusudur. Bu çalışmada geliştirilen yaklaşım gereği, söz konusu tercih içinde özel şirketin de var olması, doğası gereği kolektif bir miras olarak görülmesi gereken yöresel ürün bilgisinin özel mülkiyet rejimine tabi kılınması anlamına gelecektir. Bu yöndeki bir tercih, kamusal varlıkların özelleştirilmesinin hız kazandığı bir evrede, özelleştirme sürecinin kapsamına “toplumsal varlıkları” da ilave etmiş olacaktır. Tam da bu nedenledir ki, TRIPs anlaşmasında Cİ tescili başvurusunda bulunacak girişimlerin tüzel kişilikleri hakkında bir tanımlama yapılmamış olması, bir ihmali ya da hukuki bir boşluğu değil özel mülkiyet rejiminden yana açık bir tercihi ifade etmektedir. AB bünyesindeki düzenlemelerde ise ürün “arz zincirinde” yer alanların ortaklaşa girişimlerine atıf yapılıyor olması, Cİ’ye konu olan yöresel ürünlerin fikri mülkiyet yapıları hakkındaki tartışmaya kapı açması bakımından anlamlıdır. Ancak açılan kapıdan özel mülkiyetçi gruplaşmaların mı yoksa yöresel olarak ortaklaşa paylaşılan varlıkların kolektif mülkiyetini temsil eden örgütlenmelerin mi geçeceği konusu, bir mücadele konusu olarak belirsizliğini korumaktadır. Avrupa Birliği başta olmak üzere Cİ sisteminin yaygınlık kazandığı ülkelerde, hâlihazırda ilki lehine belirgin bir manzaranın varlığından söz edilebilir. Nitekim Cİ tesciline hak kazanacak girişimlerin örgüt biçimini konu alan çalışmalarda ortaya konan görüşler, fikri mülkiyete konu olan yöresel ürünlerin mülkiyet yapıları hakkında bir tartışma yürütmemektedir. Girişimler bakımından hangi örgütlenme

biçiminin anlamlı olduğu hususu, mülkiyet ölçütünden bağımsız olarak, girişimin iktisadi etkinlik ve karlılık ölçütü ile elde edilen gelirin dağılımına odaklanmış durumdadır. Örneğin, birlik örgütlenmelerinin, ekonomik değer yaratmada ve bu değer “arz zincirindeki” paydaşlar arasında dağılımında etkin bir araç olarak kullanılabilmesi argümanı, alan çalışmalarından elde edilen bulgularla da desteklenmektedir (Reviron vd., 2009, s.16). Buna ek olarak, söz konusu örgütlenme biçiminin özellikle küçük ölçekli üreticiler ve zanaatkarlar açısından karar verme güçlerini kaybetmeden ölçek ekonomilerinden yararlanmaları için önemli bir fırsat olduğu da vurgulanmaktadır.

Bu çalışmalarda, birlik örgütlenmeleri, özel girişimcilik formu için güvenli bir alternatif olarak görülmektedir. Bu görüşün ampirik dayanakları da olan mantığı şöyle işlemektedir: Piyasada yer alan bütün üretici birimler, yüksek sermayeye sahip değildir. Küçük işletmelerin de piyasada yer alıp mevcut piyasa sisteminin sürdürülebilirliğini sağlamak bakımından kendi aralarında birleşerek rekabet ortamını koruması gereklidir. Genellikle ‘birlik’ oluşturma çabalarının “kanal kaptanı”⁷, piyasadaki en güçlü sermaye sahipleridir. Özel girişimci firma ile birlik örgütlenmeleri, yürüttükleri iktisadi faaliyetler gereği, farklılaştırılmış bir ürünün ticaretini yaparak tüketiciler için fayda yaratmaktadırlar. Bu, onların ortaklaşa paylaştıkları kurucu iktisadi mantıktır. Bununla birlikte her iki örgütlenme biçimi arasındaki temel farklılık şöyle tanımlanabilir: İlki, “asil/vekil” ilişkisi ile karakterize edilirken, birlik örgütlenmelerinin işleyişi, üyeler arasında kontrollü güvene dayanan bir anlaşma zeminine sahiptir. Görüldüğü gibi, bu çalışmalarda arz zincirinde yer alan iktisadi birimlerin örgütlenme biçimlerine yönelik değerlendirmeler, üretim sürecinin iktisadi analizine değil, söz konusu sürecin “işletme yönetim ve organizasyon” analizine odaklanmış durumdadır. Cİ tescilli ürünlerin ‘meta formlarını’ ve fikri mülkiyet hakkının sahiplenme biçimini sorunsallaştırmayan bu yaklaşımların, ana-akım iktisatla işletme disiplini arasında kolayca köprü kurup hızlı geçişler tesis ediyor olmaları, kuramsal bakımdan dikkat çekicidir.

Olgusal düzlemde Cİ tescilli alan girişimlerin örgütlenme kalıbına bakıldığında karşımızda genellikle şöyle bir manzara bulunmaktadır:

- Bölgede yer alan kamu kurumları (valilikler, belediyeler, kaymakamlıklar gibi),
- Meslekler arası örgütler (ticaret odaları ve borsaları, üretim zincirinde yer alan aktörlerden oluşan konsorsiyumlar gibi),

⁷ Kanal kaptanı kavramı lojistik alan yazınında kullanılan bir terimdir. Üreticiler, toptancılar ve perakendecilerden oluşan dağıtım kanalı içerisinde bulunan birimlerden birinin yaptırım gücü kullanarak kanal üyelerini egemenliği altına almasıdır (www.scribd.com).

- Meslek birlikleri (üretici birlikleri, kooperatifler gibi).

Gelişmekte olan ülkelerde Cİ girişimlerinin çoğunluğu kamu otoriteleri ve Sivil Toplum Kurumları(STK) tarafından başlatılmıştır. Avrupa Birliği ülkelerinde ise, bizzat ürünün ticareti ile uğraşan sermaye sahipleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinde kamu otoriteleri, sistemin “düzgün işleyebilmesi” için destekleyici konumdadır (Reviron vd., 2009, s.19). Görüldüğü gibi, Cİ tescilinden yararlanan gruplar içerisinde yöresel üretim ve perakende zincirinde yer almayan aktörler de bulunmaktadır. Bu aktörlerin ticari aktiviteleri yoktur; misyonları, girişimci grup içerisinde yer alan üyelerin faaliyetlerini koordine ve kontrol etmektir. Meslek birlikleri, “arz zincirinin” belli bir aşamasında yer alan aktörlerden oluşmaktadır. Meslekler arası birlikler ise üretim zincirinde yer alan hammadde üreticileri, imalatçılar ve tedarikçiler arasında yapılan anlaşmalarla (dikey entegrasyon) oluşmaktadır. Hammadde üreticilerinin, ürün imalatçıların ve tedarikçilerin bireysel ticari girişimlerini bırakıp da neden birlik örgütlenmelerine yöneldiklerini anlamak önemlidir. Genellikle bu örgütlenme kalıbının altında yatan en temel gerekçe olarak, hammadde ve ara mal temini ile ilgili miktar ve kalite sıkıntısı dile getirilmektedir. Bu iktisadi rasyoneli tamamlayan ve grupta yer alan üyelerin coğrafi, ahlaki, ideolojik ya da mesleki bir ortak geçmişe sahip olmalarına dikkatleri çeken sosyolojik gerekçelerden de söz edilmektedir. Buna göre sıralanan faktörler, samimiyet ve güven ortamının oluşmasına katkı sağlamakta, bu da işlem maliyetlerini azaltıcı bir etkiye sahip olmaktadır (Reviron vd., 2009, s.17-18). Üretim zincirinin hammadde temini ve/veya küçük ölçekli üretiminde yer alan küçük işletmeler bakımından “dikey entegrasyonun” neden en “rasyonel tercih” olduğu savı, çoğunlukla şöyle bir analitik arka plana sahiptir. Buna göre, sözü edilen yöresel ürünlerin “arz zincirinde” yer alan küçük tarım işletmelerinin piyasadaki varlıklarını sürdürebilmeleri için düşük maliyetle standart kaliteye ulaşmaları gereklidir. Oysa bahsi geçen üreticiler, yüksek üretim maliyetleri ile yüksek kalitede ürünleri ancak küçük miktarlarda üretebilmektedirler. Öte tandan, ayrıntılı olarak tanzim edilmiş ve zaman alan üretim süreci, genellikle düşük tarımsal verimliliğe sahip marjinal bölgelerde gerçekleştirilmektedir. Doğaya ve insana zararsız bir üretim süreci ile üretilen ürünlerin, rekabetçi piyasa baskısı karşısında direnebilmeleri hayli zordur. İşte bu nedenledir ki, küçük tarım işletmelerinin teknoloji yoğun üretim yöntemlerini kullanan rakiplerine karşı piyasadaki varlıklarını sürdürebilmeleri, maliyetlerini düşürerek değil, fakat ancak ve ancak “farklılaşma” yolunu tercih etmeleriyle mümkündür.

Burada “farklılaşma” kavramı, “arz zinciri” içindeki işlevsel işbölümünü ifade eder. Küçük köylülük söz konusu olduğunda, mevcut zincir içinde onların payına genellikle “hammadde üretimi” gibi bir işlevi üstlenmek düşer. Bağımsız küçük köylü olarak varlığını

idame ettirme olasılığı rekabetçi piyasa gereği ortadan kalkmış olan küçük üreticilerin Cİ sistemi içerisinde yer almak suretiyle, kendi başlarına ulaşamayacakları hizmetlere ve piyasalara ulaşabilecekleri vurgulanmaktadır. Kuşkusuz, “dikey entegrasyonu” gerçekleştirmiş örgütlenmelerde küçük köylülük için yapılan iyimser değerlendirmeler, “arz zinciri” boyunca yaratılan değerın yeniden nasıl bölüşüldüğü sorunu ile de yüzleşmek durumundadır. Burada mevcut örgütlenme kalıbının *kendinde* “adil bölüşüm” kanallarına sahip olmadığı, örgütlenme içinde yer alan güçlü firmaların, yaratılan “katma değerın” adil dağılımını tehlikeye sokabilecekleri, bunun önlenmesi için de kimi mekanizmaların geliştirilmesi gerektiği, belirtilmektedir. Özetle, uluslararası ticarete yer edinen başarılı Cİ ürünlerinin piyasa yapılarını inceleyen çalışmalar, “arz zincirinde” yer alan aktörlerin örgütlenme kalıplarının, ürünü başarıya götüren temel faktör olduğunu vurgulamaktadır. Örgütlenme yapılarındaki dengesizlikler ya da eksiklikler ürünün kalitesinde ya da arzında aksamalara neden olmakta, bu da ürünün ticari değerinin düşmesi sonucunu beraberinde getirmektedir. İnceleme nesnesinin karakteri gereği, bu çalışmalarda tek değerlendirme ölçütünün “ticari başarı” olmadığı da vurgulanmalıdır. Zira bazı Cİ’li ürünlerin satış ciroları, uluslararası koruma için baskı yapmayı gerektirecek kadar yüksek değildir; ancak, bu ürünler bir ülkede ya da bölgede, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) ve ülke ortalama geliri üzerinde önemli bir ekonomik etkiye sahip olabilirler. Sadece ulusal pazarda satılan çok küçük ölçekteki Cİ’li bir ürün için bile, ekonomik aktivitenin etkisi ürünün ait olduğu bölge ya da köyler için hayati önem taşıyabilir (Reviron, 2009, s.10).

TRIPs anlaşması dışarıda bırakılırsa gerek AB gerekse de DTÖ bünyesindeki Cİ düzenlemesi, tescil başvurusu ile menşei hakkına kavuşacak girişimlere belli bir örgütlenme kalıbı şartı getirmektedir. Fikri mülkiyete konu olan varlığın yöreye ait bir miras olması nedeniyle tekil iktisadi girişimlere başvuru hakkı tanınmamaktadır; yöredeki iktisadi olan/olmayan aktörlerin farklı biçimlerdeki gruplaşmaları, bir başvuru şartı olarak, tanımlanmaktadır. Belirtmek gerekir ki, tescil başvuru hakkı kısıtlanan tekil girişimcinin yatırım hakkı mevcuttur; tescile konu olan standartlara uygun olduğu ölçüde herhangi bir girişimcinin bölgeye yatırım yapması ve Cİ’de yer alan adı ürününde kullanması mümkündür. Tescil sahibi girişimin ilgili yöredeki en belirgin avantajı ise yörede üretilip Cİ menşei taşıyan tüm ürünleri denetleyebilmekle ilgilidir. Tam da bu yüzden, Cİ tescili yöreyi şu veya bu düzeyde temsil eden grup temelli örgütlenmelere verilmektedir.

Grup temeline sahip olup farklı biçimlerde gerçekleşmiş örgütlenmelerin analizlerinde, “ürünün ticari başarısı” ve “iktisadi etkinlik” temel değerlendirme ölçütleri olarak dikkat çekerken, bunların yanında “arz zinciri” ile elde edilen “katma-değerin”, zincirde yer alan

aktörler arasında “adil” bölüşülüp bölüşülmediği de sorgulanmaktadır. Bu analizlerde, ilk iki ölçüt bakımından en ideal örgütlenme kalıbının, bünyesinde “dikey entegrasyonu” tesis etmiş gruplaşmalar olduğu görüşü, ampirik kanıtlar da sunularak, ileri sürülmektedir.

Üretimin örgütlenmesine yönelik hukuki düzenleme ve analizleri iki düzeyde irdelemek mümkündür: Bunlardan ilki mülkiyetle, ikincisi ise üretim süreci ile ilgilidir.

(i) AB ve DTÖ bünyesindeki Cİ düzenlemeler, yöresel ürünlerin, yöreye ait olan, dolayısıyla da doğası gereği kolektif olan fikri mülkiyet hakkını, anlaşılır şekilde, özel mülkiyet rejimi dışında tanımlıyor değildir; bu konuda getirilen sınırlama tüzel kişilik olarak bireysel sahiplenme ile ilgilidir. Mülkiyet ile sahiplenme arasındaki ayırım hatırlandığında sözü edilen düzenlemeler için şu değerlendirmenin yapılması mümkündür: Doğası gereği kolektif olan yöresel ürünün fikri mülkiyet hakkı, grupsal sahiplenme yoluyla özel mülkiyet rejimine tabi kılınmaktadır. Cİ sistemi ile gerçekleşen ve yaygınlaşan budur. Kapitalist özel mülkiyetin zorunlu gerçekleşme formu bireysel sahiplenme değildir; üstelik küresel ölçekte üretimi bir zincir biçiminde örgütleyen çokuluslu sermaye stratejisi, iyi bilindiği gibi, küçük ve orta ölçekli işletmeleri “kümeler” biçiminde örgütlemeye teşvik etmektedir. Aynı eğilim küresel tarım-gıda zincirini kuran ve yönlendiren çokuluslu sermaye bakımından da geçerlidir; küçük tarım işletmelerinin kendi aralarında birlikler kurarak, aracı konumdaki tüccarları (hâl esnafı) devre dışı bırakmak suretiyle söz konusu zincire doğrudan dâhil olması, iyi bilinen stratejilerdendir. Dolayısıyla Cİ girişiminin grup yada topluluk formu altında örgütlenmesi, bu sahiplenme biçimi gereği, söz konusu kolektif mirasa yöresel ürün bilgisinin kuşaklar-arası taşıyıcıları ve gerçek mirasçıları olan küçük köylülerin de ortak edilmesi sonucunu doğurmaz. Kuşku yok ki, sahiplenmenin topluluk formu, bireysel forma kıyasla küçük köylüler bakımından daha avantajlı bir düzenlemedir. Sahiplenmenin topluluk formu içinde küçük köylülerin “arz zincirindeki” konumlarının ne olacağı hususu, her şeyden önce bir mücadele meselesidir.

(ii) Konuya üretim sürecinin örgütlenmesi olarak bakıldığında ise şu değerlendirmeleri yapmak mümkündür. Üründen ürüne kayda değer farklılıklar olsa da en genelde Cİ tesciline konu olan metanın üretim süreci, tüm diğer meta üretiminde olduğu gibi; girdi temini → mal üretimi → pazarlama aşamalarına sahip bir işlemi kapsar. Cİ sisteminin mantığı gereği girdi temini ve ürün imalatının, işarete konu olan coğrafi mekânda gerçekleşmesi gerekmektedir; buna çoğu durumda pazarlamaya hazırlık aşamaları da dâhildir. Bu koşullarda ‘girdi temini’ denilen işlem, bir ticari etkinliği değil, yerel üreticilerce gerçekleştirilen bir üretim faaliyetini gerektirir; çoğu durumda ürün hammaddesi olan girdiler

genellikle küçük köylü işletmeleri temelinde üretilirler. Süt üretimi, bunun iyi bilenen örneğidir. Ürün imalatı ise genellikle çeşitli büyüklükteki imalathanelerde gerçekleştirilir; bu imalathanelere kimi durumlarda fabrika denmese de, emek sürecinin esasen bir fabrika nizamı içinde örgütlendiği rahatlıkla ileri sürülebilir. İmalatçı ‘piyasa aktörleri’ söz konusu edildiğinde küçük meta üreticilerinin yerini kapitalist girişimciler alır. İmalatı izleyen işlemler, paketleme ve perakende satış organizasyonudur. Bu aşama, ticaret sermayesinin konumlandığı bir aşamadır. Uluslararası üne kavuşmuş bir yöresel ürün söz konusu olduğunda, çokuluslu sermayenin üretim sürecine nüfuz etmesi ve üretimi genellikle iki farklı tarzda örgütlemesi olgusu ile karşılaşılır. İlkinde Cİ tescilli ürünün “arz zincirinde” paketleme ve perakende aşamasına yatırım yapan çokuluslu sermaye, imalatçılarla alt-sözleşme ilişkisi kurmaya yönelir. Diğerinde ise çokuluslu sermaye ilgili yörede doğrudan imalathane inşa ederek perakende ile birlikteliğini kendi bünyesinde birleştirir⁸. “Ticari başarı” ve “iktisadi etkinlik” için öne sürülen “dikey entegrasyonu” tesis etmiş üretim örgütlenmesi, esas olarak imalat ve perakende işlemlerini kapsamaktadır; hammadde üreticisi küçük köylülerin de bu entegrasyona dâhil edilmesi, tamamlayıcı bir unsurdur. Uluslararası ‘üne’, dolayısıyla da uluslararası pazara (henüz) sahip olmayan Cİ tescilli yöresel ürünlerin üretiminde yerli sermaye girişimleri belirleyici konumdadır. Ürün imalatını fabrika nizamı içinde gerçekleştiren yerel sermaye sahiplerinin, paketleme ve perakende aşamalarını da genellikle kendi bünyelerinde birleştirdikleri görülür. Küçük köylülük burada da hammadde üreticisidir; hammadde üreticisi küçük köylülük ile imalatçı arasında yer alan yerel “hammadde tedarikçisi” gibi bir ara kategoriye de kimi durumlarda rastlamak mümkündür. Üretim sürecinin burada genel hatları çizilen özelliklerine bakıldığında şunlar söylenebilir: Her şeyden önce yöresel ürüne Cİ tescili kazandıran tarihsel mirasın yaratıcısı ve kuşaklar boyu taşıyıcısı durumundaki küçük (tarım) işletmeleri, üretimin bütünlüklü bilgi, beceri ve olanaklarından ‘kopartılmış’ ve çoğunlukla hammadde üreticisi gibi “arz zincirinin” değersiz bir halkasına itilmişlerdir. Küçük üreticiler bakımından Cİ tescili, burada sözü edilen ‘kopartılmaya’ karşı bir koruma getirmemektedir; Cİ tescili, meta formu kazanan ürünün genel-geçer bir meta formu altında bu kez de coğrafi mekândan kopartılmasına bariyer dikmektedir. Yöresel ürünün ‘çelişkili meta formu’ ile kastedilen tam da bu özelliğidir. Ve bu özellik; bir önceki başlıkta kuramsal tartışması yapılan ‘işlevselci bütünsellik’ yaklaşımı içinde “arz zincirci” kavramı ile imalat ve perakende aşamalarına odaklanan ve “dikey bütünleşme” önerisi ile de ilgili tüm “aktörlerin” fayda temin ettiği çelişkisiz bir piyasa tanımı

⁸ Çokuluslu sermayenin bu tarz nüfuzu, küresel meta zincirinin alt-sözleşme ile işleyen “tüccar-yönlendirmeli” ve doğrudan sermaye yatırımı ile işleyen “sanayi yönlendirmeli” işleyişini fazlasıyla andırmaktadır. Bu kavramlar için bkz. Ahmet Alpay Dikmen (2000). “Küresel üretim, moda ekonomileri ve yeni dünya hiyerarşisi”, *Toplum ve Bilim*, No.86, (281-302).

yapan analizlerin sınırlarını bize gösterir. “Arz zinciri” içinde küçük üretici hanelerin gelirleri mutlak olarak artıyor olabilir; ancak, bu zincirin imalat ve perakende aşamalarındaki “aktörlerle” kıyaslandıklarında küçük üreticilerin görelî olarak yoksullaştıkları bir gerçektir. Bu olguyu, “yaratılan değerin adil paylaşımı” gibi bir etik soruna bağlamak, kapitalist birikim yasalarının nesnel belirlenimlerini hiçe saymak demektir. Öte yandan, mutlak refah-görelî yoksulluk sarmalındaki küçük üreticiler bu süreçte, küçük üreticiliğin tanımlayıcı niteliğini, özerkliğini de kaybetmektedir ki bu durum pasif ya da aktif küçük üretici direnişlerinin arkasında yatan en önemli nedendir. Araştırmalarda sıkça vurgulanan “standartlara uygun hammadde/girdi üretmeyen köylüler” olgusu ya da imalat aşamasında zanaatkâr vasıflara sahip nitelikli işgücü temininde karşılaşılan sıkıntılar, doğrudan doğruya burada sözü edilen tarihsel sürece karşı küçük üreticilerin geliştirdiği bireysel/pasif direnişin bir göstergesidir. Özetle, üretim sürecinin analizi ışığında bakıldığında, Cİ sisteminin, içinde çelişkiler barındıran çatışmacı bir yöresel ürün piyasası tanzim ettiği, dolayısıyla da, henüz oluşum halindeki bu piyasalara, bir ‘mücadele alanı’ olarak da bakılması gerektiği söylenebilir. Bu mücadelenin aynı zamanda coğrafi işaretlerin düzenleyici çerçevesi üzerine yürütülen bir mücadele olduğu da belirtilmelidir. Şimdi bu mücadelenin olgusal dayanaklarına daha yakından bakılabilir.

Günümüzde bazı Cİ’ler hakkında (Basmati pirinci ve Robois çayı gibi), bir tür ismi mi yoksa genel bir isim mi olduğuna dair yasal mücadeleler vardır. Büyük firmalara göre (ki bu görüşle örtüşen kimi yargı kararları da mevcuttur) bu isimler, jenerik isimlerdir; belli bir coğrafi alana sınırlandırılmaları ya da geleneksel çeşitliliğe tahsis edilmeleri mümkün değildir. Bu sava karşı örneğin Hindistan hükümeti bir ABD şirketine karşı hukuk mücadelesine girişmiş ve bu mücadelede, İngiltere’de yaşayan tüketicilerin Basmati pirinci ismini Hindistan’ın ilgili yöresiyle ilişkilendirdiğini gösteren araştırma sonuçlarını kanıt olarak ileri sürmüştür (Reviron vd., 2009, s.7).

Menşei ismi ile ünlenmiş ve kaliteleri menşei bölgelerinin doğal ve beşeri niteliklerine bağlı olan birçok ürün, piyasadaki benzerlerine göre daha yüksek fiyattan satılabilmektedir. Örneğin belli bir coğrafi alandan gelen kahveler, konvansiyonel benzerlerine göre daha yüksek fiyattan satılmaktadır. Bundan faydalanmak isteyen bazı firmalar, menşei korumasına alınmamış ürünlerin isimlerini gasp etmekte ve ürün farklı bölgeden olsa dahi bu isimleri rahatlıkla kullanmaktadırlar. Örneğin Starbucks firmasının ürün yelpazesinde bulunan “Harar” ve “Sidamo” Etiyopya’nın bölge isimleridir. Ancak Etiyopya’da Cİ koruma sistemi mevcut değildir; Etiyopya’nın ticari markalar yoluyla kahve isimlerini korumaya çalışması ise bu ürün isimlerinin farklı ülkelerdeki firmalar tarafından rahatlıkla kullanılarak piyasada

yüksek fiyattan kazanç temin etmelerine engel olmamaktadır (Marette vd., 2007, s.10; Reviron vd., 2009, s.13). Etiyopya hükümeti kahve ürünlerinden elde ettiği gelirleri ve ürün çeşitliliğini korumak maksadıyla 2010 yılı itibariyle ulusal Cİ sisteminin geliştirilmesine yönelik çalışmalara başlamıştır (Heitz, 2010).

Az gelişmiş ülkelerden gelen Cİ’li ürünlerin Avrupa ve ABD gibi gelişmiş ülkelerde yüksek fiyattan alıcı bulabilme kabiliyeti, özellikle çokuluslu büyük perakende zincirleri ve diğer büyük üreticiler tarafından isimlerinin ve dizaynlarının taklit ve gasp edilmesine neden olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde üretilen teknolojik ve yenilikçi ürünler, patentler ve markalar yoluyla “gelişmekte olan” ekonomilerdeki taklitlerine karşı korunmaktadır. Oysa “gelişmekte olan ülkelerin” sahip oldukları bu kültürel ürünlerin, gelişmiş ülke üreticileri tarafında taklit edilmelerini önlemeye yönelik TRIPs anlaşmasındaki Cİ sistemi sadece şarap ve sert alkollü içeceklere yönelik bir koruma getirmektedir. DTÖ’nün 2006 Doha görüşmelerinde⁹ özellikle “gelişmekte olan ülkelerin” baskın istekleri sonucu gündeme gelen Cİ’ler korumasının diğer ürünleri de kapsayacak şekilde genişletilmesine yönelik çalışmalar hala neticelendirilmiş değildir. Bununla birlikte, birçok durumda Cİ etiketinin, tüketici bilgisini, farkındalığını ve güvenini artırmaya katkı sağladığı ve böylece yüksek fiyatın tüketici seviyesinde uzun dönemde korunmasını olanaklı hale getirdiği belirtilmelidir (Reviron vd. 2009, s.13).

1.7. Kırsal Kalkınma Politikası Olarak Coğrafi İşaretler

Cİ düzenlemesinin kırsal kalkınma politikası olarak tanımlanmasına yönelik çabalar son yıllarda büyük bir artış göstermektedir. Bu çabalara az gelişmiş ülkeler kadar gelişmiş ülkelerde de rastlamak mümkündür. Coğrafyaya dayalı etiketlemenin tarihi özellikle Avrupa’da, uzun bir geçmişe sahiptir. Ancak TRIPs anlaşmasında farklı bir fikri mülkiyet hakkı olarak tanımlandıktan sonra Cİ’lere ilgi önemli ölçüde artmıştır (Josling, 2006b, s.16 ve Moschini, Menapace ve Pick, 2008, s.794). Tarihsel bir geçmişe sahip olan ve bundan dolayı tüketicilerin zihinlerinde belirli bir kaliteye sahip olarak ünlenen yöresel ürünlerin Cİ kaydına alınması, piyasa paylarını gasp eden sahte ürünlerin piyasadan çekilmesine yol açtığı için, söz konusu ürünlerin gerek piyasa payları artmakta gerekse de piyasadaki pozisyonları güçlenmektedir. Fas’ta doğal olarak yetişen Argan ağacı meyvesinin çekirdeklerinden üretilen Argan yağı, bu konuda örnek gösterilebilir. Argan yağı içerdiği doymamış yağ asitleri ve antioksidanları ile 1997 yılından beri Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Japon pazarlarında

⁹ Doha görüşmelerinin konuyla ilgili ayrıntılarına tezin izleyen bölümünde yer verilecektir.

geniş ölçüde satılmaya başlamıştır. Gelişmiş ülkelerde 2005 yılında Argan yağının 100 ml'lik şişesinin ortalama fiyatı 20 dolardır; dünyanın en pahalı bitkisel yağı olarak bilinmektedir (Hilali vd., 2007, s.761). Fas hükümeti, yörede üretilmemekle birlikte Argan yağı adını kullanan “sahte” ürünlerin üretimini engellemek ve ülke Argan yağı endüstrisini korumak için AB nezdinde Cİ başvurusunda bulunmuştur (Charrouf ve Guillaume, 2008, s.632). Bu başvuru neticesinde “sahte” ürünler Batı pazarlarından çekilmiş, bu durum ‘orijinal’ Argan yağı satışlarının uluslararası piyasalarda artmasına yol açmıştır. Bu gelişmenin ülke ekonomisine olduğu kadar ürünün menşei bölgesine de çok olumlu katkılarının olduğu belirtilmektedir (Reviron vd. s.10). Azgelişmiş ekonomilerde bazı Cİ’li ürünler¹⁰ üzerine yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre “arz zincirinin” farklı seviyelerinde oluşan tahmini cirolar Tablo-1’de yer almaktadır. Cİ tescilli yöresel ürünlerin imal edilmesi ile perakende satışından elde edilen gelirler arasındaki kayda değer farklılık, hayli yüksek ticari kar oranlarının varlığına açık bir kanıt teşkil ederken, bu tablodan “kırsal kalkınmaya” dönük pozitif etkilerin varlığına kanıt çıkarmak aynı ölçüde kolay değildir.

Tablo 1.1. Farklı Cİ’li ürünlerin ciroları

Ürün	Argan Yağı	Kaşmir Yünü	Kosta-Rika Kahvesi	Habanos sigarası	Rooibos çayı	Tekila
Ülke	Fas	Moğolistan	Kosta-Rika	Küba	Güney Afrika	Meksika
Bölgeler	Souss Massa Drâa	-	Tarrazü Orosi + diğer 5 bölge	-	Cedarberg dağları	-
Üreticilerin cirosu(\$)	2 milyon	80 milyon	160 milyon	bilinmiyor	22 milyon	Dikey bütünleşme
Perakende cirosu(\$)	bilinmiyor	180 milyon	240 milyon	200 milyon	150 milyon	6 milyar
İhracat(%)	%70 + Turizm	%90	%80	%90	%60	%80

Kaynak: Reviron vd., 2009, s.9.

Örneğin Moğolistan’da çobanlara ham kaşmir yünü için kalitesine bağlı olarak 24-30 \$/kg ödenmektedir. İşlenmiş, örülmüş yünün fiyatı ise kilogram başına 80-150 dolara çıkmaktadır (Reviron vd. 2009, s.9). 2005 yılında, ihraç edilen 3 bin ton ham kaşmirin 1600 tonu Çinli tüccarlara satılmıştır. Ham kaşmir olarak ihraç edilen ürün, en düşük düzeyde katma değere

¹⁰ Ürünler özellikle hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda ticareti yapılan ürünlerden seçilmiştir.

sahiptir. Moğolistan Tekstil Enstitüsü'ne göre, işlem değer zincirine giren bütün kaşmirler, hammadde olarak değil de yüksek kaliteye sahip konfeksiyon ürünlerine dönüştürülerek ihraç edilseydi net ihracat geliri ikiye katlanır ve istihdam da 2500 kişiden 7000 kişiye kadar yükselebilirdi. Rooibos çayı üretiminde de aynı koşullar söz konusudur. Çiftçiler tarafından hasat edilen Rooibos, desteler haline getirilir ve işlenir. Daha sonra yapraklar, fermantasyon sürecini hızlandırmak için ezilirler. Sektörde yer alan imalatçı firmalar tarafından gerçekleştirilen son aşamada ise buharla sterilize edilir, kurutulur ve öğütülürler. Üretimin %75'ini işleyen Rooibos Ltd. Şti.'ne göre ürünün kalitesini ve tadını etkileyen en önemli aşama, kendi bünyelerinde gerçekleşen imalat aşamasıdır.

Gerek yukarıdaki tabloyu hazırlayan Reviron ve arkadaşları gerekse de konuyla ilgili diğer araştırmalarda, Cİ tescilli yöresel ürünün imalat ve perakende aşamaları “arz zinciri” bütünlüğü içinde tanımlanmakta, imalat cirosu ile perakende cirosu arasındaki farklılık ise “katma değer” terimi ile kavramsallaştırılmaktadır. Sosyal bilimlerde kavramların yansız ve masum olmadıkları iyi bilinir. İmalat ve perakende aşamaları arasındaki ciro farkını “katma değer” olarak tanımlamak, hem perakende işlemi üretim sürecinin asli bir bileşeni olarak görmek anlamına geleceği gibi hem de “hammadde” üretimini gerçekleştiren küçük üreticileri “değer zincirinin” dışında mütalaa etmeyi gerektirir. İşgücü maliyetleri dışarıda tutulduğunda girdi fiyatları ile çıktı fiyatları arasındaki farkı tanımlayan “katma-değer” kavramı, aynı olguya farklı bir şekilde de uyarlanabilir. Öncelikle bir ön-kabulle başlanmalıdır: Cİ tescilli ürünler söz konusu olduğunda, “hammadde”, ikame edilebilir bir girdiyi değil üretim sürecinin asli bileşenini (işlenmemiş ürünü) ifade eder. Dolayısıyla üretim girdileri, “hammadde” üretimi için gerekli girdileri kapsar; “hammadde” üretimi, çoğunlukla küçük köylüler tarafından “kendi emeklerinin sömürüsü” ile gerçekleştirilir. İmalat aşaması, işlenmemiş ürünün nihai ürüne dönüştürülmesini ifade eder. Eğer bir “katma-değer” hesabı yapılacaksa, bu hesap “işlenmemiş ürünün” hazırlanması için gerekli girdi fiyatları ile işlenmiş ürün fiyatları arasındaki farkla yapılır. Perakende aşaması esasen ticari kâra ait bir işlemdir. Bu kavramsal çerçeve içinde, Cİ tescilli ürünlerin kırsal kalınmaya katkısını gerçekleştirmek, ticari kar payını bastırarak “hammadde” üreticilerinin gelirlerini arttırmakla mümkün olacaktır.

Bu bölümde sürdürülen kavramsal tartışmayı, Cİ tescilli ürünlere yönelik tüketici davranışı ve bu ürünlerin tüketici refahına etkileri ile tamamlamak anlamlı olacaktır.

1.8. Coğrafi İşaretlerin Tüketici Refahına Etkileri

Etiket; üreticiler ve tüketiciler arasındaki bilgi asimetrisini ve tüketicilerin araştırma maliyetlerini azaltan bir araç olarak görülmektedir. Tüketici bir ürün için benzerlerine kıyasla daha yüksek bir fiyat ödediği zaman, daha yüksek bir kalite beklentisi içine girer. Loureiro ve McCluskey'nin İspanyol tüketicilerle yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre (2000, s.316-318), tüketici tercihlerinde Cİ etiketleri, sadece yüksek fiyatlı ürünler için önemli bir rol oynamaktadır. Düşük fiyatlı ürünlerde tüketicilerin tercihleri Cİ etiketinin varlığından dolayı değişmemektedir. Ayrıca, eğer ürün Cİ etiketi ile tüketici gözünde pozitif bir imaja sahipse, bu ürünü tüketmek bir statü sembolü olarak da kullanılmaktadır. Bu araştırmalarda, Cİ sisteminden en önemli faydayı tüketicilerin sağladığı ileri sürülmektedir. Reviron ve arkadaşları (2009, s.12), Cİ'li ürünler için tüketici seviyesinde oluşan yüksek fiyatı ve tüketicilerin ödemeye istekli oluşlarını Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi ile açıklarlar. Standardize edilmiş kitlesel gıda üretimi ve hızlı tüketimi ile karakterize edilen hâkim gıda-besin rejimine karşı yükselen eleştirilerin etkisiyle, tüketici davranışları, Maslow'un piramidinde¹¹, fizyolojik ihtiyaçlarını tamamlamış bireylerin güvenlik ve aidiyet ihtiyaçlarını gidermeye yönelmiştir. Buna göre ürün menşeyini garanti eden Cİ'li ürünlerde tüketici, "güvenlik" ve "aidiyet" ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Yöresel ürünlerin Cİ'ler yoluyla sertifikalandırılmasının, tüketiciler için bir kalite göstergesi olarak algılandığı açıktır. Ancak bu algının tek kaynağı olarak Cİ'yi görmek yanıltıcı olur; zira tüketicilerin yıllara dayanan deneyimleri neticesinde "tatları" ve "kaliteleri" fiili olarak onaylanan yöresel ürünler, ancak Cİ tescili alabilmektedir. Cİ tescili, rekabetçi piyasa ortamının ürünlerde yol açacağı olası kalite erozyonuna karşı bir güvence olarak kuşkusuz önemlidir. Bu işaret sayesinde tüketiciler, aldıkları ürünün menşeyi, üretim süreci ve metodu hakkında bir kontrol mekanizmasının işlediğini ve bu yüzden aldığı ürünün beklentisini karşılayacak güvenilirlikte olduğunu düşünürler. Cİ sertifikasyon sisteminden önce, piyasada aynı ürünün çeşitli kalitedeki arzı söz konusu iken, Cİ düzenlemesi, ürün kalitesi bakımından eşitlenmeyi sağlamak suretiyle, bu standardı sağlayamayan üreticilerin piyasadan dışlanmasına yol açmaktadır. Bu durumun, ucuz dolayısıyla da düşük kalitede mal alan tüketiciler bakımından herhangi bir refah kaybı ya da artışına yol açmadığı belirtilirken,

¹¹ Maslow'un piramidi; tüketici gereksinimlerinin ilk seviyesinin fizyolojik(yemek, içmek, giyinmek, ısınmak gibi temel ihtiyaçlar) gereksinimler olduğunu, bu gereksinimlerini tamamlayan bireylerin daha sonra sırayla güvenlik, aidiyet, özsaygı ve kendini gerçekleştirme gereksinimlerini karşılamaya çalıştıklarını düşündürmektedir.

yüksek kalitede mal arayışında olan ve bu malı bulmak için deneme yanılma yoluyla aradığı kaliteyi bulmaya çalışan tüketiciler bakımından refah artışı sağladığı ileri sürülmektedir (Moschini vd., 2008, s.805). Maslow, o çok ünlü ve çok tartışmalı “ihtiyaçlar piramidini” geliştirirken, “yeme-içme” etkinliğinin bir gün gelip de “güvenlik” ve “kimlik” ihtiyaçlarını karşılayacak ölçüde bir etkinliğe dönüşebileceğini, herhalde öngöremezdi. Bu analiz, aslında, çokuluslu sermayenin hâkimiyetindeki gıda-besin rejiminin “ucuz gıdaya yönelen” büyük kitleler bakımından ne denli “tehditkâr” bir hal aldığını da tersinden itiraf etmektedir.

Cİ sistemi ile düzenlenen ürünlerin gerek üretim gerekse de tüketimlerdeki mevcut görünümü betimlemek ayrı bir şeydir, mevcut görünümü sabitleştirerek idealize etmek başka bir şeydir. Bu çalışma, ikincisinin yol açtığı mistifikasyonu en azından deşifre edebilirse amacına ulaşmış demektir.

BÖLÜM II

DÜZENLEYİCİ ÇERÇEVE OLARAK COĞRAFI İŞARET SİSTEMİNİN GELİŞİMİ

Bu bölümde çalışmamızın konusunu oluşturan ‘coğrafi işaret’ olgusu betimleyici bir çerçeve içinde ele alınacaktır. Bu kapsamda ilk olarak ‘coğrafi işaret’ kavramının ortaya çıkışı üzerinde durulacak, ardından ürün ve yöre arasındaki ilişkinin nasıl geliştiği ve bu gelişimin sonucunda ortaya çıkan yöresel ürünlerin niteliklerinin neler olduğu konusunda bilgilendirici bir değerlendirme yapılacaktır. Bu ürünlerin konu olduğu piyasaların düzenleyici kurumu olarak geliştirilen Coğrafi İşaretler sisteminin kendine özgü (*Sui Generis*) tarihsel gelişimi incelendikten sonra, coğrafi işaretlerle ilgili ulusal ve uluslararası hukuksal düzenlemeler sistematik bir biçimde ortaya konacaktır.

2.1.“Coğrafi İşaret” Kavramı

Coğrafi İşaret(Cİ), tüketiciler nezdinde tanınmış ve ünlenmiş ürünlerin menşe bölgelerini ve üretim metotlarının garanti altına alınmasını sağlayan ayırt edici işaretlerdendir. Avrupa’da mutfaklarına düşkünlükleri ile tanınan Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkelerde, tarihsel kökenlerinin bulunduğu bu kavramın ilk çıkış noktası, tüketicilere menşei yeri garantisi ve üretim metodu garantisi sağlamaktı. Uzunca bir süre yalnızca bir Avrupa olgusu olarak görülen Cİ’ler, ülkeler arası ticaretin gelişmesi ile birlikte bir kalite garantisi işareti olmaktan çıkarak, mülkiyet haklarına konu olmuştur. Günümüzde Cİ’ler, kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklanan bir ürünü tanımlayan bir fikri mülkiyet hakkı olarak kabul edilmektedir.

Avrupa’dan tüm dünya ülkelerine yayılan Cİ sistemi, bölgedeki üretim ve istihdam düzeyi üzerinde pozitif etkiye sahip olabileceği, üreticilerin yüksek fiyatla (premium price) ürünlerini pazarlayabileceği ve bütün üretim zinciri boyunca daha iyi bir gelir dağılımına olanak sağlayabileceği gibi nedenlerle son yıllarda gerek ulusal kamu otoriteleri, gerekse yöresel ürün üreticilerinin ilgi odağına oturmuştur (www.origin-gi.com). Gıda güvenliği baskıları (deli dana hastalığı, Salmonella ve Escherichia Coli salgınları) ve endüstriyel tarıma dayalı gıdalara duyulan güvensizlik, tüketicilerin kaliteyi üretimin “yerelliği (localness)” ile birlikte değerlendirmeye başlamasına neden olmuştur (Murdoch vd., 2000; Goodman, 2004; Bowen ve Zapata, 2009). Tüketiciler tarafındaki bu eğilim Cİ’lerin 2000’li yıllardan itibaren, büyük

ekonomik değer yaratmaya yarayan etkili bir pazarlama aracı olarak da kabul edilmeye başlanmasına neden olmuştur (Addor ve Grazioli, 2002, s.865).

Yöresel ürünleri sahtelerine karşı korumak ve üreticilerinin haksız rekabete maruz kalmaması için ulusal ve uluslararası düzeyde geliştirilen Cİ sisteminin kapsamı ve ülkeler arasındaki tartışmalara bölümün ilerleyen sayfalarında yer verilecektir.

Cİ tescili alan bir ürün, birtakım özellikleri ile ait olduğu yöreyle özdeşleşmiş olup bu nedenle sıradan tüketici açısından belli bir bilinirliğe sahiptir. Coğrafi işaret kavramının içeriğini dolduran yöresel ürünler ve bu ürünlerin kaynaklandığı yer ile ilişkilerinin öncelikle ortaya konması gerekmektedir. Cİ'lerin tarihsel gelişim süreçlerinden önce bu kavramın içeriğini oluşturan yöresel ürünler kavramının tanımlanması konunun daha iyi kavranması için önem arz etmektedir.

2.1.1. Yöre - ürün ilişkisi

Türkiye’de yöre, Türk Dil Kurumu’nun tanımıyla “belli bir coğrafi bölgede yer alan, karakteristik özellikleriyle çevreden ayrılan bir yer, sınırlı bölüm, civar, mahal” anlamına gelmektedir. Fransızcada “tarıma elverişlilik açısından değerlendirilen geniş sınırlı toprak” (Le Robert Fransızca sözlük) anlamına gelen “terroir” kelimesinin diğer Avrupa ülkeleri dillerinde pek karşılığı bulunmamaktadır; ancak Türkçedeki ‘yöre’ sözcüğü Fransızca terimle birebir örtüşmektedir.

Fransa’da XII. yüzyıldan XVIII. yüzyıla kadar ‘yer’, ‘yöre’ sözcüğü, bölge ve alan sözcüklerinin eşanlamlısı olarak kullanılmıştır. Latince orijinli (territorium) *terroir* sözcüğü, XIII. yüzyılın sonlarından itibaren aynı zamanda tarımsal niteliklere gönderme yapacak şekilde, özellikle bağcılığa yatkın topraklar için kullanılmaya başlanmıştır. XVI. yüzyılın ortalarına doğru “terroir” bu kez, şaraba ilişkin “yöresel lezzet” deyiimiyle bütünleşik bir terim haline gelmiş ve bilimsel olarak XIX. yüzyılın sonlarına doğru “toprakların istidadı (yeteneği)” kavramını getiren pedoloji biliminin ortaya çıkması ile kesinlik kazanmıştır. Kimi şaraplarda belli bir coğrafi bölgenin tadının yansıması, topraktan gelen özel tat yani, “terroir” kavramı ile ifade edilmeye başlanmıştır (Rey vd., 1998).

Günümüzde “terroir” sözcüğü, tarımla ilgili toprak anlamına gelmektedir.¹² Türkçede ise “yöre” sözcüğünün tarımla ilgili kullanımı yakın zamanlarda meydana gelmiştir ve henüz bu anlamlandırma sözlüklere yansımış değildir. Ancak gündelik dilde “yöresel ürün” kullanımı yaygınlık kazanmış ve “yöresel ürün pazarı” gibi kavramlar Fransızca’daki *terroir* sözcüğünün anlamına denk gelecek şekilde, belli özelliklere sahip yörelerin tadını taşıyan ürünleri belirlemek için kullanılmaya başlanmıştır.¹³

Rusya’da 1879 yılında ortaya çıkan pedoloji bilimi, 1934 yılında toprakları tasnif etmek amacıyla Albert Demolon tarafından Fransa’ya getirilmiştir. Belirli yerler, ekoloji, iklim, toprağın oluşumu ve bileşimi dikkate alınarak tanımlanmış ve “yöre” kavramı, yörede elde edilen ürünlerle birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Nitekim Fransa Menşe Adlandırmaları Ulusal Enstitüsü’ne (INAO) göre “yöre; içinde bir beşeri faktörler kümesi, bir tarımsal üretim ve bir fiziki ortamın bulunduğu ve bunların arasında karmaşık etkileşimlerin yer aldığı bir sistem” olarak tanımlanmaktadır (www.inao.gouv.fr). Bir başka ifadeyle, “yöre” kavramı, coğrafi bir bölge (güneş, iklim vb.), beşeri etkenler/yapım tekniği ve tarihle ilişkilendirilebilir bir kavram statüsüne kavuşmuştur (Barham, 2001, s.24).

Günümüzde de yöre ile ürün arasındaki ilişkinin en çarpıcı örneği Fransa’dadır. Şarapçılıkta çok özel bir anlama sahip olan yöre kavramının, şarabın üretildiği bölgenin tüm doğal koşullarını ve üretim tekniği ile kültürünü yansıttığı ifade edilmektedir. Fransa’da bütün şaraplar menşeleri olan yörenin adıyla piyasaya sürülür. Diğer şarap üreticisi ülkelerde ise bunun aksine, şarapların nitelendirilmesinde en önemli unsurun bağ çubuğu olduğu kabul edilir.¹⁴

Yöre kavramı, küreselleşmiş rakipler karşısında yerel yiyecek sisteminin olanaklarını ve avantajlarını ön plana çıkarmaya yarayan, bir tarımsal kalkınma yolu parolası haline gelmiştir (Barham, 2001, s.12). Yöre kavramının yakın zamanlarda tarımda edindiği yer, Fransa’nın içinde yer aldığı bir rekabet tartışmasını da beraberinde getirmektedir. Nitekim 2000 yılında Avrupa Birliği’nin düzenlediği “Taste, Technology, and *Terroir*: A Transatlantic Dialogue on Food as Culture” başlığını taşıyan konferans, bu konudaki önemli toplantılardan biri olmuştur. Konferansın amaçları arasında, “Genetik yapısı değiştirilmiş gıdalar ya da

¹² Saraç, Tahsin, *Büyük Fransızca- Türkçe Sözlük*

¹³ Ankara’da Çankaya semtinde “yöresel ürün pazarı”, semt pazarlarından kendini farklılaştırmak için kullanılmaktadır.

¹⁴ *Terroir* sözcüğü son zamanlarda, tarım alanı dışında da kullanılmaya başlanmıştır. Bkz. Elizabeth Barham Translating “Terroir”: Social Movement Appropriation of a French Concept”, *International Perspectives on Alternative Agro-Food Networks, Quality, Embeddedness, and Bio-Politics*, Held at the University of California, Santa Cruz, October 12-13, 2001.

organizmalar (GMF ya da GMO)” hakkında Fransa’nın karşı duruşunu anlamak için Fransa kökenli “*terroir*” kelimesinin anlamının kavranma gerekliliği üzerinde durulmuştur.

2.1.2.Yöresel Ürünlerin Sınıflandırılması: Yöresel - Yerel ürünler

Köken temeline dayanan *yöresel ürünler*, bitkisel ürünlerden, hayvansal ürünlere (meyve, sebze, kırmızı et, beyaz et ve balık), işlenmiş gıda ürünlerine (şarküteri, peynir, unlu mamuller, yağlar, fermente içkiler) ve el-sanatları ürünlerine kadar birçok sektörde ticarete konu olmuştur. Bütün yöresel gıda üretim sistemlerinin, buldukları yer ile özel bir bağlantıları vardır. Yöresel ürünlerdeki bu çeşitliliğe nasıl yaklaşmak gerekir? İki ölçüt, bir yöreye bağlı üretimlerin tümünü kapsamamıza yardımcı olmaktadır: *tarihsel derinlik* ve *paylaşılan beceriler*. Bu iki ölçütün bir araya gelişi, “menşe”nin ilk tanımının yapılmasında en küçük ortak paydayı oluşturarak, yöresel ürünler ailesini ortaya çıkarmamızda bize yardımcı olmaktadır. Tarihsel derinlik ve paylaşılan becerilerin yanı sıra, bu tip gıdaların üretimleri doğal çevreyle özel bir ilişki oluşturmakta ve sürdürmektedir.

Belirli bir yere ait olma olgusu, tarih ve yöreye ilişkiyi kuran bağ olarak ele alabileceğimiz ürünün geçmişi ve topluluğun becerileriyle uyumaktadır. Topluluk boyutu, yerel ürünleri bölge kültürüne kaydetmektedir. Böylelikle eski Türkçede mevcut olan mahreç ile menşe sözcüklerini ayırmamız da mümkün hale gelir. Şöyle ki, mahreç (bir yöreden gelme), menşe (bir yöreden olma) iki farklı kavram olarak tanımlanabilmektedir. Ürünün geçmişi, o ürünün kökeni ve geliş yerine bir anlam vermektedir (Berard ve Marchenay, 2008, s.9)

Yerel ürünler (local ya da localized products) ve yöresel ürünler (terroir products) kavramları arasında literatürde bir karmaşa vardır. Birçok bilim insanı bu kavramlar arasındaki farkı ortaya koymadan, aynı içeriğe sahipmiş gibi düşünerek çalışmalarında kullanmaktadır. Yöresel ve yerel ürünler ayrımını, etnolog¹⁵ Laurence Berard ve etnobiolog¹⁶ Phillippe Marchenay, iki kavramın farklı içeriklerini tanımlayarak şu şekilde ortaya koymuşlardır (Berard ve Marchenay, 2008, s.10): Yerel ürünler, menşe (köken) temeline dayanırken yani ürünün tarihsel bir bilgi birikimi ile bir yere ait olması söz konusu iken, yöresel ürünler mahreç temeline yani ürünün yayıldığı yere dayanmaktadır. Yöresel

¹⁵ Etnolog: Geçmişten günümüze intikal eden kültür değerlerinin oluşumunu, gelişmesini yayılış ve farklılaşmalarını, aralarındaki bağlantıları, birbirleri ile temasları ve etkileşimlerini inceleyen, insanlığın kültür tarihini aydınlatmaya çalışan nitelikli kişidir (Wikisözlük).

¹⁶ Etnobiolog: Geçmişten günümüze, insan-bölgenin canlı varlığı ve çevresi arasındaki dinamik ilişkileri inceleyen bilimsel çalışma alanı uzmanıdır (Wikipedia).

ürünler, yerel kültürle bağlantısının olup olmadığına bakılmaksızın sadece o topraklarda bulunduğu için yerel ürünlerle aynı tutulmaktadır. “Yerel” sözcüğünün kabul edilen, genel geçer bir tanımının olmaması, yöresel ile yerel kavramlarının birbirinin yerine kullanılmasını kolaylaştırmaktadır. Yerel ürünler terimi, genellikle insanların kendi yaşadıkları yerde yetişen ürünleri nitelemek için kullanılmaktadır; mekana bağımlı bir içeriğe sahiptir (Giovannucci vd, 2010, s.101).

Dünyanın birçok yerinde, yerel terimiyle, eğer belirli bir yer-ürün ilişkisine gönderme yapılıyorsa coğrafi işaretler gündeme gelir. Coğrafi işaret, ürünü kökeni ile ilişkilendiren bir fikri mülkiyetin yasal temelini temsil etmektedir (Giovannucci vd, 2009, s.9). Yerel ve yöresel ürünler arasındaki farklılığın ortaya konması Türkiye’deki coğrafi işaret uygulaması açısından da önemlidir. Çünkü ülkemizde bu tip ürünleri benzerlerinden ayırt etmek için Cİ sistemi iki tür işaret kullanmaktadır¹⁷: *Menşe işareti ve Mahreç işareti*.

Paylaşılan becerilere ve tarihsel bir geçmişe dayanmalarının yanı sıra, Cİ sistemine konu olan ürünlerin belirli bir yöreden çıkmış olmaları (yöresel ürün) ve bir yere ait olmaları ve sadece o “yer”de üretilebilmeleri (yerel ürün), bu iki kavramı ayırmamıza yarayan temel farklardır.

Amerika Birleşik Devletleri (ABD) temelli, sürdürülebilir tarım hareketinde “terroir” terimi yerine “local” kullanılmaktadır (Barham, 2001; Loureiro ve Hine, 2001; Moschini vd., 2008; Menapace ve Moschini, 2009). Ancak ABD yazınında yerel ve yöresel ürün kavramları arasında bir anlam ya da içerik farklılığı söz konusu değildir; yerel (local) kavramı hem üretildiği bölge ile özdeşleşmiş ürünler için hem de kırsal alanlarda üretilen küçük ölçekli üretimlerle gerçekleştirilen ürünler için kullanılmaktadır. Yerel ürünler kavramının ABD’de son yirmi yıldır gündem oluşturmasının kimi nedenleri vardır. Bunlar arasında, tarımsal pazarlar gibi, üreticiler ve tüketiciler arasındaki yüz yüze ilişkiye dayanan yerel gıda sistemlerinin varlığı merkezi bir yere sahiptir. Bu pazarları karakterize eden güven duygusu ile sosyal bağların, yerel gıda sistemlerini küresel gıda sistemlerinden ayırt eden unsurlar olarak fark edilmiş olması da, bir diğer etken olarak sıralanabilir (Hinrichs, 2000, s.298). Esasen ABD’de Cİ sisteminin oluşturulmasına yönelik çabalar henüz oldukça yenidir; bu çabaların meyvesini vermesi ve sistemin yerleşmeye başlamasıyla ‘yöre’ teriminin ‘yerel’ teriminden farklılaşması da söz konusu olabilecektir.

¹⁷ Bu korumanın ayrıntılarına, ulusal yasal düzenlemeler başlığı altında ileride yer verilecektir.

Çalışmanın olgusu ile ilgili alan yazınında yöresel ürünler (terroir products) ve yerel ürünler (local products) nitelemelerinin, kavramsal ayırım yapılmaksızın kullanılması her ikisinin de aynı içeriğe sahip kavramlar gibi algılanmasına yol açmaktadır. Berard ve Marchenay'nin geliştirdiği ayırım, kavramların içeriğini açıklama becerisi açısından uygulanabilir. Menşe işaretine konu olan ürünlerin yerel ürünler ve mahreç işaretine konu olan ürünlerin de yöresel ürünler olarak adlandırıldığı akılda tutularak, bu çalışma boyunca Cİ korumasına konu olan ürünlerden bahsedilirken, yöresel ürünler teriminin tercih edilmiş olduğu bir kez daha vurgulanmalıdır. Bu tercihin nedeni, yöresel ürünler teriminin kavramsal olarak yerel ürünleri de içermesidir.

2.1.3.Yöresel Ürünler

Yöresel ürün kavramı, son zamanlarda tarımsal üretimde iddialı birçok ülkede kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin, yöresel ürünler, İspanya'da "*productos de la tierra-toprağın ürünleri*"; İtalya'da "*produtti tipici- tipik ürünler*" ya da "*nostri - bizim*" ya da "toprağımızın" adıyla anılmaktadır (Bérard ve Marchenay, 2008, s.19).

Yöresel ürün, sınırları belirli bir coğrafi alan olan yöre içinde yaşayan insan topluluğunun, tarih boyunca fiziki ve biyolojik çevre ile beşeri faktörler arasındaki ilişkilerden kaynaklanan entelektüel (fikri) bir üretim becerisi (know-how) oluşturması fikrine dayanır (Casabianca vd., 2005, s.2). Toprağın, üzerinde yaşayan insanlarla ve diğer faktörlerle sarmalanmış olan bu ilişkileri, belli bir yöreye ait tipik ve kaliteli ürünlerin yöresel ürün olarak adlandırılmasına yol açmıştır. Yöresel ürünler, belli bir yörenin yanı sıra, aynı yörede belli bir tarihsel geçmişi bulunan, yerel bir kültürün ortak becerilerine dayanılarak da tanımlanmaktadır.

Yöresel ürünler; tarımsal ürünler ile üretim yöresindeki beşeri faktörün üretim gelenekleri ve tekniklerinden kaynaklanan özgün gıda ve el işi ürünlerini kapsamaktadır. Parma jambonu, Roquefort peyniri, Çek kristali ve Hereke halısı gibi. Bu ürünler taklitlerine karşı korunabilmesi, kalitesini sürdürebilmesi ve haksız rekabete maruz kalmaması için yasal düzenlemelerle korunmaktadır. Yöresel ürünlerin özgünlüğü, özel bir yerde, belli bir kültürde köklenmesiyle ilgilidir. Yöresel ürünlerin özgünlüğü genellikle, tarihsel derinlik, beceri, bilgi, yeme alışkanlığı ve diğer gelenekleri kapsar ki, bu özellikler yöresel ürünleri cazip kılan, onların satışlarını etkileyen unsurların başında gelir. Bu ürünler, gıdalardan el sanatlarına kadar geniş bir kitleyi cezbeden, çok yönlü kazançların odağında yer almaktadır (Berard ve Marchenay, 2008, s.5). Yöresel ürünler yoğun tarım uygulamalarından uzak kaldıkları, daha

geleneksel yöntemleri korudukları ve küreselleşmeye rağmen yerel kimlik ve özgünlüklerini muhafaza edebildikleri için, endüstriyel standart ürünlere göre tüketiciler tarafından daha yüksek fiyatla tercih edilmektedirler(Babcock, 2003, s.3). Tüketici tercihlerindeki bu eğilim bu ürünlere olan ilgiyi arttırmıştır.

Yöresel ürünler hakkında yapılmış olan envanterler, alan çalışmaları ve monografiler, yöreselleşmiş üretimlerin ne kadar geniş kapsamlı bir çeşitliliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Bowen ve Zapata, 2009, s.110). Bu çeşitlilik, bitkiden hayvana gıdanın tüm sektörlerini; meyve ve sebzeler, et, kümes hayvanları, deniz ürünleri, işlenmiş et ürünleri, peynirler, fırın ve pastacılık ürünleri, bitkisel yağlar, mayalı içecekler vb. kapsamaktadır. Çeşitlilik salt ürün temelli değildir; yerel toplumla kurulmuş bulunan toplumsal ağların varlığı da bir diğer çeşitlilik ögesidir; çünkü bu üretimlerin her biri, kendilerini ortaya çıkaran toplulukta özel ve ayrı bir yere sahiptir. Bazen, bir ürün arkasını zengin bir kültürel temele dayamış olabilir. Fransa’da *Comté* ve *Abondance* gibi Fransız peynirleri, özel peynir yapım tekniklerinin yanı sıra, özel bir kırsal tarım (agro-pastoral) sisteminin ürünüdür. Örneğin, *Charolais* sığırı yetiştirildiği bölgenin manzarasını ve ekonomisini belirlemektedir. Bu sığır çeşidinin yetiştiriciliğinde meraların nasıl işletildiği, hayvan cinslerinin seçimi, besleme ve gelişme dönemlerinin belirlenmesi konularındaki bilgi birikimi önemli bir rol oynamakta, bütün bunların sonucunda lezzetli bir et elde edilmektedir (Bérard ve Marchenay, 2008, s.9).

Bu kadar çeşitlenmiş ürün içerisinde yöresel ürünleri diğerlerinden ayıran özellikler nelerdir? En az üç etken yöresel ürünleri ayırt etmeye yardımcı olmaktadır: İlk ikisi, doğal etkenler ve insan faktörü yani “yapım tekniği” üçüncüsü ise, “tarihsel derinlik”tir (Barham, 2001, s.10).¹⁸

2.1.4. Yöresel Ürünlerin Nitelikleri

Yöresel ürünleri diğer ürünlerden ayırt etmede kullanılacak faktörlerin üç başlık altında toplanabileceği belirtilmişti. Bunlar, doğal özellikler, beşeri özellikler ve tarihsel derinliktir. Ürünün kökenini belirlemek bakımından yanıtı aranan soru şudur: Ürün, üretildiği yöreyi ne kadar temsil etmektedir? INAO örneğinde görülebileceği gibi kurum, incelemelerinde doğal özelliklerin tayin edici bir yeri vardır; bu incelemelerde –diyelim ki - 100 puanın yarısı doğrudan doğruya coğrafi yerin doğal özelliklerine hasredilir. 50 puanlık diğer yarısı ise doğal

¹⁸ Ürünün tarihsel özelliği, ilgili literatürde, Fransız ürünlerine sağladığı avantajlar bağlamında tartışılmaktadır (Bkz.Barham, 2001).

faktörlerle beşeri faktörlerin bileşimine odaklanarak hesaplanır. Böylelikle, doğal özellikler bir ürünün o yöre ile ilgisini ortaya koyan asli bir öge olarak bu sistemdeki yerini almaktadır.

Beşeri özellikler terimi ile gelenek, bilgi ve beceriden söz edilmektedir. Paylaşılan bilgi, yöresel ürünlerin diğer ayırt edici özelliğinden birisidir. Bu bilgi, özel bir besleme, yetiştirme, peynir yapma ya da rafınasyon tekniği olabilir. Dolayısıyla beşeri özelliklerin kapsamında yer alan unsurlar, bir ürünü tanımlamaya ve yerel kültürle bağlantısını göstermeye yardımcı olan herhangi bir üretim metodu ya da tüketim modeli olabilir (Berard ve Marchenay, 2008, s.27). Buradaki sorun, yerel teknik bilgiyi, koruyucu politika girişimi içerisinde nasıl tanımlamak ve konumlandırmak gerektiğidir. Yerel deneyimler, bilimsel ve teknik bilgi ile karşılaştıkları gibi, yerel gelenek ve değişimlerle de karşılaşmaktadır. Ürün özelliklerini ortaya koyabilmede kullanılan bilgi, beceri ve deneyimi belirlemek kolay olmadığı gibi, bunların değişimlerini kayıt altına almak da kolay değildir.

Bölgesel beceriler ve bilgi birikimi, deneyim ve gözlem aracılığı ile gelişmiştir. Bilimsel ve teknik bilgi ile de genellikle yan yana var olmuşlardır. Bilimsel bilgideki gelişmelerle birlikte ürünün niteliğini korumaya dönük mekanizmaların devreye girmesi, bu “sorunsuz” birlikteliği parçalamaya başlamıştır (Berard ve Marchenay, 2008, s.30).

Nitekim, alışılmadık pür teknolojik üretim ya da üretim süreci, gerçekte bu geleneksel bilgiye bağlı değildir. Ancak bu bilginin yokluğunda gerçekleştirilen üretim, ürün özelliğinin kaybıyla sonuçlanabilir. Örneğin *Rosette de Lyon* sosisi üretiminde, hala doğal bağırsak kullanılmaktadır. Çünkü üreticiler, bu sosise ayrıcalık katan unsurun bu olduğunun farkındadırlar. Oysa bağırsak kılıfını hazırlama süreci, büyük zaman kaybına neden olan bir işlemi gerektirmektedir. Buna rağmen doğal bağırsağın inceliği, bu sosise eşsiz bir lezzet katmaya yardımcı olan tütsüleme işleminde önemli bir etkiye sahiptir (Berard ve Marchenay, 2008, s.28).

Üretim biçimleri gibi tüketim de yöresel olgular olup, tüketici ile ürün arasında sıkı ve uzun bir geçmişi olan bir tanışıklığa dayanır. Gastronomik kültür ve mutfak (yemek) tarzları sadece bir ülkeden diğerine değil, ayrıca her bir ülkenin kendi içinde de yöreden yöreye önemli değişiklikler gösterebilir. Ürünün özelliklerini tanımak, hazırlanış ve kullanım becerilerine sahip olmak, bir yöreye bağlı olarak kültürel değerleri paylaşmak, o yörenin tüketim biçimini belirleyen önemli öğeleridir.

“Tarihsel derinlik” boyutu özgün ürünleri diğer ürünlerden ayıran bir özellik olarak görülmekle birlikte, literatürde epeyce tartışmalı bir başlık olduğu vurgulanmalıdır. Bir ürünün tarihsel derinliği, çoğunlukla kendine özgü varlığı olarak görülmektedir. Aslında, tarihsel kök, ardıl kuşaklar tarafından geliştirilen ve diğer kuşaklara aktarılan beceri ve deneyimlerin tanımını gerektirmektedir. Tarihsel derinlik; gelecek nesillere değişmeden aktarılan ortak bilgi ile ilişkilidir. Tarihsel derinlikten söz edebilmek için, şimdiki kuşaklara geçmişten aktarılan bilginin, evrim geçirmemiş yada değişmemiş olması gerekir. Aksi takdirde, tarih; ilgili ürünün kendine has kalitelerine ya da özelliklerine hizmet etmek yerine, bir yerin ününe dayanan miras ürünlere hizmet edebilir. Bu yüzden belli bir yerle geçmişten aktarılan bilgi arasında bir kopukluk olup olmadığı hususu titizlikle incelenmelidir. Çünkü Cİ işareti, tarihi üne sahip bir yörede üretilen ürüne değil, tarihi mirası halihazırda bünyesinde barındıran ürünlere verilmektedir.

Tarih boyutu, bir ürüne ün kazandırmak için anlamlı bir boyuttur. Tarih boyunca ürün; deneme-yanılma ve adaptasyon süreçlerinden geçerek daha seçkin bir konum alabilir. Kazanılan ün, içinde toplum inançlarının, tesadüflerin ve ünlü insanların yer aldığı karmaşık bir süreçtir. Bu ürünlerin birçoğu çok eski zamanlardan (ki minimum zaman aralığı 30 yıldır) bu yana üretilmektedir.

Bir ürünün sahip olduğu tarihsel derinlik, o ürün bakımından kalite faktörünü otomatik olarak garanti altına almayabilir; son derece farklılaşmış bir kalite söz konusu olabilir. Bu ise ürünün tanınırlık derecesi üzerinde doğrudan etkide bulunur. Dolayısıyla yöresel ürünün tarihsel derinliği ile tanınma genişliği arasında her zaman doğrusal bir ilişki olmayabilir. Yöresel ürün bakımından “tipiklik” otomatik olarak menşe ya da kökenden kaynaklanmaz.

Tarihsel derinlik kavramının önemini Roquefort peyniri örneğinde somutlaştırmak mümkün olabilir. Roquefort peyniri öyküsü şöyledir: Mağarasını acele terk etmek zorunda kalan bir çoban, geride bir parça ekmek ve peynir bırakır. Birkaç gün sonra geri döndüğünde peynirin renginin maviye döndüğünü görür; karnını doyuracak başka bir şeyi olmadığı için bu mavi peyniri yemek durumunda kalır, tadı inanılmazdır. Roquefort peyniri tüketiminin böyle başladığına inanılır.

Ardèche (Fransa) bölgesinin kuzeyinde kavrulmuş kolza yağının özgünlüğü, kolza çekirdeklerinin presyondan geçmeden önce kavrulmalarından kaynaklanmaktadır. Kendine özgü bir lezzete sahip bu yağın yapım becerisi neredeyse başka hiçbir yerde bulunmamaktadır (Bérard ve Marchenay, 2008, s.22).

Aydın Sarılop inciri bir diğerk örnektir. Aydın yöresinde bir yaşam biçimini oluşturan kuru incir, özgünlüğünü yörenin son derecede elverişli doğa koşullarına borçludur. Nitekim aynı dönemde denizden esen nemli ve serin rüzgar ile karadan esen kuru ve sıcak rüzgarlar incirin irilik ve kalitesini arttırırken, kurutma dönemi yağmurlu gün sayısının son derecede sınırlı olması kurutmayı çok kolaylaştırmaktadır. Aydın yöresi, hava bağıl nemi, yağış, rüzgâr karakteristikleri ve genel toprak özellikleri ile Sarılop türü incir üreticiliğı için son derece özel bir ortam yaratmaktadır (TPE, Aydın inciri tescil belgesi). Bu olağanüstü doğal koşullara üreticilerin nesilden nesile geçen üretim bilgi ve toplu becerileri ile deneyimleri de eklenince ortaya dünyanın en kaliteli inciri çıkmaktadır. Benzer bir örnek Ezine peyniridir. Çanakkale'nin Ezine, Ayvacık ve Bayramiç ilçeleri üçgeninde üretilen Ezine peynirinin özgünlüğü, Kaz dağlarından kaynaklanmaktadır. Bu dağlar bölgeye bol yağış ile birlikte zengin bir bitki örtüsü ve bol oksijen sağlamaktadır. Bölgeye özgü bitki örtüsündeki yüzlerce kokulu bitkilerden beslenen süt hayvanlarının yediğı yem, doğrudan sütün tat ve aromasını etkilemekte ve bu özellik peynire hiçbir peynirde rastlanmayan çok özel ve kendine özgü bir tat ve aroma kazandırmaktadır.

Görüldüğü gibi “tarihsel derinlik” kavramı, gerek yöre gerekse de ürün bakımından ne kadar “eski zamanlara” uzandığı ile ilgili değildir. Tarih; yöre ve ürünün şimdiki varlığına ne ölçüde içkin ise, bir anlamda, tarih ne ölçüde güncel ise o ölçüde bir derinlikten söz etmek mümkün olabilmektedir. Bu anlamıyla tarihsel derinlik kavramı, yöre ve ürünün ayırt edici, kendine özgü karakteristiklerini, bunu mümkün kılan üretim bilgisini, doğal ortamı kümülatif olarak bünyesinde taşımaktadır. Tam da bu nedenle, “tarihsel derinlik” ölçütü Cİ sistemi bünyesindeki üç tip koruma¹⁹ bakımından da ortak ve olmazsa olmaz bir ölçüt özelliğı taşımaktadır.

2.1.5.Yöresel ve Yerel Ürünlerin Kayıt Altına Alınması: Coğrafi İşaret

Bir ürünün yöresel olup olmadığı nasıl anlaşılır? Günümüzde, yöresel ürünlerin özgünlüğünü gösterecek çeşitli kayıt sistemleri kullanılmaktadır; çeşitli işaretler, patentler, buna örnektir. Bu kayıtlar, ürünlerin özgünlüğünü etiketlemektedir. Ancak günümüzde birçok

¹⁹ Cİ sistemi içerisinde geliştirilen korumalardan ilerde AB ve DTÖ bünyesinde gerçekleştirilen yasal düzenlemeler bölümünde değinilecektir. Ancak metnin akıcılığının devamı için bu üç korumanın içeriğı hakkında kısaca bilgi vermekte fayda var. Cİ korumaları: Menşee Adı Koruması (Protected Designations of Origin-PDO), Mahreç İşareti Koruması (Protected Geographical Indications-PGI) ve Geleneksel Özellik Garantisi (Traditional Specialty Guaranteed-TSG).

yöresel ürün olmakla birlikte, bunların hepsinin kayıt altına alındığı söylenemez. Yöresel ürünler nasıl kayıt altına alınmalıdır? Hangi ölçütler dikkate alınmalıdır? Günümüzde kayıt sisteminin temel özelliği, ürünlerin kökenini belirlemek; yöresel ürünleri diğerlerinden ayırt etmeyi sağlayacak ölçütleri tespit etmek biçiminde özetlenebilir.

Ürünlerin özgünlüğünü ortaya koyma adına, ürünlerin kökeninin izi sürülmektedir. Ancak sorun şu ki, birçok yöresel ürün, aslında yerel tüketim için üretilmiştir ve yüzyıllardır bu ürünler bakımından yazılı kayıt altına alınmasını gerektirecek bir durum ortaya çıkmamıştır. Yöresel ürünlerin dünya piyasalarına çıkması ile birlikte, ürünlerin, yerel piyasalar haricinde de tanınması, ayırt edilmesi önemli bir sorun haline gelmiştir. Bu sorunu aşmada yazılı kayıtlar önemli bir başvuru kaynağı olmuştur. Yazılı kayıtlar yöresel ürünlerin kökenini anlamayı kolaylaştıran bir yardımcı olarak görülebilir. Bununla birlikte, bu kayıtlar, ürünün kendisini ne kadar tanımlar ve ayırt eder sorusuna yanıt vermek zordur. O halde, bazı durumlarda, ürünlere ait eski kayıtlarda yer alan bilgileri ihtiyatlı bir şekilde ele alma gerekliliği bulunmaktadır (Berard ve Marchenay, 2008, s.23).

Belgeler, yazılı kayıtlar ve diğer materyaller: Yöresel ürünlerin çoğu bilindiği gibi geçimlik tarım koşullarında üretilmektedir. Bunları kavrayacak şekilde yerel gıda üretim rejimine yönelik yeterli ve sistemli bir kayıt sisteminin genellikle bulunmadığı da bilinmektedir. Bununla birlikte, kimi durumlarda, köken araştırmaları için paha biçilmez değerde tarihsel belgelere ulaşıldığı da olmaktadır. Buradaki sorun, ürünlerin bir anlamda arkeolojisine girip tarih içindeki süreklilikleri, kopuşları ve farklılaşmaları ortaya koyabilmek sorunudur. Bu bakımdan ender de olsa ortaya çıkarılan tarihsel belgeler büyük bir önem sahiptir (Berard ve Marchenay, 2008, s.24). Belgelerde yer alan bilgiler, hiç kuşku yok ki, çoğunlukla kendi tarihsel, iktisadi ve toplumsal koşulları içerisinde bir anlam ifade edecektir. Bu nedenle, çoğu zaman bu bilgileri, sadece ürünün üretim tekniği ile değil dönemin sosyoekonomik yapısıyla birlikte değerlendirmek de gerekecektir.

Toplumların maddi yaşam koşulları içinde yer alan beslenme alışkanlıkları ve beslenme tercihleri ile ürünlerin üretim ve tüketim biçimleri arasında, yakın bir ilişkinin mevcut olduğu açıktır. Örneğin göçebe toplumlarda, yiyeceklerin taşınmaya uygun olması, bir göçebe toplumunun peynir yapım tekniğini etkilemektedir. Doyurucu, taşınması kolay ve uzun süre dayanma özeliğine sahip bu ürünler, göçebe bir topluluğun ürünleri üretme tekniğini de doğrudan belirlemektedir. Kurutulmuş, suyundan arındırılmış peynir türü, bu topluluğun ihtiyacına yönelik olarak üretilir ve topluluğun yaşama biçimine göre şekillenir.

Ürünlerin üretim tekniğine etki edecek bir başka faktör nüfus artışıdır. Yine bu türden etkiler, ürünlerin üretim tekniği üzerinde belirleyici etki yapabilmektedir. Ondokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarında Avrupa’da kentli nüfustaki artış ile birlikte, süt ve patates gibi temel gıda ürünleri pazarı, kârlı bir ticaret alanı haline gelmiştir. Braudel’in de (2004) tespit ettiği gibi süt ve patates gibi temel gıda ürünlerinin pazarındaki bu canlılık, kent soylularının ve toprak soylularının ilgisinin tarıma yönelmesine ve büyük servetler elde etmelerine yol açmıştır Bu ise söz konusu ürünlerin üretim ve dağıtım tekniğinde önemli değişiklikleri gündeme getirmiştir (Baten, 2009, s.179).

Sosyo ekonomik ve teknolojik koşullar, ürünlerin tarihi hakkında önemli ipuçları içermektedir. Örneğin, buzdolabının olmadığı dönemlerde, süt dağıtımı, belli bir alanla sınırlandırılmak zorundaydı. Ancak, 20. Yüzyılın başlarından itibaren, buzdolabı ile birlikte, süt talep eden uzak bölgelerdeki kentli nüfusa çok daha rahat bir biçimde süt temin edilebilmesi mümkün hale gelmiştir.²⁰ Zamanla yöreye, kültüre, iklime, yaşam biçimine özgülenen ürünler, teknolojik gelişmelerle bu bağlantılarından kopmaktadır. Sürekli bir değişim içerisinde, ürünlerin özgünlükleri nasıl tespit edilecektir? Buna dair bilgilerin yer alabileceği kaynaklar şunlar olabilir: Yerel uzmanların ifadelerine ya da şahitliğine dayanarak kaleme alınan ve daha çok kültürel topluluklarca yapılmış çalışmalar; buna ilaveten idari ve teknik raporlar, tarım dergileri, sözleşmeler ve istatistikler. Gıda ve gastronomi tarihi de bu ürünlere ışık tutmaya yardımcı olabilir. Tarımla ilgili yerel arşivler, bir başka önemli kaynaktır. Kaynaklar kadar onların kullanımı da önemlidir. Çeşitli kaynaklardan edinilmiş bilgilerin, tarih ve yerel ekonomik verilere, çapraz başvuru yapılarak değerlendirilmesi gerekir (Berard ve Marchenay, 2008, s.25). Her bir ürün kendine has bir tarihe sahip olduğu için belgelenmiş kanıtları araştırmak kolay değildir.

Yazılı kaydın olmaması durumunda, o ürünün tarihsel kökeni yoktur, denilebilir mi? Yerel ürünlerin tümü için tarihi kayıtların bulunmasının oldukça zor olduğu belirtilmişti. Özellikle de bizim gibi Güney yarım kürede yer alan ve yazılı kültür geleneği oldukça zayıf olan azgelişmiş ülkeler bakımından, tarihi kayıtlardan söz etmek olası değildir. Kuzey ve Güney yarımküre demeden tarihi kayıtların bir istisna olduğu belirtilmelidir. Buna peynirden örnek verilebilir.

²⁰ Son zamanlarda yapılan antropometrik araştırmalar ilginç hipotezler geliştirmektedir. Örneğin bunlardan biri süt hipotezi olarak adlandırılmaya başlayan bir hipotezdir. Süt hipotezi, ortalama protein üretimi, özellikle süt üretiminin, bölgesel boylar açısından pozitif bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir (Baten, 2009, s.166). Bu kapsamda, 19. Yüzyılda üç farklı bölgenin karşılaştırıldığı çalışmalar aynı zamanda yerel ürünler açısından önemli başvuru kaynakları haline gelmektedir.

Peynir, bilindiği kadarıyla 18. yüzyıla kadar ve ondan sonra da ucuz bir protein kaynağı olarak Avrupa’da halkın kullandığı temel gıda maddelerinden biridir. Halkın temel gıdasının soyluların sofrasına gelmesi ise daha yakın dönemlere denk gelmektedir. Bu nedendir ki peynir hakkında, “soylu sınıfın” sofrasına ait olmadığı dönemlere ait doyurucu bilgiye rastlamak mümkün olmamaktadır. Sözü edilen dönemlere ait yemek kitaplarında peynire çok az yer verilmiş; peynirin niteliklerinden ve özel adlandırma biçimlerinden ise hiç söz edilmemiştir (Braudel, 2004, s.190). Dolayısıyla, ürünün tarihsel olarak hangi toplumsal kesimler tarafından kullanıldığı bile, tarihsel kayıtları belirleyebilmektedir.

Tarihsel kayıtlardaki bir başka kısıt, zaman içerisinde değişen yeme-içme alışkanlıkları ve yiyeceklere karşı önyargılardır. Örneğin, Fernand Braudel, 1694’te batıdan doğuya seyahat eden bir seyyahın İranlıların yeme içme alışkanlığını nasıl kayıt altına aldığını şu sözlerle anlatır “İranlılar hiç para harcamamakta, ‘biraz peynir, içine tatsız tuzsuz ince bir mısır ekmeği batırdıkları ekşimiş sütle yetinmekte, sabah bunun içine bazen sade suda pişirdikleri pilav katmaktadırlar’” (Braudel, 2004, s.191). Batılı bir seyyahın, kendi yeme içme alışkanlığı temelinde yaptığı bu değerlendirmeler, İran’da yenilen ürünlerin özelliklerini tam olarak ortaya koymaktan son derece uzak olduğu gibi, tamamen Batı merkezli bir bakış açısını yansıtmaktadır.

Son zamanlarda ürünlerin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimleri için, giderek daha fazla oranda sözlü tarih çalışmalarına ağırlık verilmektedir. Bu yöntemi öneren Berard ve Marchenay (2008, s.4), görüşme sonuçlarının birbiriyle uyumlu olmasına, görüşülen kişilerin iyi seçilmesine ve üretimin farklı cephelerinde bulunan insanlarla görüşülmesi gerektiğine dikkati çekmektedirler. Berard ve Marchenay’a (2008) ek olarak, özgün ürünlerin tarihsel izleri, seyahatnameler, destanlar, masallar vb. gibi edebi eserlerde aranabilir.

Yöresel ürünlerin adlandırılması ve sınıflandırılmasını zorlaştıran faktörlerden bir diğeri de ürün çeşitliliği sorunudur. Örnek olarak bir gıda ürününü, çökelek peynirini, ele alalım. Bu peynir türünün yöreden yöreye birçok farklı çeşidi bulunmaktadır. Çökelek peynirinin her kültürde, her yörede farklı üretim teknikleri, farklı bileşimleri bulunmaktadır. Her yörenin çökelek peyniri, farklı bir bileşime ve yapım tekniğine sahiptir. Bu durumda, her yöredeki çökelek bir çökelek türü müdür? Yoksa çeşitlendirme yaparken temel alınması gereken başka faktörler bulunmakta mıdır? *Saucisson de couenne* (Fransa’nın güneydoğusunda üretilen ve tüketilen bir sosis çeşididir) konuya uygun bir başka örnektir. Bu sosisin, yöreden yöreye değişen bir düzine çeşidi vardır. Her biri özel bir yere mahsustur ve özgün bir bileşime

sahiptir. Ayrıca, bu ürünler, yerel becerilerin sözlü aktarımıyla nihai biçimlerine kavuşmaktadır (Berard ve Marchenay, 2008, s.28).

Ürünlerdeki çeşitlilik, deneyim, üretim tekniği ya da katkı maddelerinin bileşimiyle ilgilidir. Örneğin *Chevrotin* peynirini ele alalım; bu adlandırma Fransa'nın Savoie ili çevresinde bütün geleneksel keçi peyniri çeşitlerini içermektedir. *Chevrotin* adlandırması oldukça farklı karakteristiklere sahip peynir çeşitlerini kapsayan bir şemsiye terim olagelmıştır. Aynı bölgede, fakat farklı yörelerde ve farklı metotlarla üretilen keçi peynirleri için kullanılan bu adlandırma zamanla jenerik isim haline gelmiştir. Sonuç olarak, peynir olgunlaştırma tekniklerindeki farklılıklar dikkate alınarak, sadece yeşil kabuklu ve beyaz kabuklu *Chevrotin* çeşidinin ayrılmasına karar verilmiştir (Berard ve Marchenay, 2008, s.9).

Chevrotin adlandırması altındaki ürünlerden yeşil kabuklu *Chevrotin* peynirler, *Tommes de Chèvre* olarak adlandırılmışlardır. Beyaz kabuklu peyniri üretmek için kullanılan üretim metotlarının bolluğu, nispeten standart bir üretim süreci uygulanarak azaltılmış ve bu standart bazı üreticilerin üretim tekniklerini değiştirmelerine ya da *Chevrotin* ismini kullanma haklarını kaybetmelerine neden olmuştur (Berard ve Marchenay, 2008, s.30).

2.2. Bir Koruyucu Düzenleme Olarak Coğrafi İşaret

Coğrafi İşaret ilk olarak Fransa'da kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonra Avrupa'ya yayılmış, ardından ise Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) konularından biri haline gelmiştir. Cİ, uluslararası ticaret hukuku alanında hararetli tartışmalara konu olmaya devam etmektedir (Josling, 2006(a); Raustiala ve Munzer, 2007; Dagne, 2010)²¹. Menşeye korumasında tarihsel bir geçmişe ve deneyime sahip olan Fransa, Cİ konusunda ürünlerin tarihsel ve yöresel bağını ön plana çıkarırken; DTÖ TRIPS çerçevesinde ABD, Kanada gibi ülkeler ise Cİ'in kalite

²¹ Konuyla ilgili tartışmalar için şu kaynaklara bakılabilir: Fink, C. ve Maskus, K. (2006), "The debate on geographical indications in the WTO", Chapter 16 in R. Newfarmer (Ed.), *Trade, Doha and Development: A Window into the Issues*, World Bank, Washington DC; Hayes, D. J., Lence, S. H. ve Babcock, B. (2005), "Geographical indications and farmer owned brands: Why do the US and the EU disagree?" *EuroChoices*, Vol.4; Josling, T. (2006b) "What's in a Name? The Economics, Law and Politics of Geographical Indications for Foods and Beverages", *Working Paper* (Dublin: Institute of International Integration Studies, Trinity College Dublin; Watal, J. (2004), "Intellectual property rights and agriculture", in M. D. Ingo and L. A. Winters (Eds), *Agriculture and the New Trade Agenda: Creating a Global Trading Environment for Development* (Cambridge: Cambridge University Press, s. 401-428); Raustiala, Kal ve Stephen R. Munzer (2007) "The Global Struggle over Geographic Indications", *The European Journal of International Law*, Vol. 18 no. 2; Dagne, Teshager Worku (2010), "Law and Policy on Intellectual Property, Traditional Knowledge and Development: Legally Protecting Creativity and Collective Rights in Traditional Knowledge-Based Agricultural Products Through Geographical Indications", *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Volume 11 no.1, p. 68-117.

boyutunu öne çeken düzenlemeleri savunmaktadır. AB’de Cİ mevzuatı, 2006 yılında DTÖ anlaşmalarına aykırı olmayacak şekilde yeniden düzenlenmiştir. Fransa ve AB’nin Cİ yaklaşımını farklı kılan en belirleyici özelliği şöyle özetlenebilir: AB, Coğrafi İşaret korumasını, bir bölgenin, yörenin kolektif mirası olarak görmektedir; bu nedenle Cİ korumasını ancak kolektif yapıların almasına izin vermektedir.

2.2.1. Fransa’da menşe adlandırmaları ve tarihsel gelişimi

Yöresel ürünler ve coğrafi işaretler kavramlarının oluşumunda ve geliştirilmesinde Fransa AB içerisinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Fransa’da tarım ve gıda ürünleri kalitelerinin tanınma ve sertifikasyonu konusunda geliştirilen politikalar çok eskilere dayanmaktadır. Bu politikalar beş kategoride ele alınmaktadır: *Yöre ile sıkı bir ilişkisi olan ürünlerin isimlerini koruyan ‘Kontrollü Menşe Adlandırma (Appellation d’Origine Contrôlée, AOC)’*²², bir *ürünün özgünlüğünü* garanti altına alan ‘coğrafi işaret koruması (Indication Geographic Protégée, IGP)’, bir *ürünün kalite üstünlüğünü* garanti eden ‘kırmızı etiket’ (Labelle Rouge), bir *ürünün organik tarım ile üretildiğini* garanti eden ‘Biyolojik tarım’ etiketi ve son olarak bir *ürünün kendine özgü niteliklerini doğrulayan* ‘ürün uygunluk sertifikası (Certification de Conformité Produit, CCP)’.

Fransa’da menşe adlandırmasına özel bir önem verilmektedir. Nitekim ürünlerin kökenlerine göre sınıflandırılması ikinci imparatorluk döneminde başlamış ve bir asır sonra 1947 yılında “Menşe Adlandırmaları Ulusal Enstitüsü” (Institut National des Appellations d’Origine, INAO) kurulmuştur.

Ürünlerin menşelerini sınıflandırmaya yönelik düzenlemeler, oldukça eski tarihlere uzanmaktadır²³. İlk düzenleme 28 Temmuz 1824 tarihinde yapılmıştır; bu yasa ile standart olarak üretilen ürünlerle yöreye özgü olarak üretilen ürünlerin ayrıştırılması düzenlenmeye çalışılmıştır. Aşağıda modern Fransa’nın köken adlandırması ile ilgili düzenlemeler yer almaktadır (Dimou, 2002; Barrère, 2000; www.lemangeur-ocha.com).

- ***1 Ağustos 1905 tarihli ürün ve hizmetlerin yapımındaki hatalar ve dolandırıcılıklar hakkındaki kanun***, Modern Fransa’da önemli hukuksal içtihatların başında gelmektedir (Céline, 1998, s.10; Barrère, 2000). Yasa tüm malların özellik,

²² Bu işaret 1995 yılında ‘Menşe Adı Koruması’(Appellation d’Origine Protégée-AOP) olarak değişmiştir.

²³ Kimi kaynaklar, Ağustos 1666 tarihli Toulouse Parlamentosunun Roquefort peynirinin özgünlüğünü koruyan hukuk metnini ilk düzenleme olarak kabul eder. Bkz. www.lemangeur-ocha.com.

kalite ve içeriği ile tür ve kökenleri üzerinde sahtecilik yapmayı ya da buna teşebbüs etmeyi yasaklamaktadır.

- Daha sonra, 5 Ağustos 1908 tarihli sınırlandırma getiren düzenleme; 1908 tarihli Champagne ve 18 Şubat 1911 tarihli Bordeaux adlandırmaları hakkındaki düzenlemeler bulunmaktadır.
- **6 Mayıs 1919** tarihli kanun, üreticiyi haksız rekabete karşı koruma amacıyla çıkarılmıştır. Bu kanuna dayanılarak 1925 yılında çıkarılan bir kanunla ilk kez bir peynir türü olan Roquefort koruma altına alınmıştır. Menşe Adlandırması kavramı bu kanun ile getirilmiş olup, herhangi bir yasal tanımlama verilmeden toplu mülkiyet hakkı içinde yer verilmiştir.
- **30 Temmuz 1935 tarihli Kanun**, Şarap ve diğer içeceklere yönelik “Kontrollü Menşe Adlandırma (AOC)” yasasıdır, doğal ve beşeri faktörlerden kaynaklı özgün niteliklere sahip ürünlerin menşe adlarının korunmasını ve kontrolünü getirmiştir. Bunun yanı sıra meslekler arası bir kurum olan ‘Şarap ve Sert Alkollü İçecekler Menşe Adlandırmaları Ulusal Komitesi’nin kuruluşunu yaparak Fransız hukukuna önemli bir yenilik getirmiştir. Bu Komite 16 Temmuz 1947 tarihinde “Menşe Adlandırmaları Ulusal Enstitüsü(Institut National des Appellations d’Origine, INAO)”ne dönüşmüştür. İlk defa üreticilere ilgili sendikalar aracılığı ile danışma zorunluluğu getirmiştir.
- **28 Kasım 1955 tarihli Kanunla**, peynirlerin köken adlandırması için özel bir düzenleme getirilmiştir.
- **6 Temmuz 1966 tarihli Kanunla**, Menşe Adlandırması “*kalite ve özelliklerini bulunduğu yerin doğal ve beşeri faktörlerinden alan bir ürünü tanımlamaya yarayan, bir ülke, bir bölge veya bir yer adıdır*” şeklinde resmi olarak tanımlanmıştır.
- **12 Aralık 1973 tarihli Kanun**, 1955 yılında çıkarılan Kanun’un eksiklerini gidermektedir ve köken adlandırmasını yapmak üzere Peynirlerin Kökenlerini Adlandırma Ulusal Komitesi’nin (Comité National des Appellations d’Origine des Fromages) onayını zorunlu tutmaktadır.

- **2 Temmuz 1990 tarihli Kanun**, INAO'ya idari bir kamu kurumu karakteri kazandırmıştır.
- **Temmuz 1992** Fransa'nın ısrarı ile Avrupa Topluluğu Avrupa ürünlerinin coğrafik adlandırmasına bir koruma getirdi; bu 1992 tarihli düzenleme 2006 yılında tekrar gözden geçirilmiştir.

2006 yılından bu yana AB'ne paralel olarak Fransız kalite anlaşmaları derinleştirilerek değiştirilmiştir. Bu değişiklikler, INAO'dan başlatılmıştır; Enstitü 1 Ocak 2007 tarihinden itibaren 'Menşe ve Kalite Enstitüsü' adını almış ve yetkileri genişletilmiştir. INAO, bu tarihten itibaren bütün kalite ve menşenin tanımlanması politikalarında görevli kılınmıştır: Biyolojik tarım, Kırmızı Etiket, Menşe Adlandırması, Coğrafi İşaret Koruması ve Geleneksel Özellik Garantisi. Bu çerçevede INAO'nun örgütlenmesi yeniden yapılandırılmıştır.

Doğallık ve özgünlüğünü coğrafi kökeninden alan bir ürünü belirten ve bir Fransız işareti olan AOC öncelikle şarap üretiminde bir şarabın kökenini garanti etmek için tasarlanmıştır. Doğuşunun temelinde floksera hastalığı, kaçakçılık, menşe adının yasa dışı kullanımı, aşırı üretim ve idari sınırlamalar bulunmaktadır (Bérard ve Marchenay, 2004, s.46). Üreticiler için adil bir rekabetin koşullarını tüketiciler için de kökeni onaylanmış bir garanti sağlayan bu uygulamanın başarısı üzerine 2 Temmuz 1990 yılında, tarımsal ürünler ve süt ve süt ürünleri uygulama kapsamına alınmışlardır.

Tablo 2.1.Fransa'da Cİ'ler Korumasının ürün gruplarına göre dağılımı(2010)

<i>Ürün Grupları</i>	<i>AOP'li ürün sayısı</i>	<i>IGP'li ürün sayısı</i>	<i>AOP+IGP</i>
Taze et	4	49	53
Et bazlı ürünler	-	4	4
Peynirler	43	4	47
Hayvansal kökenli diğer ürünler	3	4	7
Sıvı ve katı yağlar	9	-	9
Meyve, Sebze ve tahıllar	13	20	33
Balıklar ve diğer deniz ürünleri	-	3	3
Baharat, hardal ve diğerleri	4	3	7
Fırın, pastacılık ürünleri	-	2	2
Makarnalar	-	2	2
Yemler	1	-	1
Esans yağları	1	-	1
Toplam	78	91	169
Şaraplar*	450	160	610
Genel Toplam	528	251	779

Kaynak: Avrupa Komisyonu, Tarım ve Kırsal Kalkınma web sayfası DOOR veri tabanı verileri kullanılarak düzenlenmiştir (22 Mart 2010), <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door>.

*Şarap verileri, Avrupa Komisyonu, Tarım ve Kırsal Kalkınma web sayfası E-Bacchus veri tabanından alınmıştır, <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus>

Fransa'da halen şarap hariç AOP'den yararlanan 78, IGP'den yararlanan 91 ürün bulunmaktadır. Korumanın ürün gruplarına göre dağılımı Tablo 2.1'de verilmiştir.

Fransa'da Cİ'ler koruması altına alınan ürünlerin taze et, peynirler, meyve, sebze ve tahıllarda yoğunlaştığı tabloda görülmektedir. Bu üç grup, toplam AOP'li ürünlerin %82,3'ünü, tek başına peynirler ise %54'ünü oluşturmaktadır. Balık ve diğer deniz ürünleri ile fırın, pastacılık ürünleri ve makarnalarda AOP'li hiçbir ürün bulunmazken sıvı ve katı yağlar ile yemler ve esans yağlarında IGP'li hiçbir ürün bulunmamaktadır. Coğrafi işaret korumalı(IGP) ürünlerin %54'ünü taze et, %22'sini ise meyve, sebze ve tahıllar oluşturmaktadır. AOP kapsamında bulunan şarap sayısı ise 450, IGP'li şarap sayısı ise 160 olmak üzere toplam 610 şarap Cİ'ler korumasından yararlanmaktadır. Diğer ürün gruplarıyla birlikte korunan ürün sayısı Fransa genelinde 779'a ulaşmaktadır.

Fransa Latin mirasının bir ülkesi olup şarap, kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Fransa'nın şarap konusundaki birikimi ona şarabın ülkesi olarak uluslararası bir ün sağlamıştır. Her ne kadar İtalya ve İspanya üretim miktarında Fransa'ya önemli rakip ülkeler olsa da Fransa AOP'li şarap sayısı bakımından ezici bir üstünlüğe sahiptir. INAO'nun Şarap ve alkollü içecekler raporuna göre, 1996-2005 yılları arasında sofr şarabı üretimine yönelik üzüm bağlarında yılda ortalama %1,8 azalma gözlenirken, Menşe adlandırılmalı şarap üretimine yönelik üzüm bağlarında yılda ortalama %1.2 artış gerçekleşmiştir. Menşe adı korumalı şarap üretimi 2006 yılı rekoltesi 29.65 milyon hektolitreye ulaşmakta ve toplam şarap üretiminin %47.8'ini (üretim değeri olarak %81'ini) oluşturmaktadır. AOP'li şarapların 2008 yılı üretim değeri 14 milyar avro olup, AOP'li cognac, armagnac ve calvados gibi sert alkollü içkilerin üretim değeri ise 2 milyar Avro'dur. Bu korumalı bağların alanı 2008 yılında 470935 hektar olup, şarapçılık alanlarının %59,8'sini oluşturmaktadır. Fransa'da AOP'li şarap üretimine yönelik üzüm üretimi ile uğraşan yaklaşık 90 bin tarımsal işletme bulunmaktadır. Fransa'da üretilen şarabın yaklaşık üçte biri ihraç edilmekte olup 2008 yılı ihracat geliri 6817 milyon Avro'dur. Bunun %65'ini oluşturan 4440 milyon Avroluk kesimi AOP'li şarap ihracatından kaynaklanmaktadır.

Fransa AOP'li ürünler arasında şaraplardan sonra en fazla sayıya sahip olan peynir ise Fransa tarihi ve geleneklerine sıkı bir biçimde bağlı olan, her şeyden önce sınırlı bir coğrafi alanda ve özgün yöntemlere göre üretilen yöresel bir üründür. Genellikle peynire adını veren üretim yeridir. Hassas bir ürün olan peynir, taşınması sırasında gerekli soğuk zincirin var olmaması nedeni ile uzun süre çiftlik üretimi olarak küçük miktarlarda kalmıştır. Bu nedenle Fransa, bölge sayısından çok peynire sahiptir(www.produits-laitiers.com). Bunların her biri

tipik bir tat, şekil ve doku sunmaktadır. Fransızlar için peynir, içinde barındırdığı kimlik ve gelenekleri ile şarap gibi yörenin ruhunu yansıtan bir sanattır. Fransa’da peynir ulusal gurur kaynağıdır ve güzel yaşamın bir sembolüdür. 21.yüzyılın başında Fransa 350-400 tip peynir üretmektedir. Bu büyük çeşitlilik General De Gaulle’e “246 çeşit peyniri olan bir ülke nasıl yönetilir” dedirtmiş ve De Gaulle Fransa’yı “300 peynirin ülkesi” olarak tanımlayan bir deyimini doğmasına neden olmuştur(Anonim).

Avrupa Komiyonu (2010) verilerine göre Fransa’da, 43 AOP’li ve 4 IGP’li peynir bulunmaktadır. Enstitünün²⁴ 2008 verilerine göre bu sektörde 18 bin ile 21 bin arasında üretici çalışmakta olup sektörün cirosu 1.6 milyar Avro’dur.

AOP’li peynirler 2008 yılında 192795 ton ile Fransa toplam peynir üretiminin %16’sını oluşturmuştur. Bu peynirlerin %85’i inek, %12’si koyun ve %3’ü de keçi peyniridir. Üretimde önemli bir yoğunlaşma söz konusudur.Nitekim ilk on peynir toplam AOP’li peynir üretiminin %78’ini gerçekleştirmektedir. Üretim miktarlarına göre ilk dört sırada yer alan peynir çeşitleri ve miktarları şunlardır: Comté (48189 ton), Roquefort (18579 ton), Cantal (16679ton) ve Reblochon (15358ton). 1993-2008 yılları arasını kapsayan dönemde AOP’li inek peynirlerinin üretimi %24, keçi peynirlerinin üretimi ise iki katı artmıştır. AOP’li peynirlerin ortalama fiyatı diğer peynirlere göre %46 daha yüksek olup bir kg’da fiyat farkı 2008’de 3,90 Avro’ya yükselmiştir(2007 de 3,70). 2008 yılında AOP’li peynir ihracatı yaklaşık 10 bin ton olup bunun üçte birini Roquefort peyniri oluşturmaktadır (INAO, Rapport d’activité pour produits laitiers, s.1-4).

Peynir ve şaraplar dışında AOP işaretine sahip diğer tarım ve gıda ürünlerinin sayısı 35’tir (Tablo 1). Bu ürünlerin üretiminde yaklaşık 13500 üretici çalışmakta ve elde edilen gelir 160 milyon Avro’ya ulaşmaktadır (INAO web sayfası). Yine peynir ve şaraplar dışında IGP’li tarım ve gıda ürün sayısı ise 87’dir, bunun yarısından fazlasını et ürünleri oluşturmaktadır.

Coğrafi İşaretler korumasının doğduğu ülke olarak nitelendirilebilecek olan Fransa’da yöresel ürünlerin özgünlüklerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için yıllar içerisinde koruma sisteminin nasıl geliştiğine dair bilgiler verildikten sonra, Avrupa Birliği bünyesinde Coğrafi İşaretler koruma sisteminin gelişimine dair bilgiler bundan sonraki bölümün konusu olacaktır. Üçüncü bölümde Fransa’da ki Cİ’ler koruma sistemi, Roquefort peyniri vaka analizi çerçevesinde somutlaştırılarak irdelenecektir.

²⁴ INAO’nun web sayfasında derlenen bilgilerdir (www.inao.gouv.fr/public/textesPages/Les_SIQO_en_chiffres)

2.2.2. Avrupa Birliği Dzenlemeleri

Kara Avrupa'sında Cİ ve menşe adı koruması konusunda önemli bir deneyim bulunmaktadır. Bu alanda en anlamlı örnekler şüphesiz Fransa ve İtalya'dır. Menşe adı korumasına yönelik yasal düzenleme Avrupa Birliği (AB) ölçeğinde 1992'de uygulamaya konulmuştur.²⁵ İki adet Tüzük benimsenmiştir; 'Gıda maddeleri ve tarım ürünlerinin kökenlerinin ait olduğu yerin belirlenmesi ve coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin 2081/92 sayılı Tüzük'(EK 2) ve 'Gıda maddeleri ve tarım ürünlerinin belirgin özelliklerinin tesciline ilişkin 2082/92 sayılı Tüzük'(EK 3). İleride ayrıntılarına değinileceği için, özetle 2081/92 sayılı Tüzüğün amacı ürünlerin menşe adlarının ve coğrafi işaretlerinin korunması iken, 2082/92 sayılı Tüzük geleneksel tariflerin korunmasını amaçlamaktadır. Avrupa Komisyonu 1996 yılında üye ülkelerin Tüzük uyarınca koruma kapsamına alınmasına karar verdikleri ürünlerin listesini içeren 1107/96/EEC sayılı Tüzüğü yayımlamıştır. Tüzüklerle ilgili günümüze kadar birçok düzeltme yapılmıştır. Bunlardan en önemlisi 510/2006/EC sayılı "Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinde Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Konsey Tüzüğü" dür(EK 1). Sırasıyla adı geçen düzenlemelere özlüce bakılabilir.

2081 Sayılı Tüzük (1992): Çiftçi gelirlerini yükseltmek, kırsal nüfusu yerinde tutmak, tüketicileri doğru bilgilendirmek, tarımsal üretimin çeşitliliğini teşvik etmek ve özgün ürünlerin gelişmesini ve korunmasını sağlamak amaçları AB'ni, Cİ konusunda ortak bir yasal düzenleme getirmeye yöneltmiş ve 14 Temmuz 1992 tarihinde iki tüzük çıkarılmıştır. Bu yasal düzenlemeler "Tarım ve Gıda Ürünlerinin Menşe Adlandırılmaları ve Coğrafi İşaretlerin Korunması " başlığını taşıyan 2081 sayılı tüzük ile "Tarımsal Ürünler ve Gıdalar için özgün nitelik sertifikası" başlığını taşıyan 2082 sayılı tüzüktür. Bu Tüzüklerde üçlü koruma sistemi mevcuttur: Bunlar '*Menşe Adı Koruması*', '*Coğrafi İşaret Koruması*' ve '*Geleneksel Özellik Garantisi*²⁶'dir. Her üç korumacı düzenlemede Topluluk düzeyinde bir tescil sistemi ile koruma sağlamaktadır (Council Regulation, 1992, s.2). Bunlara yakından bakmak gerekirse;

1. Menşe Adı Koruması (Protected Designations of Origin- PDO): Tüzükte yer alan ifadelerle göre (EEC2081/92) Menşe Adı Koruması terimi "*Bir tarımsal veya gıda*

²⁵ AB'nin özellikle menşe ürünlerinin pazarlama kooperatifleri konusundaki önceliği, kamu kuruluşları ile firma ağları arasında bir koordinasyon biçimi örneğidir.

²⁶ 'Geleneksel Özellik Garantisi' sözkonusu Tüzüklerde açık bir şekilde dile getirilmemiş ve tanımlanmamıştır. Bu korumaya yönelik açık tanımlamalar 509/2006 nolu Tüzükle getirilmiştir.

ürünü tanımlamada kullanılan bir bölge, özel bir yer veya istisnai durumlarda bir ülke adıdır. Bu ürünlerin;

— *adını aldığı bölge, özel yer ya da ülke kaynaklı olması,*

— *kalite ve özelliklerinin, temel olarak veya tamamen, doğal ve beşeri faktörleriyle belirli bir coğrafi çevreye bağlı olması ve üretim, işleme ve hazırlama süreçlerinin tanımlanan bu coğrafi alanda geçmesi gereklidir.*

2081 sayılı Tüzüğün 2. maddesi 3. fıkrasında, belirtilen koşulları karşılayan ve “*belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir tarımsal veya gıda ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan, güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adların da menşe adları olarak*” kullanılabileceği belirtilmiştir.

2. Coğrafi İşaret Koruması²⁷ (Protected Geographical Indications-PGI); Yine aynı tüzükte Coğrafi İşaret Koruması, “*Bir tarımsal veya gıda ürünü tanımlamada kullanılan bir bölge, özel bir yer veya istisnai durumlarda bir ülke adıdır. Bu ürünlerin;*

— *adını aldığı bölge, özel yer ya da ülke kaynaklı olması,*

— *belirli bir kalite, ün veya diğer niteliklerinin bu coğrafi kökene dayanması ve üretimi ve/veya işleme ve/veya hazırlama süreçlerinin, tanımlanmış coğrafi alanda geçmesi gereklidir.*

şeklinde tanımlanmıştır. Bu fikri mülkiyet hakları şarap ve sert içecekler dışında bütün gıda ürünlerini içerecek şekilde genişletilmiş ve birçok Avrupa ülkesinde daha önceden var olan fikri mülkiyet hakları bu işaretlerle yer değiştirmiştir.

PDO tanımı üretim sürecinin bütün aşamalarının üretim bölgesi içerisinde konumlandığı ve ürün kalitesinin belirli bir coğrafi çevreye sıkı bir şekilde ilişkilendirildiği Menşe Adlandırması (AO) kavramına yakın bir anlama sahiptir. PGI, üretim, işleme ve hazırlama aşamalarından en az birinin yapıldığı bir coğrafi bölgeyle yakın ilişkisi olan tarımsal ürünleri ve gıda ürünlerini kapsar. Avrupa Birliği PDO ya da PGI düzenlemesi AB çapında üretimin yapıldığı coğrafi bölgeyle yakın bir ilişkiye sahip tarımsal ve gıda ürünlerinin isimlerinin korunmasını sağlar. Bu düzenleme kayıtlı isimlerin kullanımını

²⁷ Protected Geographical Indication(PGI)’ın Türkçeye birebir çevirisi Coğrafi İşaret Koruması’dır. Türkiye’de ilgili düzenlemede bu kavrama karşılık gelen Mahreç İşareti tescilidir. Çalışmanın bütünlüğü ve kavram karmaşası yaşanmaması için ‘Coğrafi İşaret Koruması’ için ‘Mahreç İşareti Koruması’ ya da PGI kısaltması kullanılmıştır.

ürünlerin spesifik bir coğrafyada ve spesifik bir uygulama esasına göre üretilmedikçe engellemeyi amaçlar.

Avrupa Birliği düzenlemeleri, ürünün kökeni ve tüketiciler tarafından tanımlanan bir ya da birkaç özelliği arasında bir ilişki kurmaktadır. Bu özellikler, Coğrafi İşaret Koruması meşhur olduğundan bu yana yüksek kalite boyutunu da içermeye başlamıştır (Marette, 2009, s.69-72).

Geleneksel Özellik Garantisi (Traditional Speciality Guaranteed-TSG)²⁸; tescili ise, ürünün spesifik özelliğini, niteliğini sertifikalandırmaktadır. Menşee yerine geleneği koruma altına almıştır. Spesifik özellik şu şekilde tanımlanabilir(EC No 509/2006):

“Bir tarımsal ürünü ya da gıda maddesini aynı kategorideki diğer benzerlerinden açıkça ayıran nitelik veya nitelikler setidir”.

Gelenekselin anlamı ise, AB Ortak Pazarında en az 25 yıllık bir geçmişe sahip olan ve kuşaklar arası geçiş gösteren bir ürünün kanıtlanmış kullanımudur.

AB genelinde genel kabul görmüş TSG tescili için istenen; bir tarımsal ürün ya da gıda maddesi,

- Geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilmeli ya da
- Geleneksel bir içerik tarafından karakterize edilmiş olmalı ya da
- Bir üretim ve/veya işleme şekli, geleneksel bir üretim ve/veya işleme tipini yansıtmalıdır.

Bu koruma AB düzeyinde geleneksel bir üretim yapısını ya da şeklini korumaya yöneliktir. TSG unvanı, ürünün içeriğinin devamlılığını sağlamak için, geleneği korumayla daha fazla ilişkilidir. Aslında, temelde orijin temelli ürünlerin jenerik formlarına yöneliktir. Örneğin *Mozzarella* peyniri, *Mozzarella di Bufala* PDO tarafından korunmakta ve jenerik *mozzarella* ise PGI tarafından korunmaktadır.

²⁸ “Geleneksel Özellik Garantisi” koruması, diğer Cİ korumalarına göre kamu otoritelerinin ya da üreticilerin ilgi odağına girmemiştir. Düzenlemenin gerçekleştirildiği 1992 yılından bu yana sadece 25 ürün TSG koruması altına alınmıştır. Konuyla ilgili literatürün büyük bölümünde sadece kavramın tanımlama aşaması ile kalınması, bu korumanın ekonomik getirilerinin düşük olması yüzünden inceleme nesnesi olarak fazla dikkate alınmadığını akla getiriyor. Türkiye Cİ tescil sisteminde ise, PDO ve PGI bire bir AB düzenlemesi ile aynıken TSG’ye hiç yer verilmemiştir.

TSG olarak tescillenen, yerel kültüre bağlı ve kökenlerini açıkça yansıtan birçok ürün PGI tesciline daha uygun olup PDO ve PGI'lara göre daha az ekonomik değere sahiptirler. Yerel tüketicilere hitap eden geleneksel ürünler için Avrupa genelinde nasıl bir koruma sağlanması gerektiği belirsizdir.

Şekil 2.1. Avrupa Komisyonu Cİ'ler Logoları



Avrupa Birliği Tüzükleri, Menşe Adı(PDO), Coğrafi İşaret (PGI) Koruması ve Geleneksel Özellik Garantisi (TSG) işaretlerini göstermek amacıyla Avrupa Birliği'nin tümü için ortak kullanılacak semboller geliştirmiştir (Şekil 2.1). Bu sembol tescilli ürünlerin inandırıcılığını vurgulamak, tüketicilere gerçek bir köken garantisi vermek, ve üreticilere ürünlerini daha iyi tanıtmaya olanağını sağlamayı hedeflemektedir. Ancak bu logoların tescilli ürünlere konulmuş etiketler üzerinde kullanımı zorunlu değildir (Sanjuan, 2007, s.112).

“Tarım ve Gıda Ürünlerinin Menşe Adlandırılmaları ve Coğrafi İşaretlerin Korunması” başlığını taşıyan 2081 sayılı tüzüğün amaçları, Avrupa Komisyonu için hazırlanan FAIR araştırma programı raporunda üç başlık altında toplanmıştır(Barjolle ve Sylvander, 2000, s.9);

1. Tarımsal ve kırsal politika amacı: Bu başlık üç alt başlıktan oluşmaktadır;
 - Tarımsal üretimde çeşitlenmeyi özendirmek(tarımsal politika),
 - Arz ve talep arasında daha iyi bir denge sağlamak(Pazar politikası)
 - Az gelişmiş bölge ürünlerinin değerlendirilmesini sağlayarak kırsal gelirin artmasına ve nüfusun yerinde tutulmasına çalışmak,
2. Rekabet politikası amacı: Köken adlandırmasından yararlanan ürün üreticileri arasında eşit rekabet sağlamak,

3. Tüketici politikası amacı: Bu başlıkta iki alt başlıktan oluşmaktadır;
- Açıklık:Tüketiciye en iyi tercihi yapabilmesi için ürünün kökeni ile ilgili açık ve tam bilgi vermek,
 - İnanırcılık:Bu ürünlerin tüketici gözündeki yerini güçlendirmek.

Cİ sistemi konusundaki düzenleyici çerçeveyi ve bunun uluslararası ticaret içindeki yerini anlamaya olanak sağlayacak kimi gelişmeler de söz konusudur. Bunlar arasında AB bünyesinde yukarıda sözü edilen düzenlemelerin DTÖ Anlaşmaları ile aykırılığını gündeme getiren girişimin ayrı bir yeri vardır. Şimdi özlüce bu hukuksal sürece bakılabilir.

2081 sayılı Tüzüğün DTÖ Anlaşmalarına Aykırılığı Davası:Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Avrupa Birliği'nin Cİ'lerle ilgili düzenlemelerini 1999 yılında Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) şikâyet etmiştir. Şikayeti değerlendiren DTÖ 2005 yılında, AB'ne ilgili düzenlemelerini, uluslararası Cİ ticaret uygulamalarına uygun şekilde yeniden gözden geçirmesini önermiştir (Marette, 2009, s.66). ABD ile AB arasındaki çekişme, Avrupa Komisyonu'nun 2081 sayılı tüzüğünün (EC Regulation 2081-1992) Cİ düzenlemesinin TRIPS anlaşmasını ihlal ettiği iddiasına dayanmaktadır. ABD temel olarak, coğrafi işaret korumasında, AB düzenlemelerinin yabancı üreticilere ayrımcılık yaptığını ileri sürmüştür. DTÖ Uyuşmazlık Çözümü süreci kapsamında, 2003 yılında bir jüri oluşturmuştur. 2005 Nisan ayında DTÖ jürisi, 1992 tarihli 2081 sayılı Tüzüğün çeşitli açılardan, TRIPS anlaşmasına ve 1994 tarihli GATT anlaşmasına uygun olmadığına hükmetmiştir. Jüri, ayrıca AB düzenlemelerinin Cİ korunmasındaki karşılıklılık ve eşitlik koşulları itibariyle uygun olmadığına ve AB'nin Cİ korumasında AB sistemine denk Cİ koruma sistemi bulunmayan üçüncü ülkelerden gelen ürünler için Cİ koruması vermeyi ret edemeyeceğine de karar vermiştir.²⁹ Bir diğer ifadeyle DTÖ jürisi, yabancı ulusların, Cİ koruma sistemine sahip olan AB üreticileri ile aynı şekilde güvence altına alınması gerektiğine hükmetmiştir. DTÖ jürisi, ayrıca, Cİ'in kullanımındaki karışıklık nedeniyle AB düzenlemelerinin marka olmadan önce koruma konusunda başarısız olduğu kararına varmıştır. Avrupa Birliği DTÖ jürisinin kararına yanıt olarak, 20 Mart 2006 tarihinde Council Regulation (EC) No. 510/2006 sayılı bir düzenleme yayımlamıştır (Yürürlük tarihi: 31 Mart 2006).³⁰

²⁹ Aktaran Marette (2009); Konuyla ilgili diğer detaylar için bkz. WTO. 2005. *Panel reports out on geographical indications disputes*. March 15. Geneva: World Trade Organization.

³⁰ European Commission, 2006, European Council Regulation No. 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, *Official Journal of the European Union*, Brussels, European Commission.

510/2006 Sayılı Düzenleme ve Cİ: 510/2006/EC sayılı “Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinde Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Konsey Tüzüğü”nde³¹ üçüncü dünya ülkelerinin gıda ürünlerine konulan sınırlamaların kalkması ABD’ni fazlasıyla memnun etmiştir. 510/2006 sayılı EC düzenlemesi ile yabancı bir üretici, artık AB’de PDO veya PGI kaydı yaptırma şansına sahip kılınmıştır. Başvurular yapıldıktan sonra, komisyonun 12 ay içerisinde başvuruyu değerlendirmesi gerekmektedir. Eğer komisyon, başvuruyu uygun bulursa, başvuru *Official Journal of European Union*’da yayımlanır; ilgili taraflar 6 ay içerisinde itiraz etme hakkına sahiptir (Marette, 2009, s.68).

Stéphan Marette’e göre (2009), sınırlandırma ile ilgili olarak, 510/2006 sayılı yeni düzenlemenin etkisi henüz tam olarak ortaya çıkmış değildir. Marette, AB’nin 2006 yılında gerçekleştirdiği düzenlemenin, üçüncü dünya ülkelerine açılması konusunda iki olasılıktan söz etmektedir. Birincisi muhtemelen, AB, PDO/PGI sisteminin yaygın ününü korumak için, AB Cİ sistemini üçüncü ülkelere açmıştır; ancak muhtemelen Avrupa Cİ korumasına üçüncü ülkeden başvuran üreticilerin başvurularını, kalite ve menşe arasında gerekli ilişkinin bulunmadığı nedeniyle ret etme eğiliminde olacaktır. İkincisi, PDO/PGI sisteminde halen 700’den fazla Cİ kaydının alınmış olduğu düşünülerek (şarap ve alkollü içkiler hariç), AB bu sisteme yabancı Cİ’lerin kabul edilmelerinde bir sakınca görmeyebilecektir. Örneğin yakın zamanlarda AB’den PGI koruması alan Kolombiya kahvesi, bir istisna olarak kalacak gibi görünmektedir. Kolombiya kahvesi üreticileri çok önceden kalitenin geliştirilmesi için örgütlenmişlerdi ve ürün Avrupa’da PGI başvurusundan çok önce birçok tüketici tarafından biliniyordu. Marette, aynı olanağın diğer üçüncü ülkelerden gelen üretici gruplarına sağlanmasının zor olduğunu düşünmektedir (Marette, 2009, s.68-69).

510/2006 sayılı yeni AB Tüzüğüne göre, üçüncü ülkeler olarak tanımlanan üye olmayan ülkelerin hem tescil başvurusunda bulunma hem de Komisyon tarafından yayımlanan başvurulara karşı itirazda bulunma hakları açıkça hükme bağlanmıştır. Bu kapsamda, ülkemizde tescil işlemi gerçekleşmiş coğrafi işaretler için AB’ne tescil başvurusunda bulunulabilir³². Ancak tescile konu olan ürünler ile başvuru yapma hakkı bakımından ulusal mevzuat ile AB Tüzüğü arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır (www.tpe.gov.tr). İlerleyen bölümlerde Türkiye Cİ düzenlemeleri ile ilgili bilgiler verilirken bu konu ile ilgili yeni düzenlemelerden ayrıntılarıyla bahsedilecektir.

³¹COUNCIL REGULATION (EC) No 510/2006 of 20 March 2006 on “the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs”.

³² Türkiye’den AB’ne sadece ‘Antep Baklavası’nın PGI kapsamına alınması için 10.07.2009 tarihinde başvuru yapılmıştır.

510/2006 sayılı Tüzüğün 3. maddesi uyarınca kamuya mal olmuş isimler tescil edilememektedir. Kamuya mal olmuş mal demek, ürünün üretildiği yer ile ürünün isminin özdeşleşmesi ve bu isimle kullanılması anlamına gelmektedir. Bir isim nasıl kamuya mal olmuştur? Bunu belirlemek maksadıyla, üye devletlerdeki kullanımı, diğer devletlerdeki kullanımı ve ilgili ulusal hukuk düzenlemeleri ile AB mevzuatının göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Mindek, 2007, s.45).

Üçüncü ülkeler; Tüzük hükümlerine benzer veya eş koruma sağlamaları, Tüzüğe uygun inceleme düzenlemelerine sahip olmaları ve karşılıklılık ilkesi uyarınca AB üye ülkelerinden gelen ürünlere AB ile aynı korumayı sağlamaları durumunda, AB hükümleri ile bağlı olabileceklerdir (Mindek, 2007, s.46).

Tüzük hak sahibini, tescil edilen coğrafi işaretlerin isimlerinin doğrudan veya dolaylı olarak ticarete konu olmalarına karşı korumaktadır. Aynı zamanda, TRIPs ile benzer şekilde, ‘stilinde’, ‘tipinde’, ‘usulünde’ gibi ibarelerin kullanımı da aldatıcı ve yanıltıcı olabilecekleri gerekçesiyle yasak kapsamına alınmıştır. Ürünün paketinde veya içinde doğası, menşei ya da nitelikleriyle ilgili yanlış veya yanıltıcı bilgiler verilmesi de yasaklanmıştır (Mindek, 2007, s.45).

510/2006 sayılı AB Tüzüğü uyarınca; “yasal oluşumuna ve bileşimine bakılmaksızın aynı ürünü üreten üreticilerden oluşmuş bir grup” başvuru yapma hakkına sahiptir. Grup içinde ilgili diğer kişiler de yer alabilir. Coğrafi işaretin birden fazla ülkeyi kapsaması halinde ise, birkaç grup birleşerek “ortak bir başvuru” yapabilir.

510/2006 sayılı AB Tüzüğü, koruma kapsamındaki ürünleri de sınırlamaktadır. Korumadan faydalanabilecek ürünler iki grup altında toplanmaktadır (510/2006, Ek1 ve Ek 2):

Gıda maddeleri;

- Bira ve bitki özlerinden yapılan içecekler,
- Ekmek, makarna, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve benzerleri,
- Doğal sakızlar ve çamsakızı
- Hamur işi yemekler

Tarım ürünleri;

- Kurutulmuş otlar,
- Yağ özleri,

- Mantar,
- *Cochineal* (gıda katkı maddesi olarak kullanılan hayvansal bir tür boya maddesi)
- Çiçekler ve süs bitkileri,
- Yün,
- Hasır

Ayrıca canlı hayvanlar, et ve süt hammadde olarak kabul edilerek, bu hammaddelerden elde edilebilecek peynir, salam, sosis gibi ürünler de korumadan yararlanabilmektedir. 510/2006 sayılı Tüzüğün uygulamasını gösteren yönetmelik 14.12.2006 tarih ve 1898/2006 sayıyla yayımlanmıştır.³³

Avrupa Birliği'nde coğrafi işaretler tescil başvurusu, coğrafi işaretin bulunduğu üye ülke ofisine bir tarifname ile yapılmalıdır.³⁴ Söz konusu ürün bir hammadde ise tarifnamenin, ürünün fiziki, kimyasal veya mikrobiyolojik özelliklerini içermesi gerekmektedir. Ulusal ofis, yapılan başvurunun Tüzük hükümlerine uygun olduğuna karar verirse başvuruyu Avrupa Komisyonu'na gönderir. Komisyon üye ülke temsilcilerinden oluşan bir komite ile 6 ay içinde başvuruyu inceler. İnceleme üye devletlerde bulunan kurumlar veya özel kuruluşlar tarafından yapılabilir. İncelemeyi yapacak kurum veya kuruluşun tarafsızlığını ve nesnelliğini kanıtlamış olması gereklidir. Komisyon, sonuçla ilgili olarak üye devletleri bilgilendirdikten sonra, başvurunun tesciline karar verirse başvuru ve ayrıntıları Avrupa Toplulukları Resmi Gazetesi'nde yayımlanır. Üye ülkeler ve üçüncü ülkeler, ilan yayımlanmasından sonraki 6 ay içinde itirazda bulunabilirler (Mindek, 2007, s.45). Sisteme kayıtlı ürünlerin dosyaları incelendiğinde, ürünlerin kayıt süreçlerinin bir yılla beş yıl arasında değiştiği görülmektedir

Sonuç olarak, Avrupa Komisyonu'nun 510/2006 sayılı Tüzüğü, DTÖ jürisinin kararına, GATT ve TRIPS kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

AB, 2081/92 sayılı AB Tüzüğünden sonra 510/2006 sayılı Tüzükle yeni bir idari sistem kurmuştur. Uzmanların vurguladığı gibi bu idari sistem, üye ülkeleri zorlayıcı bir sistemdir. Örneğin, Fransız sistemi uzman kuruluş INAO'nun üzerinde yükselirken, İtalya ve İspanya'daki sistem, bölgesel kamu idarelerine bağlı sisteme sahiptir. Kuzey Avrupa'da bağımsız sertifika organlarına bağlı bir sistem kurulmuştur. ABD ve Brezilya, gibi federal

³³ Commission Regulation (EC) No 1898/2006, 14 December 2006, "laying down detailed rules of implementation of Council Regulation (EC) No 510/2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs".

³⁴ AB üyesi olmayan ülkeler 3 Nisan 2006 tarihinden bu yana, Avrupa Komisyonu'na doğrudan başvurabilmektedir.

devletlerde ise, Cİ için her federe devlet farklı şekillerde koruma geliştirmiştir (Giovannucci vd., 2010, s.51).

Avrupa Birliği Cİ sisteminde, 22 Ağustos 2010 tarihi itibariyle toplam 2859 ürün kayıtlıdır(Tablo 2) ve bunlar arasından sadece üç tanesi AB dışı ülkeye(ABD, Brezilya ve Kolombiya) aittir. Nisan 2006'dan sonra AB, Cİ'ler için yabancı başvuruları da kabul etmeye başlamıştır. Sistem tarafından koruma altına alınan ürünlerin üçte ikisinden fazlasını şaraplar oluştururken geri kalanını çeşitli tarım ve gıda ürünleri oluşturmaktadır. Tescilli 1921 Şarap ürününün %70'i Mahreç İşareti ile korunurken %30'u Menşe Adı Korumasından (PDO) yararlanmaktadır. Tarım ve gıda ürünlerinde ise toplam 938 adet kayıtlı ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerden 500'ü Menşe Adı Korumasına(PDO) sahipken 438'i Mahreç İşareti Korumasına (PGI) sahiptir. İlerleyen sayfalarda AB'de Cİ'lerin gelişimine yönelik veriler incelenirken gözden kaçırılmaması gereken husus, Tablo 2.2'de yer alan verilerin 22 Ağustos 2010 tarihinde güncellenerek verilmiş olmasıdır. Diğer tablolar 22 Mart 2010 tarihinde hazırlanmıştır. Mart ayında toplam 882 olan Tarım ve Gıda ürünleri sayısı, beş ayda %6.3 artarak 938'e ulaşmıştır. Şaraplarda ise herhangi bir artış olmamıştır.

Tablo 2.2.Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaretler 2010			
ÜRÜN TÜRÜ	İşaret Türü		TOPLAM
	PDO	PGI	
Şaraplar	1334	587	1921
Tarım ve Gıda Ürünleri	500	438	938
TOPLAM	1834	1025	2859

Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanı³⁵ kullanılarak düzenlenmiştir (22 Ağustos 2010).

Ürün gruplarına göre inceleme yapıldığında (Tablo 2.3), kayıtlı PDO'lu ve PGI'li ürünlerden ilk sırada yer alan meyve, sebze ve tahıl grubunun 2000 yılında 117 olan kayıtlı ürün sayısının 2010 yılında %91'lik bir artışla 223'e yükseldiği görülmektedir. İkinci sırada yer alan peynir grubunu ise taze et ve sakatat grubu(111 adet) ile sıvı ve katı yağlar(106 adet) ve et bazlı ürünler(100 adet) takip etmektedir. Avrupa Birliği Cİ sistemine kayıtlı tüm ürünlerde(şaraplar dışında) son on yıl içinde %56 oranında artış olmuştur. Bu artışın kaynağı, İspanya, İtalya ve Fransa dışındaki diğer üye ülkelerinde konunun önemi üzerinde durmaları ve AB "Ortak Tarım Politikası(Common Agricultural Policy-CAP)"nın sürdürülebilir bir kırsal kalkınma aracı olarak Cİ'leri ön plana çıkarmasına bağlanabilir.

³⁵ Veri sayfasının web adresi: www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door

Tablo 2.3. AB’de kayıtlı PDO ve PGI’lı ürünlerin* ürün gruplarına³⁶ göre dağılımı

Ürünler(PDO+PGI)	Ürün Sınıfları	2000	2010	% DEĞİŞİM
Taze et ve sakatat	1.1	82	111	35
Et bazlı ürünler(Pişmiş, tuzlu vb.)	1.2	54	100	85
Peynir	1.3	142	180	27
Hayvansal kaynaklı diğer ürünler	1.4	17	24	41
Sıvı ve katı yağlar	1.5	65	106	63
Meyve, sebze ve tahıllar	1.6	117	223	91
Balıklar ve diğer deniz ürünleri	1.7	5	19	280
Baharatlar	1.8	8	26	225
Bira	2.1	14	22	57
Maden suları	2.2	31	24	-23
Fırın, pastacılık ürünleri	2.4	10	37	270
Diğer ³⁷		5	10	100
PDO+PGI Toplamı		550	882	56

Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanı kullanılarak düzenlenmiştir (22 Mart 2010).

*Ürünler arasında şaraplar bulunmamaktadır. Cİ sistemine kayıtlı şarapların sayısı tarım ve gıda ürünlerinin iki katı olduğu için ayrıca değerlendirilecektir.

Avrupa Birliği Cİ sisteminde kayıtlı bulunan tarım ve gıda ürünlerinin AB üye ülkeleri arasındaki dağılımı ise Tablo 2.4’te verilmiştir. Bu dağılım incelendiğinde sayıca yoğunluğun sırasıyla İtalya, Fransa ve İspanya arasında paylaşıldığı gözlenebilir. Böyle bir dağılımın nedeni, menşe adı korumasının bu ülkelerde Avrupa Cİ düzenlemeleri gerçekleştirilmeden çok önceleri uygulanmakta olmasına bağlanabilir.

Tablo 2.4. AB Cİ sisteminde kayıtlı PDO ve PGI’ların ülkeler arası dağılımı

ÜLKELER	PDO	PGI	TOPLAM
İtalya	127	73	200
Fransa	78	91	169
İspanya	70	57	127
Yunanistan	63	24	87
Portekiz	58	57	115
Almanya	30	37	67
İngiltere	15	17	32
Avusturya	8	5	13
Çek Cumhuriyeti	6	17	23
Hollanda	5	1	6
Diğer (17 ülke)	16	27	43
TOPLAM	476	406	882

Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanı kullanılarak hazırlanmıştır (22 Mart 2010).

³⁶ EC 510/2006 düzenlemesinde yer alan ürün gruplandırılmalarının tümü EK 4’de verilmiştir. Bu tabloda sadece tescil alan ürün gruplarına yer verilmiştir.

³⁷Diğer seçeneği altında toplulaştırılan ürün grupları şunlardır: Sakız ve doğal reçineler(2.5), Hardal(2.6), Makarnalar (2.7), Bitkisel yemler(3.1) ve Esans yağları(3.2)

Cİ'lerin ülkeler arası dağılımına bakıldığında dikkati çeken diğer bir unsurda ilk sıralarda yer alan beş ülkenin de Akdeniz ülkeleri olmalarıdır (Portekiz 115 ve Yunanistan 87 PDO ve PGI). Buradan şu saptamalarda bulunmak mümkündür. Ülkelerin yöresel ürünler yelpazesinin genişliği üzerinde, iklim koşullarının önemli etkileri vardır. Ülkelerin sahip oldukları tarihsel derinliğin de bu yelpazenin genişliği üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır.

Ülkelerin sahip oldukları Cİ kayıtlarının hangi ürünlere ait olduğuna dair detaylı bilgiler ise Tablo 2.5a'da görülebilir. Sahip olunan Cİ sayıları bakımından ilk beş ülkede ki ürün yelpazesini inceleyelim.

İki yüz adet Cİ tescili ile ilk sırada yer alan İtalya'da, meyve, sebze ve tahıl grubuna ait 72(20 PDO ve 52 PGI), Peynir grubuna ait 38(hepsi PDO), Sıvı ve katı yağlar grubuna ait 38(37 PDO ve 1 PGI) ve Et bazlı ürünler grubuna ait 34(22 PDO ve 12 PGI) ürün Menşe Adı ve Mahreç İşareti Korumasına alınmıştır.

İkinci ülke Fransa'da ise önceliği 53(4 PDO ve 49 PGI) ürünle Taze et ve sakatat grubu alırken, bu grubu 47(43 PDO ve 4 PGI) ürünle Peynir grubu ve 33(13 PDO ve 20 PGI) ürünle meyve, sebze ve tahıl grubu izlemektedir.

İspanya'da ki dağılım ise, 37(23 PGI ve 14 PDO) ürünle Meyve, sebze ve tahıllar, 23(22 PDO ve 1 PGI) ürünle Peynirler ve 22(22 PDO) ürünle Sıvı ve katı yağlar şeklindedir.

Dördüncü sırada yer alan Portekiz'e baktığımızda en çok Et bazlı ürünler grubunda Cİ tescilinin var olduğunu(2 PDO ve 34 PGI), daha sonra 27(15 PDO ve 12 PGI) ürünle Taze et ve sakatat grubunun ve 24 ürünle(14 PDO ve 10 PGI) Meyve, sebze ve tahıllar grubunun geldiğini görüyoruz.

İlk beşte yer alan Yunanistan'da ise birinci sırada 33(22 PDO ve 11 PGI) ürünle Meyve, sebze ve tahıllar grubunun, ikinci sırada 26(15 PDO ve 11 PGI) ürünle Sıvı ve katı yağlar grubunun ve üçüncü sırada 20 PDO'lu ürünle Peynirler grubunun yer aldığını görebiliriz.

Hiç şüphe yok ki ülkelerin sahip oldukları yöresel ürünlerin gelişiminde, doğanın ve iklim koşullarının topluluklara sunduğu ürünlerin büyük önemi vardır. Bu unsurların yanı sıra toplumların damak tatları ve yemek alışkanlıkları da bu ürünlerin çeşitliliğinin gelişiminde önem arz ederler.

Tablo 2.5a. AB’de kayıtlı PDO ve PGI’lı ürünlerin, ürün gruplarına ve üye ülkelere göre dağılımı(devam edecek)																		Toplam =882 (476 PDO+406 PGI)						
Ürün Grupları	Çi tescil sınıfı	AVUSTURYA	BELÇİKA	KIBRIS	ÇEK CUMHURİYETİ	ALMANYA	DANIŞMARKA	YUNANİSTAN	İSPANYA	FINLANDIYA	FRANSA	MACARİSTAN	İRLANDA	İTALYA	LÜKSEMBURG	HOLLANDA	POLONYA	PORTEKİZ	İSVEÇ	SLOVENYA	SLOVAKYA	İNGİLTERE		
1.1	PDO	0	0	0	0	2	0	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	15	0	0	0	4	26
	PGI	0	0	0	0	1	0	0	14	0	49	0	1	3	1	0	0	12	0	0	0	0	4	85
1.2	PDO	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	1	0	22	0	0	0	2	0	0	0	0	0	29
	PGI	2	1	0	0	8	0	0	6	0	4	1	1	12	1	0	0	34	0	0	0	0	1	71
1.3	PDO	6	1	0	0	4	0	20	22	0	43	0	1	38	0	4	3	11	0	0	0	0	9	162
	PGI	0	0	0	2	0	2	0	1	0	4	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	3	3	18
1.4	PDO	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	0	0	1	1	0	0	10	0	0	0	0	1	18
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6
1.5	PDO	0	1	0	0	0	0	15	22	0	9	0	0	37	1	0	0	6	0	1	0	0	0	92
	PGI	1	0	0	0	1	0	11	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
1.6	PDO	2	1	0	2	0	0	22	14	1	13	2	0	20	0	1	1	14	0	0	0	0	1	94
	PGI	2	1	0	0	7	1	11	23	0	20	0	0	52	0	1	1	10	0	0	0	0	0	129
1.7	PDO	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	PGI	0	0	0	1	3	0	0	2	0	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	15
1.8	PDO	0	0	0	3	0	0	2	5	0	4	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19
	PGI	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	7

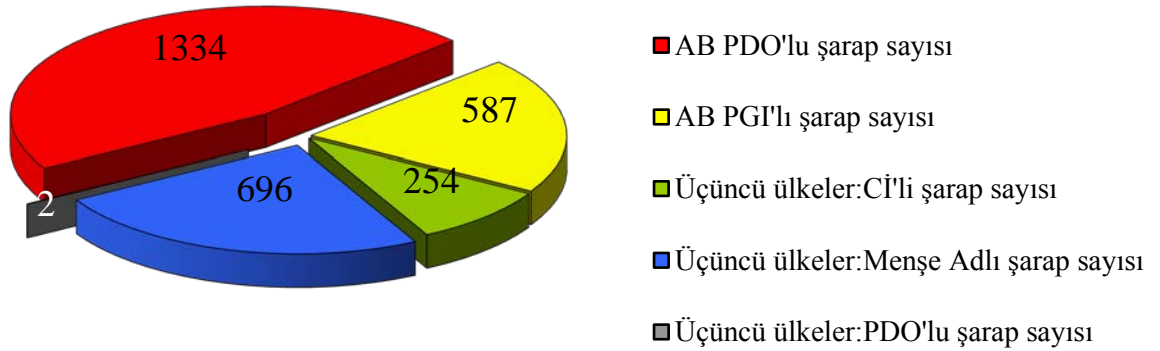
Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanından yararlanılarak oluşturulmuştur(22.03.2010).

Ürün Grupları		CI tescil sınıfı	AVUSTURYA	BELÇİKA	KIBRIS	ÇEK CUMHURİYETİ	ALMANYA	DANİMARKA	YUNANİSTAN	İSPANYA	FINLANDIYA	FRANSA	MACARİSTAN	İRLANDA	İTALYA	LÜKSEMBURG	HOLLANDA	POLONYA	PORTEKİZ	İSVEÇ	SLOVENYA	SLOVAKYA	İNGİLTERE	Toplam =882 (476 PDO+406 PGI)	
2.1	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	PGI	0	0	8	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	22	
2.2	PDO	0	0	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.4	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
	PGI	0	1	6	5	0	1	10	1	2	0	0	0	0	3	0	0	3	0	1	0	1	0	35	
2.5	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.6	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
2.7	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	PGI	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
3.1	PDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3.2	PDO	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
	PGI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOPLAM		13	7	1	23	67	3	87	127	3	169	4	4	4	200	4	6	10	115	2	1	4	32	882	

Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanından yararlanılarak oluşturulmuştur(22.03.2010).

Avrupa Birliği Cİ sistemine kayıtlı ürünler arasında tüm ürünlerin yaklaşık yüzde 67'sini (Tablo 2.1) oluşturan şaraplar diğer ürün gruplarından ayrı değerlendirilmelidir. Topluluğa üye ülkelerde sisteme kayıtlı toplam 1921 şaraptan, 1334'ü Menşe Adı ve 587'si Mahreç İşareti Korumasına sahiptir(Grafik 2.1). Topluluk dışından olup kendi ülkelerinde Menşe Adına sahip ancak AB Cİ Koruması olmayan 696 şarap Amerika menşelidir. Yine aynı şekilde Mahreç İşareti olan üçüncü ülkelerden şarap sayısı da 254'tür. Üçüncü ülke olarak Avrupa Birliği Cİ sistemine kayıtlı sadece iki şarap bulunmaktadır. Birisi Brezilya'dan "Vales dos Vinhedos" şarabı, diğeri de Amerika'dan "Napa Valley" şarabıdır.

Grafik 2.1. AB'de Cİ'li şarap sayıları (Toplam 2873 adet)

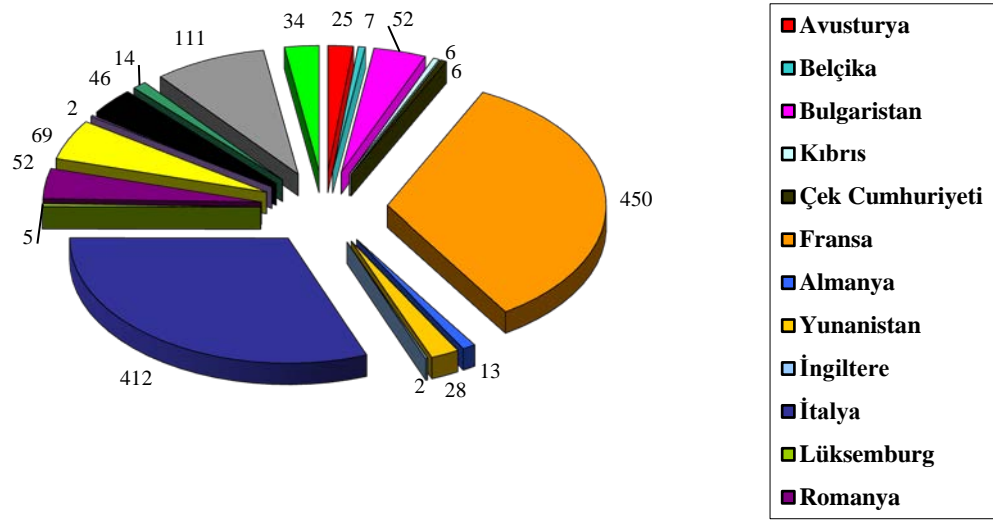


Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR veri tabanı kullanılarak düzenlenmiştir (22.08.2010).

Avrupa Birliği'ne üye olmayan üçüncü ülkeler kendi ülkelerinde sahip oldukları Menşe Adı ve Mahreç İşaretleri ile sisteme kayıtlıdır. Ancak Cİ'ler korumasından yararlanamamaktadırlar. Avrupa Birliği Cİ'ler sistemine kayıtlı olan ürünler koruma türüne göre Komisyona ait bir logo kullanmaktadır(Şekil 2.1). Ürünlerde kullanılan bu logolar tüketicilere bu ürünlerin menşe bölgelerinin, üretim yöntem ve geleneklerinin garantisini sunmakta, tüketiciler bu logoları taşıyan ürünlerin belirli bir denetim mekanizmasından geçen, kontrollü ürünler olduklarını bilmektedir.

Avrupa Birliği üye ülkelerinin sahip olduğu Menşe Adı Korumasına alınmış şarap sayıları Grafik 2.2'de ayrıntıları ile görülmektedir. Tarım ve gıda ürünlerinde olduğu gibi şaraplarda da en çok PDO'lu ürüne sahip olan ülkeler sırasıyla Fransa(450), İtalya(412) ve İspanya(111)'dir.

Grafik 2.2. PDO'lu şarapların AB ülkeleri arasında dağılımı
(Toplam 1334 adet)

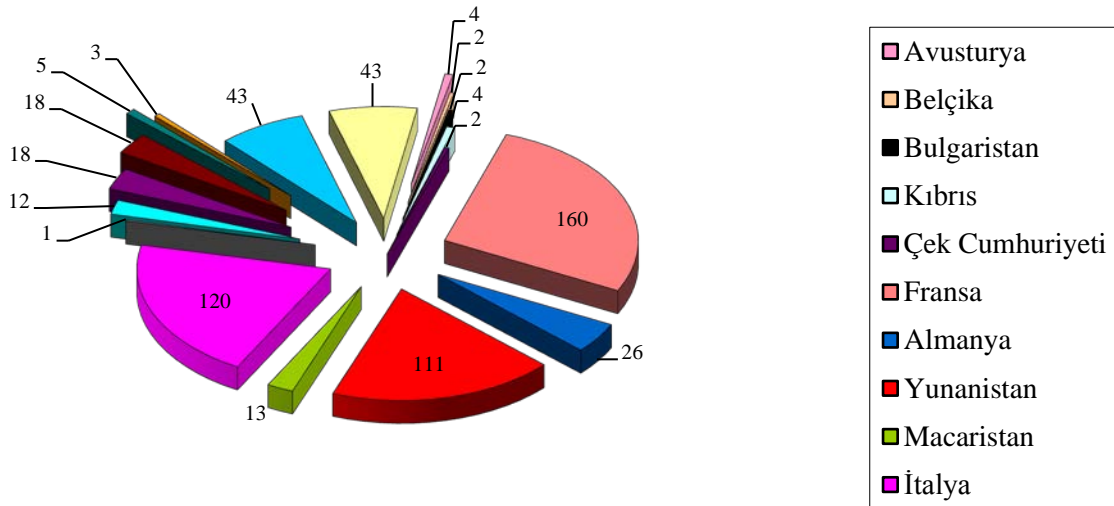


Kaynak: AB Komisyonu DOOR veri tabanı kullanılarak düzenlenmiştir (22.08.2010).

Mahreç İşareti Korumasına sahip Şarapların AB üye ülkeleri arasında dağılımı ise Grafik 2.3'de görülebilir. PGI'lı ürünlerde ilk iki ülke(Fransa-160 ve İtalya-120) değişmemiş ancak üçüncü sıraya Yunanistan(111 adet) geçmiştir. İspanya ve İngiltere ise 43'er adet PGI'lı şarapla dördüncü sırada yer almaktadır.

Şaraplar konusunda AB ülkelerinin diğer ürünlere göre daha fazla Cİ'li ürüne sahip olma nedeni Dünya Ticaret Örgütü nezdinde ki Cİ korumasının şarap ürünlerinde daha sıkı koşullara bağlı olmasıdır.

Grafik 2.3. PGI'lı şarapların AB ülkelerinde dağılımı (Toplam 587 adet)



Kaynak: AB Komisyonu DOOR veri tabanı kullanılarak düzenlenmiştir (22.08.2010).

2.2.3.Küresel Düzeyde Coğrafi İşaretlerle İlgili Düzenlemeler

Konu coğrafi işaretler ve koruyucu düzenleme olduğunda, akla kaçınılmaz olarak TRIPS anlaşması gelmektedir. TRIPS anlaşması, Dünya Ticaret Örgütünü kuran anlaşmalarından biri olan GATT anlaşmasının 1986 ile 1994 yılları arasında gerçekleşen Uruguay Round müzakerelerinin üzerinde en zor uzlaşılan alanlarından fikri mülkiyet alanını düzenlemektedir. Üstelik TRIPS anlaşmasında yer alan coğrafi işaretlerle ilgili konuların daha fazla tartışılması gerektiğine dair yaygın bir görüş de bulunmaktadır (Geuze, 2009, s.51).

Uluslararası düzeyde coğrafi işaret koruması hakkında tartışmaların geçmişi 19. Yüzyılın sonlarına dek uzanmaktadır. Fransa coğrafi işaret koruma sistemi, uluslararası alana yansımıştır: 1883 yılında Sınai Mülkiyetin Korunması Hakkında Paris Sözleşmesiyle başlayan süreç; 1891 yılında Sahte Menşe İşaretlerinin Mahkûm Edilmesi hakkında Madrid Anlaşması; 1991 yılında Washington'da Paris Anlaşmasının Gözden geçirilmesi Konferansı; 1958 yılında Köken Adlandırması Koruması ve Onların Uluslararası Kayıtları hakkında Lizbon Anlaşması; DTÖ'nün TRIPS Konseyi WIPO Markalar Hukuku Düzenleme Kurulu ve Endüstriyel Dizayn ve Coğrafi İşaretler ve DTÖ Doha Kalkınma Ajandası ile bugüne kadar devam etmiştir. Bu gelişim sürecini ana hatlarıyla ele almak gerekecektir.

Coğrafi İşaretlerin tarihsel gelişimini DTÖ öncesi ve DTÖ sonrası olarak ikiye ayırmak mümkündür. DTÖ'den sonra, coğrafi işaretler DTÖ anlaşmalarının içeriğinin doğal bir parçası haline gelmiştir. Bir başka ifadeyle, coğrafi işaretler artık fikri mülkiyet konusunun bir kategorisi olarak ele alınmakta ve DTÖ'yü oluşturan TRIPS anlaşmasına tabi kılınmaktadır. Sonuç olarak, TRIPS anlaşmasının koşullarına aykırılık, DTÖ tahkim sistemi içerisinde ele alınmaktadır ve bir ülke bu kuralları başarılı bir biçimde uygulayamazsa, uluslararası ticaret alanındaki kurala uymaması nedeniyle yaptırıma tabi olur ve durumunu düzeltmediği takdirde bu yaptırım da devam eder (Geuze, 2009, s.53).

2.2.3.1.DTÖ Öncesi Cİ Düzenlemeleri

Paris Sözleşmesi: Coğrafi işaretlerin ve menşe adlandırmalarının korunmasına ilişkin ilk uluslararası düzenleme sınaî mülkiyet hakları ile ilgili 1883 tarihli Paris Sözleşmesidir. Paris Sözleşmesi 1891 tarihli Madrid Protokolü ile tamamlanmıştır; Brüksel'de (1900),

Washington'da (1991) Lahey'de (1925); Londra'da (1934); Lizbon'da (1958) ve Stokholm'de (1967) gözden geçirilmiştir. 1979'da Paris Sözleşmesinde değişiklikler yapılmıştır(O'Connor and Company, 2010, s.2). Paris anlaşmasına göre ürünün menşei ile ilgili doğrudan ya da dolaylı sahte işaret kullanımı yasaklanmakta (Madde 10/1) ve bir haksız rekabet fiili olarak kabul edilmektedir (OECD, 2000, s.29).

Başlangıçta 11 ülkenin imzaladığı Paris Sözleşmesi, 1 Ocak 2006 yılında 169 ülke tarafından imzalanmıştır(bkz. <http://www.wipo.org>). Yürürlükteki şekliyle Paris sözleşmesinin 10. maddesine göre “ürünün geliş yeri yada üretici, imalatçı ve tacirin kimliği ile ilgili doğrudan veya dolaylı sahte bir işaretin kullanımını yasaklanmakta; üzerinde geliş yeri ile ilgili sahte bir işaret taşıyan ürünlere sözleşmeye taraf ülkelere ithalatında el konulacağı” ön görülmektedir.

Madrid Anlaşması: Sahte menşe işaretlerine karşı mücadele 1891 tarihinde Paris Sözleşmesi çerçevesinde imzalanan Madrid anlaşması ile sonuçlanmıştır. Bu anlaşma menşe ürün işaretleri ile ilgili olarak sahte ve yanıltıcı ayırımını getirmektedir. Bu konudaki yaptırım 1958 yılında, sadece sahte işaretlerin değil, yanıltıcı işaretlerin de cezalandırılmasıyla gelmiştir. Böylece düzenleme, tüketicileri sahte olmamakla birlikte aldatıcı nitelikte olan ya da onları yanıltan menşe işaretlerini önleme konusunda alanını genişletmiştir (OECD, 2000, s.29). İşaretin sahte olup olmadığına karar verme yetkisi ise sözleşmenin yetkili kıldığı mahkemelere tanınmıştır. Başlangıçta 8 ülkenin imzaladığı Madrid Anlaşmasına, 2008 tarihi itibariyle 56 ülke üyedir(www.wipo.int).

Lizbon Anlaşması: Coğrafi İşaretlerle ilgili bu çok genel sözleşmelerin dışında, 1950'li yıllarda Cİ koruması için uluslararası bir çerçeve oluşturmaya yönelik Stresa Sözleşmesi ve Lizbon anlaşmasından bahsedilebilir. Menşe adlandırmaları ile ilgili 1950 yılında 7 ülke arasında imzalanan Stresa sözleşmesi peynirle ilgili dört coğrafi işaret için taraf ülkeler arasında en yüksek düzeyde korumayı getirmiştir; korumaya konu olan peynirlerin üçü İtalyan (*Gorgonzola, Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano*), biri Fransa (*Roquefort*) (Sylvander vd., 2005, s.4) menşelidir. Menşe adlandırmalarının korunması ve uluslararası tescilleri konusunda Paris sözleşmesi çerçevesinde 1958 yılında 18 ülke tarafından imzalanan Lizbon anlaşması ilk kez menşe adlandırmalarının uluslararası düzeyde bir tanımını vermekte ve bunların ulusal yasalardan bağımsız olarak korunabilmeleri için uluslararası bir koruma mekanizmasını yaşama geçirmektedir (OECD, 2000, s.30). Ülkemizin taraf olmadığı Lizbon düzenlemesi coğrafi işaretlerin etkin korumasını sağlayan menşe adlandırmaları ile ilgili uluslararası büyük bir anlaşma olabileceken, sözleşmeyi imzalayan ülkelerin sayılarının az

ve dünya ticaretindeki önemlerinin sınırlı olması bu şansı engellemiştir. Lizbon düzenlemesinin başarısızlığı karşısında 1967 yılında kurulan Dünya Fikri Haklar Örgütü (World Intellectual Property Organization-WIPO), 1970 ve 1980'li yıllarda gelişmekte olan ülkelerin çabalarını da entegre ederek menşe adlandırmaları üzerinde uluslararası büyük bir anlaşma gerçekleştirmek istemişse de başarılı olamamıştır (Sylvander vd., 2005, s.4).

Bu genel kapsamlı anlaşma ve düzenlemelere paralel olarak Cİ'in korunması ikili ya da bölgesel sözleşmelerle de garanti edilmiştir. Çok sayıda ikili ve bölgesel sözleşmeler, Cİ'i korumak isteyen ülkelerin ihtiyaçlarına toplu bir yanıt getirmeye olanak tanımayan WIPO engelleri nedeniyle, 1960 ve 1970'li yıllarda gerçekleştirilmiştir. Cİ'in uluslararası korumasının genelleştirilmesinde nihai adım, 1994 yılında Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) kurulması ile atılmış, 15 Nisan 1994 tarihinde Marrakeş'te imzalanan TRIPS sözleşmesi ile Cİ küresel düzeyde düzenlenmeye başlanmıştır.

Lizbon anlaşmasının temel prensibi anlaşmaya katılan devletlerin menşe ülkesinde tanınan ve korunan menşe adlandırmalarını anlaşmada belirtilen menşe adlandırması tanımına uygun ve WIPO kütüklerine kayıtlı olması kaydıyla koruma yükümlülüğünü üstlenmeleridir. Uluslararası kayıtlı menşe adlandırmalarının yararlandığı koruma Paris sözleşmesi ve Madrid anlaşması gereğince sağlanan menşe işaretleri korumasından daha geniştir. Nitekim anlaşmanın 3. maddesinde korumalı bir menşe adının sadece yanıltıcı değil, tüm hileli ve taklide yönelik kullanımları yasaklanmaktadır. Bir menşe adı menşe ülkesinde tanınıp korunmaya alınınca WIPO'nun tuttuğu uluslararası kütüğe kaydedilmekte, bu kayıttan sonra menşe adı yayınlanmakta ve Lizbon anlaşmasına katılan tüm devletlere tebliği edilmektedir. Yürürlüğe giriş tarihi olan 25 Eylül 1966'dan beri 885 menşe adlandırması Lizbon anlaşması gereğince kaydedilmiştir. Bunların 811'i halen yürürlükte bulunmaktadır.

Lizbon anlaşması gereğince kayıt ve koruma yalnız belirli kategorilere ait ürünlerle sınırlı tutulmamıştır. Avantajlar sadece şarap ve sert içkilerle ilgili menşe adlandırmaları için öngörülmemekle aynı zamanda tarımsal ve gıda ürünleri ile tarım ve gıda dışı diğer ürünleri de kapsamaktadır. Lizbon anlaşmasının önemli bir eksikliği çok komplike olan menşe adı tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu da bu tanımlamaya uygun ürünlere sahip olmayan büyük ülkelerin anlaşmaya üye olmasında caydırıcı rol oynamaktadır. Diğer taraftan korunacak isimlerin listeleri ile ilgili yerine getirilmesi gereken formaliteler devletlere düşmektedir. Bazı devletler ise böyle bir inisiyatifi ya koruyacak bir şeyleri olmadığı ya da mevzuatları üretici, sanayici ve tüccarlara coğrafi işaretlerini koruma konusunda özellikle markalar gibi başka yolları tanıdığı için yüklenmek istememektedir. Açık olan bu ülkelerde

ulusal coğrafi adların çok ünlü de olsa ulusal bir statüye sahip olamadıkları ve bu alanda özel girişimin egemen olmasıdır. Coğrafi işaretlerini ve menşe adlandırmalarını ulusal öz varlıklarının bir parçası olarak kabul eden ülkeler ise sınırlıdır. (Fransa, Peru vs.) oysaki bir koruma yokluğunda yağmalanmalarının çok kolay gerçekleşebileceği bu çok tanınmış isimlerden bazılarının sağladığı katma değer çok önemlidir.

2.2.3.2. DTÖ sonrası Cİ düzenlemeleri

Fas'ın Marakeş kentinde 15 Nisan 1994'te imzalanan TRIPs anlaşması fikri mülkiyet hakları anlamında, uluslar arası düzeyde gerçekleştirilen en kapsamlı anlaşmadır. Yedi bölümden oluşan anlaşmanın başlıca amaçları fikri mülkiyet alanında evrensel düzeyde minimum standartlar saptamak, bu hakların korunmasına ilişkin önlemleri belirlemek ve bunların etkin bir biçimde uygulanmasını sağlamak ile çok taraflı anlaşmazlıkların çözümü için yöntem ve prensipler ortaya koymaktır (www.laweuropa.com)

Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları (TRIPs) anlaşması: TRIPs anlaşması ürünleri belirlemek için kullanılan coğrafi adların genelleştirilmesinde bir başlangıç noktası oluşturmaktadır. Anlaşmanın üçüncü bölümü (EK.5) coğrafi işaretler konusundaki düzenlemeleri içermekte olup, coğrafi işaretlerle ilgili biri genel (Madde 22), diğeri ek koruma (Madde 23) olmak üzere ikili bir koruma sistemi getirmektedir. Bu çerçevede 22.1. sayılı maddede belirtilen coğrafi işaret tanımı önemli bir ön adım olup bu madde coğrafi işaretli ürünün menşe (provenance) işaretinden ayırmaktadır. Genel koruma şarap ve alkollü sert içeceklerin dışında (viski, cin, rom vb.) bütün coğrafi işaretli ürünleri kapsarken, ek koruma sadece şarap ve alkollü sert içkilere yöneliktir. Adı geçen ürünlerin coğrafi işaretlerine getirilen ek koruma 23.1 maddede yer alan hükümleri ile gerçek bir atılımı ifade etmekte, bir ürünün coğrafi adının korunmasını aldatma ve yanıltmadan bağımsız olarak ele almaktadır.

TRIPs sözleşmesinde konunun nasıl tanımlandığına bakılacak olursa, sözleşme metnine bağlı kalarak şunlar söylenebilir:

TRIPs anlaşmasının 22.1inci maddesi Coğrafi İşaretleri "...bir malın kalitesinin, ününün ya da diğeri özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedildiği durumda bu malın bir Üye ülkenin yöresinden veya bu ülkede bir bölgeden veya yerden kökenli olduğunu gösteren işaretlerdir" şeklinde tanımlamaktadır (EK 5, s.328). Bu tanımla bir malın kalite, ün ya da

diğer özelliklerine vurgu yapılmakta ve bu özelliklerin malın coğrafi kökenlerine atfedildiği durumlarda Cİ için yeterli koşulların sağlandığı kabul edilmektedir (Geuze, 2009, s.154).

TRIPs anlaşmasının 22.2nci maddesi tüm coğrafi işaretlere uygulanabilecek genel koruma kurallarını belirlemektedir. Söz konusu madde özellikle coğrafi işaretin, ürünün coğrafi kökeni konusunda kişileri yanıltacak şekilde kullanılmasının engellenmesini, ayrıca Paris sözleşmesinin 10uncu maddesine atıfta bulunarak, bir haksız rekabet fiili oluşturacak tüm kullanımları engelleyecek yasal önlemlerin üye devletler tarafından alınmasını öngörmektedir (Geuze, 2009, s.163).

Bu anlaşma çerçevesinde, Cİ'ler için üç farklı seviyede koruma sağlanmaktadır (Vandecandelaere vd., 2009, s.150):

- a) 22nci madde Cİ'leri, menşeleri üye ülkelerin bölgeleri veya alanlarında yer alan ve belirli bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri ile ürünün bu bölgeye ait olduğunu belirten işaretler olarak tanımlayarak, haksız rekabeti önleyici ve tüketiciyi yanıltıcı bütün ürünlerle ilgili minimum bir koruma standardı sağlamaktadır.
- b) 23.(1-2) nci maddeler sadece şarap ve yüksek alkollü içecekler için yüksek seviyede bir koruma sağlamaktadır. Bu madde, 'çeşit', 'tip' ya da 'taklit' gibi tanımlamalarla beraber kullanılsalar bile özel bir orijin yerine sahip olmayan şarap ve sert alkollü içeceklerin üzerinde bir Coğrafi İşaretin kullanımını kesinlikle yasaklamaktadır.

23.(3)üncü maddesi şaraplar için eşsesli(aynı isme sahip) coğrafi işaretlerin varlığı durumunda, her bir işaret için Madde 22, paragraf 4 hükümlerine tabi olarak koruma sağlanacağını ve böyle bir durumda her bir Üye devletin, eşsesli işaretleri birbirinden ayıt etmek için uygulanacak pratik koşulları belirlemesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Aynı maddenin 4üncü fıkrasında ise, şaraplara ait coğrafi işaretlerin korunmasını kolaylaştırmak için, sisteme katılan Üyelerin ülkelerinde korunmak için uygun nitelikleri taşıyan şaraplara ait coğrafi işaretlerin bildirilmesi ve tescili için çok taraflı bir sistemin oluşturulması ile ilgili olarak TRIPS Konseyinde müzakere yapılacağını bildirmektedir.

23.(3-4)ncü madde, *Built-in* olarak bilinen Doha Gündemi ile ilgilidir. 23ncü madde'nin 4. Fıkrası dışında, 24.(1), 24.(3), *built-in* maddeleri olarak

bilinmektedir. Bu maddeler Doha Kalkınma Ajandasının çalışma programının bir parçası haline gelmiştir.

- c) 24üncü madde kapsamında ise, Cİ'lere ilişkin korumanın içeriğinin genişletilmesine yönelik üyeler arası Madde 23 kapsamında yapılacak müzakerelerin koşulları ve Cİ korumasına ilişkin müsaade edilebilecek istisnalar düzenlenmiştir.

Söz konusu istisnalar esasları itibariyle üç sınıfta toplanabilir(Kızıltepe, 2005, s.97);

- Bir coğrafi işaretin bir ülkede ürünün tür adı haline geldiği durumlarda söz konusu ülke o coğrafi işareti koruma kapsamına almak zorunda değildir.
- Cİ eğer iyi niyetle marka olarak tescil edilmiş ise bu markanın TRIPs hükümlerine tabi olması şart değildir.
- Uruguay Round'un 10 yıl öncesinden, bir taraf ülkede kullanılmakta olan bir coğrafi işaretin kullanımı sürekliliğini koruyorsa, tür adı olmasa dahi ya da marka olarak tescil edilmese dahi haksız kullanımına müsaade edilebilmektedir.

Düzenlemeye uymayan durumlar için “Tecavüzlere Karşı Hakların Korunması İle İlgili İlkeler” başlığı altında TRIPS metninin 41 inci ilâ 61 inci maddelerinde izlenecek hukuki süreç verilmiştir³⁸.

TRIPs sözleşmesinde tanımlanan Cİ özetle, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. TRIPs anlaşması 1995'den beri bütün DTÖ üyelerinin özel ürünlerin Cİ isimlerinin korunması ve kullanılması için ulusal yasal çerçeve oluşturmalarını gerekli kılmıştır.

Yukarıda özetlenen Anlaşmanın 23üncü maddesi kapsamında şarap ve sert alkollü içkilere sağlanan ek koruma ile, menşe yöresi söz konusu coğrafi işaretle gösterilen yer olmayan şaraplarla özdeşleştirilen coğrafi işaretlerin kullanımını engellemek için üye ülkelerin yasal imkanlarından yararlanma gereğini belirtilmiş ve halkın aldatılması ya da haksız rekabet fiillerine karşı tüm risklerden bağımsız olarak bir coğrafi işaretin doğru olmayan kullanımını gerçek kökenin açıklıkla belirtilmesi halinde bile yasaklama getirilmiştir. Örneğin “İspanyol

³⁸ Çalışma kapsamı dışında olduğu için bu tür cezai yaptırımlara yer verilmemiştir. Ancak konuyla ilgilenenler Türk Patent Enstitüsü uzmanlarından Hakan KIZILTEPE'nin hazırladığı uzmanlık tezini inceleyebilir.

Tekilası” işaretine izin verilmemektedir. Aynı şekilde “Avustralya’da üretilmiş Bordeaux tipi kırmızı şarap” gibi kökenden koparıcı (yersizleştiren) ibarelerin kullanımı da yasaklanmaktadır (Addor ve Grazioli, 2002, s.867).

Ek korumada yer alan önemli bir konuda gelecek müzakerelerde coğrafi işaretlerin şarap ve alkollü sert içeceklerin dışındaki ürünlere genişletilmesi ve şaraplar için çok taraflı bir kayıt sisteminin oluşturulmasının öngörülmesidir. Nitekim bu konudaki çalışmalar TRIPs anlaşmasının 23.4 maddesi gereğince 1997 yılında başlamış, 2001’de Doha Kalkınma gündemine dahil edilmiştir.

Korumanın genişletilmesi DTÖ ve TRIPs sözleşmesi çerçevesinde sürdürülen tartışmaların konusunu oluşturmaktadır. Bir ürünün kökeninin sistematik olarak işaretlenmesinin yapılabirliği ya da bölgesel bir korumadan yararlanabilecek ürünlerin sayısının artırılması üzerine sürdürülen müzakereler, değişik ülkelerdeki ulusal kabuller ile uluslararası yönetim biçimlerindeki sorumluluklarında sorunlar ortaya çıkarmaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü’nde Cİ’le ilgili sorun her şeyden önce ticari bir sorundur. Hatta bazı yazarlara göre (Frayssignes, 2005) aynı zamanda kültürelidir. Çok sayıda Avrupa ülkesi için genel becerilere ve taklitlere karşı Cİ koruması tamamen yasal olup özvarlığı korumaya yönelik bir girişimdir.

Sonuç olarak, Cİ’ler küresel düzeyde DTÖ kuralları ile düzenlenmektedir. Ancak, özellikle Çin gibi ülkelerin müdahalesi ile DTÖ örgütü içerisinde, konu ciddi tartışmalara ve ayrışmalara neden olmaktadır. Bu tartışmaların başında da koruyucu çerçevenin genişletilmesi hususu gelmektedir.

Genişleme söz konusu olduğunda soru şudur: Daha etkili koruma niçin sadece şarap ve sert alkollü içkilere uygulanmaktadır? Diğer ürünlerin imalatçı ve üreticileri de daha etkili bir korumayı hak etmiyorlar mı? Böyle bir korumaya ulaşmanın yolu, TRIPs anlaşmasının 23. maddesinde öngörülen ek korumanın diğer tüm ürünlerin coğrafi işaretlerini kapsayacak şekilde genişletilmesine bağlanmaktadır (Addor ve Grazioli, 2002, s.883; Srivastava, 2004, s.11). TRIPs anlaşmasında yer alan bu dengesizlikle mücadele için DTÖ-TRIPs konseyinin Haziran 2002 toplantısında aralarında Türkiye’nin de bulunduğu bazı DTÖ üyeleri (Bulgaristan, Küba, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, AB-15, Gürcistan, Macaristan, İzlanda, Hindistan, Kenya, Liechtenstein, Malta, Moritanya, Pakistan, Romanya, Slovenya, Sri Lanka, İsviçre ve Tayland), TRIPs anlaşmasının 23. maddesindeki korumanın bütün ürünlerin

Cİ'lerine uygulanması ve oluşturulacak çok taraflı kayıt sisteminin bütün ürünlerin Cİ'lerine açık olması konusunda bir öneri getirmişlerdir(Addor, Thumn ve Grazioli, 2003, s.26). Başını AB'nin çektiği ve "coğrafi işaretler dostu" adı verilen bu gruba göre koruma kapsamının genişletilmesi yöresel ürünlerin uluslararası ticaretle değer kazanmasına katkıda bulunacaktır (Fink ve Maskus, 2006, s.206). AB'nin, DTÖ müzakerelerinde coğrafi işaretleri savunmasının başlıca nedeni Birlik Ortak Tarım Politikasının yeni açılımından kaynaklanmaktadır. Nitekim bu yeni açılımda coğrafi işaretlerin korunması birlik kalite politikası konusundaki yaklaşımın temel unsurlarından birisini oluşturmaktadır.

Korumanın genişletilmesinden yana olan ülkelere göre genişleme TRIPS anlaşmasında var olan dengesizliğe son verecek ve tüm üreticilere aynı korumayı uygulayarak onlara etkili bir koruma sağlayacaktır (Juma, 1999, s.11; Addor ve Grazioli, 2002, 884). Ayrıca coğrafi işaretleri sadece şarap ve alkollü sert içeceklerle sınırlı tutmanın ve korumanın diğer ürünlerin coğrafi işaretlerini de kapsamamasının hiçbir ticari, ekonomik ve yasal nedeninin olmadığı görüşündedirler(Fink ve Maskus, 2006, s.206).

Korumanın genişletilmesi ile TRIPS anlaşmasında varolan dengesizliğin giderileceği ve ürünün üreticileri, tüketicileri ve bölge kalkınması üzerinde etkili olacağı savunulmaktadır (Workshop OMC, 2006, s.3):

- Pirinç ve kahve üreticileri, porselen ve dantel imalatçıları coğrafi işaretleri için etkin bir korumadan yararlanabilecek, böylece söz gelimi "Arjantin'de üretilmiş Sbrinz tipi peynir" yada "Malezya'da üretilmiş Seylan çayı" gibi kanunsuz uygulamalara çok çabuk ve etkili bir şekilde son verebileceklerdir. Üreticiler yeni pazarlara daha kolaylıkla açılacaklar ve coğrafi bir işaretle özdeşleşmiş ürünlerinin ticareti ve gelişmesi için yapılan yatırımların sonuçlarından fazlasıyla yararlanabileceklerdir.
- Tüketiciler daha iyi korunacaklardır. Artık satın aldıkları ürünün kalite ve özelliklerinin iyi belirlenmiş bir ürün yerine, düşük değerde ve taklit bir ürün olduğunu düşünmeyeceklerdir.
- Coğrafi işaretlerin etkin korunması belirli bölgelerin sürdürülebilir kalkınması üzerinde olumlu etkilere sahip olacaktır. Nüfusun gelişmemiş bölgelerde tutulması, çevrenin korunması, biyolojik çeşitliliğin muhafazası, geleneksel üretim biçimlerinin sürdürülmesi, üretim çeşitliliğinin korunması ve başta turizm

olmak üzere ek ekonomik faaliyetlerin doğması ve gelişmesi korumanın temel pozitif dışsallıklarını oluşturacaktır.

Coğrafi işaret yanlılarına göre çok taraflı bir tescil sisteminin kurulması coğrafi işaretlerin somut korunmasında çok faydalı ve tamamlayıcı bir araç olacaktır. Nitekim uluslararası düzeydeki bir kayıt tüm ekonomik aktörlerin coğrafi işaret korumasını tanımalarına olanak verecek, ayrıca bir coğrafi işaretin tescil edilmesi, yasaya uygun üreticilerin hileli üretim yapanlara karşı hukuki eylemlerini kolaylaştıracaktır şeklinde genel görüşe sahiptirler (Dagne, 2010, s.4; Calboli, 2006, s.195-196).

WTO üyelerinin bir kesimi de korumanın genişletilmesinin kesin bir korumacılık olacağını savunmaktadırlar. Amerika ve Cairn grubu ülkeler (Arjantin, Brezilya, Kanada, Yeni Zelanda) bu koruma sisteminin serbest ticarete bir engel teşkil ettiğini düşünmekte ve sadece ticari marka haklarının ticareti düzenleyebileceğine inanmaktadırlar (Josling, 2006b, s.21). Bu ülkeler coğrafi işaretler korumasında bir iyileştirmeye karşı olup, bunu bir ticaret engeli olarak addetmekte ve yaratacağı maliyetler üzerinde durmaktadır (Josling, 2006a, s.340-352; Otieno-Odek, 2005, s.6).

Diğer taraftan bu devletler kendi topraklarında yerleşik göçmen vatandaşlarının uzun zamandan beri kendi ülkelerinden getirmiş oldukları bilgilerle ürettikleri ve halen anavatanlarında kullanılan adlandırma altında ticaretini yaptıkları ürünleri üretmeye devam edemeyeceklerinden korkmaktadır (Dagne, 2010, s.80; Addor ve Grazioli, 2002, s.890).

Genişlemeden yana olanlar bu argümanları kabul etmemektedir. Onlara göre katma protokolün tüm ürünlerin coğrafi işaretleri için uygulamaya konulması nedeniyle WTO üyelerince karşılanması gereken maliyetler Uruguay Round vecibelerinin uygulamaya konulması için karşılanması gereken maliyetlere göre ihmal edilebilir düzeyde olacaktır (Workshop OMC, 2006, s.2). Göçle ilgili sorunlar ise genişlemenin somut niteliklerine bağlı olacaktır. Bu sorunlar çözümsüz değildir. Şarap ve alkollü sert içkiler için ek koruma müzakere edildiği zaman göçmenler için uygun bir çözüm bulunmuştur. TRIPs sözleşmesinin 24üncü maddesindeki istisnalar halen anavatanlarından gelen coğrafi bir işaretin kullanımını sağlamak için uzun bir geleneğe dayalı şarap ve alkollü sert içkiler üreten üreticilerin kazanılmış haklarını korumaktadır (Addor ve Grazioli, 2002, s.890).

Dünya Ticaret Örgütü nezdinde korumanın genişletilmesine yönelik tartışmaların taraflarından birisi de **ORIGIN** (Organization for an International Geographical Indications

Network³⁹) adındaki üreticiler örgütüdür. *ORIGIN* Afrika, Asya, Latin ve Kuzey Amerika, Batı ve Doğu Avrupa'lı 40'dan fazla ülkede yer alan Cİ üreticilerinin 2003 yılında oluşturduğu, iki milyondan fazla üyesi olan, İsviçre kökenli bir sivil toplum örgütüdür (www.origin-gi.com; Bérard and Marchenay, 2006, s.111; Puzone, 2010, s.14). *ORIGIN* dünyadaki Cİ üreticileri arasında bilgi değişimini sağlayabilecek bir ağ olarak düşünülmüş ve üye üreticilerin yabancı ülkelerde yasal haklarını aramalarında destek olmuştur. Örgüt, üye üreticilerin ülkelerinde gerçekleştirilen toplantıların yanı sıra web sayfaları yardımıyla uluslararası gelişmeler hakkında da interaktif bilgi akışını sağlamakta olup faaliyetlerini şu iki amaç doğrultusunda gerçekleştirmektedir;

- Cİ'leri sürdürülebilir kalkınmanın bir aracı ve belirli bir bölgenin derinliklerinde köklenen yerel bilgiyi korumanın bir yöntemi olarak desteklemek,
- Medya, kamu ve karar alıcılara yönelik kampanyalar yoluyla Cİ'ler için ulusal, bölgesel ve uluslararası seviyede daha etkin bir yasal koruma sağlamak.

Cİ'li ürünlerin üreticileri genellikle kısıtlı finansal kaynaklara sahip olduğu gibi yasal desteklere ulaşması da sınırlı olan üreticilerdir. Benzersiz kalitesi coğrafi kökenine dayanan bir ürünü üreten bu üreticiler için ulusal ya da uluslararası ticarete varlıklarını sürdürebilmelerinin Cİ tescili sayesinde olacağı görüşünü benimseyen örgüt, Cİ tescilinin bölgedeki üretim ve istihdam üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu, üreticilerin yüksek bir fiyatla ürünlerini pazarlayabildiğini ve bütün üretim zinciri boyunca daha iyi bir gelir dağılımı sağlayabildiğini savunmaktadır.

ORIGIN, geleneksel üretim yöntemlerini koruyan Cİ'ler sisteminin tüketicilere endüstriyel ürünler karşısında daha geniş bir seçim yelpazesi sunduğunu ve tüketicilerin özgün kaliteye sahip bu ürünlere ulaşmalarında Cİ'lerin bir garanti unsuru olduğunu ileri sürmektedir.

ORIGIN'nin Cenevre'de ki sekreteryasında Proje Yürütücüsü olarak çalışan Bayan Ida PUZONE⁴⁰, Türkiye'den bugüne kadar sadece bir kuruluşun(Erzincan Ticaret Odası) üye olduğunu, bu üyeliğinde aktif olarak çalışmadığını, iletişim kurmak için çaba sarf etmelerine rağmen karşılarında muhatap olarak kimseyi bulamadıklarını şaşkınlıkla ifade ederken, Türkiye'nin yöresel ürünler konusunda ne kadar zengin bir potansiyele sahip olduğunun farkında olduklarını, örgüte üye birliklerin ülkelerinde Cİ sisteminin farkındalığını artırmaya

³⁹ Uluslararası Coğrafi İşaretler Ağı Örgütü.

⁴⁰ Antalya'da 29 Nisan - 1 Mayıs 2010 tarihleri arasında gerçekleştirilen Yöresel Ürünler Fuarı çerçevesinde düzenlenen seminere katılan Bayan Puzone ile mülakat yapılarak ORIGIN'in işleyişi hakkında bilgiler alınmıştır.

yönelik üreticilerle düzenledikleri toplantılarda, Türkiye’den de üretici birliklerinin de olması gerekliliğinin önemini belirtmiştir. Bayan PUZONE’ye göre bu toplantılarda farklı ülkelerdeki üreticilerin birbirleri ile CI sistemleri ve üretim becerileri hakkında bilgi alışverişinde bulunmaları, üreticilerin ufuklarını genişletmekte ve kendi ülkelerinde CI sisteminin etkin işleyişini sağlamak için yasa koyucular üzerinde önemli baskı unsurları oluşturmalarını sağlamaktadır.

2.2.3.3.DOHA Kalkınma Gündemi ve CI’ler

Dünya Ticaret Örgütünün 4üncü Bakanlar konferansı 9-14 Kasım 2001 tarihleri arasında Katar’ın başkenti Doha’da 142 ülkenin katılımıyla gerçekleştirilmiş ve imzalanan Doha Bakanlar Deklarasyonu ile 1 Ocak 2005 tarihine kadar bitirilmesi planlanan “Doha Kalkınma Raundu” yaşama geçirilmiştir. Doha Bakanlar Konseyinin coğrafi işaretler üzerindeki tartışmaları şu iki konu üzerine odaklanmıştır (WTO, Doha Kalkınma Deklarasyonu):

- Coğrafi işaretler için çok taraflı bir kayıt sisteminin kurulması
- Yüksek düzeyli korumanın şarap ve alkollü sert içecekler dışındaki ürünlere de genişletilmesi

Doha Bakanlar konferansında coğrafi işaretlerle ilgili önemli kararlar alınmıştır (WTO, 2001, s.5); Deklarasyonun 18inci paragrafında, 5. Bakanlar Konferansı ile birlikte şarap ve alkollü sert içkilerde coğrafi işaretlerin bildirim ve kaydına ilişkin çok taraflı bir kayıt sisteminin oluşturulmasına yönelik müzakerelerin başlanmasına ve 23üncü maddede düzenlenen coğrafi işaretlerle sağlanan korumanın şarap ve alkollü sert içkiler dışındaki diğer ürünlere de genişletilmesine ilişkin konuların, deklarasyonun 12inci paragrafı uyarınca TRIPs konseyine havale edilmesine karar verilmiştir. Görüldüğü gibi Doha deklarasyonun coğrafi işaretlerle ilgili kararları önemli bir inisiyatif oluşturmaktadır.

DTÖ’nün 10–14 Eylül 2003 tarihleri arasında Meksika’nın Cancun kentinde toplanan V. Bakanlar konferansı, Doha’da Kasım 2001 tarihinde başlatılan dünya yeni ticari müzakereler sürecinin bakanlar düzeyindeki ilk toplantısıdır. Konferansın amacı müzakerelerin gelişme durumunu incelemek, sürdürülebilmeleri için politik destekleri vermek ve 1 Ocak 2005’te bitirilmesi öngörülen Doha Raundu’nun tamamlanmasını sağlayacak kararları almaktadır. Müzakereler ne yazık ki somut sonuçlara ulaşmadan 14 Eylül 2003 tarihinde sona ermiştir. Bu nedenle Cancun Konferansı bir bakanlar konferansı ile değil, bir bakanlar bildirisi ile

kapanmış ve fikri haklar bakımından hiçbir somut sonuca ulaşamamıştır. Nitekim(www.ige.ch/f/jurinfo) ;

- Coğrafi işaret korumasının genişletilmesi ile ilgili Doha kararını devam ettirilebilecek bir anlaşmayla sonuçlanmamıştır.
- Şarap ve alkollü sert içkilerde coğrafi işaretler kaydının oluşturulması konusundaki müzakerelere geçilememiştir. Oysaki Doha deklarasyonuna göre 5. bakanlar konferansının adı geçen konudaki müzakereleri tamamlaması gerekmektedir. Ancak bu hedef de aşılamamıştır. Müzakerelerin amacı konusunda DTÖ üyeleri arasındaki derin görüş farklılığı bu başarısızlığın temel nedenini oluşturmuştur.

Bakanlar konferansının Cancun başarısızlığı üzerine DTÖ üyeleri 2004 yılı başında yeni bir girişimi başlatmış ve 1 Ağustos 2004 tarihinde Cenevre’de 147 üyenin katılımıyla Doha süreci müzakerelerinin sürdürülebilmesi için yeni talimat ve düzenlemeleri kabul etmişlerdir(<http://www.ip4all.ch>). Aralarında AB komiserleri Lamy ve Fischler ve ABD uluslararası ticaret sorumlusu Zoellick başta olmak üzere 30 u aşkın ülkenin ticaret, diğer ülkelerinde dış işleri ve devlet bakanlarının katıldığı 1 Ağustos toplantısında DTÖ’nün gelecek olağan bakanlar konferansının 2005 yılı aralık ayında Hong Kong da yapılması kararı da alınmıştır.

Hong Kong bakanlar konferansı

DTÖ VI. Bakanlar konferansı Hong Kong’da 13-18 Aralık 2005 tarihleri arasında toplanmıştır. İsviçre, AB ve çok sayıda gelişmekte olan ülkelerin tüm ürünler için coğrafi işaret korumasının genişletilmesi konusundaki çabalarına rağmen Hong Kong konferansı da bu konuda bir anlaşmayla sonuçlanmamıştır.

Bakanlar, DTÖ genel direktörünü bu alanda üyelerle görüşmeler yapma konusunda görevlendirmişlerdir. Bu görüşme ve danışmalar sonucu DTÖ üyeleri 2006 yılı Temmuz sonundan önce takip edilecek süreç konusunda karar vereceklerdir.

Şarap ve alkollü sert içkiler için çok taraflı coğrafi işaret kaydı ile ilgili müzakereler de bir sonuç vermemiştir(WTO, 2005, s.10). Bununda temel nedeni üyeler arasındaki söz konusu kaydın düzenlenmesi ve hukuki sonuçları ile ilgili derin ayrılıklardır.

Müzakerelerin askıya alınması

Dünya ticaret örgütü genel kurulu 27-28 Temmuz 2006 tarihlerindeki toplantısında genel direktör Pascal Lamy'nin Doha müzakereler sürecinin askıya alınması konusundaki tavsiyesini desteklemiştir. Lamy'nin yoğun temasları sonucu müzakerecilerin tutumlarında önemli bir değişikliğin olmadığı ve bu konudaki görüş farklılıklarının önemini koruduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır. Bu da bir düşünme dönemini gerekli kılmıştır(www.ip4all.ch).

TRIPs müzakereleri için karar

DTÖ üyelerinin 2/3'ü bakanlardan Temmuz 2008 tarihinde TRIPs müzakereleri için bir karar almalarını talep etmişlerdir. AB, İsviçre ve çok sayıda gelişmekte olan ülkeden oluşan ve 110 üyeyi bir araya getiren bir koalisyon TRIPs sözleşmesi Doha süreci ile ilgili sorunlar üzerine, Temmuz 2008 de bir öneri sunmuştur. DTÖ'nün Temmuz 2008 toplantıları çerçevesinde sunulan bu öneri bakanların bu üç sorunda müzakerelerin temel parametrelerini saptayacak bir kararının onaylanmasını amaçlamaktadır.

Bu öneriler;

- Şarap ve alkolü sert içkiler coğrafi işaretleri için çok taraflı bir kayıt sisteminin kurulması,
- Şarap ve alkollü sert içkilerin yararlandığı en yüksek koruma düzeyinin diğer ürünlere de genişletilmesi,
- Berat taleplerinde genetik kaynakların ve geleneksel bilgilerin orijinin bildirilmesi (kaynak deklarasyonu).

DTÖ Temmuz 2008 müzakerelerinde de genel kuruldan bir karar çıkmamıştır. Bu da TRIPs'in 3 konusunun da çalışma programında yer almaya devam edeceğini ifade etmektedir.

Doha süreci müzakerelerini sürdürme arzusu, Aralık 2008

DTÖ, TRIPs anlaşmasının coğrafi işaretlerle ilgili Doha Raund'u ile başlayan ve yılan hikâyesine dönen müzakereler süreci örgütün 2008 toplantısında da mutlu sona ulaşamamıştır.

Genel Direktör Pascal Lamy'nin tavsiyeleri üzerine DTÖ genel kurulu Doha müzakerelerini bütün alanlarda ilerletme konusundaki toplu isteği göz önünde tutarak bir

bakanlar toplantısı çağrısını ileri atmaya karar vermiştir. TRIPs'e bağlı 3 konuyla ilgili olarak 110 lar bu alandaki çalışmaların sürmesini kesinlikle talep etmektedir(www.ip4all.ch).

7. Bakanlar konferansı

DTÖ 7. Bakanlar Konferansı 30 Kasım–2 Aralık 2009 tarihleri arasında Cenevre'de toplanmış, ancak öncekiler gibi hiçbir ilerleme sağlamayarak sona ermiştir. Konferans sonu bir açıklama yapan DTÖ genel direktörü Pascal Lamy üyeler arasında süregelen görüş ayrılıklarına rağmen 153 üyenin Doha zirvesini 2010 yılında başarılı bir biçimde sonuca ulaştırma kararı aldıklarını açıklamıştır.

DTÖ'de sıklıkla söylenen bir prensibe göre “her şey kabul edilene kadar hiçbir şey kabul edilmemiştir”(www.ige.ch/index). Coğrafi işaretlerle ilgili bu yılan hikayesi Doha Bakanlar konferansında alınan kararların tümünün 2010 yılında gerçekleşmesi halinde bu söyleme kesinlik kazandırabilecektir.

2.2.4. Coğrafi İşaretler ve Ticari Markalar arasındaki farklar

Avrupa Birliği'nde Cİ sistemi ile korunan yöresel ürünler, bazı ülkelerde Ticari Markalar, Kalite(Sertifikasyon) İşaretleri ya da Birlik İşaretleri yoluyla korunmaktadır. Cİ'ler ticari markalardan farklıdır. Bir ticari marka, bir girişimcinin mallarını ve hizmetlerini diğer girişimcilerin mal ve hizmetlerinden ayırt etmek için kullandıkları bir işarettir. Sahibine, diğerlerinin bu ticari markayı kullanmalarına engel olma hakkını verir (Kop ve Sautier, 2006, s.24). Diğer taraftan Cİ'ler tüketiciye, ürüne karakteristik özelliğini veren üretim yeri ile ilgili bilgiyi verir. Cİ'leri diğer sınai mülkiyet haklarından ayıran en önemli fark, tek bir üreticiyi değil, belirli şartlara bağlı olarak üretim yapan kişilerin tümünü birden korumasıdır. Ticari markalar coğrafi isimleri içeremez çünkü genel bir prensip olarak bir ticari marka ayırt edici özelliğe sahip olmalıdır. Oysa coğrafi isimler kendiliğinden ayırt edici bir unsur değildir(Tüketiciler tarafından özel bir ürün ve kalite ile ilişkilendirilen Roquefort ve Cognac gibi yer isimleri istisna olarak kabul ediliyor). Bu nedenle coğrafi isimleri ticari marka olarak tescil etmek oldukça problemlidir. Kalite ve Birlik İşaretleri ticari markaların özel bir kategorisidir. Kalite işareti tescilinde, tescil sahibi mal üretmeyen ancak kalite sistemini

özenle hazırlayan bağımsız bir kurumdur. Amerika'da⁴¹ kalite işaretleri sahipleri çoğunlukla eyaletlerdir, bunun yanı sıra üretici birlikleri, Kızıldereli kabileleri gibi birliklerde Birlik İşareti tescili sahibidirler. Ticari markalar, Kalite ve Birlik İşaretleri sistemleri ile ilgili karşılaşılan problemler şunlardır (Reviron vd., 2009, s.23-24):

- Ürünün özellikleri, kamu otoritelerinden herhangi bir katkı olmadan ticari marka sahibi tarafından belirlenir. Amerika'da eyalet seviyesindeki birçok çiftçinin ve üreticinin dahil olduğu kalite işaretleri, menşe ve yüksek kalite itibarı arasındaki bağı güçsüz kılmaktadır.
- Tescilleri oldukça maliyetlidir.
- Kötüye kullanım ve hakkı gasp etmeye karşı koruma özel girişimlere bağlıdır.
- 'Tipinde', 'stilinde' ya da dönüştürülmüş isimler gibi kopyalara, taklitlere karşı koruma bu sistemlerde yoktur.

Tüketicilerin ülkelerinde kullanılan tescil sistemlerine bağlı olarak üreticiler farklı tescil araçlarını birleştirerek de kullanabilmektedir. Örneğin, Avrupa'da Cİ sistemi tarafından korunan Şampanya ve Roquefort peyniri üreticileri Amerika piyasasında yasal korumadan yararlanmak için Birlik Ticari Markası olarak tescil almışlardır(Vandecandelaere vd., 2009, s.154). Küba ise Habanos purosunun ününü ve kalitesini korumak için üç farklı araç kullanmaktadır; Menşe Adlandırması, Ticari Marka ve Kalite İşareti. Türkiye'de Ezine peyniri hem marka tesciline hem de Cİ tesciline sahiptir.

Ürünün ticaretinin yapıldığı ülkeler arasındaki düzenleyici sistemlerin farklılıklarına bağlı olarak üreticiler uygun koruma sistemlerini tercih etmektedir. Ancak bu, hem ithalatçı ülke hem de ihracatçı ülke aktörleri için ek maliyetleri beraberinde getirmektedir. Dünya Ticaret Örgütünde Cİ sisteminin yaygınlaştırılmasına ve korumanın kapsamının genişletilmesine yönelik taleplerin altında yatan nedenlerden biriside budur. DTÖ'ye üye ülkeler arasında gerçekleştirilecek AB benzeri bir sistem ülkeler arasındaki uygulama farklılıklarını azaltacaktır.

⁴¹ Amerika'da Cİ sistemi yoktur, ancak DTÖ bünyesinde yaşanan gelişmeler, ORIGIN'e kayıtlı Amerikalı üreticilerin baskıları ve Amerikalı akademisyenlerin araştırmalarının etkisiyle olacak son bir yıldır literatürde mevcut sistemin yeterli olmadığına dair söylemler başlamıştır. Cİ sistemi yerine kullanılan Birlik Ticari Marka(Collective Trademark) sisteminin bir coğrafi ismi ve ürünü korumak için yeterli yasal yapıya sahip olmaması en önemli eleştirilerden birisidir.

Coğrafi işaretler ve ticari markalar arasında, çeşitli kriterler açısından farklılıklara Tablo 2.6'da açıklık verilmiştir. Tablodan da izleneceği gibi Cİ tesciline sahip ürünün üretimi alansal, yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir anlamda anonim özelliğine sahiptir.

Tablo 2.6. Coğrafi İşaretler ve Ticari Markalar arasındaki farklar

Kriter	Coğrafi İşaretler	Ticari Markalar(Kalite ya da Birlik İşaretleri)*
Tanım	Cİ düzenlemesi ile ilgili genel tanım ülke çapında uygulanır. Örneğin Avrupa'da 510/2006 nolu düzenleme ile Türkiye'de 555 sayılı KHK ile tanımlıdır.	İşarete ilişkin spesifik gereksinimleri ve kullanıcıları tanımlayan düzenleme hak sahibi tarafından oluşturulur. Kalite ya da Birlik İşaretlerinde bu spesifikasyonlar menşe adı ve/veya üretim yöntemi olabilir.
Hak sahibi	Çoğunlukla kamu otoritelerinin güçlü katılımının olduğu özel bir haktır. Tanımlama ya da onaylama devlet tarafından sağlanır ve idaresi genellikle düzenleme konseyindedir.	Temelde firmaların ya da üretici gruplarının sahip olduğu özel bir haktır. Mülkiyeti ve idaresi ticari markalarda bir firmaya, kalite işaretlerinde işareti kendisi kullanmayan bir kuruluşa, Birlik işaretlerinde ise bir imalatçılar ya da üreticiler birliğine aittir.
Amaç	Menşe adı kullanımına ve ilgili özelliklere (şekil, paketleme gibi) yönelik münhasır hakların korunmasıdır.	Bir ürünün coğrafi kökeni içine alabilen kalite niteliğinin sertifikasyon yoluyla korunmasıdır. Genellikle karma bir ticari markadır(Sözel ve çizgisel unsurları içerir). Bir coğrafi menşe üzerine münhasırlık, sadece genel kurallara(kamu mülkü, ayırt edici özellik, tanımlayıcı doğa gibi) bir istisna olarak garanti edilebilir.
Koruma süresi	Prensip olarak, tescil tarihinden itibaren varlığına son veren koşullar oluşuncaya kadar sürer. Genellikle tescili yenilemeye gerek yoktur. Başvurular için kayıt genellikle doğrudan idari ücretlerden muafır.	Koruma markanın tahsisi ile başlar ve periyodik olarak yenilenir (genellikle 10 yıl). Bir ticari marka başvurusu için ücret ödenmek zorundadır ve tescilin her yenilenmesinde ödenir.
Kayıt ve Denetim	Kayıt düzenlemeden sorumlu ulusal kamu otoritesi tarafından gerçekleşir. Tescilde belirtilen uygulama esaslarına uygunluğu bağımsız bir ajan ya da kamu ve özel faaliyetlerin karma bir komisyonu denetler.	Koruma yetkisi özel girişimlerde dir. Markada belirtilen standartlara uygunluğu marka sahibi denetler.
Yönetim	Yürütücü bir konsey ve genellikle arz zincirindeki firmaları temsil eden bir konsorsiyum tarafından tescil yürütülmektedir	Markanın sahibi olan firma, kalite ve birlik işaretinin sahibi imalatçılar ya da üreticiler birliği tarafından yürütülmektedir

Kaynak: Kop ve Sautier, 2006, s.25; Josling, 2006a, s.348; Vandecandelaere vd., 2009, s.153 kaynaklar kullanılarak oluşturulmuştur.

*Kalite ve Birlik İşaretleri arasındaki birçok benzerlikten dolayı ayrı ayrı değerlendirilmemiş Ticari Markalar altında farklılıklar açıklanmıştır.

2.3 Türkiye’de Cİ’e Yönelik Yasal Düzenlemeler

Türkiye, 12 Mayıs 1976’dan bu yana Dünya Fikri Mülkiyet Organizasyonu’nun (WIPO) üyesidir. Diğer taraftan 10 Ocak 1925 tarihinden itibaren Sınai Hakların Korunması için Paris Sözleşmesi’nin imzacı ülkesi ve Madrid Protokolünün 1 Ocak 1999 tarihinde Markaların Uluslararası Kaydıyla İlgili Protokolünü imzalamıştır. Türkiye, Sahte Menşe İşaretlerinin Mahkûm Edilmesi hakkında Madrid Anlaşmasını 21 Ağustos 1930 tarihinde imzalamıştır. Coğrafi işaretlere ilişkin dolaylı koruma 1995 senesine kadar Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet Hükümleri” ve 551 sayılı Markalar Hukuku çerçevesinde düzenlenmiştir. Markalar Kanunu Cİ’lere tescil yoluyla koruma sağlamamakta, sadece menşe adının marka olarak kullanımının önüne geçmekteydi. 24.06.1995 tarihinde “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” yürürlüğe girmiştir. Bu kararnamenin hazırlanmasında AB 2081/92 sayılı Konsey Tüzüğü örnek alınmış olup Tüzük ile büyük ölçüde uyum sağlanmıştır. 26 Mart 2005 tarihinde DTÖ üyesi olan Türkiye TRIPs’in getirdiği yükümlülükleri de yerine getirmek zorundadır. AB ile Türkiye arasında Cİ’lere özel herhangi bir ikili anlaşma bulunmamaktadır.

555 sayılı KHK: Türkiye’de, Bakanlar Kurulu’nca 24.06.1995 tarihinde kararlaştırılan ve 27.06.1995 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname(555 sayılı KHK)”(EK 6) ve KHK’nin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik(EK 7) ile Coğrafi İşaretler, tescil yoluyla koruma altına alınmıştır. Türkiye’de koruma kapsamına alınan ürünler sanayi, maden, el sanatları, tarım ürünleri ve doğal ürünlerdir (KHK, 1 inci madde)⁴².

Coğrafi İşaret tescilinin sağladığı korumadan yararlanabilecek kişiler, söz konusu Kararnamenin 2 nci maddesinde şu şekilde listelenmiştir;

- TC vatandaşları,
- TC sınırları içinde ikametgahı olan gerçek ve tüzel kişiler,
- TC sınırları içinde sınai ve ticari faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişiler,
- Paris Sözleşmesi veya DTÖ’nü kuran Anlaşma hükümleri dahilinde başvuru hakkına sahip kişiler,

⁴² 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname EK 6’da yer almaktadır.

- Yukarıda sayılanlar arasında yer almamakla birlikte TC uyuğundaki kişilere kanunen veya fiilen Cİ koruması sağlayan devletlerin uyuğundaki gerçek veya tüzel kişiler de karşılıklılık ilkesi uyarınca Türkiye’de Cİ korumasından yararlanır.

Coğrafi İşaret tescilinin sahibi olabilecek kişilere ise Kararnamenin 7 inci maddesinde yer verilmiştir. Buna göre;

- Söz konusu ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler,
- Tüketici dernekleri,
- Konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları, tescil başvurusunda bulunabilecek ve sahibi olabilecek kişilerdir.

Söz konusu Kararnamenin 6. maddesi, Cİ’lerin korunması ile ilgili hükümleri uygulamak ve yürütmekle ilgili olarak Türk Patent Enstitüsü’nü görevlendirmiştir. Türkiye’de tescil edilen Cİ’ler sadece Türkiye sınırları içinde geçerlidir. “Paris Sözleşmesi”⁴³ ve “Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması”⁴⁴ göz önünde bulundurularak, himayesi istenilen her ülke için ayrı müracaatta bulunulması gereklidir.

555 sayılı KHK’ye göre Coğrafi İşaretler, *“belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işarettir”* (3üncü madde). Bu tanım hemen hemen TRIPs anlaşmasında ki tanımla aynıdır. Kararname, AB düzenlemelerine uygun olarak coğrafi işaretleri, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayırmıştır. Ancak Kararnamede ‘Geleneksel Özellik Garantisi’ne yönelik bir hüküm bulunmamaktadır.

2.3.1. Menşe Adı

555 sayılı KHK’deki menşe adı tanımı, Avrupa Komisyonununun 2081/92 sayılı tüzüğünde yer alan Menşe Adı (Denomination of Origin) tanımlamasıyla birebir aynıdır. Cİ’ler tanımının yapıldığı 3 üncü maddenin devamında yer alan Menşe Adı tanımı şu şekildedir;

⁴³ "Paris Sözleşmesi", Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası bir İttihat İhdas Edilmesine Dair 20 Mart 1883 tarihli uluslararası Sözleşmedir.

⁴⁴ Dünya Ticaret Örgütü’nün Kuruluşuna Dair 15 Nisan 1994 tarihli uluslararası anlaşmadır.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda "menşe adını" belirtir.

a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması;

b) Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması.

c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Tanımın devamında belirtilen koşulları karşılayan ve *“belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adlar da menşe adları olarak kullanılabilir.”* ibaresi yer almakta, bu da bir yer ismi olmamakla birlikte geleneksel olarak kullanılan ürün isimlerinin de menşe ad uygulamasından yararlanabilmesini sağlamıştır. Bu tür ürünlere örnek olarak Çerkez peyniri, Hellim peyniri verilebilir. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri belirli bir coğrafi yerin doğa ve beşeri unsurlarından kaynaklanan özellikler taşır ve bu ürünler bu nitelikleri ile ün kazanmışlardır. Menşe adını taşıyacak ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Çünkü ürün, özgün niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir.

2.3.2. Mahreç İşareti

Coğrafi İşaretlerle ilgili KHK’de mahreç işareti şu şekilde tanımlanmakta olup bu tanımda AB ilgili mevzuatındaki tanımla birebir aynıdır;

“Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların karşılanması durumunda "mahreç işareti" göstergesini belirtir”.

a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması;

b) Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması;

c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Bu tür ürünlere örnek olarak Trabzon ekmeği verilebilir. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri belirli bir coğrafi yere ait doğal hammadde ya da beşeri unsurlara dayalı işlemlerden kaynaklanan özellikler taşır. Mahreç işaretini taşıyacak ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında da üretilebilirler. Ancak bu üretimde ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve/ya da üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve ürünün kalitesinin aynı olması şarttır.

Türkiye, kültürü, tarihi özellikleri, coğrafi ve doğal kaynaklarının zenginliği, beşeri faktörlerinin katkısı ile yöresel üne kavuşmuş pek çok ürüne sahiptir. Türkiye’de 25 Ağustos 2010 tarihi itibariyle 136 tescilli ürün bulunmakta olup, bunlardan 89’u tarım ve gıda ürünleri, 47’si halı, kilim, canlı hayvan, doğal kaynaklar ve el sanatları ürünleridir (Türkiye Cİ Listesi).⁴⁵ Cİ tescili alan bu ürünlerin 60’ı Menşe Adı tesciline sahipken, 76’sı Mahreç İşareti tesciline sahiptir.

Türk Patent Enstitüsü verilerine göre yayınlanmış coğrafi işaretlerin yıllar arası dağılımı oldukça dengesiz bir görünüm sergilemektedir. Nitekim günümüze dek en çok tescilin verildiği ve bir tescil furçasının yaşandığı yıl olan 1996’da 24 ürün tescil almıştır. Bunu takip eden dört yılda verilen tescil sayısı ise sadece 6’dır. Bu durum yeni bir uygulamanın heyecanıyla tescillerin başlangıçta çok kolay verildiği izlenimini yaratmaktadır. Ayrıca benzer ürünlerin (*Mustafa Kemal Paşa Tatlısı*, *Mustafa Kemal Paşa Peynir Tatlısı*, *Kemal Paşa Tatlısı*) farklı isimlerle tescil aldığı⁴⁶, verilen bazı tescillerin de daha sonra mahkeme kararıyla sicilden terkin edildiği görülmektedir⁴⁷.

Yayımlanmış Cİ’lerin sayısı 2002-2009 yılları arasında 5 ile 19 arasında değişmekte olup, 2007 yılından itibaren istikrarlı bir gelişme söz konusudur. Yılda ortalama 9 işaretin verildiği 1996-2009 yılları arasında tescil alan ürün sayısı 136 olup (25 Ağustos 2010) bunun 89’u

⁴⁵ Türkiye’de Cİ tescili alan bütün ürünlerin listesine Ek 8’de yer verilmiştir.

⁴⁶ Türk Patent Enstitüsü yetkilileri aynı ürünün birkaç isimle tanındığı durumlara mevcut düzenlemede yer verilmemesi yüzünden uygulamada böyle bir problemin ortaya çıktığını, bu yüzden ileride ayrıntılarına değinileceği Cİ’lerle ilgili yeni yasa tasarısında, tüketiciler nezdinde farklı isimlerle tanınan ürünlerin aynı tescil altında bulundurulabilmesine yönelik hükme yer verildiğini belirtmişlerdir.

⁴⁷ Tescil sahibi Askeri veteriner Okulu ve Eğitim merkezi Komutanlığı olan *Kangal Türk çoban Köpeği* ve Sivas Kangal Kaymakamlığı’na ait olan *Kangal Çoban Köpeği* menşe adı tescilleri terkin edilmiştir.

tarımsal ve gıda, 47'si ise diğer ürünlerdir (EK 8). Cİ tescilli alan bu ürünlerin 60'ı menşe adı 76'sı ise mahreç işareti tesciline sahiptir.

Türkiye'de tescil alan ürünler incelendiğinde tarım ve gıda ürünleri dışında, el halıları (21 adet), kilimler (5 adet), kumaşlar (2 adet), doğal kaynaklarımızdan taş ve madenler (2 adet), canlı hayvanlar (7 adet) ve el sanatları (9 adet) gibi ürünlerinde Coğrafi İşaret tescili aldığını görüyoruz (EK 9). Bunlar 11'i Menşe Adı (PDO) ve 36'sı Mahreç İşareti Koruması (PGI) olmak üzere toplam 47 üründür.

Avrupa Birliği Cİ ürün gruplandırması temel alınarak hazırlanan Tablo 2.7'de tarım ve gıda dışı ürünlere yer verilmemiştir. Daha önce belirtildiği gibi Avrupa Birliği Cİ'lerle ilgili düzenlemesinde koruma kapsamına alınan ürünleri tarım ve gıda ürünleri ile sınırlandırmış, Türkiye düzenlemesinde ise her türlü ürün koruma kapsamı içine alınmıştır.

Tablo 2.7. Türkiye'de Cİ Tescilli alan Tarım ve Gıda Ürünlerinin Dağılımı*		
Temel ürün grupları	Tescilli ürün sayısı(2008)	Tescilli ürün sayısı(2010)
Meyve, Sebze ve Tahıllar	22	33
Peynir	3	5
Zeytin ve Zeytinyağları	4	4
Et türevleri	4	4
Unlu Mamüller, Tatlılar ve Diğer Gıdalar	12	15
Hayvansal kaynaklı diğer ürünler	2	3
Yöresel Yemekler	5	21
Alkollü İçecekler	1	4
Toplam	53	89

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü veri tabanından yararlanılarak oluşturulmuştur(25.08.2010)

* Temel ürün grupları AB gruplandırma sistemi göz önünde bulundurularak geliştirilmiştir.

KHK'nin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren geçen 15 yıl içinde tescil alan tarım ve gıda ürünü sayısı 89'a ulaşmakta olup son üç yıldaki artış oranı %68 dir. Bu grubu oluşturan ürünleri kısaca incelersek(Tescilli ürünlerin ayrıntılı bilgileri EK 10'da bulunabilir):

Taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar: Grubun en önemli kalemi olup tescil almış 33 ürünle toplamın %37'sini oluşturmaktadır. İçinde Malatya kayısı, Antep fıstığı, Giresun'un tombul fıstığı, Ege Sultani üzümü ve Ege inciri gibi önemli ürünlerin bulunduğu bu grup yarattığı istihdam ve ihracat gelirleri ile ekonomik değer bakımından Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir.

Peynir: Türkiye peynir çeşitleri bakımından zengin bir ülke olup çok geniş bir geleneksel ve yöresel peynirler yelpazesine sahip olmasına rağmen halen Cİ koruması altında sadece 5 peynir bulunmaktadır. Bunlardan birisi Kıbrıs adası kökenli Hellim/Halloumi peyniridir. Diğer dört peynirimiz Erzincan tulum peyniri, Ezine peyniri, Edirne peyniri ve Erzurum Civil peyniridir. Bunlardan ilk ikisi menşe, diğer ikisi ise mahreç işaretlidir.

Zeytin ve Zeytinyağları: Bir Akdeniz ülkesi olmasına rağmen Türkiye peynirde olduğu gibi zeytin ve zeytinyağlarında da yeterli miktarda Cİ'e sahip değildir. Alınan dört tescilin birisi zeytin diğer üçü de zeytinyağı içindir. Bunlar Gemlik zeytini, Edremit körfez bölgesi zeytinyağları, Güney Ege zeytinyağları ve Ayvalık zeytinyağı olup hepsi de menşe işaretlidir. Zeytin üretim potansiyeli çok yüksek olan ülkemizde önümüzdeki yıllarda alınacak tescillerin artması beklenebilir.

Et bazlı ürünler: Bu grupta da alınmış tescil sayısı dört olup geleneksel ürünlerimizden pastırma ve sucuk ile ilgilidir. Bu ürünler Kayseri sucuğu ve Kayseri pastırması ile Afyon sucuğu ve Afyon pastırmasıdır. Kayseri'ye ait ilk iki ürün menşe adı koruması kapsamına alınırken Afyon sucuk ve pastırmasına mahreç işareti verilmiştir.

Fırın pasta, şekerleme ürünleri: Sahip olduğu 15 tescille tarım ve gıda ürünleri toplam Cİ sayısının %17'sini oluşturan bu grup çok çeşitli bir ürün yelpazesinden oluşmaktadır. Nitekim Antep baklavasından, Antakya künefesine, Bozdağ kestane şekerinden İzmit pişmaniyesine, Mersin cezeryesinden, Gümüşhane kömesine kadar Anadolu'muzun değişik yörelerinden pek çok tat burada yer almaktadır. Ürünlerden İzmit pişmaniyesi, Maraş dondurması, Antakya künefesi ve Karnavas dut pekmezi menşe adı korumasından yararlanırken diğer 11 ürün Mahreç işaretlidir. Bu grupta yer alan Antep baklavasına tescil alabilmek için 10 Temmuz 2009 tarihinde AB'ne başvurulmuştur. Böylece Antep baklavası AB'den Cİ alacak ilk Türk ürünü olacaktır.

Hayvansal kaynaklı diğer ürünler: Bu grupta Menşe adı koruması almış ikisi bal diğeri kaymak olmak üzere üç ürün bulunmaktadır. Bunlar Pervari ve Zara balları ile Afyon kaymağıdır.

Yöresel Yemekler: Taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllardan sonra en çok tescil almış olan bu grup, 21 ürünle tarım ve gıda ürünleri toplam tescil sayısının %23,5'ini oluşturmakta, ürün grupları içinde en hızlı gelişeni olarak görünmektedir. Nitekim 2008-2010 yılları arasında sayısı dört katından fazla artan yöresel yemekler bu gelişme eğilimi ile en çok işaret

alan ürün grubu olabilecektir. AB uygulamasında ‘Geleneksel Özellikli Ürün Adı Koruması’ işareti alan bu ürünler Türkiye Mevzuatında Cİ’ler kapsamı içine alınmış olup. Siirt perde pilavı, Adana kebabı, İnegöl köftesi, Kayseri mantısı ve Terme pidesi gibi yöresel yemeklerimizi korumayı amaçlamaktadır.

Alkollü İçecekler: Bu grupta günümüze dek işaret almış sadece dört ürün bulunmaktadır. Hepsinin de Menşe işareti aldığı bu alkollü içkiler sırasıyla; Türk rakısı, Geleneksel Türk gül likörü, Geleneksel Türk kayısı likörü ve Rakıdır. Derin tarihi kökenlerine rağmen Türkiye’de henüz Cİ almış bir şarap bulunmamaktadır.

Ülkemizin sahip olduğu olağanüstü yöresel ürün potansiyeli şüphesiz Cİ uygulamasında yaşanan bu hızlı gelişmenin temel tetikleyicisidir. Geniş tarım toprakları, heterojen coğrafi yapısı ve çok çeşitli mikro-klimadan kaynaklanan zengin biyolojik çeşitliliği ile Türkiye çok sayıda ve kaliteli tarımsal ürün elde edebilmektedir. Diğer taraftan derin tarihi kökenleri ve gelişmiş mutfak kültürü ile otantik üretim yöntemlerinin sentezi olan zengin yerel bilgi ve becerileri de çok sayıda ve kaliteli yöresel ürüne olanak tanımaktadır. Bütün bu nedenlerle tescil sayılarındaki hızlı artışın önümüzdeki yıllarda da süreceği beklenmelidir. Türk Patent Enstitüsü kaynakları da bunu doğrulamaktadır. Nitekim halen başvuru aşamasında olan 126 ürün bulunmakta olup bunların %70’i son iki seneye aittir.

İçinde Bodrum guleti, Ankara keçisi, Buldan bezi, Denizli traverteni, Anzer balı, Vakfıkebir tereyağı, Akhisar köftesi, Sinop mantısı gibi çok çeşitli ve değişik bir ürün yelpazesinin yer aldığı bu listede Parma jambonu (Parma ham) ve İskoç viskisi (Scotch whisky) gibi dış kaynaklı ürünler de bulunmaktadır. Tarım ve gıda ürünlerinin 94 ürünle toplam başvuru sayısının %75’ini oluşturduğu listede taze ve işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar 21, yöresel yemekler 33, peynirler 6, zeytin ve zeytinyağları 4, fırın, pasta ve şekerleme ürünleri ise 12 ürünle yer almaktadır. Başta tarımsal ürünler olmak üzere peynir, zeytin ve zeytinyağlarında başvuru sayısının artması olumlu bir gelişmedir. Başvuruların kaynağına göre dağılımı bir Anadolu mozaïği görünümü taşımasına rağmen 15 ürünle Van birinci sırayı oluşturmakta onu 8 ürünle Beypazarı izlemektedir.

Başvuru aşamasında olan Cİ listesinin incelenmesi iki olgunun saptanmasına yardımcı olmaktadır. Bunlardan ilki başvuruların çok çeşitli ve değişik ürünlerden oluşması, diğeri ise yayımlanmak üzere uzun süredir bekleyen çok sayıda başvurunun bulunmasıdır. İlk durum şüphesiz yasadan kaynaklanmaktadır. Nitekim daha öncede belirtildiği gibi 555 sayılı **KHK**, Cİ kapsamına tüm ürünleri almıştır. Bu, kısıtlı personelle çalışan Türk Patent Enstitüsü için

kuşkusuz önemli bir zorlamadır. Uzun süredir bekleyen(2003, 2004 yıllarından beri) başvuruların bulunması da büyük bir ihtimalle bu zorlamanın sonucudur. Patent Enstitüsü yetkililerine göre ortalama bekleme süresi 1,5 ile 2 yıl arasında değişmektedir.

Tescilli tarım ve gıda ürünlerinin hak sahiplerine bakıldığında (EK 10) ise çoğunluğun ürünün ait olduğu yörenin Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Borsaları, Belediyeler ve Kaymakamlıklar olduğu görülmektedir. Avrupa Birliği'nde ise, tescil başvurusunu yapan ve tescil alanlar çoğunlukla ürünle ilgili üretici birlikleri ve sendikalarıdır. Ayrıca Türkiye Cİ düzenlemesinde tescilin hak sahipliğinin gerçek ve tüzel kişilere de açık olması 6 adet ürünün⁴⁸ tescil hakkının özel şirketlere ait olmasına neden olmuştur(EK 6, KHK Madde 7, (a) fıkrası).

Avrupa Birliği Cİ sistemi ile Türkiye düzenlemesi arasındaki en önemli farklılıklardan biri, tescil sahipliğinin gerçek ve tüzel kişilere de verilebilir olmasıdır. Bu çalışmanın önceki bölümlerinde de vurgulandığı gibi, Avrupa'nın bu konuda çok hassas davrandığı bilinmektedir. Bir ürünü Cİ korumasına almak isteyen aktörün, mutlaka ürünün üretim zincirinde yer alan üreticilerden oluşturulmuş bir grup (birlik anlamında) olması istenmektedir. Ürünün üretiminde bir kişinin kaldığı durumlar gibi, sıra dışı koşullar için bireylerin de başvuruda bulunmasına izin verilmiştir (EC Regulation 2081/92, 5 inci Madde, 1 inci Fıkra). Üretici birliklerinin ve örgütlü eylemin kültürel olarak yaygın olduğu ve desteklendiği Avrupa ülkelerinde tescil başvurularında bu yönde bir sıkıntı yaşanmamış olması normaldir. Ancak bizim gibi örgütlü eylem kültürü yaygınlaşmamış ve kamu desteği görmeyen gelişmekte olan ülkelerde başvuru için böyle bir kısıtı koymak düzenlemenin ulusal kabulünde sorun yaratabilir. Avrupa Komisyonunun grup kısıtının altında, Cİ tescilli alan ürünlerin kırsal kalkınma aracı olarak kullanılabilmesinde ve bu yönde başarı elde edebilmesinde üretim zinciri içerisinde yer alan bütün aktörlerin fikir ve güç birliği içerisinde olması gerekliliği bulunmaktadır. Zincirde yer alan aktörlerden birinin bile ürünün kalitesini bozucu yöndeki eylemi, bütün zinciri etkileyecektir. Nitekim Meksika'da tekila üretiminde yaşanan da bunun göstergesidir⁴⁹.

⁴⁸ Cİ tescil hakkının gerçek ve tüzel kişilere ait olduğu ürünler; Bozdağ kestane şekeri, Anamur muz, Maraş dondurması, Geleneksel Türk gül likörü, Geleneksel Türk kayısı likörü ve Terme pidesidir.

⁴⁹ Tekila üretiminde hammadde olarak kullanılan Agave bitkisi üreticileri, ulusaşırı likör firmalarının tekila endüstrisine girmeleri ile birlikte arz zincirinden dışlanmışlardır. Yerel aktörlerin tekila endüstrisinin kontrolünü kaybetmeleri ile birlikte çevresel bozulma, tekilanın kalitesinde azalma ve geleneksel deneyimlerde yavaş yavaş yokolma belirtileri başlamış ve çiftçilerin nihai ürünün getirilerinden yararlanamamaları üretime yönelik motivasyonlarının düşmesine yol açmıştır. Zincirin temel halkasında yaşanan bu dışlanmışlık endüstrinin hammadde temininde dalgalanmalara yol açmıştır (Bowen ve Zapata, 2009, s.109).

Türkiye’de Cİ tescil sahipliği hakkının gerçek ve tüzel kişilere verilmesinde hata yapıldığını Türk Patent Enstitüsü yetkilileri de kabul etmektedir⁵⁰. Bu hatayı düzeltmek için Meclise sunulan yasa tasarısında değişiklikler yapıldığını belirterek, Enstitüye yapılan bu tür başvuruların tescilin yanlış kullanımına sebebiyet vermemesi için diğer başvurulara nazaran daha hassasiyetle ve daha uzun sürede değerlendirildiğini dile getirmişlerdir.

Kanun Hükmünde Kararname’nin 1995’te çıkarılışından bu yana meydana gelen uluslararası gelişmeler, ve uygulamada yaşanan sorunlar ve 510/2006 sayılı yeni konsey tüzüğüne tam uyum sağlayabilmek amacıyla TPE tarafından Cİ korumasına yönelik yeni bir “Coğrafi İşaretlerin Ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı” hazırlanmış ve parlamentoya sunulmuştur. Bu taslakta 555 sayılı KHK’de bulunmayan “geleneksel özellikli ürün adı” koruması yer almakta, Cİ tanıtımı için de bir amblem oluşturulması ve özel kişilerden tescil alabilme hakkının kaldırılması öngörülmektedir. Söz konusu taslakta başvuru yapanları zorlayan ulusal gazetelerde yapılması zorunlu olan yayınların sadece Resmi Marka Bülteninde yapılması da öngörülmüştür.

2.3.3. Korumadan Yararlanma Koşulları ve Cİ Tesciliyle Sağlanan Haklar

Coğrafi işaret, tescili kişiye özel bir hak değildir. Ürün tescilinde belirtilen koşullarla üretilmek koşuluyla herkes bu ürünü üretebilir. KHK’nin 15 inci maddesi tescil edilen Cİ korumasının kapsamını ve tescilin Cİ’i kullanım hakkına sahip kişilere sağladığı hakları açıklamaktadır.

Coğrafi işaret başvurusu yapma ve bu tescili kullanma hakkına sahip kişiler, üçüncü kişiler tarafından aşağıda sayılanların yapılmasını önleme hakkına sahiptir (KHK, 15 inci madde):

- a) Tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ya da çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı,
- b) Sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı

⁵⁰ Türk Patent Enstitüsü yetkilileri ile 19 Nisan 2007 tarihinde yapılan görüşmede belirtilen yasa tasarısı halen Meclis’ten geçememiştir. Yasa tasarısının içeriği ile ilgili ayrıntılara ilerleyen sayfalarda değinilecektir.

veya korunan adın tercümesinin kullanımı veya ‘stilinde’, ‘tarzında’, ‘tipinde’, ‘türünde’, ‘yöntemiyle’, ‘orada üretildiği biçimde’ veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı

- c) Ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye yer verilmesi,
- d) Ürünün menşei konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanılgı yaratabilecek diğer herhangi bir biçimde sunulması.

Kararnamenin 15 inci maddesinde tescili kullanma hakkı sahiplerine verilen, yukarıda sayılan eylemleri engelleme yetkisi, AB 2081/92 sayılı tüzüğün 13 üncü maddesi birinci fıkrası ile uyumludur.

Cİ tescilinin denetimine yönelik hüküm ise 20 nci maddede yer almaktadır;

“Coğrafi işaret tescil ettiren, söz konusu ürünün üretimi, işlenmesi veya diğer işlemleri ile uğraşan kişilerden oluşan ve yasal kuruluş biçimine bakılmaksızın herhangi bir dernek, birlik veya benzeri örgüt, coğrafi işarete konu olan ürünün üretimi, pazarlanması, tescilli menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, markalanması, ürün üzerinde belirtilmesi, işaretleme veya etiketleme şekillerini ayrıntılı olarak denetlemek üzere yeterli personel, ekipman ve diğer olanaklara sahip olacak ve sözkonusu ürünün üretim durumlarını sürekli kontrol edecektir. Denetim işlemi için konu ile ilgili uzman ve tarafsız kurum veya kuruluşlarla işbirliği yapılabilir.”

Kararname ile ürünü üreten üreticilerden birin bile tescil sahipliğinin tanınması ve tescil sahibinin denetim yapacak komisyonda etkin bir rolünün bulunması, bu hakkın bir tekel hakkıymış gibi algılanmasına yol açmıştır. Bunun, somut örneği de Anamur muzı Cİ’inde yaşanmıştır⁵¹ (Kızıltepe, 2005, s.20). Ülkemizde, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adının denetimini yapabilecek, bu standartlara göre akredite olmuş bir kuruluşun bulunmayışı konuyla ilgili denetim sıkıntısının aşılmasına neden olmaktadır. Kendileriyle yapılan yüzyüze görüşmelerde Patent Enstitüsü yetkilileri, Meclise sunulan yasa tasarısında denetim sıkıntılarının kurtulmak için yeni düzenlemeler getirileceğini belirtmişlerdir. Ancak Mayıs

⁵¹ Ayrıntılar için Türk Patent Enstitüsü Uzmanlarından Hakan KIZILTEPE’nin uzmanlık tezine bakılabilir.

2010'dan itibaren AB'ye yapılacak üçüncü ülke başvurularında zorunlu olan 45011 sayılı AB standardına veya ISO/IEC guide 65'e göre akredite olmuş, tamamıyla bağımsız ve tarafsız kuruluşlarca denetimin gerçekleştirilmesi hükmüne uygun bir kuruluşun olmaması, Türkiye için denetim sorununun süreceğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tescilin denetimine ilişkin ayrıntılara, '555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin Uygulama Şekli'ni Gösterir Yönetmelik'⁵²'in 14 üncü maddesinde yer verilmiş ve "Kullanımın denetimine ilişkin olarak coğrafi işareti tescil ettirenlerin yapacağı/yaptıracağı denetime ait raporlar her 10 yılda bir Enstitü'ye ibraz edilir." hükmüne bağlanmıştır. Meclise sunulan yasa tasarısında bu hükümle ilgili değişiklikler yapılmıştır. Denetimin etkin bir şekilde yapıldığını kabul edebilmek için, ürün piyasasında yer alan işletme sayısının en az sekizde birinin denetime tabi tutulmuş olması öngörülmüştür. Denetim kuruluşunca yapılan denetimlerin raporlanarak, on yılda bir değil, her iki yılda bir Enstitüye ibraz edilmesi şart koşulmuştur. Birçok ürün türü için on yıl gibi uzun bir süre aralığının verilmesi, denetimin gereği gibi yerine getirilememesi durumunda piyasanın kontrolünü kaybetme ihtimalini ortaya çıkarmış ve sürenin azaltılması gerekliliği ortaya çıkmış, bu yüzden iki yıllık sürenin makul bir süre olduğu kanaatine varılmıştır.

Ayrıca yeni yasa tasarısında koruma sisteminin bilinirlik düzeyini artırmak amacıyla, Enstitü tarafından bir amblem oluşturulması da öngörülmüştür. Coğrafi işaretler için amblemin kullanılması yasal bir zorunluluk değildir; bununla birlikte, amblem yoluyla, koruma altına alınan 'coğrafi işaret' ve 'geleneksel özellikli ürün adı' taşıyan ürünlerin belirli niteliklere sahip olduğunun ve bu özelliklerin de denetime tabi tutulduğunun garantisinin tüketicilere sunulması amaçlanmıştır.

Patent Enstitüsü yetkilileri hazırlanan Yasa Tasarısının(EK 11) Meclise 2008 yılında sunulduğunu ancak halen Meclisten onay alamadığı için uygulamada yaşanan sorunların devam ettiğini belirtmişlerdir⁵³.

Türkiye, bir parçası olduğu uluslararası iktisadi sistemin hukuksal çerçevesine uygun yasal düzenlemeleri uzun yıllardan beri bünyesine taşıyan bir ülke olmuştur. Cİ düzenlemesi de yine bu kurumsal geleneğe uygun olarak AB uyum süreci kapsamında ülke gündemine gelmiştir. Ne var ki bir Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile 1995 tarihinde yürürlüğe giren Cİ düzenlemesi, AB müktesebatına uygunluk bakımından, yukarıda da değinildiği gibi kimi

⁵² '555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin Uygulama Şekli'ni Gösterir Yönetmelik' EK 7'de bulunabilir.

⁵³ Bu bilgi Türk Patent Enstitüsü yetkilileri ile 29 Nisan 2010 tarihinde yapılan görüşmeye aittir.

kritik farklılıklara sahiptir. Bu farklılık en özlü şekilde şöyle ifade edilebilir: 1995 tarihli kararname ve ilgili yönetmelik, şekil bakımından AB Cİ düzenlemesine benzemekle birlikte “ruhu” bakımından ABD tezlerini fazlasıyla andırmaktadır. Önceki bölümlerde defalarca vurgulandığı gibi, AB’nin Cİ düzenlemesine ABD, rekabet ilkesine atıfla kategorik olarak karşı çıkmış ve konuyu DTÖ bünyesine taşımıştır. ABD’nin itirazına konu olan en kritik başlık, Cİ kapsamındaki yöresel ürünün fikri mülkiyetinin ancak ve sadece kolektif bir mülkiyet olarak görülebileceği hususudur. Bu konu, Cİ tesciline kimlerin başvurabileceğini ve ürünün fikri mülkiyet hakkını kimlerin sahiplenebileceğini belirleyen temel önemdeki konulardan biridir. Türkiye, ilgili düzenlemede, tüzel kişilerin yanında “gerçek kişilerin” de Cİ tescili için başvurabileceğini hükme bağlamak suretiyle, ABD-AB arasındaki itilafta açıkça ABD tezleri yanında saf tutmuş görünmektedir. “Şekil” bakımından AB, “ruhu” bakımından ABD yaklaşımına sahip bulunan 1995 tarihli Cİ düzenlemesi, aynı zamanda, bir başka ihtilafli konu bakımından AB-ABD bloğundan uzaklaşarak, başını Çin’in çektiği teze uygun bir içerik sergilemektedir. Daha önce vurgulandığı gibi ÇİN, DTÖ bünyesinde Cİ düzenlemesinin kapsamını genişletme mücadelesi vermektedir. ABD’nin “şarap ve alkollü içeceklerle” sınırlandırılmasını istediği Cİ sistemi AB’de tarımsal ürünleri de kapsarken, ÇİN bu kapsamın daha da genişletilmesini talep etmektedir. Türkiye’nin 1995’de yürürlüğe koyduğu Cİ düzenlemesi, fikri mülkiyetin biçimi bakımından özel mülkiyete alan tanırken, kapsamını da tarımsal ürünlerle sınırlandırmamıştır. Yaklaşık iki yıldır TBMM’de görüşülmeyi bekleyen yasa taslağı ise, görünürde çelişkili gibi duran hususları AB tezlerine uygun hale getirmeyi amaçlamaktadır.

....

Cİ sisteminin iktisat disiplini bakımından taşıdığı kuramsal sorun alanlarının ardından bu bölümde konu, kavramsal ve hukuksal çerçevesi bakımından ulusal, bölgesel ve küresel ölçeklerde tarihsel gelişim seyrine uygun olarak irdelenmiştir. Bu aşamada Cİ sistemi çözülmesi artık somut vakalar düzeyine taşınabilir. İzleyen bölüm Cİ sisteminin somuttaki gerçekleştirme biçimini Fransa ve Türkiye’den seçtiği iki peynir türü özelinde irdelemeyi amaçlamaktadır.

3. BÖLÜM

COĞRAFI İŞARETLER SİSTEMİNİN İŞLEYİŞİ: FRANSA VE TÜRKİYE'DEN KARŞILAŞTIRMALI ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI

İktisat disiplini bakımından barındırdığı kuramsal sorun alanları ile düzenleyici çerçeve olarak tarihsel gelişimi önceki bölümlerde irdelenen Cİ sistemi, somutta ne anlama gelmekte ve nasıl işlemektedir? Bu zorlu sorunun yanıtı, Fransa ve Türkiye’de gerçekleştirilen örnek olay incelemesi aracılığıyla bu bölümde ortaya konmaya çalışılacaktır. Örnek olay incelemesinin nesnesi Fransa için Roquefort Türkiye için ise Ezine peynirleri olarak seçilmiştir. Bu seçim, *araçsalcı örnek olay* çalışmasının mantığına uygun olarak yapılmış; ürünlere, bünyelerinde barındırdıkları özellikler bakımından değil, Cİ sisteminin somutta nasıl işlediğini ortaya koymaları bakımından bir anlam atfedilmiştir. Diğer bir ifade ile burada her iki ürün –bir tür- etnografik incelemeye tabi tutulmayacak, sadece Cİ sisteminin işleyişini somutlaştıran vakalar olarak ele alınacak ve irdelenecektir. Cİ sistemin somut tezahürü Fransa ve Türkiye örneğinde *karşılaştırmalı* bir çözümlemenin konusu da olacaktır. Karşılaştırmalı çözümlemenin yöntemsel bakımdan avantajı, ele alınan olgunun *benzerliklerini* ve *farklılıklarını*, dolayısıyla da genel özellikleri ile özgünlüklerini bir arada kavramaya olanak sağlamasıyla ilgilidir. Bu avantajın bir gereği olarak, genellikle, her bir çözümleme teması altında karşılaştırma öğelerinin birlikte ele alınması önerilir. Bu anlamlı yöntem önerisi, ne yazık ki, burada uygulanmayacaktır. Fransa (roquefort peyniri) ve Türkiye (Ezine peyniri) örnekleri, aynı temalarla ayrı ayrı çözümlenecektir. Bu durum, bir yöntemsel tercih değil zorunluluk olarak görülmelidir. Zira Fransa, coğrafi işaretlerin deyim yerindeyse anavatanıdır; köklü kurumları, yerleşmiş gelenekleri mevcuttur. Türkiye ise bu bakımdan henüz yolun oldukça başlarındadır. Dolayısıyla her bir tema altında iki ülkeyi birlikte ele almak, Fransa için “varlar”, Türkiye için ise “yoklar” listesi çıkarmak gibi bir işlemle sonuçlanabilecektir. Çıplak bir gözle dahi ortaya konabilecek böyle bir sonuca ulaşmak için ayrıca çözümleme yapmaya ihtiyaç olmadığı da rahatlıkla ileri sürülebilir.

Fransa ve Türkiye için karşılaştırmalı tematik çözümlemenin ana başlıkları şöyle bir sıra izleyecektir: Öncelikle her bir ülkedeki coğrafi işaret sisteminin kurumsal yapısı ortaya konacaktır. Ardından inceleme nesnesi olan peynir türleri örneğinde, tarihçeleri, üretim süreçleri, koruyucu çerçevenin kurumsal yapısı ve üretimin örgütlenmesi üzerinde

durulacaktır. Bunu koruyucu düzenlemenin fiyat oluşum sürecine etkilerinin ele alındığı bölüm izleyecek ve nihayet tematik inceleme, ilgili ürünün kalkınmaya katkısının sorgulandığı çözümlene ile tamamlanacaktır.

3.1. Fransa’da Coğrafi İşaretlerin Kurumsal Çerçevesi

Fransa’da Roquefort peynirini de kapsayan düzenleyici kurumsal örgütlenme kısa adı INAO olan Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü (Institut National d’Origine et de Qualité)’dür. INAO 1935 yılında şarap ve sert alkollü içkilerin adlarını kayıt altına alarak Fransa içinde ve dışındaki taklitlerinden korumak amacıyla kurulmuş, kısa süre içinde tüm tarım-gıda ürünlerini otoritesi altına almıştır. Uluslararası düzlemde benzerleri arasında en eski ve en gelişmiş kurum olma özelliğine sahip bulunan bu örgütlenme hakkında öncelikle bilgilendirici bir çerçeve çizmek anlamlı olacaktır.

Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü (INAO), Fransa Tarım ve Su Ürünleri Bakanlığı’nın himayesinde bir kamu kuruluşu olarak 5 Ocak 2006 tarihli tarımı yönlendirme yasası ile resmi kalite ve menşei işaretleri ile ilgili Fransız politikalarını uygulamakla görevlendirilmiştir. Bu işaretler şöyle sıralanabilir: Menşe adı (AO-Appellation d’Origine), Coğrafi İşaret Koruması (IGP-Indication Géographique Protégée), Kırmızı Etiket (LR-Label Rouge) ve Biyolojik Tarım (AB-Agriculture Biologique) ve Geleneksel Özellikli Garantisi (STG-Spécialité Traditionnelle Garantie).

Merkezi Paris’te olan Enstitü, sekiz bölgedeki yirmi altı şubesi ile tüm Fransa’ya yayılmış bir örgütlenme ağına sahiptir. Sayıları yaklaşık olarak 250’ye ulaşan Enstitü görevlileri, bilgilendirici ve yol gösterici işlevleri ile üreticilerin resmi kalite ve köken işareti edinme konusundaki girişimlerine yardımcı olmakta, ilgili başvuru Cİ tescili aldıktan sonra da özellikle denetim misyonu çerçevesinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. En genel terimlerle, Enstitü görevlileri, INAO kararlarının alınması ve uygulanmasında yer alan bir iş tanımına sahiptirler.

INAO’nun 2009 yılı bütçesi 20,5 milyon Avro’dur. Gelirlerinin %75’i Bakanlık kaynaklı olup %20’si harçlardan, %5’i de bağcılıkla ilgili Menşe Adı koruması talebinde bulunanlardan sağlanmaktadır.

Enstitünün **Kurumsal Yapısı**'na daha yakından bakıldığında, Fransa'nın toplumsal ve siyasal belleğine de uyumlu olarak, komite ve konsey tipi bir örgütlenme şemasıyla karşılaşmak mümkündür. INAO'nun bir **Daimi Konsey**'i bulunmaktadır. Konsey, ulusal komiteler ile onaylama ve denetim konseyinden gelen 26 üyeden kuruludur. Daimi Konsey, Enstitünün genel politikasını ve bütçe politikasını belirlemekle görevlidir. Daimi Konseyin başkanı, aynı zamanda Enstitü başkanıdır. Enstitü başkanlığı görevi, kurumun ana omurgasını oluşturan ve sayıları son üç yılda dörtten beşe çıkmış olan Ulusal Komite başkanları arasında sırayla dönüşümlü olarak üstlenilmekte, sırası gelen ulusal komite başkanının ataması ise Bakanlar Kurulu tarafından 5 yıllığına yapılmaktadır. Bu üst örgütlenmeyi, sektörel düzlemde uzmanlaşarak ulusal düzeyde örgütlenmiş bulunan ve **Ulusal Komiteler** adı verilen oluşumlar tamamlamaktadır. Ulusal Komiteler, deyim yerindeyse INAO örgütlenmesinin ana omurgası ya da kalbidir; INAO'nun işleyişi ve temel karakteri, bu komitelerin faaliyeti ile belirlenmektedir. Ulusal komiteler resmi kalite ve menşe işaretleri konusunda uzman ve alan tecrübesi olan kişilerle, üretici birlikleri gibi menşei sahibi kuruluş temsilcileri ve ilgili kamu kurumu temsilcilerini bir araya getirmektedir. Ulusal komite ve daimi komisyon üyeleri, kalite ve menşe işaretlerinin oluşturduğu kamu özvarlığının yönetiminde birlikte görev almaktadır. INAO beş ulusal komiteye sahiptir. Bunlar;

- Şarap, brendi ve diğer alkollü içkiler ulusal komitesi
- Süt, gıda ve orman menşe adlandırmaları ulusal komitesi
- Kırmızı etiketler, Coğrafi İşaret Koruması ve Geleneksel Özellik Garantisi ulusal komitesi
- Şarap ve elma şarabı ile ilgili Coğrafi İşaret Korumaları ulusal komitesi
- Biyolojik tarım ulusal komitesi'dir.

Sayıları 35 ila 50 arasında değişen ulusal komite üyeleri arasında üretici birlikleri gibi menşei sahibi kurumlardan gelenler 2/3'lük bir ağırlığa sahipken, vasıf sahibi uzmanlar ile kamu kurumu temsilcileri azınlıktadır. Bununla birlikte, ulusal komite üyeleri de Bakanlar Kurulu kararı ile beş yıllığına atanmaktadır. Üyeler, coğrafi işaret taleplerinin oluşturmasını yapan ve Enstitünün desteği ile komitelerin çalışmalarını hazırlayan İnceleme Komisyonlarına katılırlar. Ulusal komiteler gerçek tartışmacı meclisler olup temel misyonları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Ürün işaretinin tanınmasını önermek,

- Şartnamenin içeriğini ve işaretin tanımlamaya uygunluğunu, kontrol edilecek ana noktaların ve değerlendirme metotlarının belirlenmesini incelemek,
- İşaret altındaki ürünlerin özelliklerinin ve kalitesinin iyileştirilmesini teşvik edecek tüm önlemleri araştırmak ve önermek
- Bir işaretin tanınmasını sağlamak için yerine getirilmesi gereken konularla ilgili ilkeleri belirlemek.

Komiteler, ayrıca, ürünlerin kalite ve üretimlerinin iyileştirilmesine yönelik önlemler ile Cİ'in uluslararası müzakerelerde savunulması konusunda da danışmanlık yapmaktadırlar.

Köklü bir geçmişe sahip olan bağıcılık sektöründe, şarap ve sert alkollü içecekler ulusal komitesi, INAO'nun bölgesel komiteleri adı verilen ve kendileri ile ilgili dosyalarda görüş bildiren 12 bölgesel şubeden oluşmaktadır.

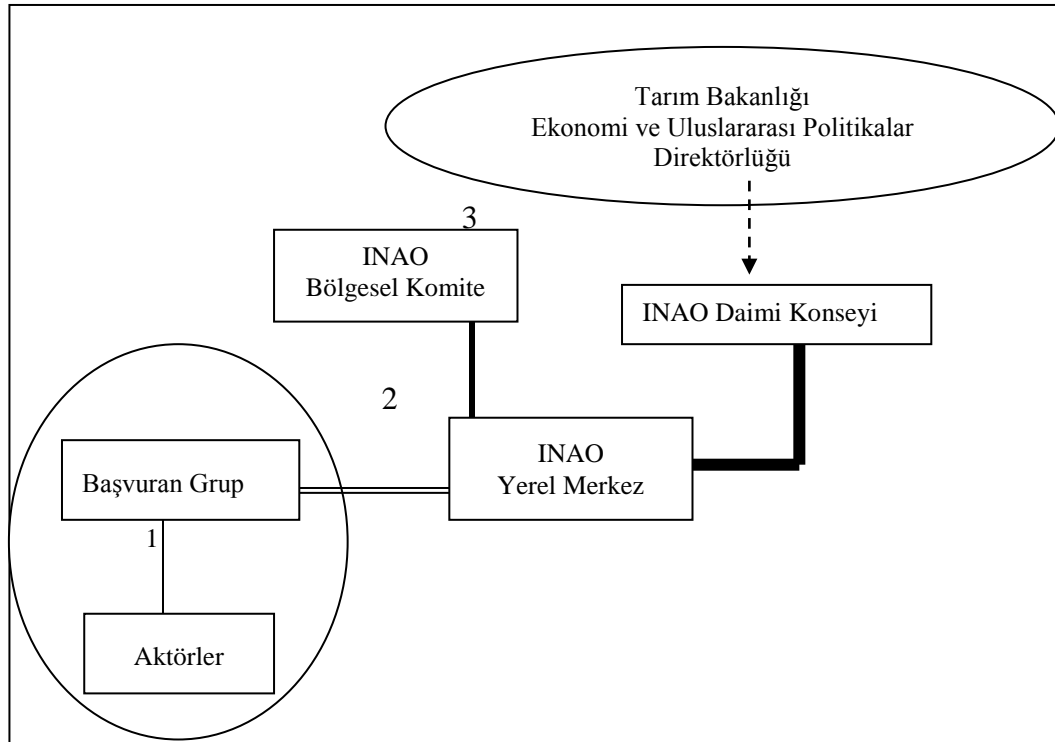
Ulusal düzeydeki her beş komite ile ilgili alanın sahası arasındaki bağlantıyı ise **İnceleme Komisyonları** adı verilen örgütlenmeler kurmaktadır. Her ulusal komitenin bir tahkik komisyonu vardır. İnceleme komisyonu, ilgili olduğu bölgede herhangi bir özel çıkarı bulunmayan komite üyesi profesyonellerden oluşur. Müfettişler, kuruma yapılmış olan başvuruların ayrıntılı incelemesini gerçekleştirerek, kendilerini atama yetkisine sahip bulunan ilgili ulusal komiteye bir rapor hazırlamakla görevlidir. İnceleme komisyon üyeleri, başta Cİ tescil sahipleri olmak üzere üretimin bütün aktörleriyle sahada temas halindedirler. Ürünü, ürünün coğrafi alanını, üretim zinciri ve koşullarını ekonomik, yasal, sosyolojik ve teknik çevre açısından incelerler. Gerekli hallerde bilimsel ekspertiz için kurum dışından talepte de bulunabilirler. İnceleme komisyonu, Cİ tecili almak maksadıyla birlikler tarafından verilen talep dosyalarını, tüm unsurları itibarıyla araştırır ve uzman raporunu ilgili ulusal komiteye sunar. Ulusal Komite, İnceleme Komisyonunun sonuçları karşısında, ürünün kontrollü menşe adlandırması tanımına uygun olduğuna karar verebilir ve İnceleme Komisyonundan ilgili birlik ile çalışmalarını sürdürmesini ya da dosyayı reddetmesini isteyebilir. Cİ tescil başvurusunun onanması işlemi ise **Onama ve Denetim Konseyi** adlı örgütlenme tarafından gerçekleştirilir. Onama ve Denetim Konseyi, kontrol kuruluşları temsilcileri, ulusal komite üyeleri arasından seçilmiş temsilciler, devlet temsilcileri ve tüketici örgüt temsilcilerinden oluşur.

İşaretlerin denetimi konusundaki yetkinin bir bölümü onama ve denetimler konseyine bırakılmıştır. Konsey bu yetkisini kalite ve köken işaretlerinin tanınmasını inceleyen ulusal komitelerin tümüyle ortaklaşa kullanır. Onama ve Denetim Konseyi;

- Kontrol kuruluşlarının onaylanması konusunda fikir bildirmek
- Önerilen denetim planlarını onaylamak
- Önerilen teftiş planlarını onaylamak
- Denetimlerin işleyişini iyileştirmeye ve uyumlaştırmaya yönelik prensipleri yerleştirmek,
- Menşe adlandırmaları için öngörülmuş inceleme ile görevli komisyonun oluşturulma ve işleyiş yöntemlerini belirlemekle görevlidir.

Tarım ve Ekonomi Bakanı, onama ve denetleme konseyinin verdiği onama kararlarını ve hazırladığı planların kabulünü veto etme hakkına sahiptir. Fransa’da bir ürünün Menşe Adı Koruması’na alınabilmesi için gereken yönetsel süreç Şekil 3.1’de verilmiştir.

Şekil 3.1. Fransa PDO yönetim sistemi



Kaynak: Barjolle ve Sylvander, 2000, s.18.

Menşe Adı tescil yönetimi (Şekil 3.1), öncelikle başvuruda bulunacak aktörlerin (ürünün üretiminde yer alan aktörler) bir birlik oluşturması ile başlar (Şekil 3.1’de yol 1). Çalışmanın önceki bölümlerinde de vurgulandığı gibi, ürün menşei sahipliğinin kolektif

karakteri nedeniyle Fransa’da özel girişimcilerin menşe tescil başvurusu bulunmaları söz konusu değildir ve belli bir hukuki biçim altında birlik oluşturulması zorunludur. Bu birlik, prosedür gereği, ürünün menşe bölgesinde bulunan INAO’nun yerel merkezine tescil başvurusunda bulunur (Şekil 3.1, yol 2). Yerel merkez de dosya üzerinde ön inceleme yaparak başvuruyu Daimi Konsey bünyesindeki ilgili Ulusal Komiteye iletir (Şekil 3.1, yol 4); burada tek istisna şarap ve sert alkollü içeceklerle ilgilidir (Şekil 3.1, yol 3); sadece bu alanda var olan Bölgesel Komitelere başvuru iletilir. Her bir Ulusal Komiteye bağlı olan Tahkik Komisyonu ürün başvurusunu inceleme sürecine alır. Tahkik Komisyonu başvuru talebinin kabul edilebilirliğini bildiren ve üretim koşullarını belirleyen bir rapor hazırlar. Ulusal Komite Tahkik Komitesinin raporuna göre başvuruyu onaylar, erteler ya da reddeder. Başvurunun Cİ tescili onamasını ise Onama ve Denetim Konseyi gerçekleştirir. Onaylanan Cİ başvuru dosyasına, INAO tarafından resmi beyan formatı şekli verilir. Bu beyan Fransa Resmi Gazetesinde ilan edilir.

Tescil Yönetimi; INAO’dan Cİ almış her ürünü ‘Koruma ve Yönetim (Organisme de Défense et de Gestion)’le sorumlu bir kurum bulunmaktadır. Bu, ürün için Cİ talebinde bulunan kurum olup temel misyonu, üretim zincirinin rasyonel çalışmasına ve ürünün korunmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktır. Bu çerçevede üreticilerin menşe adı kurallarına uygun üretim yapmalarını sağlamak, ürünle ilgili inceleme ve araştırmalar yapmak, üreticilere teknik hizmet sunmak, menşe adının sahte ve hileli kullanımını takip etmek ve menşe adı tanıtım ve reklamını yapmak temel görevleridir. Başta sendikalar ve üretici birlikleri olmak üzere dernek, komite, konsorsiyum, federasyon ve üretici örgütlerinden oluşan ve Fransa’da Cİ uygulamasının başarısında önemli rol oynayan ‘Koruma ve Yönetim Kuruluşları (KYK)’nın günümüzdeki sayıları 495’e ulaşmaktadır. Bunlardan 105’i IGP’li, 263’ü de AOC’li ürünleri yönetmekte olup 193 KYK’da şaraplarla ilgili çalışmaktadır. Her kuruluş genellikle bir ürünün korunması ve yönetiminden sorumlu olmakla birlikte birden çok üründen sorumlu olan KYK’da vardır. Örneğin, Şampanya Üreticileri Genel Sendikası (Syndicat Général des Vignerons de la Champagne) 10 değişik şampanyanın korunması ve yönetiminden sorumlu iken ‘Bordeaux ve Bordeaux Supérieur Köken Kontrollü Adlandırma Şarapçılık Sendikası’ (Syndicat viticole des appellations d’origine contrôlée Bordeaux et Bordeaux Supérieur), 13 Bordeaux şarabını yönetmektedir.

KYK’nın diğer ürünler arasındaki dağılımında ilk sırayı peynirler almaktadır. Nitekim AOP’li peynirlerdeki KYK sayısı 41 olup bunlardan en önemlisi ‘Rokfor Koyun Sütü Üreticileri ve Sanayicileri Genel Konfederasyonu’dur (Confédération Générale des

Producteurs de lait de brebis et des Industriels de Roquefort). AOP'li meyve ve sebzelerdeki sayısı ise 13'e yükselen KYK, Ardeche kestanesinden Grenoble cevizine, Nice zeytininden Cevennes tatlı soğanına kadar 13 ürünün koruma ve yönetimini sağlamaktadır. IGP'li ürünlerdeki KYK, daha çok taze et (47 adet) ile meyve ve sebzelerde (26 adet) yoğunlaşmıştır. Bunları et bazlı ürünler ile (9), fırıncılık ürünleri (4) izlemektedir.

Denetim; Cİ koruması altındaki ürünlerin Ürün Şartnamesindeki (Cahier de charges) kurallara uyularak üretilmesi, sistemin başarı ve devamlılığının ön koşuludur. Bu nedenle Fransa'da çok sıkı bir denetim ağı oluşturulmuştur. Denetim Kurumları (DK) (Organismes de Controle) adını taşıyan bu kuruluşlar, Fransa Akreditasyon Komitesi'nce(COFRAC) akredite olmuş ulusal ve AB düzeyinde yetkinlik, güvenilirlik ve bağımsızlıkları bakımından tanınan özel sertifikasyon kuruluşlarıdır. Coğrafi işaretli ürünleri denetleyen bu kuruluşların kendileri de periyodik olarak COFRAC uzmanlarınca denetlenmektedir.

Halen Fransa'da Cİ korumalı bütün ürünleri denetleyen 36 adet DK bulunmaktadır. Her kurumun sorumlu olduğu ürün ve Cİ grubu değişmektedir. Sözgelimi QUALISUD isimli denetim kuruluşu 45 Kırmızı Etiketli (Label Rouge), 38 IGP'li ve 40 AOP'li ürünü denetlerken bu sayı CERTIPAQ isimli kuruluşta 142'ye yükselmektedir. Bu kurumlar INAO adına ve onun aracılığı ile kalite işareti taşıyan ürünlerin KYK'ları ile sözleşme yapmakta ve etkin denetimleriyle kalitede sürekliliği sağlamaktadırlar. Denetim Kurumlarından 26'sı şaraplar dahil 528 AOP'li ürünü, 11'i ise 251 IGP'li ürünü denetlemektedir. Menşe adı koruması almış 43 peynirin denetimi de 9 DK tarafından gerçekleştirilmektedir.

3.1.1. Fransa'da Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü'nün tarihsel arka planı

Fransa tarihi, ürünleri üretim ya da hasat yerleri ile tanımlama uygulamasının çok eskiye dayandığını göstermektedir. Ancak bugünkü modern örgütlenmenin 19. yüzyılda filizlendiği ileri sürülebilir. 19. yüzyılın son çeyreği içinde bir yandan iç ve dış ticaretin giderek yoğunlaşmış olmasının yarattığı basınç, diğer yandan da özellikle 1870 yılında Floksera hastalığı ile üzüm bağlarının hemen tamamının yok olması, siyasal iktidarları köklü müdahalelerde bulunmaya itmiştir. Bu yöndeki arayışlar ilk ciddi kurumsal şekillenişini 20. yüzyılın başlarında vermiş ve 1 Ağustos 1905 tarihli bir yasa ile menşe adlandırmasından yararlanabilecek bölgelerin sınırlarını belirleme görevi, mülki idare teşkilatına verilmiştir. Ne

var ki, bu yetkilendirme bağcılık krizine hiçbir köklü çözüm getirmediği gibi, üzüm ve şarap üreticileri ile mülki idarenin ilişkisini de çatışmalı bir karaktere büründürmüştür. Kalite konusunda şartnamenin olmayışı ve mülki idarecilerin politik baskılara direnebilecek hiçbir vasıtalarının bulunmayışı nedeni ile 1911-1913 tarihlerinde şarap üreticileri idarenin kararlarına karşı isyan etmişlerdir. İşte ancak bu isyanla birlikte, şarap ve sert alkollü içeceklerde ulusal aidiyetin vazgeçilmez bir parçası olan menşe adlandırmasının toplumsal niteliği dikkate alınmaya başlanmıştır.

Mülki idare teşkilatı, üstlendiği görevi sürdürmede yetersiz kalınca, bu başarısızlıktan gerekli dersi çıkararak siyasi otorite, 6 Mayıs 1919 tarihli bir yasa ile bu kez menşe adlandırma bölgelerinin sınırlarını çizme ve kullanımını belirleme görevini mahkemelere devretmiştir. Ancak bu girişim de başarısızlıkla sonuçlanmış, kısa bir zaman dilimi içinde neredeyse tüm Fransa bağcıları mahkemelik olmuştur. Bu yığılmalar neticesinde işlemlerin tamamlanması uzun süreler almaya başlamış, yargı süreci tıkanmış ve adli kararların alınamaması nedeniyle de belirsizlikler ve itilaflar daha da artmıştır. Mahkemeler, konuya ilişkin kararlarını uzman raporlarına dayandırdıkları için, çoğu durumda birbiriyle çelişen hatalı kararlar vermek durumunda kalmış, söz konusu olan mahkeme kararı olduğu için de hataların düzeltilmesi yolu büyük ölçüde kapalı hale gelmiştir. Burada sözü edilen ve ilk planda yürütmenin idari örgütlenmesi yoluyla ardından da yargının devreye sokulmasıyla çözüme kavuşturulmaya çalışılan sorun için nihayet 1935 tarihinde, günümüzdeki kurumsallaşmanın ilk somut adımı mahiyetinde bir yasa gündeme getirilmiştir. Şarap sektörünün karşı karşıya olduğu ağır kriz ortamının Senatör J. Capus ve arkadaşları tarafından 30 Temmuz 1935 tarihinde sunulan yasanın gerek hazırlanışı ve gerekse de kabulü ve uygulamaya konuşunda etkili olduğu söylenebilir.

Yasa; şarap ve sert alkollü içkiler ulusal komitesinin kuruluşu düzenlerken, o döneme kadar denenen idari ve adli boyuta, mesleki temsil boyutu da ilave etmiştir. Yasa ile getirilen “Kontrollü Menşe Adlandırma” (L’Appellation d’Origine Contrôlée-AOC) düzenlemesi, menşe işareti korumasından farklıdır; yeni düzenlemeden yararlanan ürünler, doğal ve beşeri faktörlerden miras alınmış özel niteliklere sahip olmak gibi ayırt edici bir özelliğe sahiptir. Bu yasa ile kontrollü menşe adlandırmalarının tanınması ve yönetimi bir kamu kuruluşu olan ve 1936 tarihinde kurulan INAO’ya verilmiştir.

AOC uygulamasının 1935’ten beri göstermiş olduğu ekonomik başarı karşısında kanun koyucu, INAO’nun yetkilerini, tüm tarımsal ürünlerle brüt ya da işlenmiş gıda ürünlerine de genişletmeye yönlendirmiştir. Kapsamı genişletmeye dönük 1990 tarihinde atılan adımın,

Avrupa Topluluğu'nda kırsal bölgelerin geleceği ve gelişmesi ile ürünlerin değerlendirilmesi üzerinde yoğun tartışmaların yaşandığı bir döneme rastlaması da oldukça önemlidir. 2 Haziran 1990 tarihinde çıkarılan yasa ile iki ulusal komitenin daha kurulması yoluna gidilmiştir. Bunlar; süt ürünleri ve gıda ürünleri ulusal komiteleridir. Fransa'da düzenleyici sisteminin bu gelişimini bütünleyen adımlar 1990'ların başlarında AB bünyesinde de atılmaya başlamıştır. Nitekim 14 Temmuz 1992'de 2081/92 sayılı AB Tüzüğü, CI'in korunmasına yönelik bir sistemi yaşama geçirmiştir. Burada iki kavram söz konusudur: Menşe Adı Koruması (AOP-Appellation d'Origine Protégée) ve Coğrafi İşaret Koruması (Indication Géographique Protégée).

3 Ocak 1994 tarihinde Fransa'da çıkartılan bir yasa ile AB bünyesindeki yasal düzenlemeyle uyumu sağlamaya dönük ilkeler kabul edilmiştir. Bu ilkelere göre AOC uygulaması AOP'ye dönüşecek ve Kırmızı Etiket ve Uygunluk Sertifikasına sahip olan ürünler, AB korumasından IGP çerçevesinde yararlanacaklardır. INAO karma komisyon aracılığı ile IGP altındaki CI'li ürünlerin korunması ile görevlendirilmiştir. 1990'da yetkilerinin süt ve tarım-gıda ürünlerine genişlemesinden sonra, 9 Temmuz 1999 tarihli tarımı yönlendirme yasası INAO'yu IGP'lerin yönetimi ile görevlendirmiş ve dördüncü bir ulusal komitenin kurulmasını öngörmüştür. Böylece 2000'lere gelindiğinde, INAO'nun yetkileri tüm AOC'leri ve menşe konusunu ilgilendiren her şeyi kapsayacak şekilde genişletilmiştir.

INAO'nun burada ana hatlarıyla anlatılan kurumsal yapı ve işleyişi ile tarihsel gelişimine bir bütün olarak bakıldığında şu ara sonuçlara ulaşmak mümkündür:

- Fransa'da coğrafi işaretler sisteminin tarihsel serüveni, yönetsel merkeziyetçilik eğilimleri ile üzüm ve şarap üreticisi köylü haneler arasındaki çatışmacı dinamikler tarafından koşullanmıştır. Merkezi yönetim, ürün menşeyini doğrudan kendi uzvu niteliğindeki korporatist⁵⁴ bir kurumsal örgütlenme ile koruma altına almaya çalışmışsa da, gerek dünya ekonomisindeki dalgalanmalar gerekse de kendi üreticilerinden gelen direnişlerle istikrarlı bir piyasa ortamı tesis edememiştir.
- Korporatist örgütlenme tesisinde başarısız olan Fransa, Batı Avrupa'da İkinci Dünya Savaşı sonrasında endüstri ilişkileri zemininde yaygın olarak görülecek olan neo-korporatist⁵⁵ modelin öncülü sayılabilecek bir modeli, henüz 1930'ların ortalarında

⁵⁴ Burada 'korporatist' terimi, menşeyi korumasına konu olan ürünlerin üreticilerini doğrudan devletin bir uzvu olarak örgütlenme yaklaşımını tanımlamaktadır.

⁵⁵ 'Neo-korporatist' terimi, üreticilerin bağımsız birliklerinin kamu örgütlenmesi zeminine dahil olduğu bir sistemi nitelemektedir. Burada devlet ile üreticiler, ki bu ikiliye akademik uzmanlıkları olan temsilciler de dahildir, ulusal düzeyde bir araya gelirler ve ilgili sektörü birlikte düzenlerler.

üzüm ve şarap sektöründe geliştirmiş, ilgili kamu bürokrasi temsilcileri ile üretici birlik temsilcilerinin ortaklaşa yer aldığı INAO'nun kuruluşunu gerçekleştirmiştir.

- INAO'nun kurumsal gelişiminde kuşkusuz, menşei tesciline konu olan ürün sayısındaki artış belirleyici olmuştur. Kapsam genişlemesi, arz zincirinde yer alan birlik temsilcilerinin INAO örgütlenmesinde daha ağırlıklı bir yer kazanmalarıyla sonuçlanmıştır. Bu noktada özellikle üretici birlikleri bakımından ihmal edilmemesi gereken bir husus da vardır: Özellikle son 50 yıl içinde üretici birlikleri içinde de küçük üreticilerin ağırlıkları önemli ölçüde azalmıştır. Bir bakıma, üretici birliklerin INAO bünyesindeki artan temsilleri, sermayenin tarımdaki merkezileşme eğilimi gereği küçük üreticiliğin çözülme ve tasfiye sürecine koşut bir seyir izlemiştir.
- Spekülatif bir değerlendirme yapma pahasına, son olarak, şu söylenebilir: Ana kurumsallaşmasını neo-korporatist esaslar üzerine bina eden INAO, 1990'larla birlikte “yönetişim” yaklaşımının vaaz ettiği türde bir “düzenleyici (üst) kurula” doğru dönüşmektedir.

3.1.2. Fransa'da Cİ sisteminin işleyişi: Rokfor (Roquefort) Peyniri örneği

Peynir, hiç kuşku yok ki, temel bir besin kaynağı olarak tüm toplumlarda gıda sektörünün önemli bir ürünüdür. Avrupa'da 18. yüzyılın sonuna kadar vergi ödemekte kullanılan peynirler, kilise için altınla eşdeğer sayılıyordu. Fransa'da “peynirlerin kralı, kralların peyniri” olarak adlandırılan rokfor peyniri Causses de l'Aveyron bölgesi koyunlarının çiğ sütünden yapılan uluslararası üne sahip, menşe adı korumalı bir peynirdir. Koyun sütünün küflü çavdar ekmeğinde oluşan pénéicillium roqueforti adındaki mantarla mayalanması ile elde edilen bu peynir, şöhretini yerel peynir kültürü ile bölgede yer alan doğal ve serin kaya mağaralarına borçludur.

3.1.2.1. Rokfor Peynirinin tarihsel gelişimi

Rokfor peynirinin üretim bölgesinde, bu peynirin doğuşu ile ilgili anlatılan efsane yüzyıllardır nesilden nesile aktarılmıştır. Bölgede gerçekleştirdiğim alan çalışması sırasında Société firmasının yetkilisi tarafından anlatılan bu efsane şöyledir. Roquefort bölgesinde yer

alan Causse yakınlarında sürüsünü güden bir çoban, çok uzaklarda olağanüstü güzellikteki bir çoban kızını görür. Lor peyniri (koyun sütünden) sürülmüş bir dilim çavdar ekmeğinden oluşan azığına, bozulmaması için küçük bir mağarada bırakarak, güzel çoban kızının peşine düşer. Güzeller güzeli çoban kızını bulmak için günlerce dolaşır. Birkaç hafta süren arayışı sonuçsuz kalmıştır. Sonunda pes eden çoban, üzgün ve aç bir şekilde sürüsünün yanına döner. Mağarada bıraktığı azığına baktığında küfle kaplanmış olduğunu görür. Endişe duysa da, çok acıkmıştır. Küfle kaplı ekmekten bir dilim ısırır ve yediği muhteşem lezzet karşısında şaşkına döner. Muhteşem bir siluetin ardından sonuçsuz kalan macera, ihtişamlı bir tada kavuşarak tamamlanmıştır. İşte halk masalına göre rokfor mucizesi bu şekilde doğmuştur. Yüzyıllar önce küflü peyniri yemekten endişe duyan çobanın davranışı, günümüz insanının rokfor peynirini ilk kez gördüğünde ve tattığında duyduğu endişe ile aynıdır.

Masal bir yana, rokfor peyniri ile ilgili ilk tarihi kayıt M.S. 12 yılında ozan Columelle'in çalışmalarında görülmüştür. Daha sonra ise ünlü doğa bilimci ve yazar Yaşlı Pliny (Pline l'Ancien) "Doğa Tarihi" adlı eserinde (M.S. 76 ya da 79) Roma'da aranılan lezzetli bir peynir olarak rokfor peynirinden bahsetmekte ve tarifini vermektedir. Aveyron (Rokfor üretimi bölgesi)'da ki manastırın 9. yüzyıldaki kayıtlarında her yıl Kutsal Roma Cermen imparatorluğunun kurucusuna iki katır dolusu rokfor peyniri gönderildiğine dair bilgiler yer almaktadır.⁵⁶

Rokfor peyniri, Fransa'nın en çok korunan ve uluslararası üne en fazla sahip olan ürünlerin başında gelmektedir. Rokforun tarihsel gelişimi, iki boyutuyla incelenebilir. Bunlardan ilki, bu peyniri sahtelerinden ve taklitlerinden koruyabilmek için gösterilen ve menşe adı koruması ile sonuçlanan çabaların tarihsel gelişimidir. Diğeri ise üretim zincirinde yer alan aktörler arasında geliştirilen organizasyonla ilgili kurumsal yapılanmadaki tarihsel süreçtir. İlk boyutla ilgili olarak şunlar söylenebilir:

Roquefort Peyniri Menşe Adı Koruması: Rokfor peynirinin menşe adı korumasına yönelik yoğun çabaların temelinde, rokforun sahip olduğu uluslararası ünün, kuşkusuz, önemli yeri bulunmaktadır. Bu üne zarar vermemek için yapılması gereken denetimin başlıca üç faaliyet alanı vardır: İlki, kaçak faaliyetlerin sonlandırılmasıdır. İkincisi, peynir üretiminde inek sütü kullanımını önlemektir. Son olarak da Roquefort-sur-Soulson kasabası dışındaki mağaralarda yapılacak olgunlaştırma işlemine izin verilmemesidir. Görüldüğü gibi, ürünün ün salmış özelliklerini korumanın yolu, onun coğrafya-mekan bağıını muhafaza etmekten geçmektedir.

⁵⁶ Bu bilgiler için bkz. <www.roquefort-societe.com; www.cheese.france.com; www.roquefort.fr>

Rokfor peynirinin menşe adı koruma tarihi, gerçekte hile ve haksız rekabete karşı verilen bir savaşın tarihidir. Fransız yasalarınca menşe adı korunan ve üretimi titizlikle denetlenen bu ünlü peynir, Fransa’da 1079 yılından beri tanınmaktadır. Rokfor peyniri üretimine yönelik ilk gerçek koruma 13 Nisan 1411 yılında Kral VI. Charles tarafından yazılmıştır. Böylece Roquefort mağaraları rokfor peyniri üretiminde imtiyazlı bir yer olarak belirlenmiş ve çok eski bir tarihi geçmişe sahip olan üretim deneyimleri ile birlikte ürünün coğrafi-mekan sabitlemesi de gerçekleşmiştir, denebilir.

Fransız krallarından, Kral VI. Charles, I. François (1515-1547 yılları arası), II. Henry (1547-1559), XIII. Louis (1610-1643) ve XIV. Louis (1643-1715) tarafından çıkarılan çok sayıda ihtira beratı ile korumanın devamlılığı sağlanmış ve Roquefort köyü sakinlerine belirli imtiyazlar tanınmıştır. Toulouse Parlamentosu’nun 31 Ağustos 1666 tarihli kararıyla da sahte rokfor üreticilerinin cezalandırılması öngörülmüştür.⁵⁷

Rokfor peyniri, “kralların peyniri” olma vasfını geride bıraktıktan sonra da “peynirlerin kralı” olma unvanını sürdürmüştür. Bu süreçte belirleyici olanlar peynir üreticisi küçük köylü işletmeleridir. 19. yüzyılın son çeyreğinden 20. yüzyıla uzanan tarihsel dilim içinde köylü hane işletmelerinin bilinçli ve örgütlü mücadeleleri, 20. yüzyılın ilk çeyreği içinde sonuçlarını vermeye başlamış ve nihayet 26 Temmuz 1925 tarihinde rokfor peyniri “Kontrollü Menşe Adı (Appellation d’Origine Contrôlée-AOC)” yasası kapsamında koruma altına alınan ilk peynir olmuştur. İlgili yasal düzenleme, süt ve peynir üreticisi küçük köylüler ile sanayiciler arasındaki uzlaşmanın bir ürünü olarak görülebilir. Bu yasa ile rokfor peyniri imalatında sadece yöreden elde edilen temiz, çiğ, saf ve işlem görmemiş (pastörizasyon ya da süt yağının çekilmesi gibi) koyun sütü kullanımı ve soğuk tuzlanmış (salamura) peynirin coğrafi sınırları belirlenmiş Roquefort bölgesi içerisindeki mağaralarda olgunlaştırılması şartı koyulmuştur.



Şekil 3.2. Rokfor peyniri orijin ve kalite garantisini taşıyan etiketi

Bölge üreticilerini koruma altına alan bu yasal düzenlemeden beş yıl sonra, 1930 yılında, sadece bölge üreticileri tarafından kullanılabilen “kırmızı koyun etiketi” sertifikasyon süreci başlamıştır (Şekil 3.2). Tüketicilere ürünün menşei ve kalitesini garanti eden bu etiket, bölge üreticilerini sahte ürünlere karşı korurken, tüketicilere sunduğu bilgi ile üretici ve girişimcilere pazar paylarını geliştirme imkanı da sağlamıştır.

⁵⁷ Parlamento kararı için bkz. Ek.12 Parlemonto kararı).

Söz konusu tarihten itibaren menşe adlandırmasından yararlanan rokfor, 1951 yılında menşe adlandırmaları ile ilgili 7 ülke arasında imzalanan Stresa sözleşmesi ile de uluslararası koruma altına alınmıştır. Peynirle ilgili dört coğrafi işaret için taraf ülkeler arasında en yüksek düzeyde korumayı getiren Stresa sözleşmesinde yer alan peynirlerden üçü İtalya'dan Gorgonzola, Parmigiano Reggiano ve Pecorino Romano iken diğeri ise Fransa'dan rokfor peyniridir.

Rokfor peyniri 22 Ekim 1979 tarihinde çıkartılan ve 1925 tarihli yasanın tamamlayıcısı olan kararname ile “Kontrollü Menşe Adı” (Appellation d’Origine Controlée-AOC) ve 1996’dan bu yana da bir Avrupa Birliği resmi kalite işareti olan “Menşe Adı Koruması” (Appellation d’Origine Protégée-AOP) kapsamına alınmıştır. Halen Fransa’nın AOP’li 38 peynirinden en eskisi ve en çok korunmuş olan Rokfor ile ilgili son yasal düzenlemeler, 1925 tarihli özel rokfor yasasına üretim koşullarına yönelik yeni eklemeler getiren 22 Ocak 2001 tarihli kararname⁵⁸ ile bu kararnamenin rokfor üretim bölgesinin sınırlarını belirten ikinci maddesinde değişiklik yapan 17 Mayıs 2005 tarihli kararnamedir.⁵⁹

Görüldüğü gibi, yasal müdahalelerle getirilen korumalar, Rokfor peynirine özgünlüğünü veren şu üç unsura odaklanmıştır: İlki menşei bölgesinde yetişen koyunlar (Lacoune türü), ikincisi imalat aşamasında kullanılan bilgi (Pénicillium roqueforti suşları) ve beceri (peynir ustalarının zanaatları), üçüncüsü de olgunlaştırma aşaması için kullanılan mağaraların doğal yapısıdır.

3.1.2.2. Rokfor Peynirinin üretim süreci

Rokfor üretimi, 1842 yılına kadar peynir yapan ustalar tarafından küçük hane işletmeleri ölçeğinde gerçekleştirilmiştir. Sanayi devriminin itkisi ile kapitalist ilişkilerin hızlı ve kaotik gelişimi karşısında Aveyronlu küçük üreticiler, varlıklarını korumak için örgütlenmeye başlamış, bilgi, beceri ve güçlerini bir araya getirerek 1842 yılında, “*Société de Caves*⁶⁰”ı kurmuşlardır. Bölgede ilk, Fransa’da ise ilklerden biri olan bu üretici birliği, yetenekli peynir

⁵⁸ Bkz. EK 12

⁵⁹ Bkz. EK 13

⁶⁰ Bölgenin belli başlı 15 imalatçısı ve peynir ustalarının kuruluşunda yer aldığı şirketin adı “Société Civile des Caves Réunion (Mağaralar Birliği Sivil Topluluğu)”dur. Firma üretici birliği yapısını 1992 yılına kadar koruyabilmiş ve sözkonusu tarihte sermayesinin çoğunluğu menkul kıymetler borsasından çekilen Besnier firması (firmanın günümüzdeki adı Lactalis’tir) tarafından ele geçirilmiştir.

ustalarının arkadaşlık, karşılıklı yardım ve çalışma şevkinden kaynaklanan bir felsefe sayesinde hızla gelişmiştir. Şirket formunda örgütlenen üretici birliğinin genel felsefesi, “gelenek” ve “yenilenme” (inovasyon) kavramlarıyla özetlenmektedir. Bu felsefede gelenek; yılların birikimiyle elde edilmiş bilgi-beceri ve imalat yöntemlerine saygı çerçevesinde tek amacın rokfor peynirinin kalitesini korumak olduğunu vurgularken, yenilenme kavramı da sürekli değişim içinde olan bir dünyaya ayak uydurma kaygısını imlemektedir⁶¹. *Société de Caves* için, lonca tipi (kapitalizm öncesi meslek birliği) örgütlenmenin “ruhunu” kooperatif tipi örgütlenmenin mekanizmalarıyla birleştiren bir yapı, denebilir.

Société de Caves'ın yöneticisi Etienne Coupiac tarafından 1875 yılında geliştirilen iki makine ile ilk endüstrileşme çabaları başlamış ve üretim hacmi büyümüştür. İmalatçıların ve yetiştiricilerin ortak olduğu bu firmadan sonra bölgede 1890 yılında Paulin Vernieres'in özel girişimi ile kurulan ikinci bir firma *Vernières Frères* da faaliyet göstermeye başlamıştır. Rokfor üretimine 1906 yılında *Papillion* ve *Gabriet Coulet* firmaları da eklenmiştir. Bu süreç, süt ve peynir üretimini belli bir ölçekte küçük hane işletmesi içinde birleştiren köylülerin ağırlıkta olduğu bir üretim biçiminden, süt ve peynir üretim işlemlerinin bir birinden ayrıştığı, teknolojik girdilerle emek verimliliğini de arttıran peynir imalatçılarının süt tedarikçilerini denetimi altına aldığı bir üretim biçimine geçiş süreci olarak da görülebilir. Aveyronlu küçük üreticiler bakımından bu süreç, en yalın anlatımıyla, tarımda kapitalist ilişkilerin gelişmesi yasasıyla tanışmaları sürecidir.

Nitekim sözü edilen sürecin bu özelliğine koyun sütü üreticiliğinde 1910'da baş gösteren ve 10 yıl boyunca süt fiyatlarındaki ani düşüşlerle süren “süt krizi” de eklenince, Aveyron ve çevre bölgelerdeki süt tedarikçisi küçük köylüler yeni arayışlara girişmek durumunda kalmışlardır. Süt tedarikçisi küçük köylülerin yeni arayışı, sendikal birlikler kurmak ve bunları da bölgesel federasyon çatısı altında toplamakla sonuçlanmış, 1922 yılında “Koyun Yetiştiricileri Bölgesel Federasyonu” kurulmuştur. Tamamına yakını küçük hane işletmesi olan süt tedarikçilerinin kurdukları bu federasyon, üyelerinin menfaatlerini korumanın yanı sıra, sütlerin sanayicilere mümkün olan en iyi koşullarda satılması, üretim ünitelerinin iyileştirilmesi, ekonomik ve teknik müdahale ile bilgilendirme konularında gerekli yapının oluşturulması gibi amaçları da sahiplenmiştir.

Tarımda kapitalist gelişmenin kutuplaştırıcı etkisinin bir sonucu süt tedarikçilerinin müstakil bir örgütlenemeye gitmesi ise diğer bir sonucu da peynir imalatçısı olan sanayicilerin

⁶¹ Bu bilgiler bölgede gerçekleştirdiğim inceleme sırasında Roquefort Konfederasyonu Genel Müdürü Marie VERDAGUER'le yapılan görüşmeden derlenmiştir.

de kendi bağımsız örgütlenmelerini gerçekleştirmeleri olmuştur. Nitekim koyun ve yetiştiricilerdeki bu örgütlenmeye paralel olarak sanayiciler de 1928 yılında “Rokfor Sanayicileri Birliği Federasyonu”nu kurmuşlardır. Amacı süt üreticileriyle olan ilişkileri güçlendirmek ve süt toplamasını “rasyonelleştirmek” olan bu federasyon, bölgede en büyüğü “Société de Caves” olan tüm rokfor peyniri üreticisi firmaları da kendi çatısı altında toplamıştır.

Aveyron’da ortaya çıkan ve biri süt üreticilerine diğeri de peynir imalatçısı sanayicilere ait olan iki federasyon, 1930’da konfederasyon çatısı altında bir araya gelmiştir. Bir araya gelme iradesi üzerinde, 1929 Büyük Bunalımının geleceği belirsizleştiren yıkıcı etkisinin de belli ölçülerdeki belirleyiciliğinden söz edilebilir. 1930’da bir araya gelen iki federasyon “Koyun Sütü Üreticileri ve Rokfor Sanayicileri Genel Konfederasyonu”nu kurmuşlardır. Kısa adı “Rokfor Konfederasyonu” olan bu organizasyon kurulduğu tarihten bu yana içinde değişik aktörlerin yer aldığı tek müzakere platformunu oluşturmuştur. Konfederasyonun kurumsal yapısı ve işleyişine ileride ayrıca değinilecektir. Şimdi rokfor peynirinin üretim sürecine, daha yakından bakılabilir.

Rokfor Peyniri Üretimi: Rokfor üretimi ile ilgili son düzenlemelerden 22 ocak 2001 tarihinde çıkarılan Kararnamenin⁶² 1. maddesine göre; “Menşe adından yararlanan peynir; Rokfor, tamamen çiğ koyun sütünden imal edilen, 19-20 cm çapında, silindir şeklinde, 8.5-10 cm kalınlıkta, 2.5-2.9 kg ağırlığında, pécicillium roqueforti sporlarıyla mayalanmış, küflü, mavi gözenekleri olan, yaş (nemli) kabuklu, fermente ve tuzlu, tam kurutmadan sonra 100 gramında en az 52 gr yağ bulunan, olgunlaşmış halinde ise 100 gramındaki kuru madde miktarının 56 gramdan az olması gereken bir peynirdir”.

Rokfor peynirine mavi gözeneklerini ve tüm lezzetini veren pécicillium roqueforti kültürünün, Fransa’nın sınırları belirlenmiş Roquefort yöresindeki doğal mağaraların mikro-klimasında bulunan geleneksel suşlardan hazırlanması gerekir. Rokfor üreten firmaların her biri belirgin özellikleri olan kendi suşlarına sahip olup, yeni bir marka rokforun üretilmesi tüketicilerin beklentilerini karşılayan yeni bir suşun piyasaya sürülmesi anlamını taşımaktadır. Fransa’da genel kabul görmüş “Biri diğerinden daha iyi bir rokfor yoktur” söyleminin altında yatan anlam şudur, her tüketici kendi damak tadına hitap eden rokfor çeşidini bulabilmektedir. Bazı suşlar daha sert (ağır) diğerleri ise daha yumuşak lezzette rokforlar vermektedir. Société firması yetkilisinin verdiği bilgiye göre Fransa’da ki genç nesil, geleneksel rokfor peynirinin

⁶² Bkz.EK 12.

tadını ağır bulmaktadır. Bu yüzden rokfor peyniri talebinde son yıllarda bir durgunluk yaşanmış ve bölgedeki firmalar bu durgunluğa karşı mücadele edebilmek için ürün çeşitlendirmesi yoluna gitmişlerdir. Tüketici taleplerini göz önünde bulunduran firmalar, ürün çeşitlendirmesini farklı lezzetler ve farklı paketleme şekilleri geliştirerek yapmışlardır.

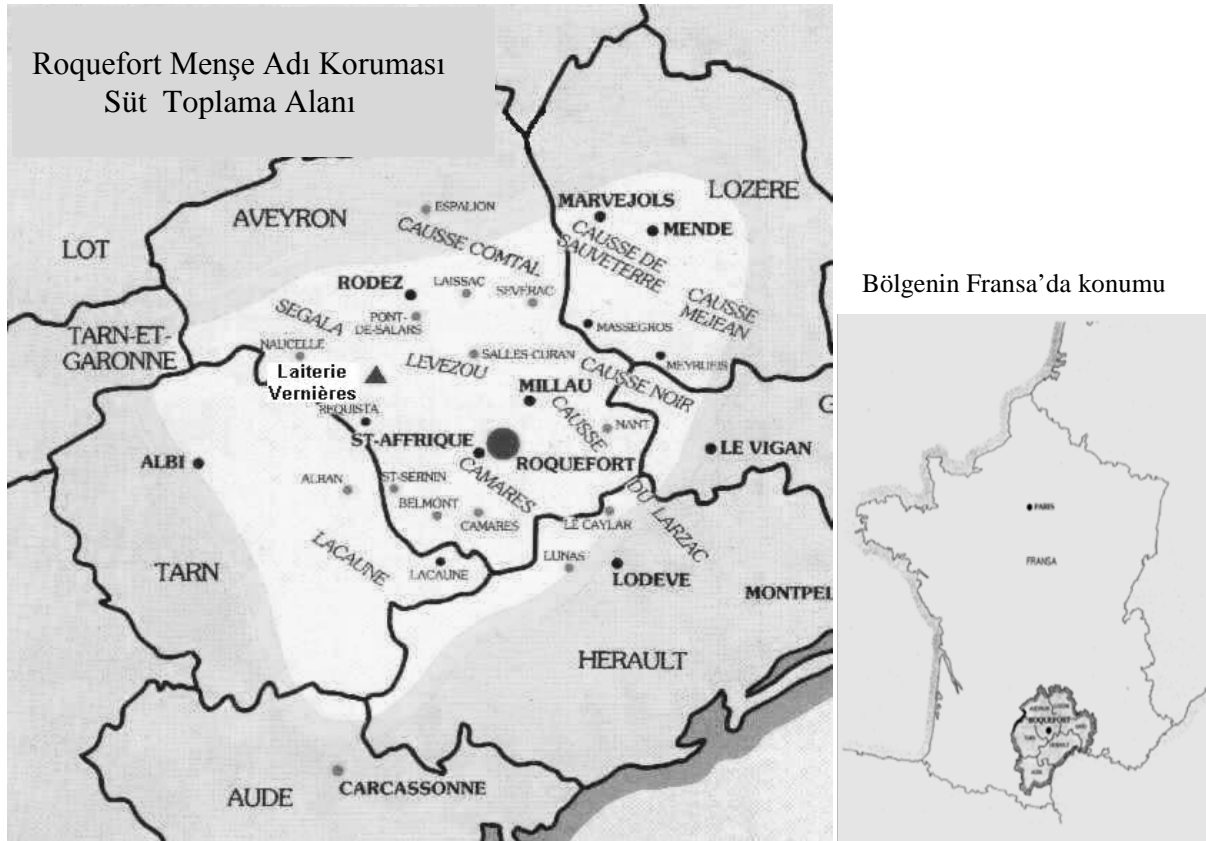
Rokfor peynir üretiminde, görüldüğü gibi, üretim sürecinin teknik aşama ve işlemleri bakımından ayrıntılı bir işbölümü ve standardizasyon gerçekleşmişse de, bir meta olarak mekan-bağımlı karakteri belirleyiciliğini sürdürmektedir. Bu boyutu somutlaştırmak için coğrafi mekan özelliklerine daha yakından bakmak, anlamlı olacaktır.

Üretim Yöresi: Rokfor yasasında değişiklik yapan 17 Mayıs 2005 tarihli kararnamenin 2. maddesine göre menşe adı bölgesi, koyun sütü üretim yöresini ifade etmekte ve “Rokfor menzili” ya da sınırları “Rayon de Roquefort” olarak adlandırılmaktadır. Haritada 1’de görüldüğü gibi bu bölge 6 vilayet (département-Aude, Aveyron, Gard, Herault, Tarn, Lozerne) ve iki idari bölge (Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon) içinde yer almaktadır. *Rayon de Roquefort* Fransa’nın güneyindedir. Koyun sütü ve peynir üretiminin adı geçen coğrafi alanda, peynirlerin olgunlaşmasının ise ünlü Combalou mağaralarında gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Büyük bir kesimi 400 metrenin üstünde bulunan bu alanlar Atlantik-Akdeniz ikliminin etkisi altında olup, engebeli bir topografyaya sahiptir; yüzey topraklarında da önemli derinlik farkları bulunmaktadır. Coğrafyacı R. Betelli’ye göre Roquefort alanı büyük kesimiyle nüfus kırılğanlığının en önemli olduğu boş bir Fransa da yer almaktadır. Nitekim önemli bir üretim merkezi olan Millau ilçesinde kilometre kareye 20 kişi, bucak-köylerin yarısından fazlasında ise kilometre kareye 10 kişi düşmektedir. Rokfor üretiminin bölgenin temel faaliyet odağını oluşturması nedeniyle, sözü edilen nüfus kırılğanlığının iktisadi nedenlerle ilişkisi açık olsa gerektir. Alternatif tarım ve tarım dışı faaliyetlerin yokluğu ile beliren bu durum, menşe adı korumasının yöredeki iktisadi önemini de vurgulamaktadır.

Günümüzde artık sayısı yediye inen işletmelerde üretilen peynirlerin, sadece coğrafi adını aldıkları *Roquefort sur Soulzon* köyü mağaralarında olgunlaştırılması gerekmektedir. Yer kabuğunda 200 milyon yıl önce gerçekleşen çökmeler sonucu Combalou platosu kenarlarında oluşan bu mağaralarda doğal şekilde açılmış ve mağaranın adeta akciğerlerini oluşturan fay çatlakları, koridor ya da tüneller sayesinde sürekli bir hava dolaşımı sağlamaktadır.

HARİTA 3.1. ROQUEFORT PEYNİRİ SINIRLANDIRILMIŞ MENŞE ADI ALANI



Genişliği 200-300 metre arasında olan ve uzunluğu iki kilometreye ulaşan Roquefort mağaraları, değişik büyüklüklerde olup, yükseklikleri birkaç kata kadar çıkabilmektedir. Her mağara kendine özgü olgunlaşma sağlayan bir mikro klimaya sahiptir. Mağaraların en büyüklerinden olan “la Cave de la Rue” on iki kattan oluşmaktadır. Bu mağara 270 bin peynir tekerini olgunlaştırma kapasitesine sahiptir.

Bu mağaraların temel özelliği peynirin olgunlaşması için gerekli doğal ortama sahip olmalarıdır. Sıcaklığın 9 derece, nemin ise %95 olduğu mağaralarda, tünellerin sağlamış olduğu hava akımı, saniyede 5-20 metreküp arasında değişmektedir. Sürekli ve değişik yoğunluktaki bu hava akımı, penicilium roquefortinin geliştiği özgün ve doğal bir mikroklima yaratmaktadır. Bu basit mağaralar, özgün bir mühendislik çalışması sonucu gerçek bir mimarlık eserine dönüştürülmüştür. Mağaralarda meşe ağacından yapılmış geniş ve çok katlı masalara peynir tekerleri, iki yüzleri de hava dolaşımından doğrudan etkilenecek şekilde

yerleştirilmekte, mağaraların küf oluşturulmaya uygun ortamında olgunlaşmakta ve özgün tatlarına ulaşmaktadır. Bu süreçte tahtanın yeri de çok önemlidir; zira neme, tuza ve peynirin olgunlaşması için gerekli floraya dayanıklıdır.

Fabrikalardan mağaralara ulaşan peynirler sadece 10 günlüktür. Olgunlaşmaya başladıkları andan itibaren her peynir ısı çıkarmaktadır. Mağara şefinin temel görevlerinden biri, soğutma dozajını iyi ayarlamak ve nemin sürekliliğini sağlamaktır. Bunu tünel kapaklarını açıp kapayarak sağlar. Bu mikroklimaları ortaya çıkaran, sürdüren ve *penicillium roqueforti* küfünün gelişimine uygun ortamı yaratan bilgi, vasıf ve beceriler, o yörede nesilden nesile aktarılan kolektif üretim bilgisinin bir tezahürü olarak görülmelidir.

Üretimin teknik süreci bakımından mekân boyutunun taşıdığı önemi bir kez daha vurgulamak için şu hususun altı çizilmelidir: Peyniri rokfor yapan ‘*penicillium roqueforti*’, doğada bulunan mikroskopik mantarlar ailesindedir. Bu suşların bazıları Combalou mağaralarının ortamına çok iyi uyum sağlamış ve rokfor peynirinin özgünlüğünü belirleyen nitelikler edinmişlerdir. Bu nitelikler arasında, renk, küf yoğunluğu, peynirin yumuşaklığı ve en önemlisi de tadı, ilk akla gelenlerdir.

Koruma tescilinde peynirlerin çıplak olarak mağaralarda en az iki haftalık bir olgunlaşma süresini geçirmeleri koşulu getirilmiştir. Daha sonraki olgunlaşma süresini meteorolojik koşullara, mevsimlere ve mağaranın nem koşullarına göre belirleyen peynir ustalarıdır. Dün olduğu gibi bugün de bu doğal düzende hiçbir şeyin değiştirilmemesi gerektiğini çok iyi bilen peynir ustaları, bu geleneği 150 yıldan beri sürdürmektedir. Görüldüğü gibi, ‘peyniri rokfor yapan’ kilit önemdeki işlemin bilgisi hala, tasarımın (mühendislik bilimi) değil, doğrudan üreticinin deneyiminin bir ürünüdür. Anlaşılan, metanın mekândan bağımsızlaşmadığı yerde, tasarımın deneyimden bağımsızlaşması da pek mümkün olmamaktadır. Böyle yerlerde, ustaların mühendislerden önce gelmesi, anlaşılırdır.

3.1.3. Roquefort peyniri üretiminde toplumsal işbölümü

Rokfor peynir üretiminin mekân bağımlı teknik özelliklerini ele aldıktan sonra, şimdi artık üretim sürecindeki toplumsal işbölümüne daha yakından bakılabilir. Aşağıda süt tedariki ve peynir imalatı şeklindeki iki ana işbölümünün, kapitalist gelişme dinamikleriyle ortaya çıkan farklılaşma ve kutuplaşma eğilimlerinin bir sonucu olduğu, bir kez daha vurgulanmalıdır. 19.

yüzyılın son çeyreğinde başlayan ve süt üretimi ile peynir imalatını hane işletmesi temelinde ayırtıran bu eğilim, 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde, bölgede artık tümüyle yerleşmiştir.

Koyun Sütü Üretimi: Koyun sütü geleneksel ırklar tarafından üretilmektedir. En önemli ırk, bir Fransız ırkı olan Lacaune'dur. Bu ırk 1947 yılından bu yana Aveyron bölgesine yerleşmiş en güvenilir, en dayanıklı ve özellikle en verimli ırktır. Lacaune koyunundan, Aralık-Temmuz ayları arasında süren yaklaşık 200 günlük bir sağım döneminde ortalama 220 litre süt alınmaktadır. Koyunların, geleneksel yöntemle beslenmesi ve kullanılan yemlerin en az dörtte üçünün, üretimin coğrafi alanından gelen ot, yem bitkileri ve tahıllardan oluşması gerekmektedir. İşletmelerde zorunlu otlama söz konusu olup, her koyun için yıllık yoğun yem satın alımı 200 kg ile sınırlandırılmıştır. Günde iki sağımın gerçekleştirildiği işletmelerde üretilen sütün stoklama süreci 24 saati aşamaz. Koyun sütü tedarikçileri arasında küçük köylü işletmeleri belirgin bir ağırlığa sahiptir. Sütün de büyük ölçüde mekân-bağımlı olması, süt fiyatlarının belirlenmesinde küçük işletmeler lehine bir durum yaratıyor olsa da, stoklama süresinin neredeyse bulunmaması, bu görece avantajı pazarlık masasında etkili bir koza dönüştürmesine de engel teşkil etmektedir. Bu yüzden de süt fiyatlarının belirlenmesi konusu, bölgenin hiç eksik olmayan ana sosyal çatışma konusunu teşkil etmektedir.

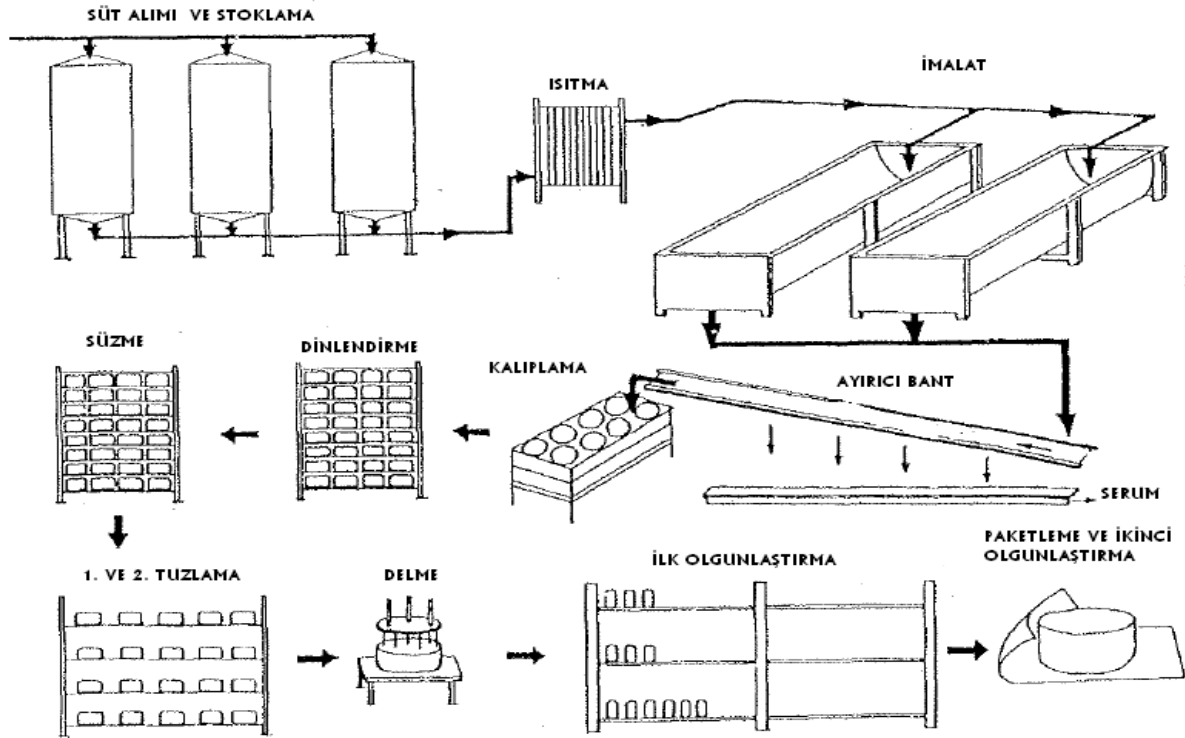
Peynir üretimi: İşletmelerde soğuk tanklarda stoklanan süt, 24 saatte bir toplanarak, tankerlerle tüm bölgeye yayılmış yedi peynir işletmesine götürülmektedir. Peynir üreticisi açısından en önemli yükümlülük, çiğ süttten tam yağlı bir peynir üretebilmektir. Sütün sağımdan sonra 38 saatten fazla muhafaza edilmemesi gerekmektedir. Çok çabuk bozulabilen bir ürün olması nedeniyle günlük denetimler zorunludur. Listeria ya da Salmonella⁶³ süt teslim eden yetiştirici hemen saptanmakta, kendisi bilgilendirilerek sütü ayrılmakta ve yok edilmektedir. Şayet bu süt, tankerde bulunan toplanmış tüm sütlere bulaşmış ise, üretici bundan sorumlu tutulmakta ve mali sonuçlarına katlanması gerekmektedir. Sütün mikrobiyolojik kalitesi çok önemli olup, imalatçılar risk almak istememektedir. Tam yağlı ve çiğ bir süttten zanaatsal ya da endüstriyel bir peynir üretmek, önemli bir bilgi ve beceri ile çok özel bir ilgi gerektirmektedir.

Üretim aşamaları ve teknik işbölümü: Peynir üretimi, hijyen standartlarına uyularak büyük bir titizlikle fabrikalarda gerçekleştirilmektedir. Üretim sürecinin aşamaları hem aşağıdaki kutu içinde ana işlemleri itibarıyla tanımlanmış hem de Şekil 3.3'de her bir aşama arasındaki bağlantılar diyagram şeklinde sunulmuştur.

⁶³ Salmonella Typhi ve Listeria Monocytogenes çiğ süttte dış kaynaklı kontaminasyon sonucu bulunabilen ve insanlar için ölümcül hastalıklara neden olabilen patojenlerdir.

Kutu 3.1. Rokfor peyniri üretiminde teknik işbölümü	
<u>Isıtma</u>	Çiğ süt fabrikaya gelir gelmez, 28-34 derecede ısıtılmakta, içine maya ilave edilerek iki saat içinde pıhtılaşma gerçekleştirilmektedir. Sütü hamura dönüştüren mayalanma süresince laktik enzimler hamurun asitleşmesini ve pénéicillium roquefortinin yerleşmesi için gerekli olan deliklerin oluşmasını sağlamaktadır.
<u>Dilimleme</u>	Daha sonra hamur 1,5-3 cm'lik küpler halinde kesilerek bir süre karıştırılmaktadır. Bu süreci, peynir altı suyunun toplanması (serumun peynir taneciklerinden ayrıştırılması) takip etmektedir.
<u>Kalıplama</u>	Kalıplama aşaması, mayalanmış sütü silindirik kalıplara dökerek ekme biçiminde peynir oluşturmaya dayanmaktadır. Kalıplama üreticilerden Carles ve Combes'te manuel diğerlerinde otomatiktir.
<u>Serpme-ekme</u>	Pénéicillium roqueforti, öğütülmüş, kurutulmuş ve elenmiş bakteri sporlarından oluşan toz şeklinde bir görünüme sahiptir. Serpme ya da ekme bu tozun peynirin içine katılmasıdır.
<u>Süzme</u>	Kalıplara konulan peynirler raflara dizilmektedir. Raflarda 18 derece sıcaklıkta 2- 4 gün kalan peynirlerin suyu süzülme ve 24 saatte bir, 3 ile 5 defa tersine çevrilmektedir. Süzme işi sonuçlandığında her kelle peynirin ağırlığı yaklaşık 2.6 kg'a ulaşmaktadır. Her birinin üretimi için gerekli süt miktarı ise 12 litredir.
<u>Tuzlama</u>	Peynirlerin ön ve arka yüzeyleri iri taneli deniz tuzuyla 5 günde iki defa tuzlanmaktadır. Bu süre içinde tuzla temasta kalan peynirlerin tuz fazlaları fırçalama yoluyla alınmaktadır.
<u>Delme</u>	Tuzlaması biten peynirler olgunlaşmaları için Roquefort-sur-Soulzon kasabasının mağaralarına gönderilmektedir. Bu kasabanın yer aldığı Combalou kalker platosu mağaraları 1925 yasında peynirin olgunlaşması için izin verilen tek yerdir.
<u>Paketleme</u>	Mağaralara gelişlerinde içlerinde fermantasyon sonucu oluşan karbon gazının çıkabilmesi ve Pénéicillium roquefortinin gelişmesinin sağlanabilmesi için makine ile delinen peynirler ilk olgunlaşmanın gerçekleştiği üç hafta sonunda kalaylı kağıtlara sarılmakta, daha sonra 6.5-7 ay alacak ikinci bir olgunlaşma süreci için dinlenmeye bırakılmaktadır. Olgunlaşan peynirler alüminyum kâğıtlara sarılmakta ya da dilimler halinde paketlenerek satışa sunulmaktadır.

Şekil 3.3. Rokfor Üretim aşamaları



Yukarıda üretim aşamaları ve teknik işbölümü bilgilerine yer verilen rokfor peynir üretimi, son derece gelişkin ve dinamik bir toplumsal örgütlenmenin de üzerinde yükselmektedir. Vurgulandığı gibi rokfor, Fransa'da peynir menşe adlandırma uygulamasının en eski (1925) örneğidir. Üretim sürecinin tüm aktörleri, 80 yıldır *Koyun Sütü Üreticileri ve Rokfor Sanayicileri Genel Konfederasyonu*'nun içinde kümelenmiş durumdadır. Konfederasyon bölgenin koyun sütü üretiminin tümünü yöneten meslekler arası etkili bir kuruluş olarak görev yapmaktadır. Günümüzde toplanan sütün yarısından biraz fazlası rokfor üretimine gitmekte, geri kalanı ise diğer tip peynir ve ürünlerin (salata peyniri, süt tozu vs) imalatında kullanılmaktadır. Bu durum sanayicilerin, 1970'li yıllardan itibaren karşılaştıkları fazla süt üretimi sorununa karşı geliştirdikleri ürün çeşitlendirmesi stratejisi ile açıklanabilir. Bu strateji, aynı zamanda, sanayi sermayesinin süt üreticileri üzerindeki hâkimiyetlerini güçlendirme stratejisi olarak da görülmelidir. Yine de sütün mekân bağımlı karakteri nedeniyle, süt girdisinde tedarikçi çeşitlenmesine gidilebilmesi mümkün olmadığı için, süt üreticilerinin görece pazarlık gücünün tümüyle kırılması da mümkün olmamaktadır. Bununla birlikte üretim zincirinin meslekler arası karakteri, rokforu Fransa'da benzeri olmayan otonom bir organizasyonun ürünü haline getirmiştir. Konfederasyon, 1987 yılında inek sütü için konulmuş süt kotalarına benzer şekilde, karmaşık bir üretim sınırlama sistemini uygulamaya

geçirmiştir. Aktörler arasında özellikle süt fiyatlarının saptanması konusundaki sayısız çıkar çatışmalarına rağmen, Konfederasyon halen bölge koyun sütü yönetimiyle ilgili kararların alındığı temel kurumsal yapıyı temsil etmektedir. Aşağıdaki kutuda 2010 itibarıyla rokfor üretiminin künyesi altında, girdi ve ürün kapasitesine ilişkin veriler yer almaktadır.

Kutu 3.2. Rokfor üretim zinciri kimliği	
Menşe adı	Rokfor
Teknoloji	Küflü peynir
Süt tipi	Koyun sütü
Üretim koşulu	- Menşe adı yöresi çiğ koyun sütü; - Ot temelli besleme, -Rokfor mağaralarında olgunlaştırma
Menşe adı Bölgesi	Aveyron, Tarn, Lozere, Gard, Herault ve Aude vilayetleri
Menşe adı alış tarihi	26 Temmuz 1925
Toplam süt üretimi	159,6 milyon litre
Sağılan koyun sayısı	750 000
Üretim miktarı (ton)	19 996
Süt üreticileri sayısı	2 086
Fabrika sayısı	7
Temel aktörler	Lactalis, Papillon, Scaro
Temel markalar	Société, Papillon, dağıtıcı markaları
Pazarlama ağı	%86'sı büyük ve orta marketler
İhracat (ton)	3919
Yönetim	Koyun Sütü Üreticileri ve Rokfor Sanayicileri Genel Konfederasyonu
Kaynak: Roquefort Konfederasyonu, 2010	

Süt üreticisi ve peynir imalatçısı arasındaki ilişki sorgulanırken, farklı düzeylerde de olsa her ikisinin yaşadığı bir iç kutuplaşmanın varlığı hatırdta tutulmalıdır. Sermayenin merkezileşmesi eğilimi çerçevesinde iç kutuplaşmanın en yüksek yaşandığı kesim, kuşkusuz, peynir imalatçılığı olmuştur; bugün fabrika ölçeğinde rokfor üretimi yapan sadece 7 işletme kalmıştır. Süt üreticileri cephesinde bu ölçüde olmasa da kayda değer bir iç kutuplaşmanın varlığından söz etmek mümkündür. Yukarıdaki *Kutu 3.2* incelendiğinde halen 2 bini aşkın süt üreticisinin 750 bin kadar koyunu sağdığı görülecektir. İşletme ortalamasının 360 koyun olduğu düşünüldüğünde, -ek destekleyici verilerin yokluğu pahasına- toplam süt üreticilerinin kayda değer bir oranının bu ortalamanın hayli altında koyun sahibi olduğu ileri sürülebilir. Rokfor peyniri üretiminde, küçük meta üreticilerinin yaşadığı iç kutuplaşma eğilimini aşağıdaki Tablo 3.1'de bütün netliği ile gözlemlemek mümkündür. Roquefort Konfederasyonu verilerine göre yaklaşık 60 yılda süt imalatçısı işletmeler 13 binli sayılardan

2 binli sayılara gerilemiştir. Aşağıdaki tabloda 1951 yılına ait veriler 100 kabul edilerek bir endeks yapılmış ve böylece küçük işletmelerin hangi oran ve hızda tasfiye olduğu ve işletme başına verimliliğin nasıl bir seyir izlediği ortaya konmuştur. Sütle ilgili temel göstergelerin 1951-2009 yılları arasındaki gelişme eğilimini veren Tablo 3.1, zincirdeki yoğunlaşmanın boyutlarını açıkça göstermektedir. Anılan dönemde işletme sayısı 13204'den 2244'e gerilerken, koyun varlığı önemli ölçüde yükselmiş ve işletme ölçekleri büyük oranda artmıştır. Bu yoğunlaşma sonucu işletme başına teslim edilen yıllık ortalama süt miktarı da aynı dönemde 30 katı artarak 2,5 tondan 76,5 tona ulaşmıştır.

Tablo 3.1. Roquefort bölgesi koyun, işletme sayıları ve süt üretim miktarları (1951-2009)											
Yıllar	Süt üreticisi işletmelerin sayısı		Sağılan koyun N (bin)	İşletme başına ortalama koyun		Toplanan süt miktarı (milyon litre)		İşletme başına ortalama yıllık üretim (Lt.)		Peynir üreten işletme sayısı	
	Sayı (N) (E)ndeks=100	N		E	N	E	Lt.	E	Lt.	E	N
1951	13204	100	480	36	100	33.2	100	2514	100	690	100
1961	8010	61	450	56	156	38.9	117	4900	195	345	50
1971	4950	37	440	89	247	39.2	118	7900	314	250	36
1981	3475	26	700	201	558	76.1	229	21900	871	212	31
1988	3063	23	740	241	669	117.7	355	38400	1527	43	6
1993	2686	20	750	279	775	148.8	448	55400	2204	15	2
2004	2358	18	800	339	942	180.0	542	77700	3091	10	1
2007	2208	17	800	362	1006	178.5	538	81000	3222	7	1
2009	2244	17	750	350	972	159.6	481	76150	3029	7	1

Kaynak: Roquefort Konfederasyonu, 2010

Rokfor zincirinin merkez halkasını oluşturan peynir üretiminde yaşanan yoğunlaşma daha da önemlidir. Nitekim sanayicilerin tüm Roquefort bölgesinde kurmuş oldukları küçük peynir atölyelerinin hemen tamamı 1960'lı yıllardan itibaren kapanmıştır. Türkçede mandıra olarak isimlendirdiğimiz peynir üreten işletme sayısı, 1951'de 690 iken, 1971'de 250, 1988'de 43 ve günümüzde ise sadece 7 adettir. Sermayenin dramatik merkezileşme eğilimini temsil eden bu veriler için *Tablo 3.1*'in son sütununa bakılabilir. Rokfor peyniri imalatında küçük ölçekli imalathanelerin en keskin ve sonuç alıcı darbeyi 1980'li yıllarda yedikleri ve sahneyi tümüyle terk ederek yerlerini fabrika nizamında üretim yapan büyük işletmelere bıraktıkları anlaşılmaktadır. Daha önce değinildiği gibi süt üreticisi küçük işletmelerdeki mülksüzleşme ve kutuplaşma eğilimi de belirgin bir görünüme sahiptir. 1951 değerleri 100 olarak alındığında yaklaşık 60 yıllık bir zaman dilimi içinde süt üreticisi işletme sayılarının 100'den 17'ye indiği, buna mukabil işletme başına ortalama koyun miktarının da 100'den 1000'li rakamlara ulaştığı anlaşılmaktadır. Bu dramatik kutuplaşma eğiliminde dönüm noktasının 1970'le birlikte başladığı rahatlıkla ileri sürülebilir. Süt imalatçısı işletmelerin ortalama yıllık üretim endeksi de son 60 yılda muazzam bir iktisadi verimliliğin yaşandığını belirgin bir

şekilde ortaya koymaktadır. Öyle ki 1951’de 100 olan ortalama yıllık süt üretim endeksi 2000’li yıllarda üç binli seviyelere ulaşmış durumdadır.

Bütün bu göstergeler hakkında belki de tarihsel bir analogi yaparak, rokfor üretim bölgesinde de “koyunların insanları yediği⁶⁴” bir sürecin işlemekte olduğu sonucuna ulaşılabilir; süreç işlemektedir; ama (henüz) tamamlanmış değildir.

Rokfor peyniri üretimindeki toplumsal işbölümü analizinde, tamamlayıcı bir öge olarak rokfor konfederasyonu üzerinde durmak anlamlı olacaktır. Süt üreticileri federasyonu ile peynir imalatçıları federasyonunun birliği üzerinde yükselen bu örgüt, başlı başına ayrı bir inceleme konusu olmayı hak etse de burada şimdilik üstlendiği görevler ve kimi kurumsal özellikleri ile ilgili bilgilendirici bir değerlendirme ile yetinilecektir.

3.1.4. Menşei sahipliğinde özgün bir model: Rokfor Konfederasyonu

Rokfor konfederasyonu meslekler arası otonom bir yapılanmadır ve oldukça özgün bir örgütlenme modelidir. Otonomi; bir yönetsel birimin kendine özgü kurullarla yönetilebilme kapasitesi şeklinde tanımlanacak olursa, bu tanımlayıcı koşulun, kapitalist bir piyasa ortamında yerine getirilebilmesi, pürüzsüz olmasa gerektir. Piyasa gerekleri başta olmak üzere, dışsal etkenler yerel otonom birimler üzerinde hiç kuşku yok ki önemli basınçlarda bulunacaktır. Üstelik meta fiyatlarının küresel piyasa ortamında belirlendiği günümüz koşullarında, otonom yerel birimlerin görece dar ölçekli varlığı, dışsal etkenlere direnebilme olanağını da büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Üstelik ulus-altı ölçekte yer alan –gerek siyasi gerek iktisadi- bir yerel birimin, varlığını ancak küresel meta zincirine dâhil olarak sürdürebildiği de bilinmektedir. Ulusal Pazar ortamında ortaya çıkan ve varlığını sürdüren otonom yerel iktisadi birimlerin küreselleşme koşullarında sancılı bir yeniden yapılanma sürecinden geçtiği/geçeceği öngörülebilir. 1930’lu yıllardan başlayarak görece otonom bir yapı ve işleyişe sahip olan rokfor modelinin bu özelliğini günümüz koşullarında sürdürüp sürdüremediği ve bunun gerekçeleri, önemli sorular olarak tartışılmayı beklemektedir.

Konfederasyonun temel görevleri kendi belgelerinde şöyle sıralanmaktadır. Öncelikli görevi, süt üreticileri ve peynir sanayicileri arasındaki ilişkilerin koordinasyonunu

⁶⁴ Bu deyim, İngiliz tarımında 18. yüzyıldan başlayarak izleyen yüzyılda da süren ve “çitleme harekâtı” (*enclosure movement*) diye bilinen olguya aittir; çitleme hareketi ile bağımlı köylüler topraktan kopartılarak kentlere sürülürken, boşalan arazilerde yün ve et temini amacıyla koyun yetiştiriciliği yapılmıştır.

sağlamaktır. Bu bağlamda konfederasyon; süt fiyatlarının belirlenmesi, piyasa regülasyonu ve koyun sütü üretiminin yönetiminden sorumludur. İkinci olarak koyun yetiştiricilerine teknik hizmet sağlanması görevini üstlenmiştir. Bu hizmetler; süt kalitesinin kontrolü, suni tohumlama, koç yetiştirme ve genetik iyileştirme merkezlerinin yürütülmesi ile koyun yetiştiriciliğinde verimin ve süt kalitesinin iyileştirilmesine yönelik (beslenme, hastalıktan korunma) faaliyetlerini kapsamaktadır. Konfederasyonun bir diğer görevi rokfor menşe adının korunması ve tanıtımının yapılmasıdır. Bu amaçla konfederasyon; rokfor menşe adının sahte ve hileli kullanımının takip edilmesi, yetkili bir kontrol ajansı yoluyla denetimlerin gerçekleştirilmesi (yılda 400 denetim) ve reklâm ve menşe adının değişik yollarla tanıtılmasından sorumludur. Konfederasyonun üstlendiği görevler arasında, dördüncü olarak, süt kalite ve kompozisyonunun denetimi de yer almaktadır. Bu kapsamda; yetiştiricilerin menşe adı kurallarına uygun üretim yapmaları, sütün biyoşimik (yağ, protein oranı) kalite analizi (ayda 4 kontrol), sütün bakteriyolojik kalite analizi (ayda 3 kontrol), asit kalitesi analizi ile hücre sayımı (ayda 3 kontrol) uygulamaları gerçekleştirilmektedir. Konfederasyon son olarak, faaliyet sahasına dönük inceleme ve araştırmaları yapmak görevini de üstlenmiştir. Araştırma faaliyetleri; sütün kimyasal ve bakteriyolojik birleşimi, sütlerin peynire yakınlığı ve genetik iyileştirme alanlarında yoğunlaşmıştır.

Rokfor menşesini üstlenmiş olan Konfederasyon bünyesinde 80 personel görev yapmaktadır. Konfederasyonun bütün bu görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için gerekli finansman kaynağı da büyük ölçüde süt kesintilerinden sağlanmaktadır. Toplanan her 1000 litre süttten 6,2 € işletme giderleri için, 6,2 € da tanıtım ve reklâm giderleri için kesinti yapılmaktadır. Bu şekilde elde edilen gelirler 2007 yılında 4 milyon €'ya ulaşmıştır. Konfederasyon, bu örgütlenme modeli ile adeta bir kamu iktisadi işletmesini andırmaktadır. Konfederasyon yönetimi, delege sistemine dayanan seçimlerle oluşmakta; her birlik kendi kongresini yaparak hem kendi yönetimini hem de üst kurul delegelerini seçmekte, üst kurul delegeleriyle toplanan federasyon kongrelerinde de aynı şekilde hem federasyon yönetimi hem de konfederasyon delegeleri belirlenmektedir. Bir kez daha belirtmek gerekirse, “rokfor modeli” diye de anılan bu örgütlenme, menşe adı uygulamasının gerek organizasyon gerekse de iktisadi başarısı bakımından özgün bir örnek oluşturmaktadır. Bu modelin nasıl işlediği sorusunu süt fiyatlarının belirlenmesi konusuna odaklanarak yanıtlamak mümkündür.

Süt fiyatlarının belirlenmesi süreci: Menşe adı bölgesinin süt üretimi 1970’li yılların başında rokfor üretimi için gerekli talebi karşılamaktan uzaktı. Ancak işletmelerin modernleşmesi, yöneticilerin eğitilmesi ve ırk seleksiyonu sonucu, üretim fazlaları oluşmakta

gecikmemiştir. Bu durumda üretim zinciri yöneticileri 1987 yılında, özgün bir süt ödeme biçimini uygulamaya karar vermişlerdir. Buna göre, takip eden seneden itibaren her üreticinin son dört yılın kampanyasına göre (1983-1987) hesaplanmış ve rokfor üretimine dönüştürülecek süt üretim miktarına tekabül edecek miktarda sütü vermesi gerekmektedir. Bu sistem inek sütünde uygulanan kotalardan farklıdır; referansı (kotayı) aşan üreticiler cezalandırılmamaktadır. Üretim fazlası sütler, sanayiciler tarafından salata peyniri, süt tozu gibi ürün çeşitlerine yönelik olarak kullanılmaya başlamış ve böylece daha düşük fiyatlardan alınmaları da mümkün hale gelmiştir.

Daha önce de belirtildiği gibi üretim alanı –Rokfor menzili - her biri belirli bir bölgeden süt gereksinimlerini sağlayan yedi sanayici arasında bölüşülmektedir. Sütünü bir işletmeye veren bir üretici, takip eden sene diğer bir işletmeyle iş yapabilir. Ödemesi aynı olacağı için bu önemli bir sonuç doğurmaz. Diğer menşe adlandırmalarından farklı olarak üreticilerin bağlılıkları, sütünü verdikleri sanayici düzeyinde değil, ürünün kendi özellikleri çerçevesinde ortaya çıkmaktadır.

Rokforla ilgili olarak kendine özgü işleyiş kurallarını belirleme eğilimi 1988 yılında “Bireysel Referans Miktarı” sisteminin yaşama geçirilmesi yoluyla gerçekleşmiştir. Bu kendi türünde tek olan ve diğer Fransız menşe adlandırma üretim zincirlerinde eşdeğeri bulunmayan bir süt ödeme sistemidir. Buna göre her süt yetiştiricisine 1982-86 yılları arasındaki en iyi üç kampanya ortalaması bir referans miktarı olarak tahsis edilmiştir. Esnek bir kota sistemi olarak da görülebilecek referans sistemi, 1992 yılında üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutularak revize edilmiştir. Buna göre;

- I. Sınıf referanslar: birinci sınıf fiyattan yararlanan süt miktarıdır. Bu fiyat rokfor fiyatı olarak adlandırılıyor

- II. Sınıf referanslar: İkinci sınıf fiyattan yararlanan süt miktarı olup, en iyi çeşitlendirilme fiyatıdır

- III. Sınıf, her üreticinin süt tesliminden artan miktar, bunlar III. Sınıf fiyatından ödenmektedir (süt, süt tozu).

Her yıl Konfederasyon sütün kullanım bilançosunu, rokfor üretimi (I.sınıf), çeşitlendirilmiş ürünler üretimi (II. Sınıf) ve süt ve süt tozu gibi artık ürünler ayırımı yaparak toptan bir şekilde düzenlemektedir. Fiyatlandırma sisteminde her sınıfa tekabül eden bir fiyat bulunmaktadır; birinci sınıf fiyatı, her zaman rokfor satış fiyatına endeksli olmaktadır.

Bireysel referans birinci ya da ikinci sınıfa yerleştirilecek miktara temel oluşturulmakta artan kısım III. sınıftan ödenmektedir. Örnek olarak 2007 kampanyasında ödenen fiyatlar aşağıda ki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.2. Referans fiyatları (Roquefort)			
SINIF	FİYAT/LİTRE	MİKTAR (%)	KULLANIM ALANI
I. SINIF	1,10 €	50,1	Rokfor peyniri
II. SINIF	0,65 €	44,2	Salata peyniri, pecora, perail
III. SINIF	0,25 €	5,7	Süt, süt tozu

Kaynak: Roquefort Konfederasyonu

Bu kotalar 1996 yılından itibaren titizlikle uygulamaya konulmuştur. Konfederasyon yumuşak bir geçişi gerçekleştirmek istemiş, çiftçilerin yoğun yatırımları sonucu gerçekleşen üretim artışı sürecinde, keskin bir kırılmanın oluşmasından kaçınmıştır. Fiyat belirleme metodu kota fazlası süt için cezalandırma mahiyetinde bir fiyatın belirlenmesi ile uygulamaya başlamış, takip eden yıllarda teslim edilen süt miktarında bir istikrar sağlanmış ve ortalama süt fiyatlarında önemli gerilemeler olmuştur.

Süt fiyatları, Konfederasyon yönetim kurulunda müzakere edilmektedir. Özgün bir yapılanmaya sahip olan konfederasyonda, yönetim kurulu hem sanayiciler hem de süt üreticilerinden oluşmaktadır. Koyun yetiştiricileri bölgesel sendikalar federasyonunu temsilen 9 süt üreticisi (süt üreticileri kurulu), rokfor sanayicileri sendikalar federasyonunu temsil etmek üzere ise 9 peynir sanayicisi (peynir sanayicileri kurulu), konfederasyon yönetim kurulunda birlikte yer almaktadır. Konfederasyonda bir kurul bir oy ilkesi geçerli olup taraflardan birinin diğerine karşı herhangi bir üstünlüğü söz konusu değildir. Özgün kurumsal yapılanmasının yanı sıra, işleyiş biçimi ile de demokratik bir niteliğe sahip olan Konfederasyon, sistemin yürümesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Süt kampanyası Aralık ayı başında başlayıp Temmuz sonuna kadar devam etmektedir. Süt tanka girdiği an konfederasyona ait olup, üretici sütünü hangi sanayiciye verirse versin ve sütü hangi amaçla kullanırsa kullansın, aynı süt fiyatı hesaplanmasından yararlanmaktadır.

Süt satın alımında yetiştiricilerle sanayiciler arasındaki rekabet, modeli sekteye uğrattak düzeyde değildir. Sanayiciler üretim öngörülerine göre ne kadar süt toplanması gerektiğini belirtmektedir. Konfederasyonda ürünlerin değerlendirilmesi önceliği tartışılmakta,

müzakerelerde fiyatlar her kullanım için ayrı ayrı belirtilerek, her sınıf için süt dağılımı yapılmaktadır. Tüm kararlar yılda bir kez ve kampanyadan önce alınmaktadır.

Oluşturulan kota ve referans sistemi fiyat müzakerelerini kolaylaştırmaktadır. Kurumsal yapılanmanın son derece demokratik olması, şüphesiz “rokfor mucizesinin” temel nedenlerinden birisidir. Öyle ki sanayiciler kurulunda yer alan Soci  t   grubu, b  lge s  t  n  n %72’sini toplamasına rağmen, konfederasyonda hiçbir ağırlığa sahip değildir.

3.1.5. Kırsal kalkınma perspektifinden Rokfor peynir   retimi

Rokfor peyniri;   retim b  lgesi için en önemli iktisadi faaliyettir. Kırsal kalkınma  l  tleri olarak üretim faaliyeti ile yaratılan katma değer ve istihdam baz alınacak olursa, rokfor peynirinin gerçek bir yerel kalkınma akt  r   olarak değerlendirilmesi de mümkündür. Yörede bir yağam biçimi oluğturan bu ünlü ürün, ihracat gelirlerinin yanı sıra her sene mağaraları ziyarete gelen yerli ve yabancıların bıraktıkları turizm gelirleri ile de yöre ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Fransa’da yağanan genel tarımsal modernleğme hareketi, özellikle yeniliğe çok açık Aveyron’da patlama sağlamığtır. Peynir fiyatlarında 1965-80 yılları arasında yağanan sürekli artığ, Rokfor pazarını geniğletirken, üretimde hızlı bir geliğme döneminin bağlamasına da neden olmuğtur. Rokfor kimlik bilincinin geliğmesinin yanı sıra, konfederasyonun oynamığ olduğu gerçek katalizör rolün de bu geliğmelerde önemli yeri vardır. Nitekim 1960’lı yıllardan itibaren bazı prensipler üzerine kurulmuğ bir kalkınma modelinin uygulamaya konulması ve süt sıkıntısı çeken rokfor sanayicilerinin gereksinimlerinin giderilmesi, etkileri günümüze kadar uzanan gerçek bir teknik ilerlemedir. İster Fransız, ister Avrupalı olsun diğer koyun bölgelerine göre rokforu ileri bir düzeye götüren bu planlı müdahalenin temel aktörleri Şöyle  zetlenebilir:

- Lacaune ırkının etkili bir seleksiyonu, koyun varlığı performansında net bir iyileğme sağlamığ, hayvan bağına sağım dönemi süt verimi ortalaması 1951-2007 yılları arasında 64 litreden 223 litreye y kselmiğtir.
- Yem bitkileri üretiminde yoğunlağma ve otlakların oluğturulması, beslemenin iyileğtirilmesinde önemli rol oynamığtır.

- Koyun varlığı sağlığında iyileştirme, çağdaş binalar ve otomatik süt sağım makinelerinin çoğaltılması, modern bir yetiştiricilik sisteminin gerçekleşmesini sağlamıştır.

Bu uygulamalar sonucu verimlilik önemli ölçüde yükselmiş, işletmelerin koyun varlığı ortalaması artmış ve üretimde olağanüstü bir büyüme gerçekleşmiştir.

Günümüzde yaklaşık 160 bin tona ulaşan yöre süt üretiminin, endüstrideki değişik kullanımları Tablo 3.3'de gösterilmiştir. Görüldüğü gibi toplanan sütün yarısından fazlası (%51,7) rokfor üretimine gitmektedir. İkinci sırada yer alan ve eski adı Feta olan salata peyniri ise kullanılan sütün %25,6'sını kapsamaktadır. Bu iki peynir süt üretiminin yaklaşık $\frac{3}{4}$ 'ünden fazlasını kullanmaktadır.

Tablo 3.3. Roquefort Bölgesi Süt Üretimi ve Kullanım Biçimi (2009)

Kullanım şekli	Kullanılan Miktar (Milyon Litre)	Toplam süt üretiminden aldığı pay (%)
Rokfor üretimi	82,5	51,7
Salata peyniri üretimi	40,9	25,6
Pecora üretimi(Sert Peynir)	14,8	9,3
Peraile ve Değişik spesiyalite üretimi	10,4	6,5
Çiğ süt olarak satılan	9,2	5,8
DİĞERLERİ	1,8	1,1
Toplam süt üretim miktarı	159,6	100

Kaynak: Rokfor Konfederasyonu

Görüldüğü üzere sütün yarısı rokfor dışındaki ürünlerin üretiminde kullanılmaktadır. Üretimdeki çeşitlenme üretilen toplam sütün hemen tamamının değerlendirilmesini sağlamakta, ancak süt fiyatları ürüne göre farklılık arz etmektedir. Rokfor endüstrisinde faaliyet gösteren 7 fabrikanın 2007 yılında üretmiş bulunduğu 39719 ton peynirin %53,6'sını rokfor, %35,2'sini salata peyniri oluşturmaktadır (Tablo 3.4). Konfederasyon verilerine göre Rokfor üretimi 2007 yılında 21269 tona ulaşmıştır. Üretim 1991 yılında 19800 ton olduğu düşünülürse, üretim tonajında bir istikrarın söz konusu olduğu ve rokfor piyasasında doyuma ulaşıldığı söylenebilir. Bu nedenle firmalar, gelişimlerini ürün çeşitlemesine yönelerek gerçekleştirmek istemektedir.

Tablo 3.4. Roquefort Bölgesi Peynir üretim miktarları (2007 ve 2009)

Ürün adı	Üretim miktarı (ton)		Toplam Üretimdeki Pay (%)	
	2007	2009	2007	2009
Rokfor	21269	19996	53,6	52,8
Salata peyniri	14000	13400	35,2	35,3
Pecora	2500	2500	6,3	6,6
Pérail	1150	1200	2,9	3,2
Krem peynir	800	800	2,0	2,1
TOPLAM	39719	37896	100	100

Kaynak: Roquefort Konfederasyonu

Bölgedeki peynir üretiminde miktar olarak ikinci sırayı salata peyniri almaktadır. Sert peynir olarak nitelendirilen Pecora ise 2500 ton üretim miktarı ile üçüncü sırada gelmektedir. Bölgede üretilen Pecora peynirinin tamamı ihracata yönelik gerçekleşmektedir. Bölgenin peynir üretiminde 2007 ve 2009 yılları arasındaki farklılıklara baktığımızda ise toplamda %4,6 oranında bir düşüş görülmektedir. Bu düşüşün temel kaynağı Rokfor üretiminde yaşanan miktar azalmasıdır. Konfederasyon temsilcisi Isabelle BERNARD TROTOUIN, kendisiyle yapılan mülakatta, bu düşüşün nedenlerini özetle şu şekilde açıklamıştır: Öncelikle dünya genelinde yaşanan ekonomik krizden, peynir sektörü de etkilenmiştir, bunun dışında çiğ sütle yapılan Rokfor peyniri üretiminde kullanılan sütün hijyen kalitesinde, son iki yıldır birtakım sorunlar yaşanmasına bağlı bir üretim düşüşü olmuştur. Bayan Trotouin 2009 yılında Rokfor satışlarından elde edilen gelirin 330.2 milyon Avro olduğunu, 2008 yılına göre %6.7'lik bir düşüşün gerçekleştiğini belirtmiştir. Rokfor peyniri üretiminin %19.6'sı ve salata peynirinin %70'i ihraç edilirken, bölgedeki peynir üretiminin %40.7'si, yaklaşık 3550 tonu ihraç edilmiştir (Konfederasyon 2009 rakamları). Konfederasyonun 2007 yılı verilerine göre ise üretilen peynirlerin %40,5'ni oluşturan 16100 ton ihraç edilmiştir. İhraç edilen rokfor miktarı ise 3810 ton olup, bunun %73,3'ü Avrupa Birliği'ne, %11,1'i ise %100 gümrük vergisine tabi olduğu ABD'nedir.

Bölgede koyun sütü üreten tüm yetiştiriciler, sütlerini rokfor sanayicilerine vermektedir. Halen 7 firma 2086 noktadan süt tedarik etmektedir. Dünyanın en büyük peynir üreticisi Lactalis grubuna ait olan Société, ana ticari marka olup, 2007 yılında rokfor pazarının %62'sine sahiptir. Üretmiş olduğu toplam peynirin %45'ini rokforun oluşturduğu Societe, sütün de %72'sini toplamaktadır. Üretilen peynirin geri kalan kısmı, biri kooperatif (SCARO), diğerleri bölgesel ölçekli üç firma ile mütevazı ölçekteki diğer üç işletme tarafından sağlanmaktadır. Ciroları toplamı 2007 yılında 412 milyon avroya ulaşan bu firmalar şunlardır: SOCIETE DES CAVES, FURAMAGERIES LE "PAPILLON", Ets

COULET, Ets VERNIERES, Ets CARLES, Ets COMBES ve FROMAGERIES OCCİTANES/SCORA/3A.

Menş e adı koruması altındaki yöresel ürünlerin, kırsal kalkınma bakımından temel işlevleri, istihdam yaratmaları ve kırsal nüfusu buldukları yerde tutmaları olarak gösterilmektedir. Önemli ölçüde katma değer yaratarak yerel kalkınmayı sağlayan bu ürünler, yöre istihdamında da belirgin yere sahiptir. Rokfor peyniri üretme faaliyetlerinin bölge istihdamındaki yerini, tarımsal istihdam ve endüstriyel istihdam olmak üzere iki boyutta incelemekte yarar vardır.

Fransa'nın en verimli bölgesini oluşturan bu havzada süt işletmelerinin toplam tarımsal işletmeler içindeki payı *Tablo3.5*'deki verilerden de hesaplanacağı gibi %12.2'dir. Üretim faaliyetinin özgünlüğüne rağmen mütevazı görülebilecek bu oran, menş e adı korumalı peynir üreten diğer bölgelerden çok daha yüksektir (Basse Normandie %4.9, le Centre %3.7).

Tablo 3.5. Roquefort süt işletmelerinin tarımsal istihdamdaki yeri (2008)	
1-Menş e Adı Korumalı tarımsal işletme sayısı	2358
2-Menş e Adı Korumalı süt işletmeleri sayısı	2358
3-Menş e adı alanındaki toplam tarımsal işletme sayısı	19370

Rokfora bağı lı faaliyetlerin, sanayi istihdamında da önemli bir yere sahip olduğu gözlenmektedir (Tablo 3.6). Nitekim süt endüstrisinde istihdam edilen iki kişiden biri rokfor üretiminde çalışmaktadır. Rokforun bölge gıda endüstrisi toplam istihdamındaki payı süt işletmelerinde olduğu gibi düşüktür (%8). Ancak, bu pay üretim ünitelerinin yoğun olduğu Aveyron ve Lozer'de %35'e ulaşmaktadır.

Tablo 3.6. Roquefort sanayinin toplam sınaî istihdamdaki yeri (2008)	
Sanayi dalı	Sayı %
1-Rokfor sanayi	1829
2-Bölgesel süt sanayi	3 888
Menş e adının payı (1/2)	%47
3-Bölgesel gıda sanayi	23 000
Menş e adının payı (1/3)	%7.9
4-Bölgesel sanayi	154.000
Menş e adının payı (1/4)	%1.2

Birçok yerdekine göre daha az çeşitlenmiş bir ekonomik faaliyet olmasına rağmen, arz zincirinin yaratmış olduğu azımsanmayacak istihdamla, rokfor bu bölgenin ekonomik motorudur. Zincirin günümüzde 10.000 çalışanı ilgilendirdiği belirtilmektedir; alan çalışması sırasında Rokfor temsilcisinin sarf ettiği sözlerle “hiçbir yerde bir yörenin kaderi bir ürünün kaderine bu kadar bağlı değildir”. Bu sözün ne anlama geldiği, yine süt üretimine bakılarak tartışılabilir.

Peynirlerde menşe adı adlandırması aktörleri için, çiftçilere ödenen süt fiyatı sorunu, menşe adlandırma zincirinin ekonomik performansını değerlendirme ve karşılaştırma yapma olanağını veren temel bir ölçüttür. Fransa’da ulusal düzeyde gerçekleştirilen araştırmalar menşe adı ürününe dönüştürülen sütün, standart sütlere göre %20 daha pahalı olduğunu göstermektedir. Rokfor konfederasyonunun, yukarıda ayrıntısıyla ele alınan, özgün ödeme sistemi, sütün değişik dönüşümleri arasında bir ayırım getirmektedir. Rokfora dönüştürülen sütün (1. sınıf) 1000 litresi 2004 yılında 1047 avro iken, aynı tarihte sütün ortalama fiyatı, 1000 litre için 820 avrodur.

Burada belirtilmesi gereken husus, süt fiyatlarının zaman içinde göstermiş olduğu istikrardır. Nitekim 1995 yılında ortalama fiyat, 1000 litre süt için 817 avrodur. Rokfor kuralları, süt üreticilerine göreceli olarak daha fazla gelir elde etme, daha önemli bir yatırım kapasitesine sahip olma olanağını sağlamaktadır.

İstatistikler menşe adı tescilini takip eden yıllarda genellikle üretim hacimlerinde artış olduğunu, gerçekleştirilen araştırmalar ise menşe adı korunan peynirler için belirgin bir talebin bulunduğunu göstermektedir (Frayssignes, 2007, s.169). Yeni bir menşe adı tescili, ürünü hemen Comté, Cantal ya da rokfor gibi çok ünlü peynirlerle aynı düzeye getirmektedir. Özellikle yeni menşe adları ile yeni pazarlar bulduklarını söyleyen dağıtım firmaları, bu konuya çok önem vermektedir.

3.2. Türkiye’de Coğrafi İşaret Sistemi: Ezine Peyniri Örnek Olay Çalışması

Karşılaştırmalı örnek olay çalışmasının Türkiye bölümü, Fransa rokfor peyniri bölümünde yer alan tematik sıralanışı esas alacaktır. Böylece ilk sıraya, Türkiye’de Cİ sisteminin düzenleyici kurumu olan Türk Patent Enstitüsü’nün kurumsal yapısının irdelenmesi yerleşecektir. Bunu menşe adı tesciline sahip Ezine peynirinin tarihçesi, üretim süreçleri, toplumsal işbölümü ve kırsal kalınmaya olan etkilerin irdelendiği alt bölümler izleyecektir.

3.2.1. Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Kurumsal Yapısı

Türkiye’de Cİ tescil işlemleri, Türk Patent Enstitüsü (TPE) bünyesinde düzenlenmiştir. Bu kurumsal ‘tercihin’ Cİ sistemi bakımından ne anlama geldiği, Fransa örneğine atıfta bulunarak tartışılmak durumundadır. Buna geçmeden önce TPE’nin tüzel çerçevesi hakkında bilgilenmek tamamlayıcı olacaktır. TPE, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’na bağlı, idari ve mali açıdan özerk bir kamu kuruluşudur⁶⁵. Türkiye’de sınaî mülkiyet hakları alanında yetkili kurum olan TPE, 24 Haziran 1994 tarihinde, 544 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile kurulmuştur. Kurucu 544 Sayılı KHK'nin kanunlaştırılması ise 19 Kasım 2003 tarihinde "5000 Sayılı Türk Patent Enstitüsü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun" ile gerçekleşmiştir. Kanunun ilk maddesinde tanımlanan TPE'nin üç temel amacından, konumuzla ilgili olanları şöyledir;

- Ülke içinde serbest rekabet ortamının oluşmasını ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinin gelişmesini sağlamak üzere sınaî mülkiyet haklarının tesisi ile korumayı sağlamak,
- Sınaî mülkiyet haklarına ilişkin yurt içi ve yurt dışında var olan bilgi ve dokümantasyonu kamunun istifadesine sunmak.

Cİ sisteminin Türkiye’deki kurumsal örgütlenmesine açıklık getirebilmek maksadıyla, sözü edilen Kanunun 3üncü maddesinde düzenlenen ve TPE’nin görevlerini tanımlayan on iki başlıktan konumuzla doğrudan ve dolaylı ilgili olanları, şöyle sıralanabilir;

- Patent, markalar ve endüstriyel tasarımlar ile diğer kanunlarla koruma altına alınmış olan sınaî mülkiyet haklarının ilgili mevzuat hükümleri uyarınca tescilini ve bu hakların korunması ile ilgili işlemleri yapar,
- Zorunlu lisans işlemlerinde arabuluculuk faaliyetlerinde bulunur ve mahkemelerde bilirkişilik yapar,

⁶⁵ Türkiye’deki kamu yönetimi örgütlenmesinde kuruluşların idari ve mali özerklik dereceleri, ‘bağlı kuruluş’, ‘ilgili kuruluş’ ve ‘ilişkili kuruluş’ şeklindeki üç ayrı statüye göre farklılaşır. Özerklik derecesinin en düşük olduğu statü ‘bağlı kuruluş’ iken en yüksek olduğu statü ise ‘ilişkili kuruluş’ statüsüdür. Yukarıda da belirtildiği gibi TPE ‘bağlı kuruluş’ statüsündedir. Kamu yönetimi örgütlenmesinin bu kritik ve ayrıntı bilgisini, alanın uzmanı olan Dr. Sonay Bayramoğlu ile yaptığım sohbetlere borçluyum.

- Yurt dışında benzer kuruluşlar ve uluslararası kuruluşlarla işbirliğinde bulunur ve Bakanlığın onayı ile Türkiye’yi uluslararası kuruluşlar nezdinde temsil eder,
- Sınaî mülkiyet hakları ile ilgili uluslararası anlaşmaların hazırlanmasına ülke çıkarlarını koruyarak katkıda bulunur ve bu anlaşmaların Türkiye’de uygulanmasını sağlar,
- Yurt içi ve yurt dışında teknoloji ve araştırma-geliştirme ile ilgili kurum ve kuruluşlarla ve bilgi bankalarıyla işbirliği yapar, dokümantasyon merkezleri kurar, bu bilgileri kamunun istifadesine sunar,
- Sınaî mülkiyet hakları ile ilgili olarak çeşitli yayınlar yapar ve Türk Sınaî Mülkiyet Gazetesini periyodik olarak yayınlar; sınaî mülkiyet hakları konularında yurt içinde kişi ve kuruluşların bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi için gerekli çalışmaları yapar ve görev alanına giren konularla ilgili akademik çalışmaları destekler.

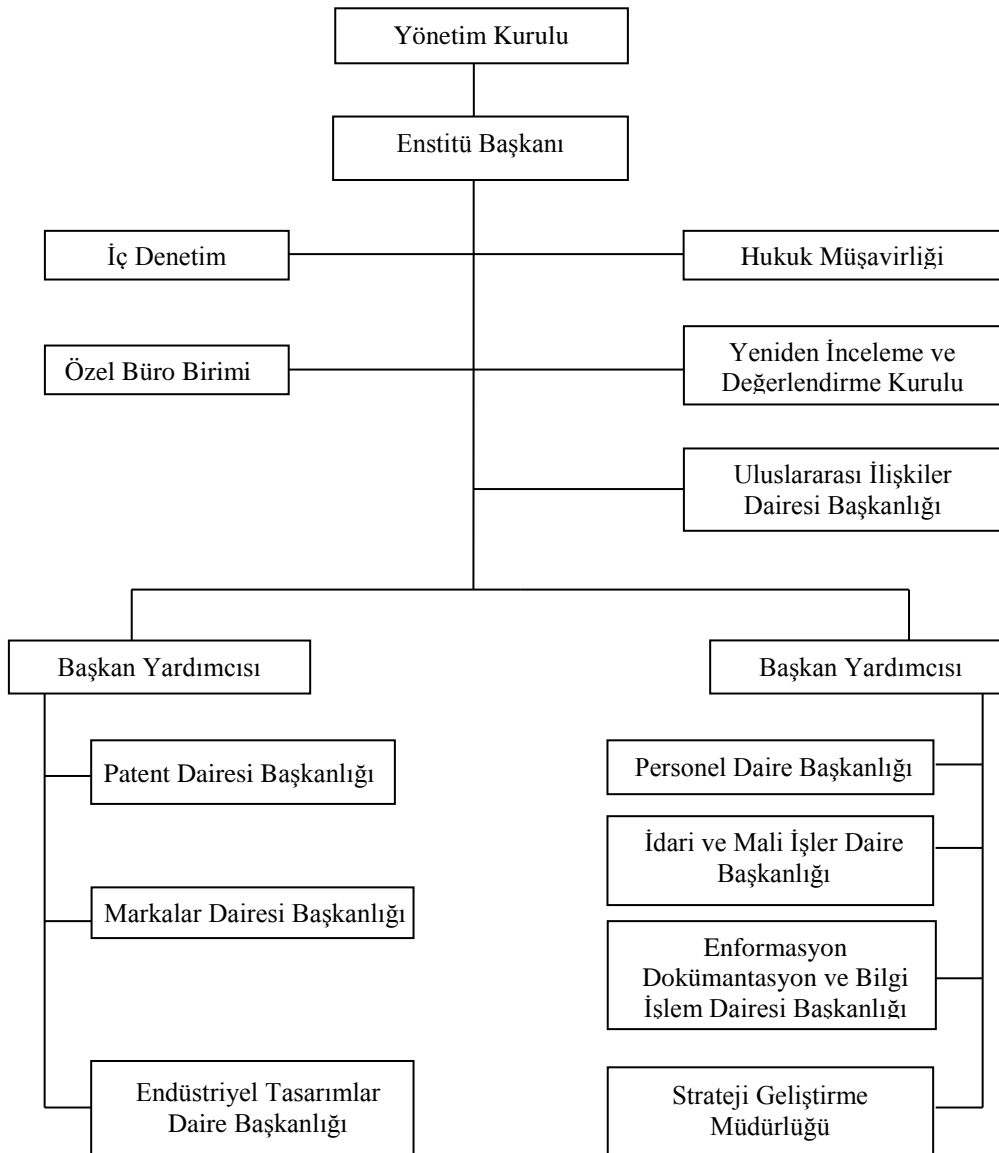
Kurum; görevleri içerisinde bulunan maddelere uygun olarak, DTÖ, TRIPs ve AB ile Gümrük Birliği’nin getirdiği yükümlülükleri yerine getirmek için patent, marka, endüstriyel tasarım ve coğrafi işaretler sınaî mülkiyet alanlarında kanun hükmünde kararnamelerin oluşturulmasında ve uyumlaştırılmasında öncü olmuştur.

TPE’nin yönetim yapısı (Şekil 3.4), kuruluş kanununda da belirtildiği gibi idari ve mali özerkliğe sahiptir. Kurumun en yüksek düzeydeki yönetim ve karar organı Yönetim Kuruludur. Kurul, Enstitü Başkanı ve bir Başkan Yardımcısı, Adalet ve Maliye Bakanlığından birer üye, Sanayi ve Ticaret Bakanlığının belirleyeceği üç üye olmak üzere toplam yedi kişiden oluşur. Enstitü Başkanı aynı zamanda Yönetim Kurulu Başkanı’dır. Bütün üyelerin görev süreleri üç yıldır. Enstitü Başkanına bağlı olan Başkan yardımcılarında birinin sorumluluğunda mülkiyet hakları ile ilgili daire başkanlıkları bulunurken, diğerinde enstitünün faaliyetlerini yürüten ve idare eden daire başkanlıkları bulunmaktadır.

Marka, Patent ve Endüstriyel tasarımlar için ayrı ayrı daire başkanlıkları mevcut olmasına rağmen, coğrafi işaretler için müstakil bir daire başkanlığına gereksinim duyulmuş değildir. Cİ işlemleri, Markalar Dairesi Başkanlığı bünyesinde ele alınmaktadır. Enstitü yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, Markalar Dairesi Başkanlığı’nda 27 marka uzmanının çalıştığı ve bunlardan üçünün Cİ’ler tescilleri ile ilgilendiğini belirtmişlerdir. Üç personelin, kuruma yapılan başvuruları değerlendirmede yeterli olduğu düşünülmektedir. Cİ tescilleri ile ilgilenen uzmanlar aynı zamanda marka dosyaları ile de ilgilenmektedirler. Cİ sisteminin Türkiye’deki kısa tarihine bakıldığında TPE’nin Cİ tescili vermekte “elinin sıkı olmadığı” rahatlıkla

söylenbilir; bu ise tescil alan Cİ'li ürünlerin denetimi konusunu büyük bir sorun haline getirmektedir; TPE yetkilileri denetim konusunun kendi görev ve sorumlulukları altında bulunmadığını belirtmişlerdir.

Şekil 3.4. Türk Patent Enstitüsü Yönetim Yapısı



Kaynak : TPE web sayfası

TPE'nin örgütsel yapısı hakkındaki bu kısa bilgilendirme ışığında, Fransa deneyimine de atıfla Türkiye'nin Cİ sistemini nasıl ele alındığı hususunda kimi sonuçlara ulaşmak mümkündür:

- (i) Türkiye, Cİ sistemini tümüyle fikri mülkiyet hakkı düzenlemesi olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, konunun AB bünyesindeki ele alınışı ile biçimsel bir benzerliğe sahip olmakla birlikte içerik itibarıyla kayda değer farklılıklara sahiptir.
- (ii) Bir fikri mülkiyet düzenlemesi olarak ele alınan Cİ sistemi, Türkiye’de tümüyle *ticari marka geliştirme aracı* olarak görülmektedir. Cİ sistemine atfedilen anlam, onun ticari marka geliştirmeye katkısı ile sınırlıdır. Bu anlamlandırma; “yükselen ekonomilerin” merkantilist hırs sahibi üyelerinden biri olan Türkiye’nin cari “girişimci ruhuyla” da örtüşmektedir.
- (iii) Tam da bu nedenle, Türkiye, Cİ tesciline aday yöresel ürünlerin fikri mülkiyetini, doğası gereği kolektif bir hak olarak görmemekte, özel şirketler de yöresel ürünlerin menşei adını sahiplenebilmektedir. Fransa ve AB’deki düzenlemeye temelden aykırı olan bu yaklaşım, *de jure* düzlemde menşei tescili olan Cİ işlemini *de facto* olarak marka tesciline indirgemektedir ki, bu haliyle Türkiye’de Cİ sistemi, kolektif varlıkların özel mülkiyete aktarıldığı bir *transfer mekanizması* işlevi görmektedir.
- (iv) Türkiye, Cİ tesciline aday yöresel ürünlerde sektör ya da ürün temelli bir sınırlama ya da uzmanlaşmaya sahip değildir. Pazarlanabilir her yöresel varlık (meta) Cİ tesciline konu olabilmektedir. Fransa ve AB’den farklı olarak Cİ kapsamına ilişkin bu yaklaşım, Türkiye’nin yöresel ürünlerini korumaya dönük bir kapsayıcılığa işaret ediyor değildir. Zira Cİ sistemi hâlihazırda bir *koruma mekanizması* olarak değil, marka adı tesciline yönelik fiili bir *transfer mekanizması* olarak işlev görmektedir. Cİ sisteminin kapsayıcılığı, kolektif mülkiyetin özel mülkiyete transferinin sınırlarına (sınırsızlığına) işaret etmektedir.
- (v) Türkiye, Cİ sisteminin yapı taşlarından olan denetim konusunu da kurumsal bir temel henüz kavuşmuş değildir. Denetim işlemi, şimdilik tümüyle Cİ tescil sahibi girişimcinin (bu, bir özel şirket, sanayi-ticaret odası, belediye, kooperatif ya da dernek olabilmektedir) kendi yetki ve inisiyatifine terk edilmiş durumdadır.

Burada temel özellikleri vurgulanan Cİ sistemi Türkiye’ye 1995 yılında, AB müktesebatına uyum sürecinin bir parçası olarak girmiştir. AB’den farklı olarak sistemin fiili işleyişini “fikri mülkiyet” transferine büründüren mevcut mekanizma, bu satırların yazıldığı tarih (2010) itibarıyla 15 yıldır yürürlüktedir. Bundan dört yıl önce, 2006’da, Türkiye Cİ tesciline konu olan yöresel ürünlerin kolektif mülkiyetini esas alan AB ve Fransa yaklaşımını gündemine almıştır. Uygulamada yaşanan sorunları ve AB’nin konuyla ilgili 510/2006 sayılı

Tüzüğünü dikkate alan TPE, 2006 başında “Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun” taslağını kaleme almış, taslak ancak 2009 sonunda tasarılarak Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne sunulmuştur. Tasarı, kanunlaşmak için bir yıldır beklemektedir. TPE yetkilileri, bekleme süresinin en az 5 yılı bulacağı görüşündedir.

Görüldüğü gibi Türkiye’de Cİ sisteminin kurumsal yapılanması (henüz) Fransa’da olduğu gibi, Menşe Adı ya da Mahreç İşareti başvuruları için müstakil ve yerleşiklik kazanmış bir organizasyon şemasına sahip değildir. Yapısal nedenler bir tarafa bırakılacak olursa, bu durumun en belirgin görünen nedeni Cİ tescil başvurularının değerlendirilme işlemleriyle ilgilidir. Fransa örneğinde ayrıntısıyla ele alındığı gibi Cİ tescil başvurularının değerlendirilmesi konusu, INAO örgütlenmesinin esasını teşkil eden bir öneme sahip bir konudur. Oysa Türkiye’de Cİ tescil başvurularının denetimi, Enstitü bünyesindeki ilgili birim ve görevli uzmanlar tarafından esasen “dosya-evrak incelemesi” biçiminde yapılmaktadır. Tescil başvurusu yapılan yöresel ürünün menşei adına sahip olacak vasıfları barındırıp barındırmadığı şeklindeki uzman görüşü, tescil başvurusu yapan girişimci tarafından alınmakta ve “bilirkişi raporu” olarak başvuru dosyasına konmaktadır. TPE yetkilisi, bilirkişi raporunda eksik ya da çelişki tespit etmesi halinde konuyla ilgili yeni bir bilirkişi tayini yapabilmekte, bu işlemlerin masrafları da tescil başvurusu yapan girişim tarafından üstlenilmektedir. Bu önemli konunun somutta nasıl işlediğine açıklık getirmek amacıyla, TPE’ye gelen Cİ başvurularının değerlendirme süreci hakkında, alan çalışması sırasında derlenen şu bilgilere yer verilebilir.

Cİ Başvurularının Değerlendirilmesi: Enstitü’ye gelen Cİ başvuruları Markalar Dairesi Başkanlığı’na gönderilmekte ve değerlendirmeye alınmaktadır. Cİ’lerden sorumlu uzmanlar, gelen başvuruları KHK’nin 3üncü, 5inci, 7nci ve 8inci madde hükümlerine uygunluğu yönünden incelerler. Gerekli görüldüğü durumlarda ve yönetmelikte öngörülen 3 aylık süre içinde yerine getirilmek üzere, başvuru sahibinden eksikliklerin giderilmesi için ek bilgi ve belgelerin tamamlanması istenir.

Enstitü gerektiğinde başvuru ile ilgili teknik bilgilerin kanıtlanması için başvurunun, konuda uzman bir veya birden fazla kamu kuruluşu veya üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesini talep etmektedir. Dolayısıyla Enstitü bünyesinde başvuruları teknik ve bilimsel anlamda inceleyecek gerekli personel bulundurulması şart görülmemiştir. Bunun yerine teknik konularda bilgi ve destek istenen kurumlara ve kişilere coğrafi işaretlerin sistemi ve mantığı hakkında bilgi verilmesi tercih edilmiştir. İlgili kurum veya kuruluşa

ödenecek inceleme ücretinin ve Enstitü'nün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücretin, başvuru sahibi tarafından Enstitü'ye ödenmesi gerekmektedir.

Gerekli şartları karşılayan başvurular, Enstitü tarafından Resmi Gazete ile yurt çapında dağıtımı olan en yüksek tirajlı günlük gazetelerden ikisinde ve bir yerel gazetede ilan yoluyla yayımlanmaktadır. Yayın maliyetleri, başvuru sahipleri tarafından en çok şikâyet edilen konuların başında gelmektedir. Enstitü yetkilileri, bu yüzden, ilgili yasa tasarısında kesinleşmiş tescillerin sadece Resmi Marka Gazetesinde basılmasının yeterli görüldüğü, hükmüne yer verildiğini belirtmişlerdir. Nitekim Meclise sunulan yasa tasarısında bu konuyla ilgili değişiklik için *“yayın işlemi yüksek maliyet gerektirdiğinden ve bu durumun da başvuru yapma ya da tescil işlemlerine devam etme konularında başvuru sahibi açısından caydırıcı olduğu tespit edildiğinden, ayrıca diğer sınai mülkiyet haklarının tescil taleplerinin ilan şekli ile paralellik sağlanması ve her aşamada işlemlerin kolaylaştırılması amacıyla başvuruların sadece Resmi Marka Bülteninde yayımlanması öngörülmüştür”* şeklinde bir gerekçe kaleme alınmıştır⁶⁶.

Resmi Gazete'de yayın tarihinden itibaren coğrafi işaret başvurusuna yönelik altı ay içinde herhangi bir itiraz yapılmamış ise, söz konusu ad veya işaret Resmi Gazete'de yayımlanma tarihi itibarıyla kesinlik kazanır. Kesinlik kazanan başvuru, coğrafi işaret siciline kayıt edilir. Görüldüğü gibi coğrafi işaretler tescilinden sorumlu kurum olan TPE'de, coğrafi işaret tesciline yönelik herhangi bir yönetsel yapı (henüz) oluşturulmamıştır. Enstitü yetkilileri de böyle bir yapılanmaya gereksinim olmadığı, tek sıkıntının denetim aşamasında ortaya çıktığı, yönünde görüşler dile getirmişlerdir. Menşei tescilinin 'marka' tesciline indirildiği mevcut işleyiş bakımından bu görüşler anlaşılır olmakla birlikte, Cİ sisteminin temel mantığı bakımından onaylanır değildir.

Cİ sisteminin Ezine peyniri örneğinde Türkiye'de nasıl işlediği sorusuna yanıt aramadan önce, yöresel ürünlerin ülkemizdeki algılanma biçimi üzerinde durmak, yolun henüz başlarında bulunan bir ülke için, anlamlı olacaktır.

3.2.2. Yöresel Ürünler ve Tüketiciler

Cİ sistemini ampirik olgular düzleminde ele alan çalışmalar içinde, tüketici eğilimleri araştırmaları belirgin bir paya sahiptir. Ürün etiketinin, üreticiler ve tüketiciler arasındaki bilgi asimetrisini ve tüketicilerin araştırma maliyetlerini azaltan bir etkiye sahip olduğu görüşü,

⁶⁶ Bkz. (EK 11, s.26).

yaygın bir kabule sahiptir. Cİ tescilli ürünleri konu alan tüketici eğilimi araştırmalarında Cİ etiketlerinin esasen yüksek fiyatlı ürünler için kayda değer bir rol oynadığı; zira bu pahalı ürünlere yönelen tüketicilerin, söz konusu etiketler şahsında “güvenlik” ve “statü” arayışı içinde oldukları belirtilmektedir. Her iki gereksinimi karşılayacak ürün, tabii ki, belli bir kaliteyi temsil edecektir. Cİ’ler yoluyla sertifikalandırılan ürünlerin tüketiciler için bir kalite göstergesi olarak algılandığı da açıktır. Tüketici eğilimleri araştırmalarında tüketiciler, yaygın olarak “üründe kaliteyi tercih edenler” ile “üründe düşük fiyatı tercih edenler” şeklinde sınıflandırılır. Bu yaklaşım, piyasanın “tercihler alanı olduğu” şeklindeki neo-klasik yanılısamayı güçlü bir şekilde taşıyor olsa da, ortaya konan veriler, Cİ tescilli kaliteli ürünlere daha çok “yüksek gelir grubu” mensubu tüketicilerin talepte bulunduğunu gözler önüne sermektedir.

Bu bölümde ayrıntılı bir şekilde irdelendiği gibi, Fransa ve Türkiye’deki Cİ tescilli iki peynirin üretim süreci, bu çalışmanın temel ampirik malzemesini teşkil etmektedir. Çalışma planında “tüketici eğilimlerinin” kavranması gibi bir boyut bulunmamaktaydı. Nisan 2010 tarihinde Antalya’da “yöresel ürünler fuarının” düzenleneceği bilgisi gelince plana küçük de olsa bir ilave yapılmasının yararlı olacağı düşünüldü. Survey yöntemi kapsamında yüzyüze görüşme yoluyla uygulanacak bir anket aracılığıyla, Fuar ziyaretçilerinin yöresel ürünlere yönelik algıları sorgulanabilirdi. Sahadan derlenecek veriler, bu çalışmanın asli tartışmasına sadece tamamlayıcı mahiyette bir katkı sunabilirdi. Bu amaçla 30 değişkeni içeren 20 soruluk bir anket formu hazırlandı; gerekli izinler alındı; Akdeniz Üniversitesi İİBF’den 4 öğrenciye anket eğitimi yapıldı ve bu satırların yazarının da dâhil olduğu 5 kişilik ekiple 4 günlük Fuar süresince 550 yanıtlayıcıya anket uygulandı. Yapılan kontroller neticesinde istatistiki analize 510 anket dâhil edildi. Veri analizleri SPSS ortamında gerçekleştirildi. Anket formu; yanıtlayıcı profilini kavrayan 6 değişken, yöresel ürünün tanımlayıcı özelliğini kavrayan 6 değişken, yöresel ürünlerin tercih edilme gerekçelerini kavrayan 3 değişken, Cİ bilgisini ölçen bir değişken ile Fuar organizasyonuna yönelik 3 değişkeni içeren bir kapsama sahiptir. Şimdi ampirik bulgularına yer verilecek olan bu saha çalışmasının yaslandığı temel ön-kabul, yöresel ürünler fuarı ziyaretçilerinin yöresel ürünlerin gerçek ya da potansiyel tüketicisi olarak görülebileceği, şeklindedir. Aşağıdaki analiz boyunca yeri geldiğinde fuar ziyaretçilerinden tüketiciler şeklinde söz edilecektir. Bunun da zorlama bir ön-kabul olmadığı söylenebilir. Yanıtlayıcılar, olasılık mantığına yaslanan bir örneklem seçimi ile kavranmadığı için, buradaki analizlerin belli bir tüketici evrenine istatistiksel olarak genellenmesi de söz konusu olmayacaktır. Yöresel ürünlere yönelik tüketici eğilimleri araştırmasının bulgularına

geçmeden önce, giriş mahiyetinde yanıtlayıcıların sosyo-demografik profillerinden özlüce söz etmek gerekecektir.

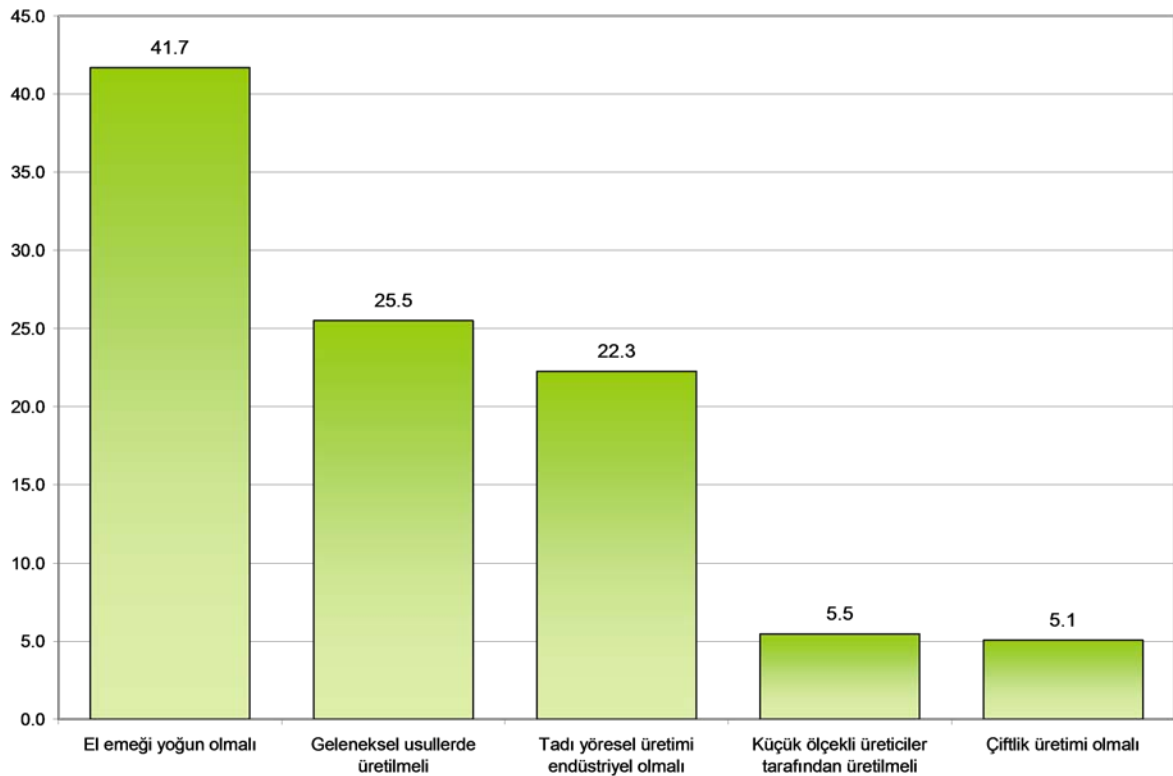
Yanıtlayıcıların %58'i erkektir; yaş ortalaması 40.2 iken bu sayı erkekler için sadece bir basamak yukarı (41.1) kadınlar için de bir basamak aşağı inmektedir (38.9); hane büyüklüğü ortalaması 3.5 kişidir. Yanıtlayıcıların yarıya yakını yükseköğrenim mezunudur; bunu %30 oranında lise mezunu izlerken, ilköğretim mezunları ¼ 'lük bir paya sahiptir. Yanıtlayıcıların yaklaşık %30'u 'iktisaden faal olmayan nüfus' kategorisindedir (öğrenci % 17.5; ev kadını % 10.8); ücret/maaş geliri elde edenler %51 seviyesinde iken kentli küçük girişimciler %12, çiftçiler ise %7 oranına sahiptir. Aylık hane gelirine bakıldığında, yanıtlayıcıların %24'ünün bin TL ve altında; %42'sinin bin-iki bin TL arasında, %20'sinin iki-üç bin TL arasında ve %13'ünün de üç bin ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7. Yöresel ürünün tanımlayıcı özelliği (çoklu yanıt analizi) (N. 504)			
<i>Ölçütler</i>	Çoklu yanıt		Yanıtlayıcı
	N	%	%
Üretildiği yer	300	21.0	59.5
Üretildiği bölge	214	15.0	42.5
Tarihi bir geçmişe sahip olması	206	14.4	40.9
Geleneklerimizde var olması	191	13.4	37.9
Üretildiği toprak	176	12.3	34.9
Lezzet alışkanlığına sahip olması	146	10.2	29.0
Özel bir teknik bilgi ile üretilmesi	142	10.0	28.2
Kırsal kesimde üretilmesi	52	3.6	10.3
Toplam	1427	100.0	283.1

Tüketiciler bakımından bir ürünü yöresel ürün yapan en temel özellikler nelerdir? Bu soru, aşağıdaki tabloda yer alan sekiz seçenekle birlikte yanıtlayıcılara yöneltilmiş ve önem verdikleri üç seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Üç ayrı değişken, ayrı ayrı ele alınmak yerine "çoklu yanıt analizi" (*multiple response analysis*) ile topluca değerlendirildi. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi ürünün coğrafi menşei –ki üretildiği yer ve bölge bu kapsamda birlikte değerlendirilebilir- tüketici algısında başat bir yere sahiptir. Bunun hemen ardından anlamlı bir payla tarihe ve geleneğe referans yapan ölçütlerin geliyor olması da önemlidir. Tüketicilerin yöresel ürün algısını şekillendiren bu başat ölçütler, birinci bölümünde genişçe tartışıldığı gibi, yöresel ürünlerin Cİ tescili alması bakımından da geçerliliği olan, tanımlayıcı özelliklerdir. Öte yandan bu tablodaki dağılımların gerek eğitim gerekse de gelir durumuna göre kayda değer bir farklılaşmaya uğramadığı da not edilmelidir. Kısmi bir farklılık, "lezzet/tat" ile "özel teknik bilgi" ölçütleri tercihlerinde söz konusudur; bu ölçütlere, yüksek öğrenimli yanıtlayıcıların görece daha fazla itibar ettikleri söylenebilir. Aşağıdaki basit

dağılımlı grafik, yöresel ürünlerin üretimlerinde tüketicilerin en çok hangi ölçüte önem verdiğini göstermektedir. Hemen fark edileceği gibi aşağıda sıralanan beş ölçüt, tam anlamıyla ‘kategorik’ ölçütler değildir. Bu nedenle de yanıtlayıcıdan “en önem verdiği tek bir seçeneği işaretlemesi” istenmiştir. Emek yoğun ve geleneksel usullere uygun olarak üretilmesini, temel ölçüt alanlar çoğunluktadır (%67.2). Bu iki ölçütü “endüstriyel üretim dışı” tercihler olarak görmek mümkündür. Bu bloğun hemen karşısında %22.3'lük oranla “endüstriyel üretimle yöresel tada” sahip ürünleri görmek isteyenler yer almaktadır.

Grafik 3.1. Yöresel ürünlerin üretiminde aranan ölçüt (N.494)

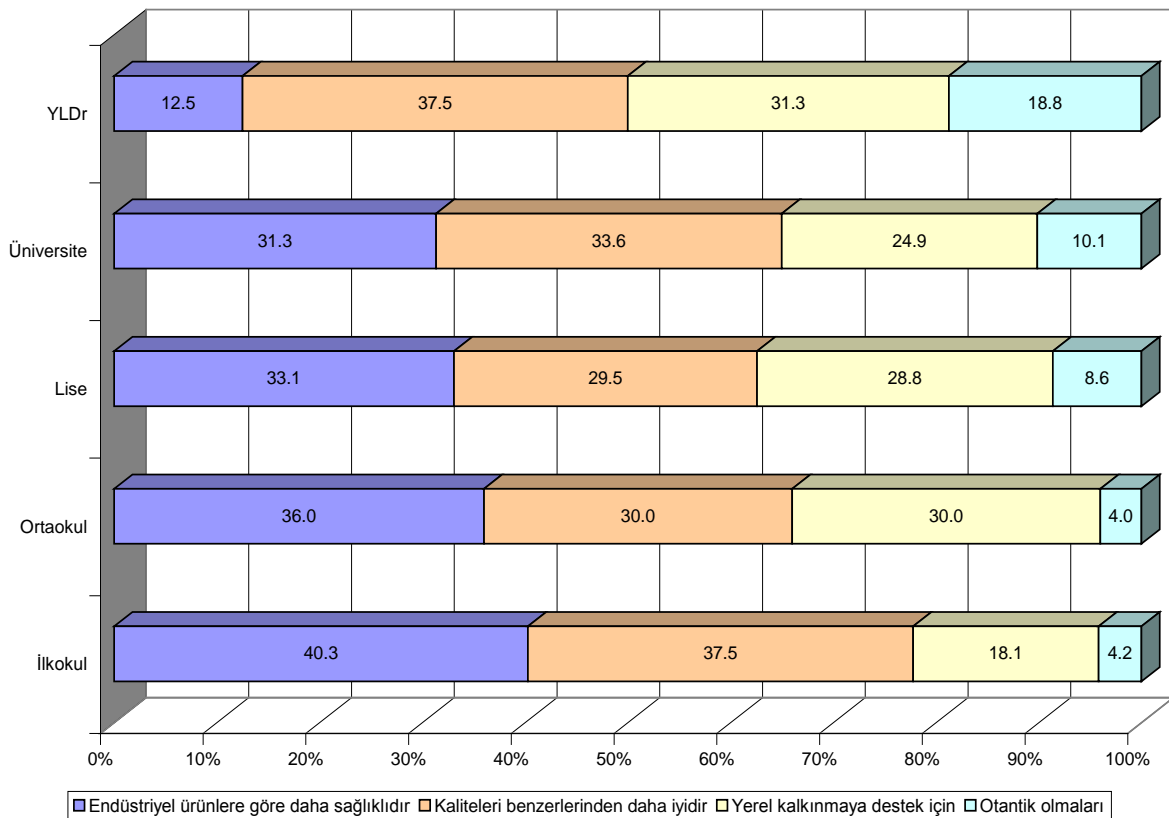


Endüstriyel olan ve olmayan karşıtlığını fabrika ve zanaat üretimi karşıtlığına doğrudan tahvil etmek, zorlama bir analiz olarak görülebilir. Zira geleneksel usullere uygun ve el emeğine dayalı üretim pekâlâ fabrika sistemi içinde de gerçekleşebilir. Zanaat üretimini ya da daha kapsayıcı olması bakımından fabrika dışı üretimi esas ölçüt olarak görenler %10 seviyesinde bir paya sahiptir.

Yöresel ürünlerin tercih edilme nedenleri söz konusu olduğunda, anket formunda yer alan dört seçenekten ‘sağlık’ ve ‘kalite’ vurgusu yapanlar birbirine benzer oranlarda ön plana çıkmaktadır. Yanıtlayıcıların %33’ü yöresel ürünleri “endüstriyel” muadillerine kıyasla daha “sağlıklı” bulduğu için tercih ederken, %32.8’i de tercih gerekçesi olarak “benzerlerine”

kıyasla “kalitelerinin daha iyi” olmasını ileri sürmüştür. Bu sonuç, tüketici davranışları çalışmalarında, sağlığa referansla “güvenlik”, kaliteye referansla “aidiyet” duygusu nedeniyle yöresel ürünlerin tercih edildiği yönündeki bulgularla paralellik göstermektedir. Yanıtlayıcıların ¼’ü ise yöresel ürün tercihinin “yerel kalkınmaya destek olmak” şeklinde gerekçelendirirken “otantikliğe” öncelik verenler %10’un altında kalmıştır.

Grafik 3.2. Öğrenim durumuna göre yöresel ürün tercih nedenleri (N.495)



Yukarıdaki grafik, yöresel ürünlerin tercih edilme nedenleri ile öğrenim durumu arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Yöresel ürün tercihi ile öğrenim durumu ve yaş değişkeni arasında, bu araştırmanın cinsiyet, aylık hane geliri ve meslek gibi diğer açıklayıcı/bağımsız değişkenlerinden farklı olarak zayıfta olsa anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yukarıdaki grafikte ilk göze çarpan ilişki, eğitim seviyesi yükseldikçe “sağlıklı ürün” tercihinin payı azalırken, “otantik ürün” tercihinin artıyor olmasıdır. Her ne kadar bu araştırma Cİ tescilli ve uluslararası üne sahip yöresel ürün tüketicilerini kavıyor olmasa da, burada gözlemlenen zayıf ilişki⁶⁷ Maslow’un ‘ihtiyaçlar hiyerarşisini’ esas alan ve birinci bölümde değinilen

⁶⁷ Bu yargı Somers test sonuçlarına dayanmaktadır. Çapraz-tablo analizine dahil edilen değişken sıralı (ordinal) ise Somers testi, bu ilişkinin anlamlılığı, gücü ve yönünü verir. Eğitim ve ürün tercihi arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde, 0.02 ile anlamlı bir ilişki mevcuttur, ancak bu ilişkinin -1 ve +1 arasındaki yeri ile ölçülen yönü ve

tüketici davranışları analizlerine yine de soru işareti koymayı gerektirebilir. Şöyle ki; yukarıdaki grafikte yer alan “düşük eğitimlilerin” (ilk ve ortaokul mezunları) aylık hane gelirleri de çoğunlukla düşüktür. İlköğretim mezunlarının yaklaşık yarısı aylık bin ve daha az Türk Lirası hane gelirine sahiptir. Yükseköğretim mezunları içinde aynı gelir diliminde yer alanların oranı ise %10 seviyesindedir. Bu durumun, “sağlıklı ürün”/“güvenlikli” besin arayışının, fizyolojik gereksinimlerini tamamlamış ve ürün fiyatı ile ilgilenmeyen “üst gelir grubuna” ait bir davranış olduğu yargısını tartışmalı kıldığı açıktır. Ürün kalitesinin de besin güvenliği ile ilgili olduğu düşünülebilir; ancak kalite tercihinin öğrenim durumuna göre kayda değer bir farklılaşma sergilemediği açıktır. Yukarıdaki grafikte “otantik ürün” ölçütünün yüksek öğrenimli (dolayısıyla görece yüksek gelirli) tüketiciler bakımından daha fazla tercih edilmesi, bu grubun yöresel ürün şahsında “aidiyet gereksinimlerini” karşılama tutumları ile ilişkilendirilebilir. Ne var ki, -spekülatif bir değerlendirme olsa da- düşük eğitimlilerin bu seçeneğe itibar etmemeleri “otantik” terimine yabancı olmalarıyla alakalı olabilir.

Tablo 3.8. Yöresel ürünler nasıl temin edilir? (çoklu yanıt analizi) (N. 494)			
<i>Yöresel ürünleri temin kanalları</i>	Çoklu yanıt		Yanıtlayıcı
	N	%	%
Yerel pazarlardan	204	37.8	41.3
Rastladığımda satın alırım	93	17.3	18.8
Üretildiği bölgeyi ziyarete gittiğimde	93	17.3	18.8
Süpermarketlerden	70	13.0	14.2
Her zaman temin ederim	44	8.2	8.9
Akrabalardan	28	5.2	5.7
İnternette	7	1.3	1.4
Toplam	539	100.0	109.1

Yanıtlayıcılara ayrıca yöresel ürünleri nasıl temin ettikleri de soruldu; dağılımları aşağıdaki tabloda yer alan ve birbirini dışlamayan kapalı uçlu seçeneklerden uygun olanlarını işaretlemeleri istendi. Üç değişken altında veri girişi yapılan yanıtlar için çoklu-yanıt analizi yapıldı. Aşağıdaki tablodaki “yanıt” sayısından da anlaşılacağı gibi bir seçenekten fazlasını işaretleyenler ancak %10 seviyesinde kaldı. Yanıtlayıcıların yarıya yakını (%41) yöresel ürünleri “yerel pazarlardan” temin ettiklerini belirtmişlerdir ki bu oran; yanıtlayıcıların içinde Antalya, Burdur ve Isparta gibi yerel pazar geleneğini yaygın bir şekilde sürdüren illerde ikamet edenlerin ezici çoğunluğu düşünülürse⁶⁸, son derece anlaşılırdır. Yerel pazar seçeneğini işaretleyenler arasında düşük gelir ve eğitilmiş tüketicilerin ağırlıklı olması, gerek

gücü, 0.09'lük değer ile pozitif yönlü ve zayıf bir ilişkidir. Yaş grupları ve ürün tercihleri arasında ise görece anlamlı bir ilişkinin var olduğu (*Approx. Sig.*, 0.01), bu anlamlılığın ise ters yönlü ve zayıf bir ilişkiye yaslandığı görülmektedir (*value* -0.10).

⁶⁸ İllerde ikamet oranları sırasıyla Antalya, %75, Burdur %6 ve Isparta %9'dur.

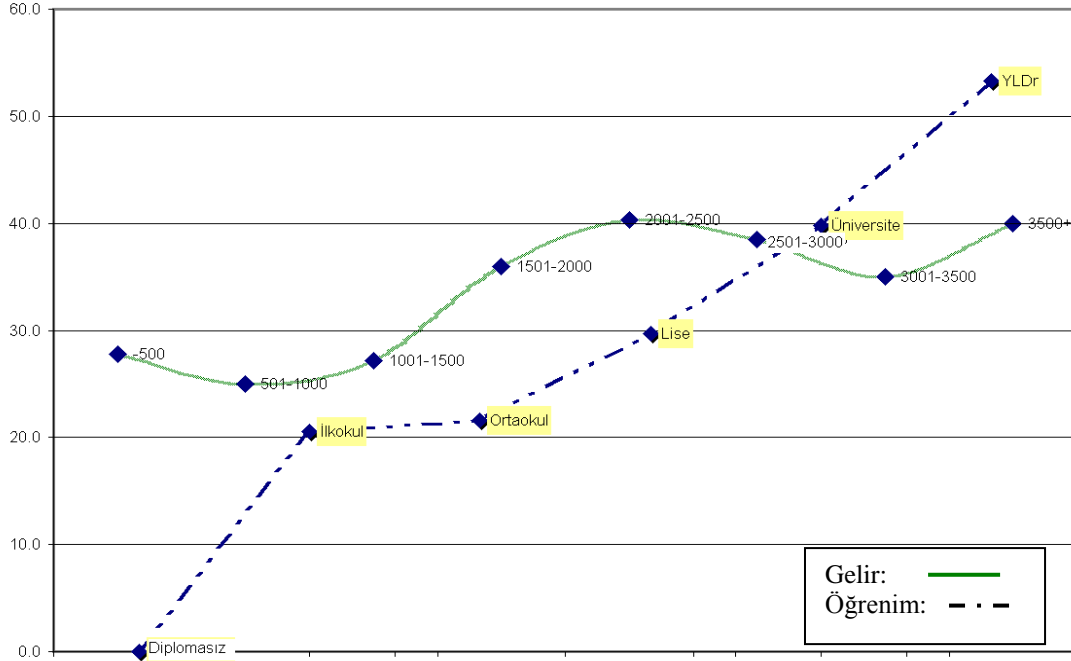
yöresel ürünün niteliği gerekse de tüketici profili hakkında bir fikir vermektedir. Burada söz konusu olan kuşkusuz ne *tümüyle* Cİ tescilli ve uluslararası üne sahip bulunan yöresel ürünlerdir, ne de bu ürünleri yüksek fiyatlarla tüketen tüketicilerdir. Saha çalışmasının yapıldığı bölgenin özelliği gereği, tüketiciler büyük alışveriş merkezleri ile yerel pazarlar arasında keskin bir şekilde bölünmüş değildir; yerel pazarlar olanca canlılığı ve yaygınlığı ile her gelir grubundan tüketicinin uğrak yeri iken bu pazarların müşterileri arasında büyük alışveriş merkezlerinin yolunu bilen de az değildir. Nitekim yöresel ürünlerin hangi özelliklerine önem verilerek alındığını sorgulayan aşağıdaki tablo, her iki alışveriş mekânını da kullanan akışkan bir tüketici tipolojisinin de ipuçlarını vermektedir. Tabloda görüldüğü gibi yaklaşık oranlarla ilk üç sıraya yerleşen özellikler köylü üreticilerin pazarda sattığı ürünlerde bulunmayan, aksine firma üretimini ve/veya perakende satışını gerektiren özelliklerdir.

Tablo 3.9. Yöresel ürünler satın alınırken hangi özelliklerine dikkat edilir? (çoklu yanıt analizi) (N. 502)			
	Yanıt		Yanıtlayıcı
	N	%	%
<i>Ürün alımında dikkat edilen özellikler;</i>			
Garanti belgelerine	338	25.5	67.3
Ürünü gösteren paketleme şekline	305	23.0	60.8
Firmanın ürün menşei bölgesinden olmasına	292	22.0	58.2
Üretici firmanın markasına	208	15.7	41.4
Geleneksel paketlemelere	182	13.7	36.3
Toplam	1325	100.0	263.9

Yanıtlayıcılara Coğrafi İşaret tescili hakkında bilgilerinin olup olmadığı da soruldu. Buna olumlu yanıt verenlerin oranı %32.7 seviyesinde kaldı. Cİ sistemi hakkındaki bilgi ile ne cinsiyet, ne yaş ne de meslek arasında anlamlı bir ilişkiye rastlandı. Cİ sistemi hakkında bilgi sahibi olmak ile sadece öğrenim düzeyi ve aylık hane geliri arasında, zayıf da olsa anlamlı bir ilişki saptandı. Bu ilişkiyi aşağıdaki grafikte gözlemlemek mümkündür. Diplomasız bir kişiyi dışarıda yutarsak (ki o da Cİ'den habersizdir), ilköğretim mezunu olanların %20'lerde başladığı Cİ sistemini bilme oranı, lise düzeyinde %30'a, yükseköğrenimle birlikte ise genel ortalamanın belirgin bir şekilde üzerine çıkmaktadır. Aynı grafikte aylık hane geliri kategorilerinin dağılımına bakıldığında, geliri 1500 TL ve altında olanların Cİ sistemini

%30'un hemen altındaki oranlarla bildikleri gözlemlenirken, bu gelirin üstünde yer alanların bilme oranları ise %35-%40 bandında bir görünüme sahiptir.

Grafik 3.3. Gelir ve öğrenim durumuna göre Cİ tescilini bilme eğilimi (N.160)



Cİ sistemi hakkında bilgi sahibi olmanın yöresel ürünlerin algılanması bakımından anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı da sorgulanabilir. Tablo 3.10 bu sorunun bir boyutu hakkında

	Cİ'i bilir mi? (Sütun %)	
	Evet	Hayır
Üretildiği yer	20.1	22.0
Tarihi bir geçmişe sahip olması	15.3	14.0
Üretildiği bölge	14.4	15.3
Geleneklerimizde var olması	14.2	12.8
Üretildiği toprak	12.0	12.3
Lezzet alışkanlığına sahip olması	11.6	9.4
Özel bir teknik bilgi ile üretilmesi	9.0	10.2
Kırsal kesimde üretilmesi	3.5	3.9
Toplam Yanıt N	458	919

bilgi vermektedir. “Yöresel ürünü ne tanımlar” sorusuna verilen ve üç değişkenli yanıtta üretilen çoklu yanıt değişkeni ile Cİ'i bilme durumu ilişkilendirildiğinde, Cİ bilgisine sahip olan ve olmayan arasında kayda değer bir tanım farklılığının olmadığı yandaki tablodan görülebilir. Cİ'i bilenler, küçük oranlarla da olsa, ürünün

“yer”, “bölge”, “toprak” ve “kır” gibi coğrafi mekâna doğrudan referans yapan tanımlayıcı ölçütlerden ziyade “tarih”, “gelenek” ve “tat/lezzet” gibi ölçütleri daha fazla ön plana çıkarmaktadır. Aynı ilişki kalıbı bu kez “yöresel ürünlerin üretiminde neye önem verildiği” sorusu ile kurulduğunda da yukarıdaki tabloya benzer bir dağılımla karşılaşılmakta; Cİ'i bilen

ve bilmeyen arasında önemli bir farklılaşma bu konuda da tespit edilememektedir. Öte yandan Cİ'i bilenlerin küçük oranlarla da olsa “yöresel tadı koruyan endüstriyel üretimi” ve bu seçenekle çelişen “çiftlik üretimini”, Cİ hakkında bilgisi olmayanlara kıyasla daha fazla tercih etmiş olmaları dikkat çekicidir.

Bu saha çalışmasında tüketicilerin yöresel ürünler hakkındaki algılarını kavramak maksadıyla ilki ürünün üretimiyle diğerleri de tüketime atfedilen anlamlarla ilgili olmak üzere üç yargı cümlesi soruldu. Yanıtlayıcıların tutumları üçlü Likert ölçeği ile kavranmaya çalışıldı. Yargı cümleleri ve dağılımları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.11. Tüketici davranışlarına yönelik yargı cümleleri						
	"Yöresel ürün standardize edilmiş olmalıdır"		"Yöresel ürünü aldığımda yöreye yaklaştığımı hissederim"		"Yöresel ürün yöreyi ve kültürü keşfetmeyi sağlar"	
	N	%	N	%	N	%
Katılıyorum	297	58.5	451	88.6	450	88.6
Tarafsızım	130	25.6	37	7.3	27	5.3
Katılmıyorum	81	15.9	21	4.1	31	6.1
Toplam	508	100.0	509	100.0	508	100.0

“Yöresel ürün standardize olmalıdır”, sorusundaki standardizasyon terimi kitlesel üretim biçimindeki anlamıyla kullanılmıştır. Anket formunda bu soru “standardize *edilmemiş olmalıdır*” şeklinde yer aldığı halde, uygulamada yukarıdaki gibi sorulması kararına varılmıştır. Zira saha çalışması sırasında yanıtlayıcılar en çok bu yargı cümlesi hakkında açıklama istemişlerdir. Bunun temel nedeni de “standart dışı” üretimin ülkemizde “kaçak”, “denetimsiz”, dolayısıyla da “sağlığa aykırı” bir üretim olarak algılanıyor olmasıdır. Dolayısıyla yukarıdaki tabloda yer alan ve yöresel ürünün standardize edilmiş olmasına olur veren %58.5’lik grup içinde, kitlesel üretim biçiminden ziyade denetlenmiş ürüne referans yapanlar az değildir. Nitekim “tarafsızım” diyerek kararsız bir pozisyonu yeğleyenlerin oranı da %25.6 gibi, hayli dikkat çekicidir. Yanıtlayıcıların %16’sı ise bu yargıya destek vermek suretiyle yöresel ürünlerin ayırt edici özelliklerine uygun bir tutum sergilemişlerdir. Yukarıdaki tabloda yer alan diğer iki yargı cümlesi, yöresel ürün tüketimine atfedilen ve ilki yöreyle aidiyet geliştirme, ikincisi ise yöre kültürünü tanıma gibi son derece pozitif işlevlerle ilgilidir. Yargı cümlelerinin bu kalıbı, %90’a yaklaşan “katılıyorum” yanıtları üzerinde muhtemel ki etkide bulunmuştur. Bu iki olumlu yargı cümlelerine katılmadığını beyan edenler istatistikî bakımdan anlamlı bir paya sahip değildir.

Tüketicilerin “yöresel ürün” algılarını daha derin kavrayabilmek bakımından çeşitli ilişkiyel çözümlenmeler yapılabilir. Hemen dikkat çeken bir husus Cİ sitemini bilme durumu

ile ilişkilendirildiğinde ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, Cİ sistemini bilenlerin %62'si “yöresel ürünlerin standardize olmasına” onay vermişlerdir. Bu oran Cİ sistemini bilmeyenlerde %58 seviyesine inmektedir. Cİ tescilli yöresel ürünün doğasına aykırı bir özelliğe, bu sistem hakkında bilgisi olanların, olmayanlardan 4 puan kadar daha fazla onaylaması düşündürücüdür; Cİ hakkında bilgi sahibi olanlar içinde yargı cümlesine katılmadığını beyan edenlerin %20.6 gibi bir paya sahip olması, yukarıdaki tezadı kısmen yumuşatabilir; bu grubun %17.5'lik bir bölümü de yargı cümlesi karşısında “tarafsız” kaldığını beyan etmiştir. Cİ sistemi hakkında bilgisi olmayanların kayda değer bir kısmı (%27.3) standardizasyon konusunda “tarafsız” olduğunu belirtirken, bu yargıya katılmadığını beyan edenler de %14'de kalmıştır. Yöresel ürünlerin standardizasyonu konusunu bu araştırmanın açıklayıcı (bağımsız) değişkenleri ile ilişkilendirildiğinde, sadece yaş değişkenininin zayıf da olsa anlamlı bir dağılım gösterdiği belirtilmelidir. Bu dağılımı aşağıdaki tablodan izlemek mümkündür. Standardizasyonla ilgili yargıya katılanların 41 yaş ve üzeri grupta daha belirgin bir hal almış olması, yanıtlayıcılar bakımından, standardizasyon konusunun ürün sağlığı ve güvenliğini daha çok çağrıştırdığı yargısını destekler niteliktedir.

Tablo 3.13. Yaş gruplarına göre yargı cümlesine dönük tutumların dağılımı								
"Yöresel ürün standardize edilmiş olmalıdır"								
<i>Yaş</i>	Katılıyorum		Tarafsızım		Katılmıyorum		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
- 20 yaş	23	51.1	14	31.1	8	17.8	45	100
21-30 yaş	58	48.3	42	35.0	20	16.7	120	100
31-40 yaş	53	60.9	20	23.0	14	16.1	87	100
41-50 yaş	72	63.7	22	19.5	19	16.8	113	100
51-60 yaş	55	66.3	18	21.7	10	12.0	83	100
61 + yaş	30	61.2	11	22.4	8	16.3	49	100
Toplam	291	58.6	127	25.6	79	15.9	497	100

Üretime ilişkin bir boyut olan standardizasyon konusunu yöresel ürünlerin üretiminde aranan temel özelliklerle ilişkilendirmek anlamlı sonuçlar verebilir. Bu ilişki aşağıdaki tablodaki gibidir. Standardize edilmiş yöresel ürüne onay veren yanıtlayıcılar içinde, yöresel ürünlerin üretiminde öne çıkan özellik %40'a yakın oranla, ürünün “el emeği yoğun” olmasıdır. Bunu %26 ile “geleneksel usullerde üretim” ve %23 ile de “yöresel tadı koruyan endüstriyel üretim” tercihleri izlemektedir. Bu üçlü sıra, standardizasyonla ilgili yargı cümlesine “katılmayan” ve “tarafsız” kalan yanıtlayıcılar için de –tabi ki farklı oranlarla geçerlidir.

Tablo 3.13. Yöresel ürünün üretiminde aranan temel özellikler(N.493)				
<i>Yöresel ürünün üretiminde aranan temel özellikler</i>	"Yöresel ürün standardize edilmiş olmalıdır" (Sütun %)			Toplam
	Katılıyorum	Tarafsızım	Katılmıyorum	Satır %
El emeği yoğun olmalı	39.7	50.0	35.1	41.6
Geleneksel usullerde üretilmeli	26.2	21.4	29.9	25.6
Tadı yöresel üretimi endüstriyel olmalı	23.4	23.0	16.9	22.3
Küçük üreticiler üretmeli	5.5	4.0	7.8	5.5
Çiftlik üretimi olmalı	5.2	1.6	10.4	5.1
Toplam	Sütun %	100.0	100.0	100.0
	Satır %	58.8	25.6	15.6

Anketin diğer iki yargı cümlesi, daha önce değinildiği gibi, yöresel ürün tüketimine atfen yöreyle aidiyet geliştirme ve yöre kültürünü keşfetmekle ilgilidir. Bu yargı cümlelerine verilen destek, %90'a yaklaşan bir orana sahip olduğu ve tek bir seçenekte bu ölçüde öbekleştiği için gerek açıklayıcı değişkenlerle, gerekse de tüketici davranışlarıyla ilgili değişken setleriyle ilişki bir analize yönelmek anlamlı değildir.

Tez çalışma planında yer almamakla birlikte, konuyla ilgili bir fuar organizasyonu değerlendirilmek suretiyle gerçekleştirilen ve bu çalışmanın tamamlayıcı bir unsuru olarak görülmesi gereken bu saha çalışması hakkında son söz mahiyetinde şunlar söylenebilir:

- (i) Ürün tüketiminde sağlık/güvenlik ölçütü, hangi gelir, meslek ve eğitim düzeyinde olursa olsun tüketici davranışlarının yaygın ve ortak ölçütüdür. Bu ölçüt, firma adı ve garanti belgesi gibi endüstriyel üretimde gözlemlenen öğelerle örtüşse de, buradan kalkarak tüketicilerin standardize edilmiş kitlesel üretilen endüstriyel ürünlere meyilli olduğu sonucuna ulaşmak zordur. Bu ölçütleri üretim ve perakende aşamalarında sağlayan yöresel ürünler kadar, yerel pazarlarda doğrudan üreticilerce satılan yöresel ürünler de, sağlık ve güvenlik arayışı ile en azından gelişmemektedir.
- (ii) Yöresel ürünler, tüketicilerin bilişsel haritasında hep olumlu anlamlarla yüklüdür. Kuşku yok ki, bizim gibi kır-kent nüfus dengesi kent lehine birkaç on yıldır dönüşmüş bir az gelişmiş toplumda, yöresel ürünlerden gündelik yaşamlarında kuşaklar boyunca kopmuş olan ve bu ürünlerin şahsında "kaybedilmiş parlak geçmişlerine" yeniden kavuşan bir tüketici kitlesinden söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, yöresel ürünlere atfedilen olumlu anlamlarda, gündelik

yaşamın henüz bir-iki kuşak öncesinde doğal uzantısı olan bu ürünlerin, endüstriyel besinlere karşı savunusunu görmek de mümkündür.

- (iii) Cİ sistemi hakkında bilgi sahibi olup olmamakla ilgili olarak buraya kadar yapılan çözümler aslında, “bilmek” fiilinin yanıtlayıcılar bakımından günlük yaşamda kullanıldığı gibi “haberdar olmak” anlamında algılandığını göstermektedir. Oysa Türkiye, Cİ sistemi hakkında ulusal mevzuat ve kurumlara kayda değer süreden beri sahip olan bir ülkedir. Konu hakkında tüketicilerin bilgilendirilmesini başlı başına ele alacak kamusal çabalara gereksinim olduğu açıktır.

3.2.3. Ezine Peyniri Örneğinde Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin İşleyişi

Ansiklopedik bilgi düzeyinde genelleşmiş şekliye, peynir kelimesinin Türkçe olduğu bilinmektedir. İlk kez Memlük Türkçesinde benir, penir, beynir olarak geçmiştir. Yazılı olarak en eski öz Türkçe karşılığı ise Kaşkarlı Mahmut tarafından yazılan Divanı Lugati’t Türk kitabında yer almaktadır. Udma, udhıtma ve udhıtmak Uygur Türkçesinde uyutmak anlamındadır. Udhıtma ve udhıttı, sütü uyutmak, uyumuş süt, peynir anlamında kullanılmıştır. Peynirin dünyada ilk kez nasıl ve ne zaman üretildiğini gösteren kesin bir bilgi henüz yoktur. Ancak varsayımlardan hareketle kimi kestirimler de yapılmamış değildir. İlk peynirin Ortadoğu coğrafyasında yaşayanlar ve Orta Asya göçebe Türkleri tarafından yapıldığı düşünülmektedir. O zamanlar yiyecekleri saklayıcı özellikleri nedeniyle hayvanın derisi ya da iç organları kullanılmaktaydı. Bu iç organlardan midede (işkembe) saklanan sütün buradaki enzimlerle (kültürle) mayalanması üzerine lor haline gelmesi, peynirin ilk oluşumu hakkındaki teorilerden birisidir⁶⁹.

Bir peynir cenneti olan Türkiye’de tüketimi en yaygın olan peynirler beyaz peynir, tulum peyniri ve kaşar peyniri olmakla birlikte, yöresel peynirlerin tüketimi de oldukça önemlidir. Örneğin keçi tulumunda ufak küplerde veya tülbentler içinde oldukça lezzetli geleneksel peynirler üretilmeye devam etmektedir.

Ezine peyniri Çanakkale iline bağlı Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin doğal bitki örtüsü ile beslenen koyun, keçi ve ineklerinden elde edilen sütlerin karıştırılması ile üretilen

⁶⁹ Bu ansiklopedik bilgi için bkz. <<http://tr.wikipedia.org/wiki/peynir>>

menşe adı korumalı tam yağlı bir beyaz peynirdir. Ezine peyniri %40 keçi, %50 koyun ve %10 oranında inek sütü karışımıyla yapılmaktadır.⁷⁰

3.2.3.1. Ezine Peyniri ve Mandıracıların Kısa Tarihçesi

Biga yarımadasının güneyinde çok eskilerden beri ilkel mandıralarda üretimi gerçekleştirilen Ezine peyniri 1940'lı yılların başından itibaren özel girişimin tetiklediği bir gelişime sahip olmuştur. Ezine peyniri menşe adı bölgesinde yapılan araştırma sırasında, ürünün tarihçesi ile ilgili en sağlıklı bilginin, bölgenin en eski peynircilerinden biri olan Sami DEDEOĞLU'ndan derlenebileceği söylenmiştir. Dedeoğlu şirketinin sahibi de olan Sami bey ile yapılan görüşmede, 1950'li yıllara kadar menşe adı bölgesinde yaygın olan üretimin kaşar peyniri olduğu, beyaz peynir üretiminin ise Biga'da gerçekleştirildiği öğrenilmiştir. Sami Bey Ezine peynirinin bölge üretimindeki tarihi hakkında şu noktaya özellikle dikkat çekmiştir: *“Bölgede eskiden koyunculuk yaygındı, sütler kaşar ocaklarına verilirdi. 1955'te Edirne'den gelen peynir ustaları ile bölgede koyun ve keçi sütünden beyaz peynir üretilmeye başladı. Zamanla Edirne peynirinin yerini Ezine peyniri aldı.”* Ezine peynir üreticisi unvanına sahip sanayicilerin ortaya çıkması, peynire ait kimlik bilincinin gelişmesini sağlarken, üretimin artmasına ve yurt çapına yayılmasına da neden olmuştur.

Modern peynir fabrikalarının 1990'lı yılların başından itibaren kurulmaya başlaması ile hızlı bir gelişme eğilimi içine giren Ezine peyniri üreticiliği, günümüzde irili ufaklı 35 tesisten oluşmaktadır.

Ezine peyniri ile ilgili ilk örgütlenme girişimi 5 Mayıs 2001'de “Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma, Geliştirme ve Tanıtma Derneği”nin kurulmasıdır. Menşe adı bölgesinde üretim yapan 35 mandıradan 29'u derneğe üyedir. Temel amacını Ezine peynirini, Ezine adı ile piyasaya sürülen sahte ve taklitlerinden korumak (dernek tüzüğü md.2/1) olan dernek, süt üreticisi ile peynir üreticisini desteklemek ve bu iki üretici kesim arasında diyalog kurulmasını sağlamak şeklinde amaçlara sahiptir.

Menşe adı bölgesinde bulunan ve tamamına yakını küçük köylü işletmesi olan süt üreticileri ise, bu satırların yazıldığı tarih itibarıyla, Fransız köylülerini andırır tarzda kolektif çıkarlarını temsil eden bir örgütsel birliğe sahip değildir. Ezine Tarım İlçe Müdürünün verdiği

⁷⁰ Bu bilgiler Çanakkale Tarım İl Müdürlüğü, Gıda Kontrol Şubesi, Ziraat Yüksek Mühendisi sayın Arzu TANIK'la yapılan görüşme notlarından derlenmiştir

bilgiye göre, süt üreticisi köylüler başarisızlıkla sonuçlanan kısa süreli bir kooperatif deneyimi yaşamışlardır. Bölgede, Tarım Bakanlığı eliyle yurt sathına yaygınlaştırılan Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri bünyesindeki süt kooperatifi faaliyet göstermektedir. Kooperatif yetkilileri, süt üreticisi köylülerin tamamına yakınının kooperatif yesi olduğunu ve sütlerinin de kooperatif eliyle toplandığını belirtmişse de, gerek kendileriyle yapılan mülakatlarda köylüler gerekse de mandıra sahipleri, bu bilgiyi teyit etmemiştir. Mandıra sahipleri köy köy dolaşarak süt toplama işlemine kendilerinin gerçekleştirdiğini belirtmişlerdir. Sonuç olarak süt üreticisi kk köylüler, Ezine peyniri üretim zincirindeki varlıklarını srdmelerini ve korunmalarını sağlayacak nitelikte herhangi bir örgütsel yapılanmaya sahip değillerdir.

Mandıracılar Derneğinin, Ezine peyniri ve mandıracılarını korumaya yönelik ilk uygulaması Ezine peynirinin coğrafi işaret tescili alması konusundaki girişimiyle başlamıştır. Türk Patent Enstitüsü, derneğin 24.02.2006 tarihli başvurusunu 05.08.2006 tarihinden geçerli olmak üzere tescil etmiş ve Ezine peyniri menşe işareti almıştır.

Tüzüğünde de belirtildiği üzere derneğin amacı, Ezine ve yakın çevresinde üretilen nl Ezine peynirinin yurt içi ve yurt dışında korunması, geliştirilmesi, tanıtılması ve pazarlamasını yapmak, peynir üreticilerini ve peynir sanayisini desteklemek, Ezine peynir üreticileri arasında sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamaktır. Bu bağlamda dernek;

- Diğer bölgelerde üretilen peynirlerin Ezine ismiyle piyasaya sürülmesi, satılması nedeniyle Ezine peynirinin tehdit edilmesi, haksız rekabete uğraması, bu peynirlerin aynı özellikleri taşımaması nedeniyle Ezine peynirine zarar vererek özelliğini ve nn kaybetmesine karşı gerekli önlemlerin alınması için her türlü çalışma ve gayretlerin yürütülmesini,
- Ezine peyniri olmayıp i ve dış piyasalara Ezine peyniri ismi ile sokulan, pazarlanan peynirlerin takibini yaparak hukuki mecrada ve ticari alanda hak arayışlarını yapmak
- Ezine peynirini daha iyi koruyabilmek için coğrafi işaretini almak, logosunu belirlemek ve diğer tedbirlerin alınmasını sağlamak,
- Coğrafi işaret sınırları içinde üretim yapan ye veya ye olmayan işletmelerde üretilen peynirlerin coğrafi işaret tescil belgesinde belirtilen duyusal ve kimyasal özellikleri taşıyıp taşımadıklarını belirlemek, denetim yetkisini kullanmak amacıyla

laboratuvarlar kurmak, laboratuvar kuruncaya kadar bu işleri yetkili kurumlara yaptırmak,

- Ezine peynirinin geliştirilmesi için AR-GE bölümü kurmak ve bunun verdiği denetim yetkisini kullanmak için gerekli tedbirleri almak,
- AR-GE'nin belirteceği hususlarda bu konuda gelişen peynir sanayisinin ve teknolojisinin izlenmesi sonucunda üreticiyi aydınlatmak, gelişmeleri hayata geçirmek noktasında faaliyetlerde bulunmak,
- Ezine peynirinin tanıtılabilmesi için festivaller düzenlemek, yarışmalar tertip etmek, panel, konferans gibi faaliyetleri gerçekleştirmek, reklam vermek, reklam yarışmaları düzenlemek, kanuni çerçevede de dış piyasada da tanıtıcı faaliyetlerde bulunmak,
- Ezine peynirinin ulaşmadığı pazarları tespit etmek, yeni pazarlar oluşmasını sağlamak, dış pazarlarda da yerini alabilmesi için kanuni çerçevede çalışmalarda bulunmak,
- Süt üreticisi ile peynir üreticisini desteklemek, bu iki üretici arasında iyi diyaloglar kurmak, bunların idamesi için her türlü faaliyette bulunmak ve gerekli olan tedbirleri almak konusunda gerekli çabaları göstermeyi, hedeflemektedir (Dernek Tüzüğü madde 2).

Ezine peyniri coğrafi işareti sınırları içinde peynir üretimi faaliyetinde bulunan ve derneğin amaç ve ilkelerini benimseyerek bu doğrultuda çalışmayı kabul eden ve mevzuatın öngördüğü koşullarını taşıyan her gerçek ve tüzel kişi derneğe üye olma hakkına sahiptir (Dernek Tüzüğü madde 3).

Derneğin gelir kaynakları başta üye aidatları olmak üzere yapılan bağış ve yardımlar, sosyal ve kültürel faaliyetlerden sağlanan gelirler ile derneğin giriştiği ticari faaliyetlerden elde edilen kazançlardan oluşmaktadır (Dernek Tüzüğü madde 12).

Halen menşe adı bölgesinde faaliyette bulunan 35 firmanın üyesi olduğu "Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma, Geliştirme, Tanıtma Derneği" menşe adı tescilinin alınmasından bu yana "Türk Patent Enstitüsü"nce tescil belgesinde kendisine verilen denetim fonksiyonunu yerine getirmeye çabalamaktadır. Nitekim İzmir'de "Ezine Peyniri" ismini kullanan peynir üreticilerini belirleyip takibe alan dernek İzmir'de bu ismi kullanan dört peynir üreticisiyle

davalık olmuştur. Peynir tenekelerinin üzerinde “Ezine” yazan dördüncü İzmirli firma ise 15000 TL ödeme yapmak koşulu ile dernekle anlaşmıştır.

Coğrafi işaret sahteciliğini sadece İzmir’de değil başka illerde de kovuşturduklarını belirten dernek yetkilileri derneğe bağlı üç avukatın İzmir’in yanı sıra İstanbul ve Ankara yöresinde de ayrı ayrı çalışmalarda bulunduğunu, yaptıkları takibat sonucunda firmaların tenekelerinin üzerine “Ezine Peyniri” yazmalarına engel olduklarını belirtmiştir. Zincir marketlere de tescilsiz Ezine peyniri satma uygulamasına son vermeleri konusunda çağrıda bulunan dernek, kanunun verdiği yasal hakları sonuna kadar kullanma kararlılığını göstermektedir.

Coğrafi işaretin yönetimi sadece ürünü taklitlerinden, sahtelerinden korumak değil aynı zamanda üretimin coğrafi işaret tescil belgesinde öngörüldüğü gibi gerçekleştirilmesinin denetlenmesini de içermektedir.

Coğrafi işaretin alınması, bu örneklerde de görüldüğü üzere çok kısa evrede ürünün haksız rekabete karşı korunmasında önemli rol oynamıştır. ‘Pınar’ gibi üretici, ‘Migros’ gibi büyük dağıtım firmaları artık ürettikleri ya da pazarladıkları peynirlere “Ezine Peyniri” adını verememektedir.

Parlamentoda yasalaşmayı bekleyen “Coğrafi işaretlerin ve geleneksel özellikli ürün adlarının korunması hakkında kanun tasarısı” yasalaştığı takdirde koruma sisteminin bilinirlik düzeyini arttırmak amacıyla enstitü tarafından bir amblem oluşturulması öngörülmektedir. Bu uygulamanın başlaması, yasa dışı faaliyetleri ve haksız rekabeti büyük ölçüde engelleyecektir.

3.2.3.2. Menşei İşareti Olarak Ezine Peyniri

TPE’nin Ezine peyniri ile ilgili coğrafi işaret tescil belgesinde yapılan tanım şöyledir: “Ezine peyniri kaz dağlarının kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin doğal bitki örtüsü ve su kaynaklarıyla beslenen koyun keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsime göre, koyun sütü %45 ile %55, keçi sütü en az %40, inek sütü en fazla %15 oranlarında karıştırılmasıyla üretilen menşe adı tanımına uygun tam yağlı muhtelif büyüklükte teneke tipi beyaz peynirdir”⁷¹

⁷¹ Belge için bkz. EK 15. Ezine Peyniri tescil belgesi

Ezine peyniri, menşei bölgesinden elde edilen sütünün bileşimine bağlı özgün tat ve aromaya sahiptir. Süt yağı “kremamsı” tat barındırırken, süt yağında meydana gelen parçalanmalar sonucu açığa çıkan kendine özgü bir tat da oluşturmaktadır. Üretimde kullanılan üç farklı süt türünün tat ve aroma özellikleri de ürüne taşınarak tat ve aromayı etkilemektedir. Ayrıca sütün bileşiminde bulunan protein yağ ve süt şekerinin doğrudan etkisi veya enzimatik/kimyasal/mikrobiyal tepkimeler sonucu ürünün karakteristik ve temel tat özellikleri olan tatlımsı tuzlu ve ekşi tatlar oluşmaktadır.

Coğrafi işaret tescil belgesinde belirtildiği gibi Kaz Dağlarının kuzey ve batı kesimlerinde ve Marmara Bölgesinin güney batısında yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçeleri menşe adı yöresini ifade etmektedir. Çalışmanın değişik yerlerinde vurgulandığı gibi, Cİ tescil şartları gereği, sütün ve peynir üretiminin adı geçen coğrafi alanda gerçekleştirilmesi bir zorunluluktur. Dünyanın en önemli ekolojik bölgelerinden olan Kaz Dağları endemik ve nadir bitki türlerini barındıran istisnai bir yaşam alanıdır. Kaz Dağları aynı zamanda yer altı suları bakımından da çok zengindir. Anadolu’lu ozan Homeros’a göre Kaz Dağları (Destandaki adıyla İda Dağları) “bir pınarlı, çok pınarlı, hayvanı ve bitkisi bol olan yer”dir.

Harita 3.2. Ezine Peyniri Menşe Adı Tescili üretim alanı



Ezine peynirinin üretim sınırları olarak belirlenen bu üç ilçe Marmara'nın güney batısında Ege Denizine yakın bir bölgede yer almakta ve dörtte biri çayır ve meralardan oluşmaktadır.

Coğrafi konumu itibariyle üç ilçe de Kaz Dağları ile Ege denizi arasında yer almaktadır. Bölgede genellikle küçükbaş hayvancılık yaygındır. Kaz Dağları eteklerindeki tarıma elverişli olmayan alanlarda özellikle ilkbahar aylarında çok çeşitli bitkiler yetişmektedir. Ezine İlçe Tarım Müdürlüğü verilerine göre bunlardan önemli olanları; kekik, kırtıl, kara pırnal, çalı meşesi, yaban mersini ve küçük otçuklardır. Coğrafi olarak Akdeniz ve Karadeniz iklimleri arasında bir geçiş özelliği taşıyan Kaz Dağları iklimi, yarı nemli ve bol yağışlıdır. Bu nemli durum ve arızalı topografya Kaz Dağlarında güçlü bir orman ve zengin bir bitki örtüsünün oluşmasına neden olmuştur. Yöreye bol oksijen sağlayan bu bitki örtüsünde mercanköşk, güveyi otu, adaçayı, tüylü nane, oğul otu ve kekik başta olmak üzere yüzlerce kokulu bitki bulunmaktadır.

Bu zengin bitki örtüsüyle beslenen özellikle küçükbaş hayvanlardan elde edilen sütün tat ve aromasını etkilenmekte ve Ezine peyniri üretiminde kullanılan bu süt, peynire özel bir tat, olağanüstü bir rayiha ve aroma kazandırmaktadır.

Kutu 3.3. Ezine Peyniri Üretim Zinciri Kimliği (2008)

Coğrafi işaret türü	Menşeye işareti
Teknoloji	Beyaz peynir
Süt tipi	Koyun sütü %45-55 Keçi sütü en az %40 İnek sütü en çok %15
Üretim koşulu	Menşeye adı yöresi sütü, Doğal beslenme, Kaz dağları
Menşeye adı bölgesi	Kaz dağlarının kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçeleri
Menşeye adı alışı tarihi	05.08.2006
Toplam süt üretimi	Koyun 6 724 000 litre Keçi 8 772 000 litre İnek 43 410 000 litre
Süt üreticisi işletme sayısı	5487
Sağılan hayvan sayısı	Koyun 89 652 Keçi 43 858 İnek 10 300
Elde edilen gelir	34 105 800 TL
Mandra sayısı	35
Temel aktörler	Tahsildaroğlu, Akpınar, Peymar, Altınkılıç
Temel markalar	Tahsildaroğlu, Akpınar, Peymar, Altınkılıç
Dağıtım ağı	Tüm marketler

Ezine peyniri üretim zincirine yönelik çıkarılan kimlik bilgileri (Kutu 3.3) incelendiğinde, tescil sınırları içerisinde, toplam süt üretiminin (koyun, keçi ve inek sütü toplamı) 58 906 ton olduğu görülmektedir. Bölgede ki toplam mandıra sayısı 35'tir. Bunlardan büyük ölçekli süt işleme kapasitesine sahip olan dört firma Ezine peyniri piyasasını yönlendirmektedir.

3.2.3.3. Ezine Peyniri Üretim Süreci

Ezine peyniri üretiminde kullanılan sütün menşe adı yöresinde yetiştirilen “tahirova” “sakız”, “dağlıç” ve “sakız+dağlıç” ırkı koyunlardan, “holstein” kültür ineklerinden ve “karakeçi” adlı keçilerden sağlanması gerekmektedir.

Süt verimleri ve laktasyon süreleri değişen koyunlarda doğu friz kıvrıkcık birleştirme melezlemesiyle oluşturulmuş tahirova koyunları en verimli ırkı oluşturmaktadır. Nitekim bu ırk 200-240 gün arasında değişen uzun laktasyon süresi ve 250-300 litre arasındaki verimiyle dağlıç ve sakız koyunlarına göre daha çok tercih edilmektedir.

Sağım dönemleri 180-235 gün arasında değişen karakeçi ya da kıl keçisi olarak adlandırılan keçilerde süt verimi oldukça düşüktür; yıllık verimi 100-130 litre arasında değişmekte ve günde yarım litreyi aşmamaktadır. Bu yüzden değişik ırklar arasında melezleme çalışmaları yürütülmektedir. Bölgede yapılan çalışmalar sırasında yoğun yetiştirilen keçi ırkının Saanen, Maltız ve kıl keçisi olduğu görülmüştür. Nitekim Çanakkale Üniversitesi Onsekiz Mart Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü ve Çanakkale Ziraat Odasının ortaklaşa yürüttüğü bir araştırmada, il genelinde yetiştirilen keçi ırkları arasında %84.2 ile ilk sırayı Saanen keçisinin, daha sonra %52.6 ile Maltız ve %42.1 ile Kıl keçisinin yer aldığı tespit edilmiştir (Koyuncu ve ark., 2006, s.27). Ezine peyniri içinde en fazla %15 payının bulunması gereken inek sütünün tescil belgesinde de belirtildiği gibi yöredeki holstein türü ineklerden sağlanması gerekmektedir. Günlük süt verimi 25-30 litre arasında değişen bu kültür ineklerinin sayısı son 10 yılda ikiye katlanmıştır.

Saha çalışması sırasında görüşüne başvurulmuş Ezine Tarım İlçe Müdürü, “*hayvanlar bölgenin meralarında her mevsimde otlamaya çıkartılabiliyor. Sadece sert kış aylarında yem desteğine başvuruluyor*” bilgisini vermiştir. Ezine’de bulunan Çamlıca Süt Ürünleri firmasının sahibi Tacettin TEMEL de tarım müdürünün bilgisini destekler mahiyette şunu söylemiştir: “*Kaz dağları etekleri fundalık arazi olduğu için buralarda daha çok keçi otlatıldığını, denize yaklaştıkça koyun yetiştiriciliğinin daha yoğun olduğunu*” belirtmiştir.

Menşe bölgesinde üretilen süt Ezine, Bayramiç ve Ayvacık’ta faaliyet gösteren 35 tesis tarafından toplanmaktadır. Yetiştiriciler ürettikleri sütleri, üyesi oldukları süt kooperatifine teslim etmektedir. Yetiştiriciliğin yapıldığı işletmelerin küçük ölçekli olması, soğuk zincirin

oluşumunu engellemektedir. Sütler genellikle plastik bidonlar ya da adına güğüm denilen paslanmaz kaplar içine konmakta ve üreticiye en yakın olan KÖY-KOOP süt toplama merkezine ulaştırılmaktadır. Mandıralar da daha önce kooperatifle gerçekleştirdikleri sözleşme çerçevesinde ihtiyaç duydukları miktardaki sütü, bu merkezlerden temin etmektedir. Mandıralara ulaşan peynire işlenecek sütler koyun keçi ve inek sütü olarak Ezine peyniri coğrafi işaret belgesinde öngörülen oranlarda karıştırılmakta ve kaba filtrasyona tabi tutularak soğuk tanklara alınmaktadır. Burada 24 saat dinlendirilen sütlere antibiyotik ve pestisid varlığı ile ilgili özel analizler yapılmaktadır. Bu maddelerin varlığı sütün pıhtılaşmasını önlemektedir.

Ezine Peynir üretimi aşamaları: Ezine peyniri üretim süreci coğrafi işaret belgesinin üretim bölümü metodunda belirtilen aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır.

Pastörizasyon: Ezine peyniri pastörize edilmiş süttten yapılmış bir peynirdir. Pastörizasyon sütün 67 derecede 30 dakika ısıtılması olup zararlı mikroorganizmaların ortadan kaldırılması ve diğer mikroorganizmaların sayısının azaltılması gibi hijyenik ve teknik amaçlar taşımaktadır.

Soğutma: Pastörizasyondan sonra sütün ısısının mayalama sıcaklığı olan 32-34 dereceye soğutulmasıdır.

Mayalama: Isısı 32-34 dereceye düşürülmüş sütlere pıhtılaşma oluşumunu sağlamak amacıyla buzağuların midelerinden elde edilen şirden enziminin ilave edilerek mayalanmanın sağlanmasıdır. Bu işlemin, Ezine peynirini diğer beyaz peynir türlerinden farklılaştıran özgün bir üretim tekniği olduğu belirtilmiştir. Bu özel tekniği menşei yöresine 1950'li yıllarda Edirneli peynir ustalarının getirdiği söylenmektedir; dolayısıyla Edirne yöresi peynirlerinde de aynı şekilde buzağı şirdeninin kullanıldığı bilinmektedir. Edirneli ustaların kendi bölgelerine özgü üretim teknikleri ile Kaz Dağlarının kendine özgü sütleri bir araya gelince, bugün bildiğimiz tat ve aromasıyla Ezine peyniri ortaya çıkmıştır.

Sütün pıhtılaşması: Mayalamadan 1.5-2.5 saat sonra sütün pıhtı halini almasıdır.

Teleme: Kesim olgunluğuna ulaşan pıhtının peynir suyunun ayrılması için 3 cm³ ya da 2 cm³'lük parçalar halinde kesilmesidir.

Fotoğraf 3.1. Ezine Peyniri üretimi teleme aşaması



Kaynak: Çanakkale alan çalışması (Akpınar şirketi tesisleri)

Süzme: İşlenmiş pıhtının kitlesinin peynir suyunun ayrılması için, içinde cendere bezi serili olan peynir kalıplarının konulmasıdır.

Baskı: Süzme işlemini hızlandırma ve pıhtının birbirleriyle kaynaşması amacıyla peynir kalıplarına baskı uygulanmasıdır.

Fotoğraf 3.2. Ezine Peyniri üretimi süzme aşaması



Kaynak: Çanakkale alan çalışması (Akpınar şirketi tesisleri)

Tuzlama: Baskı işlemi tamamlanan telemenin kalıplar halinde kesildikten sonra istenen tat ve aromayı kazandırmak amacıyla üretim yöntemini gerektirdiği miktarda deniz tuzu kullanılarak hazırlanan salamurada bekletilmesidir. Salamuradan çıkartılan peynir kalıpları tenekelere tek sıra halinde dizilerek üzerlerine kuru tuz serpilir ve 10–12 saat süreyle dinlenmeye bırakılır. Bu işlem sırasında ayrılan su ortamdan uzaklaştırılır.

Ambalajlama: Tenekelere doluncaya kadar peynirin dizilmesi ve üzerine salamura ilave edilerek kapatılması ve hava almayacak şekilde lehimlenmesidir.

Olgunlaştırma: Peynirinin istenen tat ve aromayı kazanması amacıyla peynir tenekelerinin 2–4 C° sıcaklıktaki soğuk hava depolarında en az 8 ay süreyle bekletilmesidir.

Süt ve peynir üretimini, teknik emek sürecine ağırlık vermek suretiyle tanımladıktan sonra, bölgedeki toplumsal işbölümüne daha yakından bakılabilir.

3.2.3.4. Ezine Peyniri Üretiminde Toplumsal İşbölümü

Ezine peynir üretimi, menşe adı alanının temel ekonomik faaliyetini oluşturmaktadır. Üç ilçedeki 9208 tarımsal işletmenin, 5487'si gelirini süt üretiminden sağlarken, yöreye yerleşmiş değişik ölçekteki 35 mandıra, Ezine peyniri üreterek katma değer ve istihdam yaratmaktadır.

Tablo 3.14. Ezine Peyniri Menşe Adı Tescili Bölgesinde Nüfus, Tarımsal Yapı ve Mandıraların Dağılımı (2008)							
İlçeler	Nüfus	Tarımsal işletmeler			İşlenen alan	İşletme ölçeği (hektar)	Mandıra sayısı
		Toplam N (I)	Hayvancılık işletmeleri N (II)	II/I %			
Ezine	32833	2941	1383	47	19382	6,6	16
Bayramiç	31024	4371	2401	55	26467	6,0	11
Ayvacık	32833	1896	1703	90	9502	5,0	8
Toplam	94266	9208	5487	60	55351	6,0	35

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

Yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi, menşe adı yöresini oluşturan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin nüfusu köyleriyle birlikte 95 bine yaklaşmaktadır. Bölgede toplam 9.208 tarımsal işletme, 55.51 hektarlık alanı işlemektedir; bunların %60'ı süt yetiştiriciliği ile uğraşmaktadır. Ortalama işletme ölçekleri 5-6 hektar arasında değişmektedir. Ezine'de tarımsal işletmelerin %47'si, Bayramiç'te, %55'i süt yetiştiriciliği yaparken bu oran Ayvacıkta %90'a ulaşmaktadır. Özellikle son 20 yılda gelişen süt işletmeciliği menşe adı yöresinde, mandıra sayılarında önemli artışlara neden olmuştur. Halen faaliyette olan 35 mandıra Çanakkale ilinde peynir üreten toplam 58 mandıranın %60'ını oluşturmakta ve yılda ortalama 55 ile 65 bin ton arasında süt işlemektedir.

Ezine peyniri, bugünkü tadı ile ortaya çıktığı 1950’li yıllardan bu yana, süt üreticileri ve peynir imalatçıları şeklinde birbirinden ayrılmış iki işletme biçimi altında üretilmiştir. Süt ve peynir üretiminin küçük köylü hane işletmesi bünyesinde bir arada bulunduğu bir (geleneksel) aşama, Ezine peyniri özelinde var olmamıştır. Köylülerle yapılan görüşmelerden derlenen bilgiler ışığında, yörenin geleneksel peynir üretim yapısı hakkında şu söylenebilir: Kaz dağının eteklerinde yaşayan küçük köylüler, sahip oldukları küçük ve büyük baş hayvanlardan temin ettikleri sütlerle, geçimlik kaşar peyniri üretimi yapmışlar, zaman zaman da ürettikleri bu kaşarları yerel pazarda satmışlardır. Bu yapı 1950’lerin ortasından itibaren kırılmaya başlamış, Edirneli peynir ustalarının yöreye taşıdıkları tekniklerle Ezine peyniri olarak bildiğimiz beyaz peynir imalatı belirleyici hale gelmiştir. Benzer ölçeklerdeki mandıra sayılarının artışı izleyen süreç içinde küçük köylüler de esas olarak hayvan sahibi süt tedarikçisi işletmeler olarak, üretim ilişkisindeki yerlerini pekiştirmişlerdir. Mandıra üretimindeki teknolojik yenileşme ve fabrika ölçeğine sıçramanın kökeni, 1990’ların başlarına uzanmaktadır. Üretim ölçeğinin büyümesi ile birlikte küçük köylülerin süt tedarikçisi konumları iyice pekişmiş, ileride süt fiyatları bahsinde ele alınacağı gibi, süt üreticileri peynir imalatçısı sanayicilere iyice tabi hale gelmişlerdir. Coğrafi İşaret korumasının bölgede uygulanır hale gelmesinden önce, imalatçıların süt üreticilerinin direncini kırmada başvurdukları en yaygın yöntem, süt temin kanallarını çeşitlendirmek olmuştur. Yöre dışından süt teminin Ezine peyniri menşei adı için yasaklanmasıyla birlikte küçük köylü süt üreticilerinin görece konumlarında bir iyileşme gözlenirse de, kırsal alanı pençesine alan genel yoksullaşma süreci, bu bölgede de etkisini sürdürmüştür. Bu basınç karşısında küçük köylülerin hane emeğini kullanma stratejileri de değişmiş; hanenin genç üyeleri tarım dışı istihdam alanlarına yönelirken, emek-yoğun bakım gerektiren koyun ve keçi üretiminden uzaklaşan küçük işletmeler, yaşlı hane üyelerinin bakımını gerçekleştirebileceği inek üretimine ağırlık vermeye başlamışlardır. Bu bir eğilimdir ve yaygınlaşarak sürme olasılığı hiç de az değildir. Nitekim bu eğilimden yöredeki peynir imalatçıları da büyük bir kaygı duymaktadırlar. Yöre sanayicilerinin ısrarla takipçisi oldukları hayvan yetiştiriciliğini teşvik eden Hükümet uygulaması sayesinde bu olumsuz gidişatın 2008’den itibaren en azından duraklatmış olduğu, aşağıdaki tablodan da izleneceği gibi, söylenebilir.

Tablo 3.15. Ezine Peyniri menşesi adı bölgesi hayvan varlığı (2000–2008)

Yıllar	Koyun	Keçi	İnek(Saf kültür)
2000	208700	61480	4375
2001	200400	58600	4386
2002	171900	50995	4310
2003	169100	50050	4575
2004	167880	45640	3545
2005	136800	40150	4885
2006	124500	47775	5350
2007	97261	46749	10571
2008	133459	73055	13391

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

Menşesi adı korunan Ezine peynirinin yöresel etkenlerden kaynaklanan kalitesini sürdürebilmesi, şüphesiz ürünün temel girdileri olan koyun ve keçi sütü üretiminde istikrarlı bir gelişimi zorunlu kılmaktadır. Diğer taraftan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerindeki meraların korunması, Ezine peynirinin üretiminin sürdürülebilmesi için ön koşuldur. Nitekim tanımında da belirtildiği gibi Ezine peyniri bu yörenin doğal bitki örtüsü ve su kaynaklarıyla beslenen koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin karıştırılması ile üretilen bir peynirdir. Oysa yukarıdaki tabloda görüleceği gibi, 2000–2007 yılları arasında gerek koyun ve gerekse keçi sayılarında çok önemli gerilemeler kaydedilmiş buna karşın inek varlığı 2,5 kat artmıştır. Öte yandan, yukarıdaki tablonun 2008 tarihli son satırına ait olan veriler, karamsar değerlendirmeleri neredeyse tümüyle temelsiz bırakacak bir sıçramaya işaret etmektedir. Küçükbaş hayvan varlığındaki olumsuz gelişmenin 2008 yılı itibarıyla düzeldiği; koyun varlığında %37, keçi varlığında %56 ve saf kültür ineklerinde de %26'lık bir artışın gerçekleştiği gözlenmektedir. İstatistiklerin güvenilirliği konusunda kuşku yaratan ve bir yılda oluşan bu beklenmedik artışın nedeni Çanakkale Tarım İl Müdürlüğü'ne göre 2008 yılında arttırılan hayvan teşvikleri ile küçükbaş hayvanlarda gerçekleştirilen etkili küpeleme faaliyetleridir. Bu olumlu gelişme menşesi bölgesinde 2008 yılında sağılan küçükbaş hayvan sayısı ile üretilen süt miktarında da yansımalarını bulmuştur.

Girdi fiyatlarının küçük süt üreticisi haneler üzerinde önemli bir baskı yarattığına değinilmişti. Kuşkusuz menşesi yöresinde, koyun ve keçilerin menşesi tescil belgesinde belirtilen alanlarda otlatılması gerekmektedir. Ancak, otlatma dışında hayvanlar, tahıldan oluşan kesif yemle de beslenmektedir; kesif yem giderleri, küçük işletmelerin maliyet kalemlerinin en önemlisini oluşturmaktadır. Aşağıdaki tabloda yer aldığı şekliyle, süt fiyatları ile kesif yem fiyatlarındaki gelişmelerin incelenmesi hayvan varlığındaki azalmanın nedenleri konusunda önemli ipuçları vermektedir. İncelenen dönemde koyun sütü fiyatlarının 3,1, keçi sütü fiyatlarının 2, inek sütü fiyatlarının ise, 6 katı artmasına karşın kesif yem fiyatlarındaki artış

5.4 katı olmuştur. Süt maliyetlerini hızla yukarı çeken bu gelişme eğilimi, ortalama litre fiyatı süpermarkette bir büyük pet şişe su fiyatı kadar bile etmeyen sütün ve buna bağlı olarak menşe adı korunan özgün bir ürünün geleceği için önemli bir tehdit oluşturmaktadır.

Tablo 3.16. Çanakkale İli Süt ve Yem Fiyatlarında Gelişmeler (TL)				
Yıllar	Koyun	Keçi	İnek	Kesif Yem
2000	0,38	0,38	0,23	0,10
2001	0,47	0,47	0,33	0,14
2002	0,72	0,72	0,41	0,21
2003	0,75	0,60	0,46	0,26
2004	1,00	0,75	0,50	0,36
2005	1,25	0,75	0,43	0,32
2006	1,30	0,95	0,43	0,36
2007	1,20	0,75	0,60	0,46
2008	1,20	0,75	0,60	0,54
2009	1,20	0,80	0,60	0,48

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

Küçük köylü süt üreticilerine göre, Ezine peynirinin geleceğini tehdit eden bu gelişmede süt maliyetlerinin önemli payı bulunmaktadır; maliyet artışlarının özellikle Bayramiç ilçesinde yıllardır hayvancılık yapan yetiştiricilerin hayvancılığı terk etmelerine neden olduğu belirtilmektedir. Bayramiç İlçe Tarım Müdürlüğü'nce ilçede geçen 10 yıla oranla küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinde %60'lık azalma olduğu, ilçe genelinde 2000 yılında keçi ve koyun olmak üzere toplam 60000 küçükbaş hayvan bulunurken, son yapılan tespit çalışmalarında bu sayının 29000'e düştüğü açıklanmıştır. Azalmanın önüne geçmek için İlçe Tarım Müdürlüğü ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı'nın ortak projesiyle yıl içinde 50 kişiye 500, TEMA Vakfı tarafından da hayvancılığın yoğun olduğu Türkmenli Köyü'nde 300 'Saanen Keçisi'nin dağıtıldığı belirtilmiştir. Yetiştiricilerin çoğu her sene maliyetlerinin önüne geçemedikleri için koyun ve keçileri yavaş yavaş sattıklarını, ellerinde hiç hayvan kalmadığını bu nedenle yetiştiriciliği bıraktıklarını, maliyetin yüksek olmasının yanında süt fiyatlarının da çok düşük olmasının küçükbaş hayvancılığını öldürdüğünü vurgulamaktadır.

Aşağıdaki tabloda yer alan verilerde de (2008'a ait rakamlar istisna olarak kabul edilirse) görüldüğü gibi sağılan hayvan ve süt üretiminde 2000-2007 yılları arasında olumsuz bir gelişme eğilimi gayet net bir şekilde izlenmektedir. Sağılan koyun sayısı 8 yılda 86460 dan 58860'a düşerken, koyun sütü üretimi de 6052 tondan 4415 tona inmiştir. Aynı dönemde sağılan keçi miktarı 31500 den 26850 ye, keçi sütü üretimi de 5940 tondan 5370 tona gerilemiştir. Söz konusu dönemde aynı olumsuz gelişme sağılan inek miktarı ve elde edilen inek sütü için de geçerli olup, sağılan inek sayısı 12229'dan 8316'ya, üretilen süt miktarı ise 40058 tondan 34373 tona düşmüştür.

Tablo 3.17. Menşe adı bölgesi süt üretiminde gelişmeler 2000-2008

Yıllar	Sağılan hayvan sayısı			Toplam süt miktarı(ton)		
	Koyun	Keçi	İnek	Koyun	Keçi	İnek*
2000	86460	31500	12229	6052	5940	40058
2001	81060	30000	11580	5674	5400	38100
2002	81060	26502	6356	5674	4770	18648
2003	81250	22000	6900	5688	4050	19895
2004	81000	19820	6685	6075	3766	22423
2005	71000	24170	6625	5325	4834	24238
2006	64000	28200	7000	4800	5640	26011
2007	58860	26850	8316	4415	5370	34373
2008	89652	43858	13391	6724	8772	43470

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

* Yerli ve kültür melezi dahildir.

3.2.3.5. Yörede Süt Üretimi ve Süt Fiyatlarının Belirlenme Süreci

Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü verilerine göre menşe adı bölgesinde 2008 yılında koyun keçi ve inek sütü olarak toplam 58.966 ton süt üretilmiştir; bu miktar aynı yıl il toplam süt üretim miktarının (407.128 ton) %14,5'ini oluşturmaktadır. Ezine peynirinin temel girdilerinden koyun ve keçi sütü üretiminde yörenin payı oldukça önemlidir; il toplam koyun sütü üretiminin %45'i, keçi sütü üretiminin %33'ü ve inek sütü üretiminin %12'si Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinde gerçekleşmektedir. Üretilen sütün aynı yıl yöre üreticilerine sağlamış olduğu gelir 3 süt grubu olarak 34.105.800 TL'dir. İl toplam süt gelirlerinin %13'ünü oluşturan bu miktar işletme başına ortalama 6215 TL gibi mütevazı bir geliri ifade etmektedir. Süt gelirinin yöre ilçeleri arasındaki dağılımında, Ezine'nin koyun, Bayramiç'in ise keçi ve inek sütünde ön sırada olduğu gözlenmektedir.

Tablo 3.18. Menşe adı yöresinde sağılan hayvan sayısı ve süt üretimi 2008				
Sağılan hayvan	Ezine	Bayramiç	Ayvacık	Yöre toplamı
Koyun	37950	24599	27103	89652
Keçi	12250	20458	11150	43858
İnek	2464	4351	3485	10300
Süt üretimi ton	Ezine	Bayramiç	Ayvacık	Toplam
Koyun	2846	1845	2033	6724
Keçi	2450	4092	2230	8772
İnek	10972	20968	11530	43470
Toplam	13571	25317	9038	58966

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

Yetiştiricilerce üretilen sütlerin toplanması ve pazarlamasında “Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatif Birlikleri” (KÖY-KOOP) temel aktördür. Türkiye genelinde KÖY-KOOP Merkez Birliği’ne bağlı birliklerden 18’ine bağlı 976 birim kooperatif ortağı 108171 üreticinin, yıllık ürettiği süt miktarı 1,4 milyon ton civarındadır. Peynir üretimi için kullanılan sütün 2 milyon ton/yıl olduğu düşünülürse KÖY-KOOP’un önemi yadsınamayacak durumdadır. KÖY-KOOP’un yanı sıra ‘Süt üretici Birlikleri’ de sütün toplanmasında aktif rol almakta ve KÖY-KOOP’a bağlı çalışmaktadırlar. Tüm Çanakkale’de faaliyette bulunan KÖY-KOOP, süt kooperatifleri menşe adı yöresinde de yaygındır. Yetiştiricilerin çoğunun bu kooperatiflere üye olduğu söylenmektedir; her kooperatifin değişik sayıda köyden oluşan bir süt toplama ve pazarlama ağı bulunmaktadır. Devlet sütünü kooperatif aracılığı ile pazarlayan her üreticiye litre başına 10 kuruş teşvik vermektedir.

Tablo 3.19. Menşe bölgesi süt geliri (TL) 2008				
Süt türü	Ezine	Bayramiç	Ayvacık	Toplam
Koyun	3 415 200	2 214 000	2 439 600	8 068 800
Keçi	1 837 500	3 069 000	1 672 500	6 579 000
İnek	4 965 000	11 628 000	2 865 000	19 458 000
Toplam	10 217 700	16 911 000	6 977 100	34 105 800

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü istatistiklerinden geliştirilmiştir.

Mandıralar için sütün toplanması peynir üretim sürecinin belki de en önemli aşamasıdır. İnek sütü toplaması daha çok KÖY-KOOP ya da süt üretici birlikleri yoluyla gerçekleşmektedir. İnek sütünün koyun ya da keçi sütüne göre daha dayanıksız olması süt tankları kullanımını zorunlu kılmakta ancak kooperatiflerin çoğu bu olanağa sahip bulunmamaktadır. Nitekim Bayramiç’te beş kooperatiften dördünde, 27 kooperatifin faaliyette olduğu Ezine’de ise sadece iki kooperatifte süt tankı bulunmaktadır. Sütünü üyesi bulunduğu kooperatife ya da sözleşme yaptığı mandıraya teslim eden üreticiye sütünün tartılmasından sonra bir tesellüm fişi verilmektedir.

Ezine peynirinin temel girdilerini oluşturan koyun ve keçi sütü toplaması oldukça zor ve ilkel denilebilecek koşullarda gerçekleşmektedir. Firmalar ihtiyaç duydukları sütleri önceden avans verdikleri ve sözleşme yaptıkları süt üreticilerinden kendi olanaklarıyla temin etmektedir. Böylece mandıralar en ücra köşelerdeki de dahil tüm üreticilere giderek plastik bidonlar ile adına güğüm denen 60-70 litrelik paslanmaz kaplara konulmuş sütleri tesislerine taşımaktadır. Hijyen sorunlarının sıklıkla yaşanabildiği bu süreç, peynir üreticileri için önemli sorunlar yaratmaktadır. Mandıralar sütün tesliminden önce işletmelerden aldıkları süt numunelerinin analizini gerçekleştirmekte ya da bu işlemi sütler mandıraya ulaştınca

yapmaktadır. Coğrafi işaretle korunan Ezine peynirinin ana unsurlarını oluşturmalarına rağmen menşe bölgesinde koyun ve keçi sütü için henüz süt tankı bulunmamakta, yeterli ve kaliteli süt temini mandıracıların yaşadığı temel sorunu oluşturmaktadır.

Çanakkale bölgesi süt fiyatları Biga Ticaret Borsası'nda her 3 ayda bir yapılan ihalelerde belirlenmektedir. Sanayici ve süt üreticisini bir araya getiren ihalelere KÖY-KOOP Merkez Birliği, ilçenin süt kooperatif başkanları, sanayiciler ve 'Süt Üreticileri Birliği' katılmakta, belirlenen fiyatlar Türkiye genelinde de esas alınmaktadır. Bu yönüyle Biga adeta "Türkiye Süt Borsası'nı" temsil etmektedir. Bu müzakerelere bazen Ulusal Süt Konseyi temsilcisi de katılmakta ve taraflar arasında uzlaştırıcı bir rol oynamaktadır.

İhale açık arttırma ile her köyün sütü için ayrı ayrı yapılmakta, ihale sonu belirlenen fiyatların ortalaması alınarak her süt cinsi için fiyatlar saptanmaktadır. 2007 yılı sonunda yapılan süt ihalesinde 66 Kuruş olan fiyat, bir sonraki ihalede 63 Kuruş düzeyine gerilemiştir. Mayıs 2008 ihalesinde ise 56.5 Kuruş sınırına indirilmiştir. Süt üreticileri fiyatların belirlenmesinde büyük firmaların etkili olduğunu savunmaktadır. Bu da istikrarsız bir fiyat politikasının oluşmasına neden olmaktadır. Nitekim Biga'da Eylül 2009'da gerçekleştirilen son süt ihalesi, fiyat belirlenmeden sona ermiştir. Süt Kooperatifleri ve Birlikler Nisan ayında gerçekleştirilen ihalede 59 Kuruş olan çiğ süte 67 Kuruş fiyat isterlerken, alıcı firmalar bu fiyatı kabul etmemiş, bu da kooperatiflerle alıcı firmaların tek tek sözleşme yapması yolunu açmıştır. Bu sözleşmelerin süt üretim miktarı az olan ve ulaşım zorluğu içinde bulunan köylerde önemli sorunlar yaratacağı açıktır. Tüm bu olumsuzlukların yanı sıra girdi maliyetlerindeki artışlar üreticiyi zor durumda bırakmış ve çareyi öncelikle küçükbaş hayvanlarını ellerinden çıkarmakta bulmuşlardır.

3.2.3.6. Ezine Peynir Üretiminin Yöreye İktisadi Etkileri

Ezine peynirinin üretim yöresi Bayramiç, Ayvacık ve Ezine ilçelerinde 35 firmanın faaliyette bulunduğu belirtilmişti. Bu işletmelerde 2008 yılı itibarıyla üretilen yıllık peynir miktarı 8573 tona ulaşmaktadır. Bu işletmelerin birkaçı hariç tamamı küçük-orta ölçekli işletme sınıflandırmasına sokulabilir. Bir mandıra üretimi sürdüren bu tesislerin 28'inde istihdam edilen işgücü miktarı 10'un altında olup, 16'sında 5 ve daha az işçi çalışmaktadır.

Büyük kesimi 1990'lı yıllarda üretime geçen bu tesislerde geleneksel yöntemlere göre peynir üretilmekte, her mandıranın sahip olduğu bilgi, beceri ve deneyime göre elde edilen peynirin tat ve rayihası farklı olmaktadır. Orta ve büyük ölçekli işletme sayısının sınırlı olduğu sektörde işletmelerin 6'sında istihdam edilen işgücü sayısı 10'un üzerinde olup, sadece 4 işletme 25'in üzerinde eleman çalıştırmakta ve fabrika özelliği taşımaktadır.

Tablo 3.20. Ezine Peynirinde temel üretici firmalara ait kurum bilgileri (2008)

Firma adı	Kuruluş tarihi	Çalışan sayısı	Üretilen peynir miktarı (ton)	Üretim değeri (TL)*	Kapasite kullanım oranı (%)
Tahsildaroğlu	28.04.1992	150	2176	19.584.000	80
Akpınar	24.01.1994	36	250	2.250.000	48
Peymar	30.12.2005	27	920	8.780.000	100
Altınkılıç	Mart 1992	26	365	3.285.000	100
Özsoylar	06.01.1999	20	299	2.691.000	70
Toplam	-	259	4010	36.090.000	-
Bölge Toplamı	-	427	8573	77.157.000	-
Çanakkale	-	797	15720	127.186.000	-

Kaynak: Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü İstatistikleri ve Ezine Peyniri Üreticileri ve Mandıracıları Koruma Geliştirme Derneği

* Ezine peyniri fabrika çıkış fiyatı 9 TL

İnek peyniri fabrika çıkış fiyatı 7 TL

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi 5 büyük üreticinin 2008 yılı ciroları toplamı 36 milyon TL'yi aşmaktadır. Menşe bölgesi toplam üretim değerinin %47'sini gerçekleştiren firmalar, Ezine peyniri üretiminde çalışanların da %60'ına da istihdam sağlamaktadır. Menşe bölgesinde elde edilen peynirin, miktar olarak da %47'sini üreten firmaların üretimleri, Çanakkale ili 2008 yılı toplam beyaz peynir üretim miktarının %25'ini, üretim değerinin ise %28'sini karşılamakta, 77 milyon TL'yi aşan menşe adı bölgesi üretimi ise tüm Çanakkale üretiminin %54,5'ini, üretim değerinin de %60,1'ini oluşturmaktadır. Bütün bu veriler Coğrafi işaret korumasının Ezine peyniri için azımsanmayacak bir karlılık düzeyi sağladığını göstermektedir.

Ezine peynirine bağlı faaliyetlerin süt endüstrisi istihdamında da önemli yeri vardır. Nitekim Çanakkale ili peynir endüstrisinde çalışanların %53,6'sı Menşe Adı bölgesinde ki tesislerde istihdam edilmektedir. Çanakkale süt endüstrisinde çalışanların %54'ü Ezine peyniri üretiminde çalışmakta, tarımsal işletmelerin %60'ını oluşturan 5487 aile ise Ezine peyniri imalatında kullanılacak sütlerin üretiminde çalışmaktadır.

Menşeye adı korunan Ezine peynirinin üretiminde kullanılan koyun ve keçi süt fiyatları genellikle Türkiye genelinin üzerindedir. Koyun sütü fiyatları, Türkiye koyun sütü fiyatlarından oldukça yüksek olup, fiyat farkı özellikle 2000-2007 yılları arasında yöre lehine açılmıştır. 2010 yılı itibarıyla koyun sütü ortalama fiyatı ülke genelinde 94 kuruşken Çanakkale’de 120 kuruştur. Görüldüğü gibi coğrafi işaret koruması ürüne %27’lik bir prim sağlamaktadır. Keçi sütü fiyatlarında bu marj daha küçük olup, bazı yıllarda menşeye bölgesi keçi sütü fiyatları, Türkiye genelinin altına da düşebilmektedir. Biga Ticaret Borsası’nda oluşan fiyatların aslında bir baz oluşturduğu, kooperatiflerin sözleşme imzaladıkları firmalara sütü bu fiyatların üzerinde sattıkları düşünülürse, coğrafi işaretin ürüne net bir prim sağladığı aşikardır.

Ezine peyniri de benzerlerine göre daha yüksek fiyattan satılmaktadır. Gerek fabrika çıkış fiyatları ve gerekse tüketici fiyatları bu özgün ürünün diğerlerine göre %15-%30 arasında değişen bir marjla satıldığını göstermektedir.

Tüm bu göstergeler, Cİ sisteminin yöre süt ve peynir fiyatlarına belirgin bir avantaj kazandırdığını, yerel ürün piyasasını, genel süt ve peynir piyasasının baskısından belli ölçülerde koruduğunu ortaya koymaktadır. Ne var ki, bu görece avantajlı durumun otomatik olarak yöre kalkınmasına, özellikle de kırsal kalkınmaya dönük sonuçlar doğuracağını ileri sürmek, fazlasıyla iyimser bir yaklaşım olur.

SONUÇ

Coğrafi İşaretler sistemi nedir, sorusunun cevabını aramakla başlayan bu uzun tez yolculuğu, sistemin işlerlik kazandığı coğrafyalardaki toplumsal ilişki örüntüleri ve toplumsal mücadelelere bağlı olarak farklı anlamlar kazandığı, şeklindeki bir sonuçla neticelenmiş oldu.

İlk bakışta, lisansını gıda mühendisliğinde tamamlayıp, lisansüstü çalışmalarını iktisat disiplininde sürdüren bir araştırmacı için coğrafi işaretler sistemi ve yöresel ürün piyasaları gibi bir konu, rahatlıkla göze alınabilecek bir çalışma konusudur. Ancak daha ilk adımda, bu algının kaybolduğu belirtmeliyim. Zira coğrafi işaretlerle ilgili yazın alanı incelendiğinde, olgu hakkında iktisat disiplinine ait analitik bilgi birikiminin yok mertebesinde olduğunu fark etmem zaman almadı. Şimdi artık “sonuç” bölümüne ulaşıldığına göre, araştırma konusuna ilişkin coşku, heyecan, korku ve karamsarlıklarla bezeli bir seyir izleyen duygularımı Walter Benjamin’in o ünlü yapıtının adıyla tanımlayabilirim: Son bakışta aşk!

Bu çalışmanın kuramsal bölümü, eleştirel değerlendirmeye tabi tutulacak olgunlaşmış düzeyde bir iktisat literatürü mevcut olmadığı için, doğrudan doğruya bu ‘boşluğu’ sorunsallaştıran bir kapsama sahip oldu. Sorgulama neticesinde, Cİ sitemine konu olan yöresel ürünleri çalışmanın, gerek zamanımızın ana-akım iktisat yaklaşımı gerekse de o yaklaşımca idealize edilen piyasa ortamı bakımından, tipik olmayanı, genel ve ortalama eğilimlerin dışına düşeni çalışmak anlamına geleceği sonucuna ulaşıldı. İnceleme konusunun “tipik olmayan” boyutları altı başlık altında irdelendi ve Cİ menşei sahibi yöresel ürünün, kapitalizmin esasını oluşturan tipik bir meta olmadığı hususunun altı çizildi. Daha da önemlisi, Cİ işaretine sahip yöresel ürünlerin hangi ölçüde meta formu kazanacağı sorusunun, toplumsal mücadelelerle belirlenecek bir soru olduğu görüşü temellendirildi.

Heterodoks iktisat çalışmaları bakımından son derece verimli sorun alanlarına işaret edilen kuramsal bölüme, başta belirtilen niteliği gereği, tez çalışmasının kuramsal çerçevesini oluşturmak gibi bir işlev ne yazık ki yüklenemedi. Dolayısıyla tezin ilk bölümü, çalışmanın kavramsal araçlarının ve analiz temalarının belirginlik kazandığı bir bölüm işlevi gördü. Bu da çalışmanın karakterine uygundu. Zira, tez çalışması, inceleme nesnesine ait özellikler

nedeniyle kendi sınırlarını zaten betimleyici bir çalışmanın sınırları içinde tanımlamıştı. Türkiye gibi, betimleyici tarzdaki çalışmaların, enforme edici / malumat-veri aktarıcı tarzdaki çalışmalarla sıkça karıştırıldığı bir akademik ortamda, bu metodolojik “tercih” riskli görülebilir. Betimleyici çalışma öznel bir tercih ürünü değildir; metodolojik bir tercih –ki bu araştırmacı için aslında bir zorunluluktur- ürünüdür. Ampirik ve analitik bilgi birikiminin yeterli düzeyde mevcut olmadığı bir konu, hipotez-testi (nicel yaklaşım) ya da kuram-inşası (nitel yaklaşım) yönelimli “açıklayıcı” bir çalışmanın konusu yapılamaz. Betimleyici karakterdeki bu çalışma, Cİ sistemini, sahip olduğu öğeler itibarıyla ayrıntılı ve derinlemesine tanımlayarak, yeni bir analitik sınıflandırma önerisi de geliştirmiş oldu.

Çalışmanın betimleyici karakterdeki araştırma soruları, Cİ sisteminin yöresel ürünler piyasasına hangi kapsam ve nitelikte düzenleyici bir çerçeve sunduğu ve bu çerçevenin söz konusu ürün piyasalarında ne tür etkilere yol açtığına odaklandı. Bu sorular ışığında çalışmanın ikinci bölümü, konuyu; tarih, toplum, siyaset ve hukuk gibi boyutların da anlamlı düzeyde dâhil edildiği iktisadi bir analizi, konu aldı. Bu bölümde, Cİ sisteminin Fransa, AB, ABD ve DTÖ bünyelerindeki ele alınışları sistematik bir biçimde, farklılıklar ve ortaklıklara vurgu yapılarak ortaya kondu. Cİ sisteminin tarihsel beşiği konumundaki Fransa yaklaşımı, Cİ sistemi ile düzenlenen yöresel ürünlerin “çelişkili meta formu” özelliğini tam anlamıyla gözler önüne sererken, ABD yaklaşımı diğer ucu oluşturuyordu. Bu yaklaşım, menşei korumasını bir tür “marka koruması” düzeyine indirgeyerek, varlıkların varoluşlarını ancak meta formu ile mümkün gören kapitalist esastan sapılmayacağını, bizlere bu bağlamda da hatırlatmış oluyordu.

Coğrafi işaretler olgusu, DTÖ bünyesine alındığında, tümüyle ve sadece “fikri mülkiyet haklarının korunması” kapsamına da alınmış oldu. Tarih, coğrafya, mekân bağımlı ve toplumsallaşmış emek ürünü bir “fikri mülkiyet” nesnesinin korunması ne anlama geliyordu? Üstelik de, tarih, coğrafya, mekân bağımlı koparmış ve nesneleşmiş emek ürünü bir meta formunda korunması, ne anlama geliyordu? Bu çalışmanın belki de tek özgün yanı, bu sorun alanını ortaya çıkararak, Cİ olgusunun iktisadi analizini, çalışmanın tümü boyunca problematize edebilmiş olmasıdır. İkinci bölüm, Cİ sistemini ve yöresel ürünler piyasasını bu sorunsal ışığında hukuksal düzenleme boyutuna ağırlık vererek, çözümleme çabasının ürünü oldu. Üçüncü ve son bölümde ise aynı soru, bu kez Fransa ve Türkiye örneğinde, Cİ tescilli iki yöresel peynir türü özelinde somutlaştırarak tartışılmaya çalışıldı. Bu karşılaştırma Fransa (rokfor yöresi) ve Türkiye’de (Ezine yöresi) yürütülen saha çalışmalarından derlenen veriler ışığında gerçekleştirildi.

Fransa ve Türkiye örnekleri, iki “benzerin” değil, iki “benzemez” karşılaştırması biçimini aldı. Fransa’da (Avrupa da denebilir) Cİ sistemi; coğrafi işaretlerin denetlenmesi, sendikaların (meslek kuruluşlarının) dinamizmine katkı, bilimsel ve teknik bilirkişilik (uzmanlık), araştırma programlarının yürürlüğe konması, yerel kamu kuruluşlarına destek gibi etkinlikleri de içeren teknik ve kurumsal bir donanım üzerine oturtulmuştur. Bu etkinlikler, Avrupa ve ulusal kamu politikaları aracılığı ile hem yasal hem de malî açıdan desteklenmektedir. Türkiye gibi azgelişmiş ülkeler, bu tip kurumsal ve malî kaynaklara tabi ki sahip değiller. Aynı şekilde, Cİ sisteminin Türkiye’nin iç dinamiklerinin eseri olmadığı, AB uyum sürecinin gerektirdiği bir tür “bürokratik işlem” olarak gündeme geldiği vb. gerekçeler de sıralanabilir. Ancak Cİ sisteminin kısa Türkiye macerasının analizi bize farklı şeyler de gösterdi. Türkiye için Cİ sistemi, -en azından son 15 yıldır- marka geliştirme stratejisinin alternatif ve etkili bir mekanizmasından ibarettir. Konu, kamu otoritesi ve girişimcilerimiz tarafından bundan ibarettir. Tam da bu nedenle Türkiye’de Cİ sistemi, doğası gereği kolektif bir karaktere sahip bulunan yöresel ürünlerin fikri mülkiyet hakkının, özel ellere transferi gibi bir işlev görmüş ve görmeye de devam etmektedir. Türkiye’nin Cİ kapsamındaki yöresel ürünlere sınırlandırma getirmeyen tutumu, özel mülkiyete transfer edilecek yöresel varlıkları sınırlandırmama refleksinin bir sonucudur.

Fransa deneyiminin açıkça ortaya koyduğu gibi, coğrafi işaret tesciline konu olan bir ürün piyasasında yer alan aktörler, öncelikle ürünün piyasadaki varlığını sürdürebilmesi için kaliteyi korumaları gerektiğinin bilincinde olmaları gerekir. Üretim zincirinde yer alan aktörlerden biri bile kaliteyi bozucu yönde hareket ettiği takdirde, ürünün ününe leke sürülmüş olur. Kısa dönemde karını artırmak için yapılan hareketin, uzun dönemde yok olmakla sonuçlanması işten bile değildir. Üretim zincirinde yer alan bütün aktörler birbirlerinin gelirini etkileyecek bu tür hareketlerden kaçınmalı ve kaliteyi bozucu yönde çalışan aktörleri sistem dışına çıkarmayı ortak bilinç haline getirmelidirler. Bu bilincin bir ifadesi olan öz-denetim mekanizması, piyasada varlığını sürdürmeye çalışan küçükten büyüğe bütün üreticilerin menfaatlerini korurken, tüketicilerin söz konusu ürüne karşı güvenlerini de korumayı sağlar.

Sonuç olarak Cİ sistemi, kendinde barındırdığı özellikler nedeniyle yöre kalkınmasına olumlu yönde katkı yapabildiği bir iktisadi düzenleme sistemi değildir. Bu yönde bir sonuç vermesi, çatışma ve uzlaşmaları da içinde barındıran toplumsal ilişki örüntülerinin niteliğine fazlasıyla bağlıdır.

KAYNAKÇA

- Addor F. ve Grazioli A., “Geographical Indications Beyond Wines and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPS Agreement”, *The Journal of World Intellectual Property*, Vol.5, No.6, s.863-898, 2002.
- Addor F., Thumn N. ve Grazioli A., “Geographical Indications: Important Issues for Industrialized and Developing Countries”, *The IPTS Report*, Edited by the Institute for Prospective Technological Studies(IPTS) 5(74), s.24-32, (2003).
- Aurier P., Fort F., ve Sirieix L.(2005), “Exploring Terroir product Meanings for the Consumer”, *Anthropology of Food*, issue 04, May 2005.
- Babcock B.A., “Geographical Indications, Property Rights, and Value-Added Agriculture”, *Iowa Ag Review*, vol.9, no.4, s.1-3, 2003.
- Barham E., “Translating “Terroir”: Social Movement Appropriation of a French Concept”, *International Perspectives on Alternative Agro-Food Networks, Quality, Embeddedness, and Bio-Politics*, Held at the University of California, Santa Cruz, October 12-13, 2001.
- Barham, E., Localisation within globalization: Better protecting Geographical Indications to Favour Sustainable Development, Comments offered for the 2004 Annual WTO Public Symposium, ORIGIN Round Table on Geographical Indications, Geneva, 2004.
- Barjolle D. ve Sylvander B., Some Factors of Success for “Origin Labelled Products” in Agri-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions, SRVA, Lozan-İsveç, INRA-UREQUA, Le Mans, Fransa, (2000).
- Barjolle D. ve Sylvander B., “Protected Designations of Origin and Protected Geographical Indications in Europe: Regulation or Policy?”, *European Commission FAIR Project Final report*, CT 95-0306, 2000.
- Baten, J., “Protein supply and nutritional status in nineteenth century Bavaria, Prussia and France”, *Economics and Human Biology*, 7, s.165–180, 2009.
- Bérard, L. ve Marchenay, P., *Les Produits de Terroir entrecultures et règlements*, CNRS Editions, Paris, 2004.

- Bérard, L. ve Marchenay P., Local Products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity, *International Social Science Journal*, Vol.58, No.187, s.109-116, Mart 2006.
- Bérard L. ve Marchenay P., *From Localized Products to Geographical Indications: Awareness and Action*, Ressources des terroirs – Cultures, usages, sociétés UMR Eco-Anthropologie et Ethnobiologie Centre national de la recherche scientifique Alimentec - 01000 Bourg-en-Bresse, 2008.
- Bowen S. ve Zapata A.V., “Geographical Indications, terroir and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila”, *Journal of Rural Studies*, Vol.25, s.108-119, 2009.
- Brakman S., ve Heijdra B., *The Monopolistic Competition Revolution in Retrospect*, Edited by Steven Brakman and Ben J. Heijdra, Cambridge University Press, 2004.
- Braudel F., *MADDİ UYGARLIK: Mübadele Oyunları*, Çev. Kılıçbay M.A., İmge Kitabevi, İkinci Baskı, 2004.
- Calboli I., “Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin Under TRIPs: Old debate or new opportunity?”, *Research Paper*, no.06-19, Marquette University Law School Legal Studies Research Paper Series, s. 182-203, 2006.
- Casabianca F., Sylvander B., Noël Y., Béranger C., Coulon J.-B., Roncin F., (2005) “Terroir et typicité: deux concepts-clés des Appellations d’origine contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelle”, *Communication pour le Symposium international Territoires et enjeux du développement régional*, Lyon, PSDR, 2005.
- Charrouf Z. ve Guillaume D., “Argan oil: Occurrence, composition and impact on human health”, *European Journal Lipid Science Technology* 110, s.632-636, 2008.
- Commission Regulation (EC) No 1898/2006, 14 December 2006, “laying down detailed rules of implementation of Council Regulation (EC) No 510/2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs”.
- Council Regulation(EC) No 2082/92, 14 July 1992 on “certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs”, *Official Journal L 208* , 24/07/1992, s.9-14.

- Dagne T.W., "Law and Policy on Intellectual Property, Traditional Knowledge and Development: Legally Protecting Creativity and Collective Rights in Traditional Knowledge-Based Agricultural Products Through Geographical Indications", *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Volume 11, No.1, s.68-117, 2010.
- Dikmen A. A., "Küresel üretim, moda ekonomileri ve yeni dünya hiyerarşisi", *Toplum ve Bilim*, No.86, s.281-302, 2000.
- Dimou P., *Mémoire pour l'obtention du D.E.A. de la Propriété Intellectuelle CEIPI, Les dénominations des fromages Soutenu par Université Robert Schuman Strasbourg III*, 2002.
- Dura C., "Yeni Dış Ticaret Teorileri: genel bir bakış(II)", www.cihandura.com (alıntılanma tarihi 18 Nisan 2009)
- European Commission Council Regulation No. 2081/92 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs and Council Regulation No. 2082/92 of 14 July 1992 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs, Brussels, 1992.
- European Commission, Council Regulation No. 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of Geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, *Official Journal of the European Union*, Brussels, 2006.
- Fink, C. ve Maskus, K. "The debate on geographical indications in the WTO", Chapter 16 in R. Newfarmer (Ed.), *Trade, Doha and Development: A Window into the Issues*, World Bank, Washington, DC, 2006.
- Frayssignes, J. "Les AOC dans le développement territorial: une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères." 2005.
- Geuze M., "The Provisions on Geographical Indications in the TRIPS Agreement", *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10 No.1, s.50-64, 2009.
- Ghosh J., "The Unnatural Coupling: Food and Global Finance", *Journal of Agrarian Change*, Vol. 10, No.1, January 2010, s.72-86.
- Giovannucci D., Barham E. ve Pirog R., "Defining and Marketing 'Local' Foods: Geographical Indications for U.S. Products", *The Journal of World Intellectual*

Property, Special Issue: The Law and Economics of GIs, Vol.13, Issue 2, s.94-120, 2010.

Giovannucci D., Josling T., Kerr W., O'Connor B. ve Yeung M., Geographical Indications: A Guide to Global Best Practices for Developing Renowned Origins, Pressed by United Nations International Trade Centre of World Trade Organization and United Nations, İsviçre, 2009.

Goodman D., “ Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change”, *Sociologia Ruralis*, Vol. 44, N.1, 2004.

Hayes, D. J., Lence, S. H. ve Babcock, B., “Geographic indications and farmer owned brands: Why do the US and the EU disagree?”, *EuroChoices*, Vol. 4, (2005).

Heitz A., (2010), “Geographical Indications to Preserve Ethiopia’s Biodiversity”, Agricultural Biodiversity Weblog, www.agro.biodiver.se, (Alıntı tarihi 21.03.2010).

Hilali M., Charrouf Z., Soulhi A., Hachimi L ve Guillaume D., “Detection of Argan Oil Adulteration Using Quantitative Campesterol GC-Analysis”, *Journal of American Oil Chemists’ Society*, Vol.84, No.8, s.761-764, August, 2007.

Hinrichs C.C., “Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market”, *Journal of Rural Studies*, Vol.16, s.295-303, 2000.

INAO, Rapport d’activité pour produits laitier, 2008.

Jordana J., “Traditional Foods: challenges facing the European Food Industry”, *Food Research International* 33, Elsevier, s.147-152, 2000.

Josling T., “The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict”, *Journal of Agricultural Economics*, Vol.57, No.3, s.337-363, 2006a.

Josling, T., “What’s in a Name? The economics, law and politics of geographical indications for food and beverages, Institute for International Integration Studies Discussion Paper, s.109, 2006b.

Kızıltepe H., Türkiye Coğrafi İşaretler Mevzuatı, AB Mevzuatı ile Mukayesesi ve Bazı Önemli Ülkelerdeki Coğrafi İşaretler Mevzuatı, Uzmanlık tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, 2005.

Kop P. ve Sautier D., “Regional Identity:An overview”, *Origin-Based Products: Lessons for pro-poor market development* , Editörler Kop P., Sautier D. ve Gerz A., *Bulletins of the Royal Tropical Institute*, No. 372, Amsterdam, s.21-29, 2006.

Koyuncu E. ve arkadaşları, “Çanakkale Koyun ve Keçi Yetiştiricileri Birliği Üyesi Keçicilik İşletmelerinde Teknik Sorunların Belirlenmesi Üzerine bir Araştırma”, *Hayvansal Üretim*, 47(1), s.21-27, 2006.

Loureiro M.L. ve McCluskey J.J., “Assessing Consumer Response to Protected Geographical Identification Labeling”, *Agribusiness*, Vol.16, Issue 3, s.309-320, 2000.

Loureiro M.L. ve Hine S.E., “Discovering Niche Markets: A Comparison of Consumer Willingness to Pay for a Local(Colarado Grown), organic, and GMO-Free Product”, *American Agricultural Economics Association Annual Meeting*, 2001.

Marette S., Clemens R. ve Babcock B.A., “The Recent International and Regulatory Decisions about Geographical Indications”, *Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center Working paper*, 07-MWP 10, Iowa State University, 2007.

Marette, S., “Can Foreign Producers Benefit from Geographical Indications under the New European Regulation?” *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 10, No.1, s.65-76, 2009.

Menapace L. ve Moschini G., “Ouality Certificaiton by Geographical Indications, Trademarks and Firm Reputation”, *Iowa State University Working Paper*, No.09024, 2009.

Moschini G., Menapace L. ve Pick D., “Geographical Indications and the Competitive Provision of Quality in Agricultural Markets”, *American Journal of Agricultural Economics*, 90(3), 794-812, 2008.

Murdoch J., Marsden T. ve Banks J., “Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector”, *Economic Geography*, Vol. 76, No. 2, s.107-125, (2000).

OECD Raporu, (2000), *Appelations of origin and geographical indications in OECD Member countries: Economic and legal implications*, Working Party on Agricultural Policies and Markets of the Committee for Agriculture Joint Working Party of the Committee for Agriculture and the Trade Committee, COM/AGR/APM/TD/WP (2000)15/FINAL, Paris.

Otieno-Odek J., (2005), “The way ahead-What future for geographical indications?”, *Worldwide Symposium on Geographical Indications*, Parma, Italy.

Puzone I., “The Organization for an International Geographical Indications Network”, *Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Uluslararası Semineri*, YÖREX, Antalya, 2010.

Raustiala K. ve Munzer S. R., “The Global Struggle over Geographical Indications”, *The European Journal of International Law*, Vol. 18, no. 2, 2007.

Réviron S., Thevenod-Mottet E. ve El Benni N., “Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries”, NCCR Trade Regulation Working Paper, Swiss National Centre of Competence in Research, No.2009/14, March 2009.

Rey A., Tomi M., Horé T. ve Tanet C., *Dictionnaire historique de la langue française*, Dictionnaires Le Robert, Paris, (1998).

Sanjuan A.I., “Food Quality in Europe”, içinde *Identity and Quality of Mediterranean Foodstuffs*, Mediterra, Ed. Hervieu B., Presses de Sciences Po, s.109-136, 2007.

Sylvander, B. Allaire, G. ve diğeri, *Les dispositifs et européens de protection de la qualité et de l’origine dans le contexte de l’OMC: justifications générales et contextes nationaux*, Communication pour le Symposium International, Lyon, France, 2005.

Srivastava S.C., “Geographical Indications under TRIPs Agreement and Legal Framework in India: Part I”, *Journal of Intellectual Property Rights*, Vol.9, s.9-23, 2004.

Tığlı M., “Niş Pazarlama ve Niş Pazarlama İmleriyle Kodlanmış “Kinky Boots-Müstehcen Çizmeler” Sinema Filminin Çözümlemesi”, *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, Cilt 26, Sayı 1, s.211-223, 2009.

Toldrá F., “Safety and Quality of Traditional Foods”, *European News EFFoST Annual Meeting in Spain*, Published in *Trends in Food Science and Technology*, vol 16, Issue 5, s.218, 2005.

Türkkan E., *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Turhan Kitabevi Yayınevi, 2001.

Valentino P., “Product differentiation”, *Economics WEB Institute* (2003), www.economicswenstitute.org (Alıntılanma tarihi, 23 Nisan 2010).

Vandecandelaere E., Arfini F., Belletti G. ve Marescotti A., *Linking People, Places and Products*, FAO ve Siner-GI ortak yayını, (2009).

Watal, J., “Intellectual property rights and agriculture”, in M. D. Ingco and L. A. Winters (Eds), *Agriculture and the New Trade Agenda: Creating a Global Trading Environment for Development*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004, pp. 401–428.

Workshop OMC, “La Suisse demande une meilleure protection des indications géographiques à l’OMC”, 15 Ağustos 2006, Berne/Swiss.

WTO, DOHA Kalkınma Deklerasyonu(Ministerial Declaration), WT/MIN(01)/DEC/1, 20 Kasım 2001.

WTO, Panel Reports out on geographical indications disputes, March 15 2005, Geneva.

Yılmaz F., “Avrupa’da Kurumsal İktisat: G.M. Hodgson Örneği”, *Kurumsal İktisat* içinde bölüm, Derleyen Eyüp Özveren, İmge Kitabevi, Ankara, Ocak 2007, 93-142.

Yücel F. ve Akdoğan M., “Türk Sigorta Sektöründe Ölçek Ekonomilerinin Değerlendirilmesi: Eşbütünleşme Analizi”, *Sosyoekonomi*, 2005-2, s.64-72, 2005.

İnternet Kaynakları

- www.lemangeur-ocha.com. «Appellation d’origine protégée (AOP) : Un même signe de reconnaissance pour toute l’Union Européenne ». Mise en ligne septembre 2008
- www.origin-gi.com.
- www.inao.gouv.fr, Institut Nationale Appellations d’Origine, Guide IGP, 13.09.2004-11.09.2010.
- www.laweuropa.com, 28.09.2008.
- www.ige.ch/f/jurinfo
- www.ip4all.ch
- www.turkpatent.gov.tr, Coğrafi İşaretler KHK, Tescilli Coğrafi İşaretler.
- www.wipo.int, Madrid Agreement Concerning the International registration of Marks,
- www.wto.org, TRIPs Agreement, Section 3: Geographical Indications, pp.328-330.
- www.ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.htm
- www.produits-laitiers.com
- www.scribd.com
- <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus>
- www.roquefort-societe.com
- www.cheese.france.com
- www.roquefort.fr

EK 1 Avrupa Komisyonu 510/2006 tarihli Cİ'ler Düzenlemesi

COUNCIL REGULATION (EC) No 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs

THE COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION,

Having regard to the Treaty establishing the European Community, and in particular Article 37 thereof,

Having regard to the proposal from the Commission,

Having regard to the opinion of the European Parliament (Not yet published in the official journal),

Whereas:

- (1) The production, manufacture and distribution of agricultural products and foodstuffs play an important role in the Community economy.
- (2) The diversification of agricultural production should be encouraged so as to achieve a better balance between supply and demand on the markets. The promotion of products having certain characteristics can be of considerable benefit to the rural economy, particularly in lessfavoured or remote areas, by improving the incomes of farmers and by retaining the rural population in these areas.
- (3) A constantly increasing number of consumers attach greater importance to the quality of foodstuffs in their diet rather than to quantity. This quest for specific products generates a demand for agricultural products or foodstuffs with an identifiable geographical origin.
- (4) In view of the wide variety of products marketed and the abundance of product information provided, the consumer should, in order to be able to make the best choices, be given clear and succinct information regarding the product origin.
- (5) The labelling of agricultural products and foodstuffs is subject to the general rules laid down in Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs⁷². In view of their specific nature, additional special provisions should be adopted for agricultural products and foodstuffs from a defined geographical area requiring producers to use the appropriate Community symbols or

⁷² OJ L 109, 6.5.2000, p. 29. Directive as last amended by Directive 2003/89/EC (OJ L 308, 25.11.2003, p. 15).

indications on packaging. The use of such symbols or indications should be made obligatory in the case of Community designations, on the one hand, to make this category of products and the guarantees attached to them better known to consumers and, on the other, to permit easier identification of these products on the market so as to facilitate checks. A reasonable length of time should be allowed for operators to adjust to this obligation.

(6) Provision should be made for a Community approach to designations of origin and geographical indications. A framework of Community rules on a system of protection permits the development of geographical indications and designations of origin since, by providing a more uniform approach, such a framework ensures fair competition between the producers of products bearing such indications and enhances the credibility of the products in the consumer's eyes.

(7) The rules provided for should apply without interfering with existing Community legislation on wines and spirit drinks.

(8) The scope of this Regulation should be limited to certain agricultural products and foodstuffs for which a link exists between product or foodstuff characteristics and geographical origin. However, its scope could be enlarged to encompass other agricultural products or foodstuffs.

(9) In the light of existing practices, two different types of geographical description should be defined, namely protected geographical indications and protected designations of origin.

(10) An agricultural product or foodstuff bearing such a description should meet certain conditions set out in a specification.

(11) To qualify for protection in the Member States, geographical indications and designations of origin should be registered at Community level. Entry in a register should also provide information to those involved in the trade and to consumers. To ensure that Community-registered names meet the conditions laid down by this Regulation, applications should be examined by the national authorities of the Member State concerned, subject to compliance with minimum common provisions, including a national objection procedure. The Commission should subsequently be involved in a scrutiny procedure to ensure that applications satisfy the conditions laid down by this Regulation and that the approach is uniform across the Member States.

(12) The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement 1994, contained in Annex 1C to the Agreement establishing the World Trade

Organisation) contains detailed provisions on the availability, acquisition, scope, maintenance and enforcement of intellectual property rights.

(13) The protection afforded by this Regulation, subject to registration, should be open to the geographical indications of third countries where these are protected in their country of origin.

(14) The registration procedure should enable any natural or legal person having a legitimate interest in a Member State or a third country to exercise their rights by notifying their objections.

(15) There should be procedures to permit amendment of specifications on request of groups having a legitimate interest, after registration, in the light of technological progress and cancellation of the geographical indication or designation of origin for an agricultural product or foodstuff, in particular if that product or foodstuff ceases to conform to the specification on the basis of which the geographical indication or designation of origin was granted.

(16) The designations of origin and geographical indications protected on Community territory should be subject to a monitoring system of official controls, based on a system of checks in line with Regulation (EC) No 882/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on official controls performed to ensure the verification of compliance with feed and food law, animal health and animal welfare rules⁷³, including a system of checks to ensure compliance with the specification of the agricultural products and foodstuffs concerned.

(17) Member States should be authorised to charge a fee to cover the costs incurred.

(18) The measures necessary for the implementation of this Regulation should be adopted in accordance with Council Decision 1999/468/EC of 28 June 1999 laying down the procedures for the exercise of implementing powers conferred on the Commission⁷⁴.

(19) The names already registered under Council Regulation (EEC) No 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs⁷⁵ on the date of entry into force of this Regulation should continue to be protected under this Regulation and automatically included in the register. Provision should also be made for transitional measures applicable to registration applications received by the Commission before the entry into force of this Regulation.

⁷³ OJ L 165, 30.4.2004, p. 1. Corrected version in OJ L 191, 28.5.2004, p. 1.

⁷⁴ OJ L 184, 17.7.1999, p. 23.

⁷⁵ OJ L 208, 24.7.1992, p. 1. Regulation as last amended by Regulation(EC)No 806/2003 (OJ L 22,16.5.2003,p.1).

(20) In the interests of clarity and transparency, Regulation (EEC) No 2081/92 should be repealed and replaced by this Regulation,

HAS ADOPTED THIS REGULATION:

Article 1

Scope

1. This Regulation lays down the rules on the protection of designations of origin and geographical indications for agricultural products intended for human consumption listed in Annex I to the Treaty and for foodstuffs listed in Annex I to this Regulation and for agricultural products listed in Annex II to this Regulation.

It shall not, however, apply to wine-sector products, except wine vinegars, or to spirit drinks. This paragraph shall be without prejudice to the application of Council Regulation (EC) No 1493/1999 of 17 May 1999 on the common organization of the market in wine⁷⁶.

Annexes I and II to this Regulation may be amended in accordance with the procedure referred to in Article 15(2).

2. This Regulation shall apply without prejudice to other specific Community provisions.

3. Directive 98/34/EC of the European Parliament and of the Council of 22 June 1998 laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations and of rules on Information Society Services⁷⁷ shall not apply to the designations of origin and geographical indications covered by this Regulation.

Article 2

Designation of origin and geographical indication

1. For the purpose of this Regulation:

(a) ‘designation of origin’ means the name of a region, a specific place or, in exceptional cases, a country, used to describe an agricultural product or a foodstuff:

— originating in that region, specific place or country,

— the quality or characteristics of which are essentially or exclusively due to a particular geographical environment with its inherent natural and human factors, and

⁷⁶ OJ L 179, 14.7.1999, p. 1.

⁷⁷ OJ L 204, 21.7.1998, p. 37.

— the production, processing and preparation of which take place in the defined geographical area;

(b) ‘geographical indication’ means the name of a region, a specific place or, in exceptional cases, a country, used to describe an agricultural product or a foodstuff:

— originating in that region, specific place or country, and

— which possesses a specific quality, reputation or other characteristics attributable to that geographical origin, and

— the production and/or processing and/or preparation of which take place in the defined geographical area.

2. Traditional geographical or non-geographical names designating an agricultural product or a foodstuff which fulfil the conditions referred to in paragraph 1 shall also be considered as designations of origin or geographical indications.

3. Notwithstanding paragraph 1(a), certain geographical designations shall be treated as designations of origin where the raw materials for the products concerned come from a geographical area larger than, or different from, the processing area, provided that:

(a) the production area of the raw materials is defined;

(b) special conditions for the production of the raw materials exist; and

(c) there are inspection arrangements to ensure that the conditions referred to in point (b) are adhered to.

The designations in question must have been recognized as designations of origin in the country of origin before 1 May 2004.

Article 3

Generic nature, conflicts with names of plant varieties, animal breeds, homonyms and trademarks

1. Names that have become generic may not be registered.

For the purposes of this Regulation, a ‘name that has become generic’ means the name of an agricultural product or a foodstuff which, although it relates to the place or the region where this product or foodstuff was originally produced or marketed, has become the common name of an agricultural product or a foodstuff in the Community.

To establish whether or not a name has become generic, account shall be taken of all factors, in particular:

- (a) the existing situation in the Member States and in areas of consumption;
- (b) the relevant national or Community laws.

2. A name may not be registered as a designation of origin or a geographical indication where it conflicts with the name of a plant variety or an animal breed and as a result is likely to mislead the consumer as to the true origin of the product.

3. A name wholly or partially homonymous with that of a name already registered under this Regulation shall be registered with due regard for local and traditional usage and the actual risk of confusion. In particular:

- (a) a homonymous name which misleads the consumer into believing that products come from another territory shall not be registered even if the name is accurate as far as the actual territory, region or place of origin of the agricultural products or foodstuffs in question is concerned;

- (b) the use of a registered homonymous name shall be subject to there being a sufficient distinction in practice between the homonym registered subsequently and the name already on the register, having regard to the need to treat the producers concerned in an equitable manner and not to mislead the consumer.

4. A designation of origin or geographical indication shall not be registered where, in the light of a trademark's reputation and renown and the length of time it has been used, registration is liable to mislead the consumer as to the true identity of the product.

Article 4

Product specification

1. To be eligible for a protected designation of origin (PDO) or a protected geographical indication (PGI), an agricultural product or foodstuff shall comply with a product specification.

2. The product specification shall include at least:

- (a) the name of the agricultural product or foodstuff comprising the designation of origin or the geographical indication;

- (b) a description of the agricultural product or foodstuff, including the raw materials, if appropriate, and principal physical, chemical, microbiological or organoleptic characteristics of the product or the foodstuff;
- (c) the definition of the geographical area and, where appropriate, details indicating compliance with the requirements of Article 2(3);
- (d) evidence that the agricultural product or the foodstuff originates in the defined geographical area referred to in Article 2(1)(a) or (b), as the case may be;
- (e) a description of the method of obtaining the agricultural product or foodstuff and, if appropriate, the authentic and unvarying local methods as well as information concerning packaging, if the applicant group within the meaning of Article 5(1) so determines and gives reasons why the packaging must take place in the defined geographical area to safeguard quality or ensure the origin or ensure control;
- (f) details bearing out the following:
 - (i) the link between the quality or characteristics of the agricultural product or foodstuff and the geographical environment referred to in Article 2(1)(a) or, as the case may be,
 - (ii) the link between a specific quality, the reputation or other characteristic of the agricultural product or foodstuff and the geographical origin referred to in Article 2(1)(b);
- (g) the name and address of the authorities or bodies verifying compliance with the provisions of the specification and their specific tasks;
- (h) any specific labelling rule for the agricultural product or foodstuff in question;
- (i) any requirements laid down by Community or national provisions.

Article 5

Application for registration

1. Only a group shall be entitled to apply for registration.

For the purposes of this Regulation, ‘group’ means any association, irrespective of its legal form or composition, of producers or processors working with the same agricultural product or foodstuff. Other interested parties may participate in the group. A natural or legal person may be treated as a group in accordance with the detailed rules referred to in Article 16(c).

In the case of a name designating a trans-border geographical area or a traditional name connected to a trans-border geographical area, several groups may lodge a joint application in

accordance with the detailed rules referred to in Article 16(d).

2. A group may lodge a registration application only for the agricultural products or foodstuffs which it produces or obtains.

3. The application for registration shall include at least:

(a) the name and address of the applicant group;

(b) the specification provided for in Article 4;

(c) a single document setting out the following:

(i) the main points of the specification: the name, a description of the product, including, where appropriate, specific rules concerning packaging and labelling, and a concise definition of the geographical area,

(ii) a description of the link between the product and the geographical environment or geographical origin referred to in Article 2(1)(a) or (b), as the case may be, including, where appropriate, the specific elements of the product description or production method justifying the link.

4. Where the registration application relates to a geographical area in a given Member State, the application shall be addressed to that Member State.

The Member State shall scrutinise the application by appropriate means to check that it is justified and meets the conditions of this Regulation.

5. As part of the scrutiny referred to in the second subparagraph of paragraph 4, the Member State shall initiate a national objection procedure ensuring adequate publication of the application and providing for a reasonable period within which any natural or legal person having a legitimate interest and established or resident on its territory may lodge an objection to the application.

The Member State shall consider the admissibility of objections received in the light of the criteria referred to in the first subparagraph of Article 7(3).

If the Member State considers that the requirements of this Regulation are met, it shall take a favourable decision and forward to the Commission the documents referred to in paragraph 7 for a final decision. If not, the Member State shall decide to reject the application.

The Member State shall ensure that its favourable decision is made public and that any natural or legal person having a legitimate interest has means of appeal.

The Member State shall ensure that the version of the specification on which its favourable decision is based is published, and assure electronic access to the specification.

6. The Member State may, on a transitional basis only, grant protection under this Regulation at national level to the name, and, where appropriate, an adjustment period, with effect from the date on which the application is lodged with the Commission.

The adjustment period provided for in the first subparagraph may be granted only on condition that the undertakings concerned have legally marketed the products in question, using the names concerned continuously for at least the past five years and have made that point in the national objection procedure referred to in the first subparagraph of paragraph 5.

Such transitional national protection shall cease on the date on which a decision on registration under this Regulation is taken.

The consequences of such transitional national protection, where a name is not registered under this Regulation, shall be the sole responsibility of the Member State concerned.

The measures taken by Member States under the first subparagraph shall produce effects at national level only, and they shall have no effect on intra-Community or international trade.

7. In respect of any favourable decision as referred to in the third subparagraph of paragraph 5, the Member State concerned shall forward to the Commission:

(a) the name and address of the applicant group;

(b) the single document referred to in paragraph 3(c);

(c) a declaration by the Member State that it considers that the application lodged by the group and qualifying for the favourable decision meets the conditions of this Regulation and the provisions adopted for its implementation;

(d) the publication reference of the specification referred to in the fifth subparagraph of paragraph 5.

8. Member States shall introduce the laws, regulations or administrative provisions necessary to comply with paragraphs 4 to 7 not later than 31 March 2007.

9. Where the registration application concerns a geographical area situated in a third country, it shall comprise the elements provided for in paragraph 3 and also proof that the name in question is protected in its country of origin.

The application shall be sent to the Commission, either directly or via the authorities of the third country concerned.

10. The documents referred to in this Article sent to the Commission shall be in one of the official languages of the institutions of the European Union or accompanied by a certified translation in one of those languages.

Article 6

Scrutiny by the Commission

1. The Commission shall scrutinise by appropriate means the application received pursuant to Article 5 to check that it is justified and meets the conditions laid down in this Regulation. This scrutiny should not exceed a period of 12 months.

The Commission shall, each month, make public the list of names for which registration applications have been submitted to it, as well as their date of submission to the Commission.

2. Where, based on the scrutiny carried out pursuant to the first subparagraph of paragraph 1, the Commission considers that the conditions laid down in this Regulation are met, it shall publish in the Official Journal of the European Union the single document and the reference to the publication of the specification referred to in the fifth subparagraph of Article 5(5).

Where this is not the case, the Commission shall decide, to reject the application, following the procedure referred to in Article 15(2).

Article 7

Objection/decision on registration

1. Within six months from the date of publication in the Official Journal of the European Union provided for in the first subparagraph of Article 6(2), any Member State or third country may object to the registration proposed, by lodging a duly substantiated statement with the Commission.

2. Any natural or legal person having a legitimate interest, established or resident in a Member State other than that applying for the registration or in a third country, may also object to the proposed registration by lodging a duly substantiated statement.

In the case of natural or legal persons established or resident in a Member State, such statement shall be lodged with that Member State within a time-limit permitting an objection in accordance with paragraph 1.

In the case of natural or legal persons established or resident in a third country, such statement shall be lodged with the Commission, either directly or via the authorities of the third country concerned, within the time limit-set in paragraph 1.

3. Statements of objection shall be admissible only if they are received by the Commission within the time-limit set in paragraph 1 and if they:

(a) show non-compliance with the conditions referred to in Article 2; or

(b) show that the registration of the name proposed would be contrary to paragraphs 2, 3 and 4 of Article 3; or

(c) show that the registration of the name proposed would jeopardise the existence of an entirely or partly identical name or of a trademark or the existence of products which have been legally on the market for at least five years preceding the date of the publication provided for in Article 6(2); or

(d) give details from which it can be concluded that the name for which registration is requested is generic within the meaning of Article 3(1).

The Commission shall check the admissibility of objections.

The criteria referred to in points (b), (c) and (d) of the first subparagraph shall be evaluated in relation to the territory of the Community, which in the case of intellectual property rights refers only to the territory or territories where the said rights are protected.

4. If the Commission receives no admissible objection under paragraph 3, it shall register the name.

The registration shall be published in the Official Journal of the European Union.

5. If an objection is admissible under paragraph 3, the Commission shall invite the interested parties to engage in appropriate consultations.

If the interested parties reach an agreement within six months, they shall notify the Commission of all the factors which enabled that agreement to be reached, including the applicant's and the objector's opinions. If the details published in accordance with Article 6(2) have not been amended or have been amended in only a minor way, to be defined in accordance with Article 16(h), the Commission shall proceed in accordance with paragraph 4 of this Article. The Commission shall otherwise repeat the scrutiny referred to in Article 6(1).

If no agreement is reached, the Commission shall take a decision in accordance with the procedure referred to in Article 15(2), having regard to fair and traditional usage and the actual likelihood of confusion.

The decision shall be published in the Official Journal of the European Union.

6. The Commission shall maintain updated a register of protected designations of origin and protected geographical indications.

7. The documents referred to in this Article sent to the Commission shall be drafted in an official language of the institutions of the European Union or accompanied by a certified translation into one of those languages.

Article 8

Names, indications and symbols

1. A name registered under this Regulation may be used by any operator marketing agricultural product or foodstuffs conforming to the corresponding specification.

2. In the case of the agricultural products and foodstuffs originating in the Community marketed under a name registered in accordance with this Regulation, the indications ‘protected designation of origin’ and ‘protected geographical indication’ or the Community symbols associated with them shall appear on the labelling.

3. In the case of agricultural products and foodstuffs originating in third countries marketed under a name registered in accordance with this Regulation the indications referred to in paragraph 2 and the Community symbols associated with them may equally appear on the labelling.

Article 9

Approval of changes to specifications

1. A group satisfying the conditions of Article 5(1) and (2) and having a legitimate interest may apply for approval of an amendment to a specification, in particular to take account of developments in scientific and technical knowledge or to redefine the geographical area referred to in Article 4(2)(c).

Applications shall describe and give reasons for the amendments requested.

2. Where the amendment involves one or more amendments to the single document, the amendment application shall be covered by the procedure laid down in Articles 5, 6 and 7.

However, if the proposed amendments are only minor, the Commission shall decide whether to approve the application without following the procedure laid down in Article 6(2) and Article 7 and in the case of approval shall proceed to publication of the elements referred to in Article 6(2).

3. Where the amendment does not involve any change to the single document, the following rules shall apply:

(i) where the geographical area is in a given Member State, that Member State shall express its position on the approval of the amendment and, if it is in favour, shall publish the amended specification and inform the Commission of the amendments approved and the reasons for them;

(ii) where the geographical area is in a third country, the Commission shall determine whether to approve the proposed amendment.

4. Where the amendment concerns a temporary change in the specification resulting from the imposition of obligatory sanitary or phytosanitary measures by the public authorities, the procedures set out in paragraph 3 shall apply.

Article 10

Official controls

1. Member States shall designate the competent authority or authorities responsible for controls in respect of the obligations established by this Regulation in conformity with Regulation (EC) No 882/2004.

2. Member States shall ensure that any operator complying with this Regulation is entitled to be covered by a system of official controls.

3. The Commission shall make public the name and address of the authorities and bodies referred to in paragraph 1 or in Article 11 and update it periodically.

Article 11

Verification of compliance with specifications

1. In respect of geographical indications and designations of origin relating to a geographical area within the Community, verification of compliance with the specifications, before placing the product on the market, shall be ensured by:

— one or more competent authorities referred to in Article 10 and/or

— one or more control bodies within the meaning of Article 2 of Regulation (EC) No 882/2004 operating as a product certification body.

The costs of such verification of compliance with the specifications shall be borne by the operators subject to those controls.

2. In respect of the geographical indications and designations of origin relating to a geographical area in a third country, verification of compliance with the specifications, before placing the product on the market, shall be ensured by:

— one or more public authorities designated by the third country and/or

— one or more product certification bodies.

3. The product certification bodies referred to in paragraphs 1 and 2 shall comply with and, from 1 May 2010 be accredited in accordance with European standard EN 45011 or ISO/IEC Guide 65 (General requirements for bodies operating product certification systems).

4. Where, the authorities referred to in paragraphs 1 and 2, have chosen to verify compliance with the specifications, they shall offer adequate guarantees of objectivity and impartiality, and have at their disposal the qualified staff and resources necessary to carry out their functions.

Article 12

Cancellation

1. Where the Commission, in accordance with the detailed rules referred to in Article 16(k), takes the view that compliance with the conditions of the specification for an agricultural product or foodstuff covered by a protected name is no longer ensured, it shall initiate the procedure referred to in Article 15(2) for the cancellation of the registration, which shall be published in the Official Journal of the European Union.

2. Any natural or legal person having a legitimate interest, may request cancellation of the registration, giving reasons for the request.

The procedure provided for in Articles 5, 6 and 7 shall apply *mutatis mutandis*.

Article 13

Protection

1. Registered names shall be protected against:

(a) any direct or indirect commercial use of a registered name in respect of products not covered by the registration in so far as those products are comparable to the products registered under that name or in so far as using the name exploits the reputation of the protected name;

(b) any misuse, imitation or evocation, even if the true origin of the product is indicated or if the protected name is translated or accompanied by an expression such as 'style', 'type', 'method', 'as produced in', 'imitation' or similar;

(c) any other false or misleading indication as to the provenance, origin, nature or essential qualities of the product, on the inner or outer packaging, advertising material or documents relating to the product concerned, and the packing of the product in a container liable to convey a false impression as to its origin;

(d) any other practice liable to mislead the consumer as to the true origin of the product.

Where a registered name contains within it the name of an agricultural product or foodstuff which is considered generic, the use of that generic name on the appropriate agricultural product or foodstuff shall not be considered to be contrary to points (a) or (b) in the first subparagraph.

2. Protected names may not become generic.

3. In the case of names for which registration is applied for under Article 5, provision may be made for a transitional period of up to five years under Article 7(5), solely where a statement of objection has been declared admissible on the grounds that registration of the proposed name would jeopardise the existence of an entirely or partly identical name or the existence of products which have been legally on the market for at least five years preceding the date of the publication provided for in Article 6(2).

A transitional period may also be set for undertakings established in the Member State or third country in which the geographical area is located, provided that the undertakings concerned have legally marketed the products in question, using the names concerned continuously for at least five years preceding the date of the publication referred to in Article 6(2) and have noted that point in the national objection procedure referred to in the first and second subparagraphs of Article 5(5) or the Community objection procedure referred to in Article 7(2). The combined total of the transitional period referred to in this subparagraph and the adjustment period referred to in Article 5(6) may not exceed five years. Where the adjustment period referred to in Article 5(6) exceeds five years, no transitional period shall be granted.

4. Without prejudice to Article 14, the Commission may decide to allow, under the procedure provided for in Article 15(2), the coexistence of a registered name and an unregistered name designating a place in a Member State or in a third country where that name is identical to the registered name, provided that all the following conditions are met:

(a) the identical unregistered name has been in legal use consistently and equitably for at least 25 years before 24 July 1993;

(b) it is shown that the purpose of its use has not at any time been to profit from the reputation of the registered name and that the consumer has not been nor could be misled as to the true origin of the product;

(c) the problem resulting from the identical names was raised before registration of the name. The registered name and the identical unregistered name concerned may co-exist for a period not exceeding a maximum of 15 years, after which the unregistered name shall cease to be used.

Use of the unregistered geographical name concerned shall be authorised only where the country of origin is clearly and visibly indicated on the label.

Article 14

Relations between trademarks, designations of origin and geographical indications

1. Where a designation of origin or a geographical indication is registered under this Regulation, the application for registration of a trademark corresponding to one of the situations referred to in Article 13 and relating to the same class of product shall be refused if the application for registration of the trademark is submitted after the date of submission of the registration application to the Commission.

Trademarks registered in breach of the first subparagraph shall be invalidated.

2. With due regard to Community law, a trademark the use of which corresponds to one of the situations referred to in Article 13 which has been applied for, registered, or established by use, if that possibility is provided for by the legislation concerned, in good faith within the territory of the Community, before either the date of protection of the designation of origin or geographical indication in the country of origin or before 1 January 1996, may continue to be used notwithstanding the registration of a designation of origin or geographical indication, provided that no grounds for its invalidity or revocation exist as specified by First Council Directive 89/104/EEC of 21 December 1988 to approximate the laws of the Member States

relating to trade marks⁷⁸ or Council Regulation (EC) No 40/94 of 20 December 1993 on the Community trade mark⁷⁹.

Article 15

Committee procedure

1. The Commission shall be assisted by the Standing Committee on Protected Geographical Indications and Protected Designations of Origin.

2. Where reference is made to this paragraph, Articles 5 and 7 of Decision 1999/468/EC shall apply.

The period laid down in Article 5(6) of Decision 1999/468/EC shall be set at three months.

3. The Committee shall adopt its own Rules of Procedure.

Article 16

Implementing rules

In accordance with the procedure referred to in Article 15(2), detailed rules shall be adopted for the implementation of this Regulation. They shall cover in particular:

- (a) a list of the raw materials referred to in Article 2(3);
- (b) the information that must be included in the product specification referred to in Article 4(2);
- (c) the conditions under which a natural or legal person may be treated as a group;
- (d) the submission of a registration application for a name designating a trans-border geographical area as referred to in the third subparagraph of Article 5(1);
- (e) the content and method of transmission to the Commission of the documents referred to in Articles 5(7) and (9);
- (f) objections referred to in Article 7, including rules on appropriate consultations between the interested parties;
- (g) the indications and symbols referred to in Article 8;
- (h) a definition of minor amendments as referred to in the second subparagraph of Article 7(5) and in Article 9(2), bearing in mind that a minor amendment cannot relate to the essential characteristics of the product or alter the link;

⁷⁸ OJ L 40, 11.2.1989, p. 1.

⁷⁹ OJ L 11, 14.1.1994, p. 1.

- (i) the register of designations of origin and geographical indications provided for in Article 7(6);
- (j) the conditions for checking compliance with the product specifications;
- (k) the conditions for cancellation of registration.

Article 17

Transitional provisions

1. The names that, on the date of entry into force of this Regulation, are listed in the Annex of Commission Regulation (EC) No 1107/96⁸⁰ and those listed in the Annex of Commission Regulation (EC) No 2400/96⁸¹ shall be automatically entered in the register referred to in Article 7(6) of this Regulation. The corresponding specifications shall be deemed to be the specifications referred to in Article 4(1). Any specific transitional provisions associated with such registrations shall continue to apply.

2. In respect of pending applications, statements and requests received by the Commission before the date of entry into force of this Regulation:

- (a) the procedures in Article 5 shall not apply, without prejudice to Article 13(3); and
- (b) the summary of the specification drawn up in conformity with Commission Regulation (EC) No 383/2004⁸² shall replace the single document referred to in Article 5(3)(c).

3. The Commission may adopt, if necessary, other transitional provisions in accordance with the procedure referred to in Article 15(2).

Article 18

Fees

Member States may charge a fee to cover their costs, including those incurred in scrutinising applications for registration, statements of objection, applications for amendments and requests for cancellations under this Regulation.

⁸⁰ Commission Regulation (EC) No 1107/96 of 12 June 1996 on the registration of geographical indications and designations of origin under the procedure laid down in Article 17 of Council Regulation (EEC) No 2081/92 (OJ L 148, 21.6.1996, p. 1). Regulation as last amended by Regulation (EC) No 704/2005 (OJ L 118, 5.5.2005, p. 14).

⁸¹ Commission Regulation (EC) No 2400/96 of 17 December 1996 on the entry of certain names in the 'Register of protected designation of origin and protected geographical indications' provided for in Council Regulation (EEC) No 2081/92 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs (OJ L 327, 18.12.1996, p. 11). Regulation as last amended by Regulation (EC) No 17/2006 (OJ L 72, 11.3.2006, p. 8).

⁸² Commission Regulation (EC) No 383/2004 of 1 March 2004 laying down detailed rules for applying Council regulation (EEC) No 2081/92 as regards the summary of the main points of the product specifications (OJ L 64, 2.3.2004, p. 16).

*Article 19***Repeal**

Regulation (EEC) No 2081/92 is hereby repealed.

References made to the repealed Regulation shall be construed as being made to this Regulation and should be read in accordance with the correlation table in Annex III.

Article 20

Entry into force

This Regulation shall enter into force on the day of its publication in the Official Journal of the European Union.

However, Article 8(2) shall apply with effect from 1 May 2009, without prejudice to products already placed on the market before that date.

This Regulation shall be binding in its entirety and directly applicable in all Member States.

Done at Brussels, 20 March 2006.

For the Council

ANNEX I

Foodstuffs referred to in Article 1(1)

- beers,
- beverages made from plant extracts,
- bread, pastry, cakes, confectionery and other baker's wares,
- natural gums and resins,
- mustard paste,
- pasta.

ANNEX II

Agricultural products referred to in Article 1(1)

- hay,
- essential oils,
- cork,
- cochineal (raw product of animal origin),
- flowers and ornamental plants,
- wool,
- wicker,
- scutched flax.

EK 2. Avrupa Komisyonu 2081/92 nolu Cİ'ler Düzenlemesi

Council Regulation (EEC) No 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs

THE COUNCIL OF THE EUROPEAN COMMUNITIES,

Having regard to the Treaty establishing the European Economic Community, and in particular Article 43,

Having regard to the proposal from the Commission⁸³,

Having regard to the opinion of the European Parliament⁸⁴,

Having regard to the opinion of the Economic and Social Committee⁸⁵,

Whereas the production, manufacture and distribution of agricultural products and foodstuffs play an important role in the Community economy;

Whereas, as part of the adjustment of the common agricultural policy the diversification of agricultural production should be encouraged so as to achieve a better balance between supply and demand on the markets; whereas the promotion of products having certain characteristics could be of considerable benefit to the rural economy, in particular to less-favoured or remote areas, by improving the incomes of farmers and by retaining the rural population in these areas;

Whereas, moreover, it has been observed in recent years that consumers are tending to attach greater importance to the quality of foodstuffs rather than to quantity; whereas this quest for specific products generates a growing demand for agricultural products or foodstuffs with an identifiable geographical origin;

Whereas in view of the wide variety of products marketed and of the abundance of information concerning them provided, consumers must, in order to be able to make the best choice, be given clear and succinct information regarding the origin of the product;

Whereas the labelling of agricultural products and foodstuffs is subject to the general rules laid down in Council Directive 79/112/EEC of 18 December 1978 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs; whereas, in view of their specific nature, additional special provisions should be adopted for agricultural products and foodstuffs from a specified geographical area;

⁸³ OJ No C 30, 6. 2. 1991, p. 9 and OJ No C 69, 18. 3. 1992, p. 15.

⁸⁴ OJ No C 326, 16. 12. 1991, p. 35.

⁸⁵ OJ No C 269, 14. 10. 1991, p. 62.

Whereas the desire to protect agricultural products or foodstuffs which have an identifiable geographical origin has led certain Member States to introduce 'registered designations of origin'; whereas these have proved successful with producers, who have secured higher incomes in return for a genuine effort to improve quality, and with consumers, who can purchase high quality products with guarantees as to the method of production and origin;

Whereas, however, there is diversity in the national practices for implementing registered designations or origin and geographical indications; whereas a Community approach should be envisaged; whereas a framework of Community rules on protection will permit the development of geographical indications and designations of origin since, by providing a more uniform approach, such a framework will ensure fair competition between the producers of products bearing such indications and enhance the credibility of the products in the consumers' eyes;

Whereas the planned rules should take account of existing Community legislation on wines and spirit drinks, which provide for a higher level of protection;

Whereas the scope of this Regulation is limited to certain agricultural products and foodstuffs for which a link between product or foodstuff characteristics and geographical origin exists; whereas, however, this scope could be enlarged to encompass other products or foodstuffs;

Whereas existing practices make it appropriate to define two different types of geographical description, namely protected geographical indications and protected designations of origin;

Whereas an agricultural product or foodstuff bearing such an indication must meet certain conditions set out in a specification;

Whereas to enjoy protection in every Member State geographical indications and designations of origin must be registered at Community level; whereas entry in a register should also provide information to those involved in trade and to consumers;

Whereas the registration procedure should enable any person individually and directly concerned in a Member State to exercise his rights by notifying the Commission of his opposition;

Whereas there should be procedures to permit amendment of the specification, after registration, in the light of technological progress or withdrawal from the register of the geographical indication or designation of origin of an agricultural product or foodstuff if that product or foodstuff ceases to conform to the specification on the basis of which the geographical indication or designation of origin was granted;

Whereas provision should be made for trade with third countries offering equivalent guarantees for the issue and inspection of geographical indications or designations of origin granted on their territory;

Whereas provision should be made for a procedure establishing close cooperation between the Member States and the Commission through a Regulatory Committee set up for that purpose,
HAS ADOPTED THIS REGULATION:

Article 1

1. This Regulation lays down rules on the protection of designations of origin and geographical indications of agricultural products intended for human consumption referred to in Annex II to the Treaty and of the foodstuffs referred to in Annex I to this Regulation and agricultural products listed in Annex II to this Regulation.

However, this Regulation shall not apply to wine products or to spirit drinks.

Annex I may be amended in accordance with the procedure set out in Article 15.

2. This Regulation shall apply without prejudice to other specific Community provisions.

3. Council Directive 83/189/EEC of 28 March 1983 laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations⁸⁶ shall not apply to the designations of origin and geographical indications covered by this Regulation.

Article 2

1. Community protection of designations of origin and of geographical indications of agricultural products and foodstuffs shall be obtained in accordance with this Regulation.

2. For the purposes of this Regulation:

(a) designation of origin: means the name of a region, a specific place or, in exceptional cases, a country, used to describe an agricultural product or a foodstuff:

- originating in that region, specific place or country, and
- the quality or characteristics of which are essentially or exclusively due to a particular geographical environment with its inherent natural and human factors, and the production, processing and preparation of which take place in the defined geographical area;

(b) geographical indication: means the name of a region, a specific place or, in exceptional cases, a country, used to describe an agricultural product or a foodstuff:

- originating in that region, specific place or country, and
- which possesses a specific quality, reputation or other characteristics attributable to that geographical origin and the production and/or processing and/or preparation of which take place in the defined geographical area.

⁸⁶ OJ No L 109, 26. 4. 1983, p. 8. Last amended by Decision 90/230/EEC (OJ No L 128, 18. 5. 1990, p. 15).

3. Certain traditional geographical or non-geographical names designating an agricultural product or a foodstuff originating in a region or a specific place, which fulfil the conditions referred to in the second indent of paragraph 2 (a) shall also be considered as designations of origin.

4. By way of derogation from Article 2 (a), certain geographical designations shall be treated as designations of origin where the raw materials of the products concerned come from a geographical area larger than or different from the processing area, provided that:

- the production area of the raw materials is limited,
- special conditions for the production of the raw materials exist, and
- there are inspection arrangements to ensure that those conditions are adhered to.

5. For the purposes of paragraph 4, only live animals, meat and milk may be considered as raw materials. Use of other raw materials may be authorized in accordance with the procedure laid down in Article 15.

6. In order to be eligible for the derogation provided for in paragraph 4, the designations in question may be or have already been recognized as designations of origin with national protection by the Member State concerned, or, if no such scheme exists, have a proven, traditional character and an exceptional reputation and renown.

7. In order to be eligible for the derogation provided for in paragraph 4, applications for registration must be lodged within two years of the entry into force of this Regulation.

Article 3

1. Names that have become generic may not be registered.

For the purposes of this Regulation, a 'name that has become generic' means the name of an agricultural product or a foodstuff which, although it relates to the place or the region where this product or foodstuff was originally produced or marketed, has become the common name of an agricultural product or a foodstuff.

To establish whether or not a name has become generic, account shall be taken of all factors, in particular:

- the existing situation in the Member State in which the name originates and in areas of consumption,
- the existing situation in other Member States,
- the relevant national or Community laws.

Where, following the procedure laid down in Articles 6 and 7, an application of registration is rejected because a name has become generic, the Commission shall publish that decision in the Official Journal of the European Communities.

2. A name may not be registered as a designation of origin or a geographical indication where it conflicts with the name of a plant variety or an animal breed and as a result is likely to mislead the public as to the true origin of the product.

3. Before the entry into force of this Regulation, the Council, acting by a qualified majority on a proposal from the Commission, shall draw up and publish in the Official Journal of the European Communities a non-exhaustive, indicative list of the names of agricultural products or foodstuffs which are within the scope of this Regulation and are regarded under the terms of paragraph 1 as being generic and thus not able to be registered under this Regulation.

Article 4

1. To be eligible to use a protected designation of origin (PDO) or a protected geographical indication (PGI) an agricultural product or foodstuff must comply with a specification.

2. The product specification shall include at least:

(a) the name of the agricultural product or foodstuffs, including the designation of origin or the geographical indication;

(b) a description of the agricultural product or foodstuff including the raw materials, if appropriate, and principal physical, chemical, microbiological and/or organoleptic characteristics of the product or the foodstuff;

(c) the definition of the geographical area and, if appropriate, details indicating compliance with the requirements in Article 2 (4);

(d) evidence that the agricultural product or the foodstuff originates in the geographical area, within the meaning of Article 2 (2) (a) or (b), whichever is applicable;

(e) a description of the method of obtaining the agricultural product or foodstuff and, if appropriate, the authentic and unvarying local methods;

(f) the details bearing out the link with the geographical environment or the geographical origin within the meaning of Article 2 (2) (a) or (b), whichever is applicable;

(g) details of the inspection structures provided for in Article 10;

(h) the specific labelling details relating to the indication PDO or PGI, whichever is applicable, or the equivalent traditional national indications;

(i) any requirements laid down by Community and/or national provisions.

Article 5

1. Only a group or, subject to certain conditions to be laid down in accordance with the procedure provided for in Article 15, a natural or legal person, shall be entitled to apply for registration.

For the purposes of this Article, 'Group` means any association, irrespective of its legal form or composition, of producers and/or processors working with the same agricultural product or foodstuff. Other interested parties may participate in the group.

2. A group or a natural or legal person may apply for registration only in respect of agricultural products or foodstuffs which it produces or obtains within the meaning of Article 2 (2) (a) or (b).

3. The application for registration shall include the product specification referred to in Article 4.

4. The application shall be sent to the Member State in which the geographical area is located.

5. The Member State shall check that the application is justified and shall forward the application, including the product specification referred to in Article 4 and other documents on which it has based its decision, to the Commission, if it considers that it satisfies the requirements of this Regulation.

If the application concerns a name indicating a geographical area situated in another Member State also, that Member State shall be consulted before any decision is taken.

6. Member States shall introduce the laws, regulations and administrative provisions necessary to comply with this Article.

Article 6

1. Within a period of six months the Commission shall verify, by means of a formal investigation, whether the registration application includes all the particulars provided for in Article 4.

The Commission shall inform the Member State concerned of its findings.

2. If, after taking account of paragraph 1, the Commission concludes that the name qualifies for protection, it shall publish in the Official Journal of the European Communities the name and address of the applicant, the name of the product, the main points of the application, the references to national provisions governing the preparation, production or manufacture of the product and, if necessary, the grounds for its conclusions.

3. If no statement of objections is notified to the Commission in accordance with Article 7, the name shall be entered in a register kept by the Commission entitled 'Register of protected designations of origin and protected geographical indications`, which shall contain the names of the groups and the inspection bodies concerned.

4. The Commission shall publish in the Official Journal of the European Communities:

- the names entered in the Register,
- amendments to the Register made in accordance with Article 9 and 11.

5. If, in the light of the investigation provided for in paragraph 1, the Commission concludes that the name does not qualify for protection, it shall decide, in accordance with the procedure provided for in Article 15, not to proceed with the publication provided for in paragraph 2 of this Article.

Before publication as provided for in paragraphs 2 and 4 and registration as provided for in paragraph 3, the Commission may request the opinion of the Committee provided for in Article 15.

Article 7

1. Within six months of the date of publication in the Official Journal of the European Communities referred to in Article 6 (2), any Member State may object to the registration.

2. The competent authorities of the Member States shall ensure that all persons who can demonstrate a legitimate economic interest are authorized to consult the application. In addition and in accordance with the existing situation in the Member States, the Member States may provide access to other parties with a legitimate interest.

3. Any legitimately concerned natural or legal person may object to the proposed registration by sending a duly substantiated statement to the competent authority of the Member State in which he resides or is established. The competent authority shall take the necessary measures to consider these comments or objection within the deadlines laid down.

4. A statement of objection shall be admissible only if it:

- either shows non-compliance with the conditions referred to in Article 2,
- or shows that the proposed registration of a name would jeopardize the existence of an entirely or partly identical name or trade mark or the existence of products which are legally on the market at the time of publication of this regulation in the Official Journal of the European Communities,
- or indicates the features which demonstrate that the name whose registration is applied for is generic in nature.

5. Where an objection is admissible within the meaning of paragraph 4, the Commission shall ask the Member States concerned to seek agreement among themselves in accordance with their internal procedures within three months. If:

(a) agreement is reached, the Member States in question shall communicate to the Commission all the factors which made agreement possible together with the applicant's opinion and that of the objector. Where there has been no change to the information received under Article 5, the Commission shall proceed in accordance with Article 6 (4). If there has been a change, it shall again initiate the procedure laid down in Article 7;

(b) no agreement is reached, the Commission shall take a decision in accordance with the procedure laid down in Article 15, having regard to traditional fair practice and of the actual likelihood of confusion. Should it decide to proceed with registration, the Commission shall carry out publication in accordance with Article 6 (4).

Article 8

The indications PDO, PGI or equivalent traditional national indications may appear only on agricultural products and foodstuffs that comply with this Regulation.

Article 9

The Member State concerned may request the amendment of a specification, in particular to take account of developments in scientific and technical knowledge or to redefine the geographical area.

The Article 6 procedure shall apply *mutatis mutandis*.

The Commission may, however, decide, under the procedure laid down in Article 15, not to apply the Article 6 procedure in the case of a minor amendment.

Article 10

1. Member States shall ensure that not later than six months after the entry into force of this Regulation inspection structures are in place, the function of which shall be to ensure that agricultural products and foodstuffs bearing a protected name meet the requirements laid down in the specifications.

2. An inspection structure may comprise one or more designated inspection authorities and/or private bodies approved for that purpose by the Member State. Member States shall send the Commission lists of the authorities and/or bodies approved and their respective powers. The Commission shall publish those particulars in the Official Journal of the European Communities.

3. Designated inspection authorities and/or approved private bodies must offer adequate guarantees of objectivity and impartiality with regard to all producers or processors subject to their control and have permanently at their disposal the qualified staff and resources necessary to carry out inspection of agricultural products and foodstuffs bearing a protected name.

If an inspection structure uses the services of another body for some inspections, that body must offer the same guarantees. In that event the designated inspection authorities and/or approved private bodies shall, however, continue to be responsible *vis-à-vis* the Member State for all inspections.

As from 1 January 1998, in order to be approved by the Member States for the purpose of this Regulation, private bodies must fulfil the requirements laid down in standard EN 45011 of 26 June 1989.

4. If a designated inspection authority and/or private body in a Member State establishes that an agricultural product or a foodstuff bearing a protected name of origin in that Member State does not meet the criteria of the specification, they shall take the steps necessary to ensure that this Regulation is complied with. They shall inform the Member State of the measures taken in carrying out their inspections. The parties concerned must be notified of all decisions taken.

5. A Member State must withdraw approval from an inspection body where the criteria referred to in paragraphs 2 and 3 are no longer fulfilled. It shall inform the Commission, which shall publish in the Official Journal of the European Communities a revised list of approved bodies.

6. The Member States shall adopt the measures necessary to ensure that a producer who complies with this Regulation has access to the inspection system.

7. The costs of inspections provided for under this Regulation shall be borne by the producers using the protected name.

Article 11

1. Any Member State may submit that a condition laid down in the product specification of an agricultural product or foodstuff covered by a protected name has not been met.

2. The Member State referred to in paragraph 1 shall make its submission to the Member State concerned. The Member State concerned shall examine the complaint and inform the other Member State of its findings and of any measures taken.

3. In the event of repeated irregularities and the failure of the Member States concerned to come to an agreement, a duly substantiated application must be sent to the Commission.

4. The Commission shall examine the application by consulting the Member States concerned. Where appropriate, having consulted the committee referred to in Article 15, the Commission shall take the necessary steps. These may include cancellation of the registration.

Article 12

1. Without prejudice to international agreements, this Regulation may apply to an agricultural product or foodstuff from a third country provided that:

- the third country is able to give guarantees identical or equivalent to those referred to in Article 4,
- the third country concerned has inspection arrangements equivalent to those laid down in Article 10,

- the third country concerned is prepared to provide protection equivalent to that available in the Community to corresponding agricultural products for foodstuffs coming from the Community.

2. If a protected name of a third country is identical to a Community protected name, registration shall be granted with due regard for local and traditional usage and the practical risks of confusion.

Use of such names shall be authorized only if the country of origin of the product is clearly and visibly indicated on the label.

Article 13

1. Registered names shall be protected against:

(a) any direct or indirect commercial use of a name registered in respect of products not covered by the registration in so far as those products are comparable to the products registered under that name or insofar as using the name exploits the reputation of the protected name;

(b) any misuse, imitation or evocation, even if the true origin of the product is indicated or if the protected name is translated or accompanied by an expression such as 'style', 'type', 'method', 'as produced in', 'imitation' or similar;

(c) any other false or misleading indication as to the provenance, origin, nature or essential qualities of the product, on the inner or outer packaging, advertising material or documents relating to the product concerned, and the packing of the product in a container liable to convey a false impression as to its origin;

(d) any other practice liable to mislead the public as to the true origin of the product.

Where a registered name contains within it the name of an agricultural product or foodstuff which is considered generic, the use of that generic name on the appropriate agricultural product or foodstuff shall not be considered to be contrary to (a) or (b) in the first subparagraph.

2. However, Member States may maintain national measures authorizing the use of the expressions referred to in paragraph 1 (b) for a period of not more than five years after the date of publication of this Regulation, provided that:

- the products have been marketed legally using such expressions for at least five years before the date of publication of this Regulation,

- the labelling clearly indicates the true origin of the product.

However, this exception may not lead to the marketing of products freely on the territory of a Member State where such expressions are prohibited.

3. Protected names may not become generic.

Article 14

1. Where a designation of origin or geographical indication is registered in accordance with this Regulation, the application for registration of a trade mark corresponding to one of the situations referred to in Article 13 and relating to the same type of product shall be refused, provided that the application for registration of the trade mark was submitted after the date of the publication provided for in Article 6 (2).

Trade marks registered in breach of the first subparagraph shall be declared invalid.

This paragraph shall also apply where the application for registration of a trade mark was lodged before the date of publication of the application for registration provided for in Article 6 (2), provided that that publication occurred before the trade mark was registered.

2. With due regard for Community law, use of a trade mark corresponding to one of the situations referred to in Article 13 which was registered in good faith before the date on which application for registration of a designation of origin or geographical indication was lodged may continue notwithstanding the registration of a designation of origin or geographical indication, where there are no grounds for invalidity or revocation of the trade mark as provided respectively by Article 3 (1) (c) and (g) and Article 12 (2) (b) of First Council Directive 89/104/EEC of 21 December 1988 to approximate the laws of the Member States relating to trade marks⁸⁷

3. A designation of origin or geographical indication shall not be registered where, in the light of a trade mark's reputation and renown and the length of time it has been used, registration is liable to mislead the consumer as to the true identity of the product.

Article 15

The Commission shall be assisted by a committee composed of the representatives of the Member States and chaired by the representative of the Commission.

The representative of the Commission shall submit to the committee a draft of the measures to be taken. The committee shall deliver its opinion on the draft within a time limit which the chairman may lay down according to the urgency of the matter. The opinion shall be delivered by the majority laid down in Article 148 (2) of the Treaty in the case of decisions which the Council is required to adopt on a proposal from the Commission. The votes of the representatives of the Member States within the committee shall be weighted in the manner set out in that Article. The chairman shall not vote.

⁸⁷ OJ No L 40, 11. 2. 1989, p. 1. Amended by Decision 92/10/EEC (OJ No L 6, 11. 1. 1992, p. 35).

The Commission shall adopt the measures envisaged if they are in accordance with the opinion of the committee.

If the measures envisaged are not in accordance with the opinion of the committee, or if no opinion is delivered, the Commission shall, without delay, submit to the Council a proposal relating to the measures to be taken. The Council shall act by a qualified majority.

If, on the expiry of a period of three months from the date of referral to the Council, the Council has not acted, the proposed measures shall be adopted by the Commission.

Article 16

Detailed rules for applying this Regulation shall be adopted in accordance with the procedure laid down in Article 15.

Article 17

1. Within six months of the entry into force of the Regulation, Member States shall inform the Commission which of their legally protected names or, in those Member States where there is no protection system, which of their names established by usage they wish to register pursuant to this Regulation.

2. In accordance with the procedure laid down in Article 15, the Commission shall register the names referred to in paragraph 1 which comply with Articles 2 and 4. Article 7 shall not apply. However, generic names shall not be added.

3. Member States may maintain national protection of the names communicated in accordance with paragraph 1 until such time as a decision on registration has been taken.

Article 18

This Regulation shall enter into force twelve months after the date of its publication in the Official Journal of the European Communities.

This Regulation shall be binding in its entirety and directly applicable in all Member States.

Done at Brussels, 14 July 1992.

For the Council

EK 3 Avrupa Komisyonu 2081/92 nolu Cİ'ler Düzenlemesi**Council Regulation (EEC) No 2082/92 of 14 July 1992 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs**

Official Journal L 208, 24/07/1992 pp.9 - 14

THE COUNCIL OF THE EUROPEAN COMMUNITIES,

Having regard to the Treaty establishing the European Economic Community, and in particular Article 43 thereof,

Having regard to the proposal from the Commission,

Having regard to the opinion of the European Parliament,

Having regard to the opinion of the Economic and Social Committee,

Whereas the production, manufacture and distribution of agricultural products and foodstuffs play an important role in the Community economy;

Whereas, in the context of the reorientation of the common agricultural policy, the diversification of agricultural production should be encouraged; whereas the promotion of specific products could be of considerable benefit to the rural economy, particularly in less-favoured or remote areas, both by improving the income of farmers and by retaining the rural population in these areas;

Whereas, in the context of the completion of the internal market in foodstuffs, economic operators should be provided with instruments which enable them to enhance the market value of their products while protecting consumers against improper practices and guaranteeing at the same time fair trade;

Whereas, in accordance with the Council resolution of 9 November 1989 on future priorities for relaunching consumer protection policy, account should be taken of increasing consumer demand for greater emphasis on quality and information as regards the nature, method of production and processing of foodstuffs and their special characteristics; whereas, given the diversity of products on the market and the abundance of information concerning them, consumers must, in order to be able to make a better choice, be provided with clear and succinct information regarding the specific characteristics of foodstuffs;

Whereas a voluntary system based on regulatory criteria will help attain these aims; whereas such a system enabling producers to make known the quality of a foodstuff throughout the Community must offer every guarantee so that any references which may be made to it in the trade are substantiated;

Whereas certain producers would like to derive market value from the specific character of agricultural products or foodstuffs because their inherent characteristics distinguish them clearly from similar products or foodstuffs; whereas, in order to protect the consumer, the certified specific character should be subject to inspection;

Whereas, given the specific character of such products or foodstuffs, special provisions should be adopted to supplement the labelling rules laid down in Council Directive 79/112/EEC of 18 December 1978 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs and whereas, in particular, an expression and, as appropriate, a Community symbol should be devised to accompany the trade description of such products or foodstuffs informing the consumer that it is a product or foodstuff presenting inspected specific characteristics;

Whereas, to guarantee that agricultural products and foodstuffs consistently possess the certified specific characteristics, groups of producers must themselves define the said characteristics in a product specification but whereas the rules for approving inspection bodies responsible for checking that the product specification is complied with must be uniform throughout the Community;

Whereas, in order not to create unfair conditions of competition, any producer must be able to use either a registered trade description together with details and, where appropriate, a Community symbol or a trade description registered as such, as long as the agricultural product or foodstuff he produces or processes complies with the requirements of the relevant specification and the inspection body he has selected is approved;

Whereas provision should be made for allowing trade with third countries offering equivalent guarantees for the issue and inspection of certificates of specific character in their territory;

Whereas, if they are to be attractive to producers and reliable for consumers, expressions relating to the specific character of an agricultural product or a foodstuff must be granted legal protection and be subject to official inspection;

Whereas a procedure should be provided for to establish close cooperation between the Member States and the Commission in a regulatory committee set up for the purpose,
HAS ADOPTED THIS REGULATION:

Article 1

1. This Regulation lays down rules under which a Community certificate of specific character may be obtained for:

- agricultural products listed in Annex II to the Treaty and intended for human consumption,
- foodstuffs listed in the Annex to this Regulation.

The Annex may be amended in accordance with the procedure set out in Article 19.

2. This Regulation shall apply without prejudice to other specific Community provisions.

3. Council Directive 83/189/EEC of 28 March 1989 laying down a procedure for the provision of information in the field of technical standards and regulations (6) shall not apply to certificates of specific character which are the subject of this Regulation.

Article 2

For the purposes of this Regulation:

1. 'specific character' shall mean the feature or set of features which distinguishes an agricultural product or a foodstuff clearly from other similar products or foodstuffs belonging to the same category.

The presentation of an agricultural product or a foodstuff is not regarded as a feature within the meaning of the first subparagraph.

Specific character may not be restricted to qualitative or quantitative composition or to a mode of production laid down in Community or national legislation, in standards set by standardization bodies or in voluntary standards; however, this rule shall not apply where the said legislation or standard has been established in order to define the specific character of a product;

2. 'group' shall mean any association, irrespective of its legal form or composition, of producers and/or processors working with the same agricultural product or foodstuff. Other interested parties may participate in the group;

3. 'certificate of specific character' shall mean recognition by the Community of the specific character of a product by means of its registration in accordance with this Regulation.

Article 3

The Commission shall set up and administer a register of certificates of specific character which will list the names of agricultural products and foodstuffs of which the specific character has been recognized at Community level in accordance with this Regulation.

The register shall distinguish between the names referred to in Article 13 (1) and those referred to in Article 13 (2).

Article 4

1. In order to appear in the register referred to in Article 3, an agricultural product or foodstuff must either be produced using traditional raw materials or be characterized by a traditional composition or a mode of production and/or processing reflecting a traditional type of production and/or processing.

2. Registration shall not be permitted in the case of an agricultural product or foodstuff the

specific character of which is due:

- (a) to its provenance or geographical origin;
- (b) solely to application of a technological innovation.

Article 5

1. To be registered, the name must:

- be specific in itself, or
- express the specific character of the agricultural product or the foodstuff.

2. A name expressing specific character, as referred to in the second indent of paragraph 1, may not be registered if:

- it refers only to claims of a general nature used for a set of agricultural products or foodstuffs, or to those provided for by specific Community legislation,
- it is misleading, such as that, in particular, which refers to an obvious characteristic of the product or does not correspond to the specification or to the consumer's expectations in view of the characteristics of the product.

3. In order to be registered, a specific name as referred to in the first indent of paragraph 1 must be traditional and comply with national provisions or be established by custom.

4. The use of geographical terms shall be authorized in a name not covered by Council Regulation (EEC) No 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs (7).

Article 6

1. In order to qualify for a certificate of specific character, an agricultural product or foodstuff must comply with a product specification.

2. The product specification shall include at least:

- the name within the meaning of Article 5, in one or more languages,
- a description of the method of production, including the nature and characteristics of the raw material and/or ingredients used and/or the method of preparation of the agricultural product or the foodstuff, referring to its specific character,
- aspects allowing appraisal of traditional character, within the meaning of Article 4 (1),
- a description of the characteristics of the agricultural product or the foodstuff giving its main physical, chemical, microbiological and/or organoleptic characteristics which relate to the specific character,
- the minimum requirements and inspection procedures to which specific character is subject.

Article 7

1. Only a group shall be entitled to apply for registration of the specific character of an agricultural product or a foodstuff.
2. The application for registration comprising the product specification shall be submitted to the competent authority of the Member State in which the group is established.
3. The competent authority shall forward the application to the Commission if it considers that the requirements of Articles 4, 5 and 6 are fulfilled.
4. No later than the date of entry into force of this Regulation, Member States shall publish the particulars of the competent authorities which they have designated and shall inform the Commission accordingly.

Article 8

1. The Commission shall forward the translated application for registration to the other Member States within a period of six months from the date of receipt of the application referred to in Article 7 (3).

As soon as the forwarding referred to in the first subparagraph has been carried out, the Commission shall publish in the Official Journal of the European Communities the main points of the application forwarded by the competent authority referred to in Article 7 and, in particular, the name of the agricultural product or the foodstuff, as prescribed by the first indent of Article 6 (2), and the applicant's references.

2. The competent authorities of the Member States shall ensure that all persons who can demonstrate a legitimate economic interest are authorized to consult the application referred to in paragraph 1. In addition, and in accordance with the rules in force in the Member States, the said competent authorities may provide access to other parties with a legitimate interest.
3. Within five months of the date of publication referred to in paragraph 1, any natural or legal person legitimately concerned by the registration may object to the intended registration by sending a duly substantiated statement to the competent authorities of the Member State in which that person resides or is established.
4. The competent authorities of the Member States shall adopt the necessary measures to take account of the statement referred to in paragraph 3 within the period laid down. Member States may also submit objections on their own initiative.

Article 9

1. If no objections are notified to the Commission within six months, the Commission shall enter in the register provided for in Article 3 the main points referred to in Article 8 (1) and publish them in the Official Journal of the European Communities.
2. If objections are notified, the Commission shall, within three months, ask the Member

States concerned to seek agreement between themselves in accordance with their internal procedures within a further period of three months. If:

(a) such agreement is reached, the Member States in question shall notify the Commission of all the factors which enabled that agreement to be reached and the opinions of the applicant and the objector. If the information received pursuant to Article 6 (2) is unchanged, the Commission shall proceed in accordance with paragraph 1 above. Otherwise, it shall again initiate the procedure laid down in Article 8;

(b) no agreement is reached, the Commission shall decide on the registration in accordance with the procedure laid down in Article 19. If a decision is taken to register the specific character, the Commission shall proceed in accordance with paragraph 1 above.

Article 10

1. Any Member State may submit that a criterion laid down in the product specification of an agricultural product or a foodstuff covered by a Community certificate of specific character has ceased to be met. 2. The Member State referred to in paragraph 1 shall make its submission to the Member State concerned. The Member State concerned shall examine the complaint and inform the other Member State of its findings and of any measures taken.

3. In the event of repeated irregularities and the failure of the Member States to come to an agreement, a duly substantiated application must be sent to the Commission.

4. The Commission shall examine the application by consulting the Member States concerned. Where appropriate, the Commission shall take the necessary steps in accordance with the procedure laid down in Article 19. These may include cancellation of the registration.

Article 11

1. A Member State may, at the request of a group established in its territory, apply for an amendment to the product specification.

2. The Commission shall ensure that the request for amendment and the applicant's references are published in the Official Journal of the European Communities. Article 8 (2), (3) and (4) shall apply.

The competent authorities of the Member State shall ensure that any producer and/or processor applying the product specification for which an amendment has been requested is informed of the publication.

3. Within three months of the date of the publication provided for in paragraph 2, any producer and/or processor applying the product specification for which an amendment has been requested may exercise his right to preserve the initial product specification by forwarding a statement to the competent authority of the Member State in which he is

established, which must forward it to the Commission together with its comments, if appropriate.

4. If no objection or statement as referred to in paragraph 3 is notified to the Commission within four months of the date of publication laid down in paragraph 2, the Commission shall enter the requested amendment in the register provided for in Article 3 and publish it in the Official Journal of the European Communities.

5. If an objection or a statement as referred to in paragraph 3 is notified to the Commission, the amendment shall not be registered. In such case the requesting group, referred to in paragraph 1, may apply for a new certificate of specific character in accordance with the procedure laid down in Articles 7 to 9.

Article 12

In accordance with the procedure laid down in Article 19, the Commission may define a Community symbol which may be used in the labelling, presentation and advertising of agricultural products or foodstuffs carrying a Community certificate of specific character in accordance with this Regulation.

Article 13

1. From the date of publication provided for in Article 9 (1), the name referred to in Article 5, together with the indication referred to in Article 15 (1), and, where appropriate, the Community symbol referred to in Article 12, shall be reserved for the agricultural product or the foodstuff corresponding to the published product specification.

2. By way of derogation from paragraph 1, the name alone shall be reserved for the agricultural product or the foodstuff corresponding to the published product specification where:

- (a) the group so requested in its application for registration;
- (b) the procedure referred to in Article 9 (2) (b) does not show that use of the name is lawful, recognized and economically significant for similar agricultural products or foodstuffs.

Article 14

1. Member States shall ensure that at the latest six months following the date of entry into force of this Regulation inspection structures are in place, the function of which shall be to ensure that agricultural products and foodstuffs carrying a certificate of specific character meet the criteria laid down in the specifications.

2. An inspection structure may comprise one or more designated inspection authorities and/or private bodies approved for that purpose by the Member State. Member States shall forward to the Commission lists of the authorities and/or bodies approved and their respective powers.

The Commission shall publish these particulars in the Official Journal of the European Communities.

3. Designated inspection authorities and/or private bodies must offer adequate guarantees of objectivity and impartiality with regard to all producers or processors subject to their control and have permanently at their disposal the qualified staff and resources necessary to carry out inspections of agricultural products and foodstuffs covered by a Community certificate of specific character.

If an inspection structure uses the services of another body for some inspections, that body must offer the same guarantees. However, the designated inspection authorities and/or approved private bodies shall continue to be responsible vis-à-vis the Member State for all inspections.

As from 1 January 1998, in order to be approved by a Member State for the purpose of this Regulation, bodies must fulfil the requirements laid down in standard EN 45011 of 26 June 1989.

4. If a Member State's designated inspection authority and/or private body establishes that an agricultural product or a foodstuff carrying a certificate of specific character issued by that Member State does not meet the criteria of the specification, it shall take the steps necessary to ensure that this Regulation is complied with. It shall inform the Member State of the measures taken in carrying out its inspections. The parties concerned must be notified of all decisions taken.

5. A Member State must withdraw approval from an inspection body where the criteria referred to in paragraphs 2 and 3 are no longer fulfilled. It shall inform the Commission, which shall publish in the Official Journal of the European Communities a revised list of approved bodies.

6. Member States shall adopt the measures necessary to ensure that a producer who complies with this Regulation has access to the inspection system.

7. The costs of the inspections provided for by this Regulation shall be borne by the users of the certificate of specific character.

Article 15

1. The following may be used only by producers complying with the registered product specification:

- an indication to be determined in accordance with the procedure laid down in Article 19,
- where appropriate, the Community symbol, and,
- subject to Article 13 (2), the registered name.

2. A producer using, for the first time after registration, a name reserved pursuant to Article 13 (1) or (2), even if he belongs to the group making the original application, shall in due course notify a designated inspection authority or body of the Member State in which he is established thereof.

3. The designated inspection authority or body shall ensure that the producer complies with the published information before the product is placed on the market.

Article 16

Without prejudice to international agreements, this Regulation shall apply to agricultural products and foodstuffs coming from a third country, on condition that the third country:

- is able to provide guarantees identical or equivalent to those referred to in Articles 4 and 6,
- has inspection arrangements equivalent to those defined in Article 14,
- is prepared to give protection equivalent to that available in the Community to corresponding agricultural products or foodstuffs coming from the Community and covered by a Community certificate of specific character.

Article 17

1. Member States shall take the necessary measures to ensure legal protection against any misuse or misleading use of the term referred to in Article 15 (1) and, where applicable, of the Community symbol referred to in Article 12 and against any imitation of names registered and reserved pursuant to Article 13.

2. Registered names shall be protected against any practice liable to mislead the public including, inter alia, practices suggesting that the agricultural product or foodstuff is covered by a certificate of specific character issued by the Community.

3. Member States shall inform the Commission and the other Member States of the measures taken.

Article 18

Member States shall take all appropriate measures to ensure that sales descriptions used at national level do not give rise to confusion with names registered and reserved pursuant to Article 13 (2).

Article 19

The Commission shall be assisted by a committee composed of the representatives of the Member States and chaired by the representative of the Commission.

The representative of the Commission shall submit to the committee a draft of the measures to be taken. The committee shall deliver its opinion on the draft within a time limit which the chairman may lay down according to the urgency of the matter. The opinion shall be

delivered by the majority laid down in Article 148 (2) of the Treaty in the case of decisions which the Council is required to adopt on a proposal from the Commission. The votes of the representatives of the Member States within the committee shall be weighted in the manner set out in that Article. The chairman shall not vote.

The Commission shall adopt the measures envisaged if they are in accordance with the opinion of the committee.

If the measures envisaged are not in accordance with the opinion of the committee, or if no opinion is delivered, the Commission shall, without delay, submit to the Council a proposal relating to the measures to be taken. The Council shall act by a qualified majority.

If, on the expiry of a period of three months from the date of referral to the Council, the Council has not acted, the proposed measures shall be adopted by the Commission.

Article 20

Detailed rules for applying this Regulation shall be adopted in accordance with the procedure laid down in Article 19.

Article 21

Within five years of the date on which this Regulation enters into force, the Commission shall submit to the Council a report on the application of the Regulation, together with any appropriate proposals.

The report shall cover, in particular, the consequences of applying Articles 9 and 13.

Article 22

This Regulation shall enter into force twelve months after its publication in the Official Journal of the European Communities.

This Regulation shall be binding in its entirety and directly applicable in all Member States.

Done at Brussels, 14 July 1992.

For the Council

EK 4. AVRUPA KOMİSYONU 510/2006 NOLU TÜZÜĞE GÖRE ÜRÜN GRUPLARI

PDO ve PGI ürün sınıfları

- Class 1.1 Taze Et ve sakatat
- Class 1.2 Et bazlı ürünler(Pişmiş, tuzlu, füme vs.)
- Class 1.3 Peynirler
- Class 1.4 Hayvansal kaynaklı diğer ürünler(yumurta,bal vs.)
- Class 1.5 Sıvı ve katı yağlar(tereyağı, margarin vs.)
- Class 1.6 Meyve, sebze ve tahıllar(doğal ya da işlenmiş)
- Class 1.7 Balıklar, yumuşakçalar, taze kabuklular
- Class 1.8 Sözleşmenin bir numaralı ekindeki diğer ürünler(Baharatlar vd.)
- Class 2.1 Biralalar
- Class 2.2 Doğal mineral suları ve kaynak suları
- Class 2.3 Bitki özlü içecekler
- Class 2.4 Fırın, pasta, şekerleme ürünleri
- Class 2.5 Sakız ve doğal reçineler
- Class 2.6 Hardal
- Class 2.7 Makarnalar
- Class 3.1 Bitkisel yemler
- Class 3.2 Esans yağları
- Class 3.3 Mantar(Tıpa yapılan)
- Class 3.4 Hanımböceği(Hayvansal kaynaklı brüt ürün)
- Class 3.5 Süs bitkileri ve çiçekleri
- Class 3.6 Yün
- Class 3.7 Bodur söğüt
- Class 3.8 Keten lifi

STG Bütün ürün sınıfları

- Class 1.1 Taze Et ve sakatat
- Class 1.2 Et bazlı ürünler(Pişmiş, tuzlu, füme vs.)
- Class 1.3 peynirler
- Class 1.4 Hayvansal kaynaklı diğer ürünler(yumurta,bal vs.)
- Class 1.5 Sıvı ve katı yağlar(tereyağı, margarin vs.)
- Class 1.6 Meyve, sebze ve tahıllar(doğal ya da işlenmiş)
- Class 1.7 Balıklar, yumuşakçalar, taze kabuklular
- Class 1.8 Sözleşmenin bir numaralı ekindeki diğer ürünler(Baharatlar vd.)
- Class 2.1 Biralalar
- Class 2.2 Çikolata ve diğer hazır besinler
- Class 2.3 Şekerleme, fırın ve pasta ürünleri
- Class 2.4 Makarnalar, pişmiş ya da doldurulmuş
- Class 2.5 Ön pişirme yapılmış yemekler
- Class 2.6 Hazır yemek sosları
- Class 2.7 Çorbalar
- Class 2.8 Bitki özlü içecekler
- Class 2.9 Dondurma ve sorbeler

**EK 5. TİCARETLE BAĞLANTILI FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI ÜZERİNE
ANLAŞMA,**

BÖLÜM 2, ALT BÖLÜM 3

ANNEX 1C

AGREEMENT ON TRADE-RELATED ASPECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

PART II, SECTION 3: GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Article 22

Protection of Geographical Indications

1. Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin.
2. In respect of geographical indications, Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:
 - (a) the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good;
 - (b) any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Article 10bis of the Paris Convention (1967).
3. A Member shall, ex officio if its legislation so permits or at the request of an interested party, refuse or invalidate the registration of a trademark which contains or consists of a geographical indication with respect to goods not originating in the territory indicated, if use of the indication in the trademark for such goods in that Member is of such a nature as to mislead the public as to the true place of origin.
4. The protection under paragraphs 1, 2 and 3 shall be applicable against a geographical indication which, although literally true as to the territory, region or locality in which the goods originate, falsely represents to the public that the goods originate in another territory.

Article 23

Additional Protection for Geographical Indications for Wines and Spirits

1. Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the

place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as "kind", "type", "style", "imitation" or the like⁸⁸.

2. The registration of a trademark for wines which contains or consists of a geographical indication identifying wines or for spirits which contains or consists of a geographical indication identifying spirits shall be refused or invalidated, *ex officio* if a Member's legislation so permits or at the request of an interested party, with respect to such wines or spirits not having this origin.

3. In the case of homonymous geographical indications for wines, protection shall be accorded to each indication, subject to the provisions of paragraph 4 of Article 22. Each Member shall determine the practical conditions under which the homonymous indications in question will be differentiated from each other, taking into account the need to ensure equitable treatment of the producers concerned and that consumers are not misled.

4. In order to facilitate the protection of geographical indications for wines, negotiations shall be undertaken in the Council for TRIPS concerning the establishment of a multilateral system of notification and registration of geographical indications for wines eligible for protection in those Members participating in the system.

Article 24

International Negotiations; Exceptions

1. Members agree to enter into negotiations aimed at increasing the protection of individual geographical indications under Article 23. The provisions of paragraphs 4 through 8 below shall not be used by a Member to refuse to conduct negotiations or to conclude bilateral or multilateral agreements. In the context of such negotiations, Members shall be willing to consider the continued applicability of these provisions to individual geographical indications whose use was the subject of such negotiations.

2. The Council for TRIPS shall keep under review the application of the provisions of this Section; the first such review shall take place within two years of the entry into force of the WTO Agreement. Any matter affecting the compliance with the obligations under these provisions may be drawn to the attention of the Council, which, at the request of a Member, shall consult with any Member or Members in respect of such matter in respect of which it has not been possible to find a satisfactory solution through bilateral or plurilateral

⁸⁸ Notwithstanding the first sentence of Article 42, Members may, with respect to these obligations, instead provide for enforcement by administrative action.

consultations between the Members concerned. The Council shall take such action as may be agreed to facilitate the operation and further the objectives of this Section.

3. In implementing this Section, a Member shall not diminish the protection of geographical indications that existed in that Member immediately prior to the date of entry into force of the WTO Agreement.

4. Nothing in this Section shall require a Member to prevent continued and similar use of a particular geographical indication of another Member identifying wines or spirits in connection with goods or services by any of its nationals or domiciliaries who have used that geographical indication in a continuous manner with regard to the same or related goods or services in the territory of that Member either (a) for at least 10 years preceding 15 April 1994 or (b) in good faith preceding that date.

5. Where a trademark has been applied for or registered in good faith, or where rights to a trademark have been acquired through use in good faith either:

(a) before the date of application of these provisions in that Member as defined in Part VI;

or

(b) before the geographical indication is protected in its country of origin; measures adopted to implement this Section shall not prejudice eligibility for or the validity of the registration of a trademark, or the right to use a trademark, on the basis that such a trademark is identical with, or similar to, a geographical indication.

6. Nothing in this Section shall require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to goods or services for which the relevant indication is identical with the term customary in common language as the common name for such goods or services in the territory of that Member. Nothing in this Section shall require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to products of the vine for which the relevant indication is identical with the customary name of a grape variety existing in the territory of that Member as of the date of entry into force of the WTO Agreement.

7. A Member may provide that any request made under this Section in connection with the use or registration of a trademark must be presented within five years after the adverse use of the protected indication has become generally known in that Member or after the date of registration of the trademark in that Member provided that the trademark has been published by that date, if such date is earlier than the date on which the adverse use became generally known in that Member, provided that the geographical indication is not used or registered in bad faith.

8. The provisions of this Section shall in no way prejudice the right of any person to use, in the course of trade, that person's name or the name of that person's predecessor in business, except where such name is used in such a manner as to mislead the public.
9. There shall be no obligation under this Agreement to protect geographical indications which are not or cease to be protected in their country of origin, or which have fallen into disuse in that country.

EK 6.COĞRAFİ İŞARETLERİN KORUNMASI HAKKINDA 555 SAYILI KHK

Coğrafi işaretlerin korunması hakkında düzenlemeler yapılması; 8/6/1995 tarihli ve 4113 sayılı kanunun verdiği yetkiye dayanılarak Bakanlar Kurulunca 24/6/1995 tarihinde kararlaştırılmıştır.

BİRİNCİ KISIM

Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Korumadan Yararlanacak Kişiler, Tanımlar

Amaç ve Kapsam

Madde 1 - Bu Kanun Hükmünde Kararname, doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi, ürünlerinden bu Kanun Hükmünde Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaretlerle korunmasına ilişkin kuralları ve şartları kapsar.

Korumadan Yararlanacak Kişiler

Madde 2- Bu Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanan korumadan, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları veya Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde ikametgahı olan, veya sınai veya ticari faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişiler, veya Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü'nü Kuran Anlaşma hükümleri dahilinde başvuru hakkına sahip kişiler yararlanır.

Bu maddenin birinci fıkrası hükmü kapsamı dışında kalmasına rağmen, Türkiye Cumhuriyeti uyruğundaki kişilere kanunen veya fiilen coğrafi işaret koruması tanıyan devletlerin uyruğundaki gerçek veya tüzel kişiler de karşılıklılık ilkesi uyarınca Türkiye'de coğrafi işaret korumasından yararlanır.

Tanımlar

Madde 3 - Bu Kanun Hükmünde Kararname anlamında coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir.

Bu Kanun Hükmünde Kararname anlamında coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların birlikte karşılanması durumunda "menşe adını" belirtir.

- a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanan bir ürün olması;
- b) Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması.
- c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Üçüncü fıkra da belirtilen koşulları karşılayan ve belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adlar da menşe adları olarak kullanılabilir.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, aşağıdaki şartların karşılanması durumunda "mahreç işareti" göstergesini belirtir.

- a) Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması;
- b) Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması;
- c) Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Ayrıca Bu Kanun Hükmünde Kararnamede geçen deyimlerden ;

- a) "Enstitü", bu Kanun Hükmünde Kararname hükümlerini uygulamak ve yürütmekle görevli Türk Patent Enstitüsü'nü,
- b) "Paris Sözleşmesi", Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası bir İttihat İhdas Edilmesine Dair 20 Mart 1883 tarihli uluslararası Sözleşmeyi,
- c) "Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması", Dünya Ticaret Örgütü'nün Kuruluşuna Dair 15 Nisan 1994 tarihli uluslararası anlaşmayı,
- d) "Üretici", tarım ürünleri, el sanatları ve sanayi ürünlerini üretenler veya doğal ürünleri kullanıma hazır hale getirenler veya yukarıda sayılanların ticaretini yapanları, ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Genel Şartlar

Korumanın Tescil ile Sağlanması

Madde 4 - Bir ürünün menşe adı veya mahreç işaretinin bu Kanun Hükmünde Kararname çerçevesinde korunması tescil ile sağlanır.

Genel Şartlar

Madde 5 - Aşağıda sayılanlar coğrafi işaret olarak tescil edilmez.

- a) 3 üncü maddedeki tanımlara uymayan adlar ve işaretler,
- b) Ürünlerin öz adı olmuş adlar ve işaretler,

Bu Kanun Hükmünde Kararname anlamında ürünlerin öz adı, o ürünün ilk üretildiği veya pazarlandığı bölge veya yöre ile ilgili olsa da bir ürünün genel adı haline gelmiş olan adıdır. Ürünün öz adı olup olmadığının tespitinde o adın kaynaklandığı bölge ve tüketim alanlarında halkın bu adı kullanımı göz önüne alınır.

- c) Ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki türleri, hayvan soyları veya benzeri adlar,
- d) Kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı işaretler,
- e) 2 nci maddede sayılan ülkelerde korunmayan veya koruması sona ermiş veya kullanılmayan adlar ve işaretler.

Tescil Mercii

Madde 6 - Coğrafi işaretlerin tescili için yetkili merci Türk Patent Enstitüsüdür. Yurt içinden veya yurt dışından yapılacak tüm başvurular Türk Patent Enstitüsüne veya onun yetkili kıldığı makama yapılır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Başvuru Koşulları

Başvuru Hakkı

Madde 7 - Aşağıda belirtilen gerçek ve tüzel kişiler başvuru hakkına sahiptir.

- a) Sözkonusu ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler,
- b) Tüketici dernekleri,
- c) Konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları,

Başvuru Şartları

Madde 8 - Bir coğrafi işaretin tescili için aşağıda belirtilen bilgi ve unsurlarla başvuruda bulunmak şarttır.

- a) Başvuru sahibinin kimliğine ve 7 nci maddede belirtilen başvuru gruplarından hangisine dahil olduğuna ilişkin bilgileri de içeren başvuru dilekçesi,
- b) Tescili istenen menşe adı veya mahreç işareti ve ilgili ürünün adı,
- c) Ürünün tanımı; ürünün ve gerekiyorsa hammaddenin fiziksel kimyasal, mikrobiyolojik ve benzeri ilgili özelliklerini açıklayıcı teknik bilgiler ve belgeler,
- d) Yöre, alan veya bölgenin coğrafi sınırlarını açıkça tanımlayan ve belirleyen bilgiler ve belgeler,

- e) Ürünün üretim tekniğine ve varsa yerel özel üretim teknik ve şartlarına ilişkin bilgiler;
- f) Ürünün, tescili talep edilen işaretle 3 üncü madde hükümlerine göre uygunluğunu kanıtlayıcı bilgiler,
- g) 20 nci madde hükümlerine uygun olarak denetleme biçimini ayrıntılı olarak açıklayan bilgiler,
- h) Tescilli menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, markalama, işaretleme veya etiketleme şekillerini ayrıntılarıyla açıklayan bilgiler,
- i) Başvuru ücretinin ödendiğine ilişkin belge,
- j) Yönetmelikte öngörülen diğer hususlar.

Uluslar arası Sözleşmeler saklı kalmak kaydıyla başka ülke kaynaklı bir ürün ile coğrafi işaret başvuruları; orijin ülkede tescilinde bu maddede belirtilen koşullar ranmakta ise 20 inci maddede belirtilen denetim imkanları varsa ve orjin ülke, Türkiye'den yapılacak coğrafi işaret tescili başvurularına eşit bir koruma getiriyorsa, Enstitü tarafından incelenerek, 9, 10, 11, 12 ve 13 üncü madde hükümleri uygulanır. Başka ülkede korunan bir coğrafi işaret: Türkiye'de korunan bir coğrafi işaret ile aynı ise tescil, bölgesel ve geleneksel kullanım ve karıştırılma riski gözönüne alınarak yapılır. Bu coğrafi işaretlerin kullanımına, sadece üretildiği orijin ülkenin açık ve görülebilir bir şekilde etikette belirtilmesi halinde izin verilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İnceleme, Tescil, Yayın ve Ücretler

İnceleme

Madde 9 - Enstitü başvuruyu 3 üncü , 5 inci, 7 nci ve 8 nci madde hükümlerine uygunluğu yönünden inceler. Gerekli gördüğü durumlarda ve yönetmelikte öngörülen süreler içinde yerine getirilmek üzere eksiklerin giderilmesini ve ek bilgi ve belgenin verilmesini ister.

Enstitü gerektiğinde başvuru ile ilgili teknik bilgilerin kanıtlanması için başvurunun konuda uzman bir veya birden fazla kamu kuruluşu veya üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesini talep eder. Bu durumda ilgili kurum veya kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ve Enstitü'nün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücret başvuru sahibi tarafından Enstitü'ye ödenir.

3, 5, 7 ve 8 inci madde hükümlerini karşılayan başvurular, Enstitü tarafından Resmi Gazete ile yurt çapında dağıtımı olan en yüksek tirajlı günlük gazetelerden ikisinde ve bir yerel gazetede ilan yoluyla yayınlanır.

Yayında, başvuru sahibinin kimliği, ürünün adı, menşe adı veya mahreç işaretine ilişkin bilgiler, tescilli işaretin kullanım koşulları ve yönetmelikte öngörülen diğer hususlar açıklanır.

Yayınlanan başvuru, coğrafi işaret siciline kayıt edilir. Bu kayıt geçici niteliktedir. Sicil kaydı 12 nci madde hükümlerinin gerçekleşmesi halinde kesinleşir.

Eksiklerin Giderilmesi

Madde 10 - Başvuruda, 3, 5, 7 ve 8 inci maddelerde yer alan şartların tümünün yerine getirilmediği tesbit edilirse, Enstitü söz konusu eksiklerin yönetmelikte öngörülen süreler içinde giderilmesini başvuru sahibinden ister.

Bu maddenin birinci fıkra hükümlerine göre belirlenen eksiklerin bu Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine göre ve süresi içinde giderilmemesi durumunda başvuru Enstitü tarafından red edilir.

İtiraz ve İnceleme

Madde 11 - Başvurunun Resmi Gazetede ilan tarihinden itibaren altı ay içinde ilgili herkes 3, 5, 7 ve 8 inci maddelerdeki hükümlere uygunluk açısından tescil talebinin geçersizliğine ilişkin Enstitü nezdinde itirazda bulunabilir.

Enstitü itirazı alır. Başvuru sahibinin de görüşüne başvurarak, başvurunun ve itirazın konuda uzman bir veya birden fazla kamu kuruluşu veya üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesini talep eder. Bu durumda ilgili kurum veya kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ve Enstitü'nün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücret itiraz sahibi tarafından Enstitü'ye ödenir. Kamu kuruluşlarının itirazlarında ücret alınmaz.

Tescil ve Yayın

Madde 12 - Resmi Gazetede yayın tarihinden itibaren altı ay içerisinde hakkında herhangi bir itiraz yapılmamış ad veya işaret Resmi Gazete'de yayınlanma tarihi itibariyle kesinlik kazanır. Kesinlik kazanan başvuru, coğrafi işaret siciline kayıt edilir.

İtirazın incelenmesi sonunda biçim veya kapsamı itibariyle değişikliğe uğramış talepler yeni değişikliğe uğramış şekliyle ve kapsamı açıkça belirtilerek 9 uncu madde çerçevesinde

yeniden yayınlanır ve tescil yayın tarihi itibariyle kesinlik kazanır. Bu durum coğrafi işaret siciline kayıt edilir.

İtirazı uygun görülerek tescil talebi tünden red edilen başvurunun tescil talebinin red edildiği Resmi Gazetede yayınlanır ve coğrafi işaret siciline kayıt edilir.

Ücretler, Ödenme Süreleri ve Sonuçları

Madde 13- Yönetmelikte öngörülen, coğrafi işaret tescil başvurusu, tescili, yayını ve diğer ücretler, başvuru sahibi veya vekili tarafından ödenir.

önetmelikte öngörülen ve ödenmesi gereken bütün ücretlerin ödenme zamanı, Enstitü tarafından başvuru sahibi veya vekiline önceden tebliğ edilir.

Herhangi bir ücretin belirtilen süre içinde ödenmemesi halinde başvuru geri çekilmiş sayılır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

İşlem Yetkisi Olan Kişiler ve Vekiller

Enstitü Nezdinde İşlem Yapma Yetkisi Olan Kişiler

Madde 14 - Türk Patent Enstitüsü nezdinde coğrafi işaret işlemleri için aşağıdaki kişiler işlem yapabilir:

- a - Başvuruyu yapan gerçek veya tüzel kişiler,
- b - Yetkiyi haiz ve 544 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameye göre marka vekilleri siciline kayıtlı marka vekilleri.

Tüzel kişiler, yetkili organları tarafından tayin edilen kişi veya kişilerce temsil edilir.

İkametgahı yurt dışında bulunan kişiler ancak marka vekilleri vasıtasıyla temsil edilir.

Başvuru sahipleri adına Enstitü nezdinde işlem yapmak üzere vekil tayin edilmesi halinde, tüm işlemler vekil vasıtasıyla yapılır. Vekile yapılan tebligat asile yapılmış sayılır.

İKİNCİ KISIM

Korumanın Kapsamı, Kullanım

BİRİNCİ BÖLÜM

Korumanın Kapsamı

Madde 15 - Coğrafi işaret başvurusu yapma hakkına sahip kişiler ile tescil edilmiş coğrafi işareti kullanım hakkına sahip kişiler, üçüncü kişiler tarafından aşağıda sayılanların yapılmasını önleme hakkına sahiptir.

- a) Tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran yada çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı,
- b) Sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı; veya korunan adın tercümesinin kullanımı; veya 'stilinde', 'tarzında', 'tipinde', 'türünde', 'yöntemiyle', 'orada üretildiği biçimde' veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı,
- c) Ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında, veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye yer verilmesi,
- d) Ürünün menşei konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanlışlığı yaratabilecek diğer herhangi bir biçimde sunulması.

Koruma Kapsamı Dışı Durumlar

Madde 16 - Tescilli coğrafi işaretin içinde ürünün öz adı da yer alıyorsa, ürünün öz adının kullanımı 15 inci maddede kapsamına girmez.

Tescilli yapılan coğrafi isimler ürünün öz adı olamaz.

İKİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretin Kullanımı ve Denetimi

Tescilli Coğrafi İşaretin Kullanımı

Madde 17 - Coğrafi işaretler ancak bu Kanun Hükmünde Kararname şartlarını karşılayan ürünler üzerinde kullanılır.

Coğrafi işaretlerden menşe adları, sicilde belirtilen coğrafi bölgede faaliyet gösteren üreticiler tarafından, sicilde belirtilen ürünlerin üzerlerinde veya ambalajlarında, bu ürünlerin sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması koşuluyla ticari olarak kullanılır. Mahreç işaretlerinin kullanımı için ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin sicilde belirtilen yöre, alan veya coğrafi bölge sınırları içinde yapılmış olması ve ürünün sicilde gösterilen kalite, ün ve diğer özellikleri taşıması şartı aranır.

Ticari Markalarla İlişki

Madde 18 - Bu Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine göre tescil için başvurusu yapılmış bir coğrafi işaret, 15 inci madde hükümlerine giren biçimde veya aynı ürünle ilgili olarak kullanılmak üzere marka olarak tescil edilmez.

Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 15 inci maddesinde belirtilen taleplerin herhangi bir markanın tescil başvurusu için ileri sürülmesi, korunan coğrafi işaretin haksız kullanımının Türkiye'de genel olarak bilinmesinden itibaren beş yıl içinde mümkündür. Aynı taleplerin tescil edilmiş bir markaya karşı ileri sürülebilmesi korunan coğrafi işaretin haksız kullanımının genel olarak bilinmesi tarihinin, markanın yayın tarihinden önce olması koşuluyla tescilden itibaren beş yıl içinde mümkündür.

Bu maddenin ikinci fıkrasında belirtilen talepler, ancak tescilinde kötü niyet olmayan geçerli bir coğrafi işaret için ileri sürülebilir.

Birinci fıkra hükmüne aykırı olarak tescili yapılmış markalar hükümsüzdür.

Bir markanın tescili için iyi niyetle başvuru yapılmış ve tescil edilmiş ise veya iyi niyetli kullanım hakkı kazanılmış ise ve tüm bunlar bu Kanun Hükmünde Kararnamenin yürürlüğe girdiği tarihten önce veya coğrafi işaretin kendi menşe ülkesinde korunmasından önce olmuş ise coğrafi işaretin hak sahibine verdiği yetkiler, marka başvurusunun tesciline ve iyi niyetli kullanımına zarar vermez.

Ürünün gerçek niteliği konusunda tüketicide kuşku uyandırabilecek özellikler taşıyan ve daha önce tescili yapılmış bir ticari markanın menşe adı veya mahreç işareti olarak tesciline izin verilmez.

İyi Niyetli Kullanım

Madde 19- Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşmasının imzalanma tarihi olan 15 Nisan 1994 tarihinden önce sürekli olarak en az on yıl süreyle kullanılmış veya anılan tarihten önce iyi niyetli bir şekilde kullanılmış olan coğrafi işaretlere 15 inci madde hükümleri uygulanmaz.

Herhangi bir işaretin halkı yanıltacak şekilde kullanılmamış olması şartıyla haleflerinin veya kendisinin adının ticari açıdan iş ilişkilerinde kullanılması 15 inci maddenin ihlali sayılmaz.

Ancak 15 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen biçimde sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan biçimde kullanımı halinde Enstitü, her bir işaretin, tüketicinin aldanmasını önleyecek ve üreticiye hakkaniyete uygun kullanım sağlayacak biçimde düzenlenmesini talep eder. Bu düzenleme yönetmelikte öngörülen hükümler çerçevesinde yapılır.

Kullanımın Denetimi

Madde 20- Bu Kanun Hükmünde Kararname kapsamında coğrafi işareti tescil ettiren, söz konusu ürünün üretimi, işlenmesi veya diğer işlemleri ile uğraşan kişilerden oluşan ve yasal kuruluş biçimine bakılmaksızın herhangi bir dernek, birlik veya benzeri örgüt, coğrafi işarete konu olan ürünün üretimi, pazarlanması, tescilli menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, markalanması, ürün üzerinde belirtilmesi, işaretleme veya etiketleme şekillerini ayrıntılı olarak denetlemek üzere yeterli personel, ekipman ve diğer olanaklara sahip olacak ve sözkonusu ürünün üretim durumlarını sürekli kontrol edecektir. Denetim işlemi için konu ile ilgili uzman ve tarafsız kurum veya kuruluşlarla işbirliği yapılabilir.

Denetim işlemlerinin kapsamı ve şekli yönetmelikle belirlenir.

ÜÇÜNCÜ KISIM

Coğrafi İşaretin Hükümsüzlüğü ve Korumanın Sona Ermesi

BİRİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretin Hükümsüzlüğü

Hükümsüzlük Halleri

Madde 21 - Aşağıdaki hallerde tescilli coğrafi işaretin hükümsüz sayılmasına yetkili mahkeme tarafından karar verilir:

- a) Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 3, 5 ve 8 inci maddelerinde belirtilen koruma şartlarına sahip olmadığı ispat edilmişse;
- b) Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 7 nci maddesinde belirtilen hak sahipliğinin başka kişiye veya kişilere ait olduğu ispat edilmişse;
- c) Bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 20 nci maddesinde belirtilen denetim işlemlerinin yeterince yerine getirilmediği ispat edilmişse;

Coğrafi işaret başvurusunda bulunanın, 7 nci maddeye göre başvuru hakkına sahip bulunmadığı hakkındaki iddia, ancak, bu maddede belirtilen hak sahipleri tarafından ileri sürülür.

Hükümsüzlük Talebi

Madde 22 - Coğrafi işaretin hükümsüzlüğü herkes tarafından istenebilir.

Hükümsüzlüğün Etkisi

Madde 23- Coğrafi işaretin hükümsüzlüğüne karar verilmesi halinde, kararın sonuçları geçmişe etkili doğar. Bu nedenle, coğrafi işaretin tescili ile hukuki bakımdan bu Kanun Hükmünde Kararname ile sağlanan koruma, hükümsüzlük kapsamında doğmamış sayılır.

Coğrafi işaretin hükümsüzlüğünün geriye dönük etkisi, aşağıdaki durumları etkilemez:

- a) Coğrafi işaretin hükümsüz sayılmasından önce, coğrafi işareten doğan haklara tecavüz sebebiyle verilen kesinleşmiş ve uygulanmış kararlar;
- b) Coğrafi işaretin hükümsüzlüğüne karar verilmeden önce, yapılmış ve uygulanmış sözleşmeler. Ancak, hal ve şartlara göre, hakkaniyet düşüncesinin gerekli kıldığı durumlarda sözleşme uyarınca ödenmiş bedelin kısmen veya tamamen iadesi talep edilebilir.

Bir coğrafi işaretin hükümsüzlüğüne ilişkin kesinleşmiş karar herkese karşı hüküm doğurur. Enstitü, mahkemenin gönderdiği ilamı sicile işler ve yönetmelikte öngörülen süre içinde yayın yolu ile ilan eder.

DÖRDÜNCÜ KISIM

Coğrafi İşaret Hakkına Tecavüz ve Tecavüz Halinde Davalar

BİRİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretin Tescilinden Doğan Hakka Tecavüz Durumları

Coğrafi İşaret Hakkına Tecavüz Sayılan Fiiller

Madde 24 - Tescil edilmiş coğrafi işaretler, bunların kullanım hakkına sahip olmayan üçüncü kişiler tarafından aşağıda yazılı biçimde kullanımları coğrafi işaret hakkına tecavüz sayılır:

- a) Tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran yada çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı,
- b) Sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı; veya korunan adın tercümesinin kullanımı; veya 'stilinde', 'tarzında', 'tipinde', 'türünde', 'yöntemiyle', 'orada üretildiği biçimde' veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı,
- c) Ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında. veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye ver verilmesi,
- d) Ürünün menşei konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanlış yaratılacak diğer herhangi bir biçimde sunulması,
- e) Bu maddenin önceki a, b, c ve d bendlerinde yazılı fiillere iştirak veya yardım veya bunları teşvik etmek veya hangi şekil ve şartlarda olursa olsun bu fiillerin yapılmasını kolaylaştırmak,
- f) Kendisinde bulunan ve haksız olarak üretilen veya ticaret alanına çıkarılan coğrafi işarete sahip malın nereden alındığını veya nasıl sağlandığını bildirmekten kaçınmak.

Coğrafi işaret başvurusu bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 9 uncu maddesine göre yayınlandığı takdirde, başvuru sahibi, coğrafi işarete vaki tecavüzlerden dolayı hukuk ve ceza davası açmaya yetkilidir.

Madde 24/A

a- Coğrafi işaret hakkı sahibi olarak belirtilmesi gereken kimlik bildirimini gerçeğe aykırı olarak yapanlar, coğrafi işaret koruması olan bir eşya veya ambalajı üzerine konulmuş, coğrafi işaret koruması olduğunu belirten işareti yetkisi olmadan kaldıranlar, kendisini haksız olarak coğrafi işaret başvurusu veya coğrafi işaret*marka hakkı sahibi olarak gösterenler hakkında, bir yıldan iki yıla kadar hapis cezasına ve üçyüz milyon liradan altıyüz milyon liraya kadar para cezasına,

b- Korunan bir coğrafi işaret hakkının sahibi olmadığı, herhangi bir sebeple coğrafi işaret hakkının hükümsüzlüğü veya coğrafi işaret korumasından doğan hakkının sona ermesi durumlarında; kendisinin veya başkasının imal ettiği veya satışa çıkardığı eşyaya veya ambalajlarına veya ticari evrakına veya ilanlarına, hukuken korunan bir coğrafi işaret hakkı ile ilgili olduğu kanısını uyandıracak şekilde, işaretler koyan veya bu amaçla yazılı ve

görsel basındaki ilan ve reklamlarda bu tarzda yazı, işaret veya ifadeleri kullananlar hakkında, iki yıldan dört yıla kadar hapis cezasına ve altıyüz milyon liradan bir milyar liraya kadar para cezasına,

c- 24 üncü maddede yazılı fiilerden birini işleyenler hakkında, iki yıldan dört yıla kadar hapis cezasına ve altıyüz milyon liradan bir milyar liraya kadar para cezasına, ayrıca işyerlerinin bir yıldan az olmamak üzere kapatılmasına ve aynı süre ticaretten men edilmelerine hükmolunur.

Yukarıda yazılı suçlar hizmetlerini yaptıkları sırada bir işletmenin çalışanları tarafından doğrudan doğruya veya emir üzerine işlenmişse çalışanlar ve suçun işlenmesine mani olmayan işletme sahibi, müdür veya temsilcisi ve hangi unvan ve sıfatla olursa olsun işletmeyi fiilen yöneten kişi de cezalandırılır. Bir tüzelkişinin işleri yürütülürken 24 üncü maddede sayılan suçlardan biri işlenirse, tüzelkişi, masraflar ve para cezasından müteselsilen sorumlu olur. Fiile iştirak edenler hakkında olayın mahiyetine göre Türk Ceza Kanunu'nun 64, 65, 66 ve 67 nci maddeleri hükümleri uygulanır. Yukarıda sayılan suçlardan dolayı kovuşturma şikayete bağlıdır.

Bu madde hükümlerinin uygulanmasında 1412 sayılı Ceza Mahkemeleri Usulü Kanunu'nun 344 üncü maddesinin birinci fıkrasının 8 numaralı bendi uygulanmaz. coğrafi işaret korumasından doğan hakları tecavüze uğrayandan başka, 24 üncü maddede sayılanlar dışında kalan suçlarda Enstitü; coğrafi işaret hakkı sahibi olarak belirtilmesi gereken kimlik bildiriminin gerçeğe aykırı olarak yapılması ile korunan bir coğrafi işaret hakkının sahibi olmadığı veya herhangi bir sebeple coğrafi işaret hakkının hükümsüzlüğü veya coğrafi işaret korumasından doğan hakkının sona ermesi durumlarında; kendisinin veya başkasının imal ettiği veya satışa çıkardığı eşyaya veya ambalajlarına veya ticari evrakına veya ilanlarına , hukuken korunan bir coğrafi işaret hakkı ile ilgili olduğu kanısını uyandıracak şekilde, işaretler koyma veya bu amaçla yazılı ve görsel basındaki ilan ve reklamlarda bu tarzda yazı, işaret veya ifadelerin kullanılması durumlarında 5590 veya 507 sayılı Kanunlara tabi kuruluşlar ve Tüketici Dernekleri de şikayet hakkına sahiptir. Şikayetin fiil ve failden haberder olma tarihinden itibaren iki yıl içinde yapılması gerekir.

Bu kapsamdaki suçlarla ilgili şikayetler acele işlerden sayılır. Bu kanun hükümlerine göre coğrafi işaret hakkı başvurusu veya coğrafi işaret korumasından doğan haklara tecavüz dolayısıyla üretilmesi cezayı gerektiren eşya ile bu eşyaları üretmeye yarayan araç, gereç,

cihaz, makine gibi vasıtaların zapdedilmesi veya elkoyulması veya yok edilmesinde Türk Ceza Kanunu'nun 36 ıncı maddesi hükmü ile Ceza Muhakemeleri Usulü Kanunu'nun ilgili hükümleri uygulanır.

İKİNCİ BÖLÜM

Hukuk Davaları

Coğrafi İşaret Sahibinin Talepleri ve Hukuk Davalarında Yetkili Mahkeme

Madde 25 - Coğrafi işareten doğan hakları tecavüze uğrayan coğrafi işaret hakkı sahibi, mahkemeden özellikle aşağıdaki taleplerde bulunabilir:

- a) Fiilin tecavüz olup olmadığının tesbitini,
- b) Coğrafi işareten doğan haklara tecavüz fiillerinin durdurulması ve önlenmesi talebi;
- c) Tecavüzün giderilmesi ve maddi zararın tazmini talebi;
- d) Coğrafi işareten doğan haklara tecavüz suretiyle üretilen veya pazarlanan ürünlere, bunların üretiminde doğrudan doğruya kullanılan araçlara el konulması talebi;
- e) Coğrafi işareten doğan haklara tecavüzün devamını önlemek üzere tedbirlerin alınması, özellikle bu maddenin c bendine göre el konulan ürünlerin ve araçların şekillerinin değiştirilmesi veya coğrafi işareten doğan haklara tecavüzün önlenmesi için, kaçınılmaz ise, imhası talebi;
- f) Coğrafi işareten doğan haklara tecavüz eden kişi aleyhine verilen mahkeme kararının, masrafları tecavüz eden tarafından karşılanarak, ilgililere tebliğ edilmesi ve kamuya ilan yoluyla duyurulması talebi.

Tedbirler konusunda mahkeme, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'nun ihtiyati tedbirler hakkındaki hükümlerine göre karar verir.

Coğrafi işaret hakkı sahibi tarafından, üçüncü kişiler aleyhine açılacak hukuk davalarında yetkili mahkeme, coğrafi işaretin ilgili olduğu yer mahkemeleri veya davacının ikametgahının olduğu veya suçun işlendiği veya tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yerdeki mahkemedir.

Davacının Türkiye Cumhuriyeti uyuğunda olmaması halinde, yetkili mahkeme, sicilde kayıtlı vekilin iş yerinin bulunduğu yerdeki ve eğer vekillik kaydı silinmiş ise, Enstitü merkezinin bulunduğu yerdeki mahkemedir.

Üçüncü kişiler tarafından coğrafi işaret başvurusu veya coğrafi işaret belgesi sahibi aleyhine açılacak davalarda yetkili mahkeme, davalının ikametgahının bulunduğu yerdeki mahkemedir. Coğrafi işaret başvurusu veya coğrafi işaret hakkı sahibinin Türkiye'de ikamet etmemesi halinde, bu maddenin üçüncü fıkrası hükmü uygulanır.

Birden fazla mahkemenin yetkili olduğu durumda, yetkili mahkeme, ilk davanın açıldığı mahkemedir.

Tazminat

Madde 26 - 25 inci maddede sayılan fiilleri işleyen kusurlu kişiler coğrafi işaret hakkı sahibinin zararını tazmin etmekle yükümlüdür.

Tecavüzü Kanıtlayan Belgeler

Madde 27- Coğrafi işaret hakkı sahibinin, coğrafi işaretin haksız kullanımını sonucunda uğramış olduğu zarar miktarının belirlenmesi için tazminat yükümlüsünden coğrafi işaretin kullanılması ile ilgili belgeleri vermesini talep etme hakkı vardır.

Tazminat İstenmeyecek Kişiler

Madde 28- Coğrafi işaret hakkı sahibi; sebep olduğu zarardan dolayı, coğrafi işaret hakkı sahibine tazminat ödemiş olan kişi tarafından, el konulmaması nedeniyle piyasaya sürülmüş ürünleri kullanan kişilere karşı, Kanun Hükmünde Kararnamenin bu bölümünde yer alan davaları açamaz.

Zamanaşımı

Madde 29- Coğrafi işaret haklarına tecavüzden doğan, özel hukuka ilişkin taleplerde, zamanaşımı süresi için, Borçlar Kanunu'nun, zaman aşımına ilişkin hükümleri uygulanır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İhtisas Mahkemeleri

Görevli ve Yetkili Mahkeme

Madde 30- Bu Kanun Hükmünde Kararnamede öngörülen bütün davalarda, görevli mahkeme, Adalet Bakanlığı'nca kurulacak ihtisas mahkemeleri'dir.

Asliye ticaret ve asliye ceza mahkemeleri'nden hangilerinin ihtisas mahkemesi olarak görevlendirileceğini ve bu mahkemelerin yargı çevresini Adalet Bakanlığı'nın teklifi üzerine Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu belirler.

Enstitü'nün bu Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine göre aldığı bütün kararlara karşı açılacak davalarda ve Enstitü'nün kararlarından zarar gören üçüncü kişilerin Enstitü aleyhine açacakları davalarda görevli mahkeme, bu maddenin birinci fıkrasında belirtilen İhtisas Mahkemeleri'dir.

Hükmün İlanı

Madde 31 - Dava sonucunda haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması halinde, masrafları karşı tarafa ait olmak üzere, kesinleşmiş kararın günlük gazete, yerel gazete veya benzeri vasıtalarla tamamen veya özet olarak ilan edilmesini talep etmek hakkına sahiptir.

İlanın şekli ve kapsamı kararda tesbit edilir. İlan hakkı, kararın kesinleşmesinden sonra üç ay içinde talep edilmezse düşer.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Özel Hükümler

Coğrafi İşaretten Doğan Haklara Tecavüzün Mevcut Olmadığı Hakkında Dava ve Şartları

Madde 32- Menfaati olan herkesin, dava açarak fiillerinin coğrafi işaretten doğan haklara tecavüz teşkil etmediğine karar verilmesini talep etme hakkı vardır.

Delillerin Tesbiti Davası

Madde 33 - Coğrafi işaretten doğan hakları ileri sürmeye yetkili olan kişilerin, bu haklara tecavüz sayılabilecek olayların tesbitini mahkemeden isteme hakkı vardır.

İhtiyati Tedbir Talebi

Madde 34 - Bu Kanun Hükmünde Kararnamede öngörülen türde dava açan veya açacak olan kişilerin, davanın etkinliğini temin etmek üzere ihtiyati tedbire karar verilmesini talep etme hakkı vardır.

İhtiyati tedbir talebi, dava açılmadan önce veya dava ile birlikte veya daha sonra yapılabilir.

İhtiyati tedbir talebi, davadan ayrı olarak incelenir.

İhtiyati Tedbirin Niteliği

Madde 35- İhtiyati tedbirler, verilecek hükmün etkinliğini tamamen sağlayacak nitelikte olmalı ve özellikle aşağıda belirtilen tedbirleri kapsamalıdır:

- Davacının coğrafi işaretten doğan haklarına tecavüz teşkil eden fiillerin durdurulması;
- Coğrafi işaretten doğan haklara tecavüz edilerek üretilen, pazarlanan veya ithal edilen şeylere veya Coğrafi işarete konu ürünün üretiminde kullanılan vasıtalara, Türkiye sınırları

içinde veya gümrük ve serbest liman veya bölge gibi alanlar dahil, buldukları her yerde el konulması ve bunların muhafazası,

c) Herhangi bir zararın tazmini bakımından teminat verilmesi.

Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu Hükümlerinin Uygulanması

Madde 36- Tesbit davaları ve ihtiyati tedbirlerle ilgili diğer hususlarda Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu hükümleri uygulanır.

Gümrüklerde El Koyma

Madde 37- Aynının üretilmesi hak sahibinin yetkilerine tecavüz oluşturması nedeniyle cezayı gerektiren taklit mallara, ithalat veya ihracaat sırasında hak sahibinin talebi üzerine, gümrük idareleri tarafından ihtiyati tedbir niteliğinde el konulabilir.

El koyma ile ilgili uygulama bu konuda çıkarılacak mevzuatta düzenlenir.

Gümrük İdarelerindeki tedbir, el koyma kararının tebliğinden itibaren on gün içinde esas hakkında ihtisas mahkemesinde dava açılmaz veya mahkemeden tedbir niteliğinde karar alınmazsa idarenin el koyma kararı ortadan kalkar.

GEÇİCİ MADDELER

İhtisas Mahkemeleri Kuruluncaya Kadar Asliye Ticaret ve Asliye Ceza Mahkemelerinin Görevlendirileceği

Geçici Madde 1 - Bu Kanun Hükümünde Kararnamenin uygulanması bakımından, İhtisas Mahkemeleri kuruluncaya kadar, bu Kanun Hükümünde Kararnamede sözü edilen davalar için, asliye ticaret ve asliye ceza mahkemelerinin hangilerinin ihtisas mahkemesi olarak görevlendirileceği ve bu mahkemelerin yargı çevresi Adalet Bakanlığı'nın teklifi üzerine Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu tarafından belirlenir.

Yürürlük

Madde 38 - Bu Kanun Hükümünde Kararname yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 39- Bu Kanun Hükümünde Kararname hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

**EK 7. 555 SAYILI COĞRAFI İŞARETLERİN KORUNMASI HAKKINDA KHK'NİN
UYGULAMA ŞEKLİNİ GÖSTERİR YÖNETMELİK
BİRİNCİ KISIM**

Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç ve Kapsam

Madde 1- Bu Yönetmeliğin amacı, 27.6.1995 tarih ve 22326 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamede belirtilen coğrafi işaret tescili için gerekli başvuru evrakının tanzimi ile coğrafi işaretlerle ilgili diğer işlemlerde uygulanacak usul ve esasları düzenlemektir.

Bu Yönetmelik, coğrafi işaret tesciline uygun coğrafi işaretlerin belge verilerek korunmasına ilişkin esasları, kuralları ve şartları kapsar.

Dayanak

Madde 2- Bu Yönetmelik 24.6.1995 tarih ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'ye dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

Madde 2- Bu Yönetmelikte geçen;

Coğrafi İşaret: Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretleri,

Menşe Adı: Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre , alan veya bölge adını.

Mahreç İşaret: Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını,

Enstitü: Türk Patent Enstitüsü'nü,

Tebliğ: 544 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 6 ıncı maddesinin (f) bendi ve 25 inci maddeleri gereği Türk Patent Enstitüsünce uygulanacak olan ücret tarifesine ilişkin Tebliğ, ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Başvuru, İnceleme, Yayın

Başvuru

Madde 4- Coğrafi İşaret tescili için, ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler, tüketici dernekleri, konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları başvuruda bulunabilirler.

Başvuru Şartları

Madde 5- Coğrafi işaret başvuru dilekçesi, Yönetmeliğe ekli Ek 1'deki örneğe uygun olarak, A 4 normunda başlıksız düz beyaz kağıda daktilo veya bilgisayar yazıcısıyla yazılır ve sorular noksansız olarak cevaplandırılır.

Coğrafi İşaret başvuru dilekçesinde, başvuru sahibinin kimliğine ve Yönetmeliğin 4 üncü maddesinde belirtilen başvuru gruplarından hangisine dahil olduğuna ilişkin bilgilerin yer alması zorunludur.

Başvuru dilekçesine aşağıdaki belgeler eklenir.

- a- Tescili istenilen menşe adı veya mahreç işaretine ait 15 adet örnek (8x8 cm)
- b- Tescile konu olan menşe adı veya mahreç işareti ile ilgili ürünün adı,
- c- Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belgenin aslı,
- d- Ürünün tanımı; ürünün ve gerekiyorsa hammaddenin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve benzeri ilgili özelliklerini açıklayıcı teknik bilgiler ve belgeler,
- e- Ürünün üretim tekniğine ve varsa yerel özel üretim teknik ve şartlarına ilişkin bilgi ve belgeler,
- f- Ürünün, tescili talep edilen coğrafi işaret tanımlarından hangisine uygun olduğuna dair açıklayıcı bilgi ve kanıtlayıcı belgeler,
- g- Tescili istenilen menşe adı veya mahreç işaretinin kullanılacağı yöre, alan veya bölgenin coğrafi sınırlarını açıkça tanımlayan ve belirleyen bilgiler ve belgeler,
- h- Menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, markalama, işaretleme veya etiketleme şekillerini ayrıntılarıyla açıklayan bilgiler,
- İ- Denetim biçimi ayrıntılı olarak açıklayan bilgiler,
- j- İlan ücretinin ödendiğini gösterir belgenin aslı,

İnceleme

Madde 6- Coğrafi işaret başvuruları, Enstitü tarafından 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 3,5,7 ve 8 inci maddelerine uygunluğu yönünden incelenir. Eksikliklerin tümünün giderilmesi ve gerektiğinde istenecek ek bilgi ve belgenin ibraz edilmesi bakımından başvuru sahibine tebliğat yapılır ve kendisine 3 aylık süre verilir. Bu süre içerisinde eksikliklerin giderilmemesi durumunda başvuru Enstitü tarafından reddedilir.

Enstitü gerektiğinde başvuru ile ilgili teknik bilgilerin kanıtlanması için başvurunun, bu konuda uzman, bir veya birden fazla kamu kuruluşu, üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesini talep eder. Bu durumda ilgili kurum veya kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ve Tebliğde belirtilen Enstitü'nün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücretin başvuru sahibi tarafından ödenmesi için, durum başvuru sahibine bildirilir ve üç aylık süre içerisinde ücretlerin ödenmesi istenir. Söz konusu ücretlerin süresi içerisinde ödenmemesi halinde başvuru geri çekilmiş sayılır.

Yayım

Madde 7- 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 3,5,7 ve 8 inci madde hükümlerini karşılayan başvurular, Enstitü tarafından Resmi Gazete ile yurt çapında dağıtımı olan, en yüksek tirajlı günlük gazetelerden ikisinde ve bir yerel gazetede ilan yoluyla yayımlanır. İlanda aşağıdaki hususlar yer alır.

- a- Başvuru sahibine ilişkin kimlik bilgileri,
- b- Ürün adı,
- c- Menşe adı veya mahreç işareti,
- d- Tescilli Coğrafi İşaretlerin kullanım koşulları.

İlan ücreti, yayım tarihindeki koşullara uygun olarak başvuru sahibinden talep edilir. Yayımlanan başvuru geçici olarak coğrafi işaret siciline kayıt edilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İtiraz, Tescil, Ücretlerin Ödenmesi

İtiraz ve İnceleme

Madde 8- Coğrafi İşaret başvurusunun ilanı tarihinden itibaren 6 ay içerisinde, ilgili herkes, tescil talebinin 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 3,5,7 ve 8 inci maddelerine göre geçersizliğine ilişkin olarak Enstitü nezdinde itirazda bulunabilir. İtirazın incelenebilmesi için ücret tebliğinde belirtilen itiraz inceleme ücretinin itiraz sahibince ödenmesi gerekir. Enstitü itirazı alır. Başvuru sahibinde görüşüne başvurarak başvurunun ve itirazın konuda uzman bir veya birden fazla kamu kuruluşu veya üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesi gerektiğinde, durumu itiraz sahibine bildirir ve üç aylık süre içerisinde inceleme ücretinin ve Tebliğde belirtilen Enstitünün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücretin ödenmesi istenir.

Kamu kuruluşlarının itirazlarında Tebliğde belirtilen itiraz inceleme ücreti alınmaz.

Tescil, Sicile Kayıt

Madde 9- Resmi Gazete'de ilan tarihinden itibaren 6 ay içerisinde hakkında herhangi bir itiraz olmayan coğrafi işaret başvuruları Resmi Gazete'de yayımı tarihi itibariyle kesinlik kazanır ve coğrafi işaret siciline kayıt ve tescil edilir.

Coğrafi işaret sicilinde yer alacak hususlar şunlardır.

- a- Başvuru tarihi ve numarası,
- b- Tescil tarihi ve numarası,
- c- Coğrafi işaret sahibinin kimliği, adresi,
- d- Coğrafi işaretin kullanım koşulları.

İtirazın incelenmesi sonunda biçim veya kapsam itibariyle değişikliğe uğramış talepler yeni değişikliğe uğramış şekliyle ve kapsamı açıkça belirtilerek 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 9 uncu maddesi çerçevesinde yeniden yayımlanır ve tescil yayım tarihi itibariyle kesinlik kazanır. Bu durum coğrafi işaret siciline kaydedilir.

Ücretlerin Ödenmesi

Madde 10- Coğrafi İşaret tesciline ilişkin başvuru, yayım, tescil ve diğer kuruluşlarda yapılan inceleme için ödenecek ücretler ile Enstitünün yapacağı hizmetler karşılığı alacağı ücretler, başvuru sahibi veya vekili tarafından ödenir. Söz konusu ücretlerin ödenme süreleri ile ilgili olarak Enstitü tarafından başvuru sahibi veya vekiline önceden tebliğat yapılır. Belirtilen süreler içinde ücretlerin ödenmemesi durumunda başvuru geri çekilmiş sayılır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Suret ve Sicil

Suret

Madde 11- Tescilli Coğrafi İşaret sahibinin veya vekilinin talebi halinde coğrafi işaret tescil belgesi sureti verilir. Suret için aşağıdaki belgelerin verilmesi zorunludur.

- a- Talep dilekçesi,
- b- Ücret ödenti belgesi aslı.

Sicil

Madde 12- Talep edilmesi ve tebliğde öngörülen ücretin ödenmesi koşuluyla, coğrafi işaretlerin sicil örnekleri talepte bulunanlara verilir.

İKİNCİ KISIM

BİRİNCİ BÖLÜM

Tescilli Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi

Tescilli Coğrafi İşaretlerin Kullanımı

Madde 13- 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname şartlarını karşılayarak tescil edilen coğrafi işaretler sadece tescil edildiği ürünler üzerinde kullanılır.

15 Nisan 1994 tarihinden önce sürekli olarak en az on yıl süreyle kullanılmış veya anılan tarihten önce iyiniyetli bir şekilde kullanılmış coğrafi işaretler için Kanun Hükmünde Kararname'nin 15 inci madde hükümleri uygulanmaz.

Herhangi bir işaretin halkı yanıltacak şekilde kullanılmamış olması şartıyla, haleflerinin veya kendisinin adının ticari açıdan iş ilişkilerinde kullanılması 15 inci maddenin ihlali sayılmaz. Ancak, 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin birinci fıkrasının (b) bendine öngörülen biçimde sözcük olarak coğrafi yeri ifade etmekle birlikte, halkta haksız biçimde, ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakacak şekilde kullanımı halinde Enstitü, her bir işaretin, tüketicinin aldanmasını önleyecek ve üreticiye hakkaniyete uygun kullanım sağlayacak biçimde düzenlenmesini talep eder.

Denetim

Madde 14- Kullanımın denetimine ilişkin olarak coğrafi işareti tescil ettirenlerin yapacağı/yaptıracağı denetime ait raporlar her 10 yılda bir Enstitü'ye ibraz edilir.

Enstitü'ye gönderilen raporlar, ilk müracaatta bu Yönetmeliğin 5 inci maddesinin (i) bendine göre, başvuru sırasında belirtilen bilgilerle uyumlu olup olmadığı hususunda değerlendirilir. Denetim işlemlerinin yeterince ve gereği gibi yerine getirilmemesi ve başvuru esnasındaki bilgileri doğrulamaması halinde coğrafi işaret tesciline ilişkin sicil kaydı silinir.

İKİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretlerin Hükümsüzlüğü

Madde 15- 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 21 inci maddesine göre belirtilen hükümsüzlük hallerinden biri ile 22 inci maddeye göre hükümsüzlük talebi yapılmış ve 23 üncü maddede etkileri belirtilen bir coğrafi işaretin hükümsüzlüğüne ilişkin mahkemece verilen kesinleşmiş karar herkese karşı hüküm doğurur. Enstitü, mahkemenin gönderdiği ilamı sicile işler ve 3 aylık süre içinde yayın yolu ile ilan eder.

ÜÇÜNCÜ KISIM

Son Hükümler

Geçici Madde 1- Bu yönetmelik ve 554 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 6 ıncı maddesinin (f) bendi ve 25 inci maddeleri gereği Türk Patent Enstitüsü'nce uygulanacak olan Tebliğin yürürlüğe girmesine kadar olan dönemde ödenmeyen ücretler. Enstitü'nün başvuru sahibine bildirim tarihinden itibaren ik ay içerisinde ödenir. Bu süre içinde ücretlerin ödenmemesi durumunda başvuru geri çekilmiş sayılır.

Yürürlük

Madde 16- Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Madde 17- Bu Yönetmelik hükümlerini Türk Patent Enstitüsü Başkanı yürütür.

EK 8. TESCİLLİ COĞRAFİ İŞARETLER LİSTESİ (TÜRKİYE - 25.08.2010)

1. HEREKE İPEK EL HALISI (100X100)
2. HEREKE YÜN İPEK EL HALISI (80X80)
3. HEREKE YÜN EL HALISI
4. SİMAV EL HALISI
5. BÜNYAN EL HALISI
6. SİVAS EL HALISI (50X50)
7. TAŞPINAR EL HALISI
8. KARS EL HALISI
9. TÜRKMEN EL HALISI
10. PAZIRIK EL HALISI
11. YUNTDAĞI EL HALISI
12. SÜMER KARS EL HALISI
13. KULA EL HALISI
14. BERGAMA EL HALISI
15. MİLAS EL HALISI
16. DÖŞEMEALTI EL HALISI
17. YAĞCIBEDİR EL HALISI
18. YAHYALI EL HALISI
19. ÇANAKKALE EL HALISI
20. GÖRDES EL HALISI
21. İNCE ISPARTA (HASGÜL) EL HALISI
22. JİRKAN KİLİMİ
23. EŞME-YÖRÜK KİLİMİ
24. SÜPER İNCE KİLİM
25. **TÜRK RAKISI (TEKEL)**
26. ESKİŞEHİR LÜLE TAŞI
27. **ANTEP FISTIĞI**
28. **BOZDAĞ KESTANE ŞEKERİ**
29. BAYAT TÜRKMEN KİLİMİ
30. **ERZİNCAN TULUM PEYNİRİ**
31. **GİRESUN TOMBUL FINDIĞI**
32. **MALATYA KAYISISI**

33. ***ŞANLIURFA BİBERİ***
34. ***İZMİT PİŞMANİYESİ***
35. ***KAYSERİ SUCUĞU***
36. ***KAYSERİ PASTIRMASI***
37. ***ÇİMİN ÜZÜMÜ***
38. ERZİNCAN BAKIR İŞLEMECİLİĞİ
39. GEMLİK TÜRK ATI (ASKERİ VETERİNER OKULU VE EĞİTİM MERKEZİ KOMUTANLIĞI)
40. KARS TÜRK ÇOBAN KÖPEĞİ (ASKERİ VETERİNER OKULU VE EĞİTİM MERKEZİ KOMUTANLIĞI)
41. TÜRK TAZISI (ASKERİ VETERİNER OKULU VE EĞİTİM MERKEZİ KOMUTANLIĞI)
42. ***ÇORUM LEBLEBİSİ***
43. ***MARAŞ BİBERİ***
44. ***MERSİN CEZERYESİ***
45. ***ÖDEMİŞ PATATESİ***
46. KANGAL BALIKLI KAPLICASI
47. KANGAL KOYUNU
48. DAMAL BEBEĞİ
49. ***MUSTAFAKEMALPAŞA TATLISI***
50. ***MUSTAFAKEMALPAŞA PEYNİR TATLISI***
51. ***KEMALPAŞA TATLISI***
52. KANGAL TÜRK ÇOBAN KÖPEĞİ (ASKERİ VETERİNER OKULU VE EĞİTİM MERKEZİ KOMUTANLIĞI) (MAHKEME KARARI İLE SİCİLDEN TERKİN EDİLMİŞTİR)
53. AKBAŞ TÜRK ÇOBAN KÖPEĞİ (ASKERİ VETERİNER OKULU VE EĞİTİM MERKEZİ KOMUTANLIĞI)
54. ***OSMANİYE YER FISTIĞI***
55. KANGAL ÇOBAN KÖPEĞİ (KANGAL KAYMAKAMLIĞI) (MAHKEME KARARI İLE SİCİLDEN TERKİN EDİLMİŞTİR)
56. ***ANAMUR MUZU***
57. SİİRT BATTANİYESİ
58. ***SİİRT PERDE PİLAVI***
59. ***PERVARİ BALI***

60. **TAVŞANLI LEBLEBİSİ**
61. **EGE SULTANI ÜZÜMÜ (AEGEAN SULTANAS)**
62. **GÜMÜŞHANE KÖMESİ**
63. **GÜMÜŞHANE DUT PESTİLİ**
64. SOĞANLI BEBEĞİ
65. **ADANA KEBABI**
66. ÇELİKHAN TÜTÜNÜ
67. EGE PAMUĞU (AEGEAN COTTON)
68. **SIİRT BÜRYAN KEBABI**
69. **TARSUS BEYAZI ÜZÜM TOPACIK**
70. GÖRECE NAZAR BONCUĞU
71. DEVREK BASTONU
72. **ZARA BALI**
73. **AFYON PASTIRMASI**
74. **AFYON SUCUĞU**
75. **AKŞEHİR KİRAZI**
76. **GEMLİK ZEYTİNİ**
77. KÜTAHYA ÇİNİSİ
78. **İNEGÖL KÖFTESİ**
79. **GÜNEYEGE ZEYTİNYAĞLARI**
80. **EGE İNCİRİ**
81. **İSABEY ÇEKİRDEKSİZ ÜZÜMÜ**
82. **MARAŞ DONDURMASI**
83. ISPARTA GÜLÜ
84. **TARSUS ŞALGAMI**
85. **SIİRT FISTIĞI**
86. **EZİNE PEYNİRİ**
87. **EDREMİT KÖRFEZ BÖLGESİ ZEYTİNYAĞLARI**
88. **AYVALIK ZEYTİNYAĞI**
89. **KALECİK KARASI ÜZÜMÜ**
90. **AYDIN İNCİRİ**
91. **ÇAY İLÇESİ VİŞNESİ**
92. **MUT KAYISISI**
93. **EDİRNE BEYAZ PEYNİRİ**

94. TRABZON TELKARİYE VE HASIRI
95. ANTEP BAKLAVASI
96. ARAPGİR KÖHNÜ ÜZÜMÜ
97. SALİHLİ ODUN KÖFTE
98. RİZE BEZİ (FERETİKO)
99. ÇUBUK TURŞUSU
100. SALİHLİ KİRAZI
101. ANTAKYA KÜNEFESİ
102. GELENEKSEL TÜRK GÜL LİKÖRÜ
103. ÇARŞIBAŞI KEŞANI
104. GELENEKSEL TÜRK KAYISI LİKÖRÜ
105. TARSUS YAYLA BANDIRMASI
106. FİNİKE PORTAKALI
107. KIRKAĞAÇ KAVUNU
- 108 ELAZIĞ ÖKÜZGÖZÜ ÜZÜMÜ
- 109 ŞANLIURFA ÇIĞ KÖFTE
- 110 DEVELİ CIVIKLISI
- 111 DİYARBAKIR KARPUZU
- 112 KARNAVAS DUT PEKMEZİ
- 113 KAYSERİ MANTISI
- 114 AFYON MERMERİ
- 115 AFYON KAYMAĞI
- 116 ERZURUM CİVİL PEYNİRİ
- 117 BURDUR CEVİZ EZMESİ
- 118 ZİLE PEKMEZİ
- 119 BAFRA PİDESİ
- 120 MARDİN SEMBUSEK
- 121 MARDİN İKBEBET
- 122 MARDİN KİBE
- 123 MARDİN KABURGA DOLMASI
- 124 MARDİN IMLEBBES
- 125 BARTIN İŞİ TEL KIRMA
- 126 BOYABAT ÇEMBERİ
- 127 OLTU CAĞ KEBABI

128 EDİRNE TAVA CİĞERİ

129 TERME PİDESİ

130 ISKILIP DOLMASI

131 ISKILIP TURŞUSU

132 AKÇAABAT KÖFTESİ

133 HELLİM / HALLOUMI

134 DENİZLİ LEBLEBİSİ

135 TAŞKÖPRÜ SARIMSAĞI

136 RAKI

EK 9. TARIM VE GIDA DIŞI ÜRÜNLER LİSTESİ

1. HEREKE İPEK EL HALISI (100X100)	Mahreç
2. HEREKE YÜN İPEK EL HALISI (80X80)	Mahreç
3. HEREKE YÜN EL HALISI	Mahreç
4. SİMAV EL HALISI	Mahreç
5. BÜNYAN EL HALISI	Mahreç
6. SİVAS EL HALISI (50X50)	Mahreç
7. TAŞPINAR EL HALISI	Mahreç
8. KARS EL HALISI	Mahreç
9. TÜRKMEN EL HALISI	Mahreç
10. PAZIRIK EL HALISI	Mahreç
11. YUNTAĞI EL HALISI	Mahreç
12. SÜMER KARS EL HALISI	Mahreç
13. KULA EL HALISI	Mahreç
14. BERGAMA EL HALISI	Mahreç
15. MİLAS EL HALISI	Mahreç
16. DÖŞEMEALTI EL HALISI	Mahreç
17. YAĞCIBEDİR EL HALISI	Mahreç
18. YAHYALI EL HALISI	Mahreç
19. ÇANAKKALE EL HALISI	Mahreç
20. GÖRDES EL HALISI	Mahreç
21. İNCE ISPARTA (HASGÜL) EL HALISI	Mahreç
22. JIRKAN KİLİMİ	Mahreç
23. EŞME-YÖRÜK KİLİMİ	Mahreç
24. SÜPER İNCE KİLİM	Mahreç
25. ESKİŞEHİR LÜLE TAŞI	Menşe 1
26. BAYAT TÜRKMEN KİLİMİ	Mahreç
27. ERZİNCAN BAKIR İŐLEMECİLİŐİ	Mahreç
28. GEMLİK TÜRK ATI	Menşe 2
29. KARS TÜRK ÇOBAN KÖPEŐİ	Menşe 3
30. TÜRK TAZISI	Menşe 4
31. KANGAL BALIKLI KAPLICASI	Menşe 5
32. KANGAL KOYUNU	Menşe 6
33. DAMAL BEBEŐİ	Mahreç
34. KANGAL TÜRK ÇOBAN KÖPEŐİ	Menşe 7
35. AKBAŞ TÜRK ÇOBAN KÖPEŐİ	Menşe 8
36. KANGAL ÇOBAN KÖPEŐİ	Menşe 9
37. SİİRT BATTANİYESİ	Mahreç
38. SOŐANLI BEBEŐİ	Mahreç
39. GÖRECE NAZAR BONCUŐU	Mahreç
40. DEVREK BASTONU	Menşe 10
41. KÜTAHYA ÇİNİSİ	Mahreç

42. TRABZON TELKARIYE VE HASIRI	Mahreç
43. RİZE BEZİ (FERETİKO)	Mahreç
44. ÇARŞIBAŞI KEŞANI	Mahreç
45. AFYON MERMERİ	Menşe 11
46. BARTIN İŞİ TEL KIRMA	Mahreç
47. BOYABAT ÇEMBERİ	Mahreç

Menşe Adı Tescili (PDO) 11 adet (Halihazırda 9 tanesi kullanılmaktadır, ikisi iptal)
Mahreç İşareti Tescili (PGI) 36 adet

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü, Tescilli Coğrafi İşaretler Listesi, 25 Ağustos 2010.

EK 10. TÜRKİYE ÇİMLİ ÜRÜNLER TESCİL AYRINTILARI

	Tescil alan ürün	Tescil tarihi	İşaret türü	Tescil sahibi	Ürün Türü	Denetleyici kurum	Coğrafi sınırları
1	Türk rakısı	25.03.2007	Menşe	Tekel Tütün, Tütün mamülleri ve Çikolata İşletmeleri Gen.Md.	Rakı	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	Anason: Marmara, Ege, Akdeniz Kuru üzüm: Ege, Orta ve Güneydoğu Anadolu
2	Antep Fıstığı	22.04.2007	Menşe	Gaziantep Tic. Odası	Fıstık	Tic.ve San. Odası, Tarım İl Md., Ziraat Od.	Adıyaman, Antalya, Aydın, Balıkesir, Batman, Çanakkale, Denizli, Diyarbakır, Gaziantep, Hakkari, Hatay, Maraş, Mersin
3	Bozdağ Kestane Şekeri	25.12.2000	Mahreç	Bozdağ İtimat Şeker Meşrubat İmalat ve Pazarlama San. Ve Tic.Ltd.Şti.	Kestane şekeri	Şirket uzmanı, Sağlık Md., Tarım md.	Ödemiş ilçesi ve köyleri
4	Erzincan tulum peyniri	09.12.2000	Menşe	Erzincan Tic.ve San. Od.	Tulum peyniri		Erzincan ili ve ilçeleri
5	Giresun tombul fıstığı	18.02.2001	Menşe	Fiskobirlik Fındık Tarım Satış Koop. Birliği	Fındık	Fındık Tarım Satış Koop.leri Birl. Ve Fındık Araş. Enst.	Giresun ili, Trabzon Beşikdüzü ve Vakfıkebir ilçeleri sahil şeridi
6	Malatya Kayısı	28.01.2001	Menşe	Malatya Tic. ve San. Odası	Kayısı	Malatya Tic. San.Od., Tarım İl Md.,Ziraat Od., Meyvecilik Arş.Ens.,Kayısı Birlik	Malatya ili ve ilçeleri, Baskıl(Elazığ), Gürün(Sivas), Gölbaşı(Adıyaman), Elbistan(Maraş)
7	Şanlıurfa Biberi	29.04.2001	Menşe	Şanlıurfa Bld. Başkanlığı	Biber(İsot)	Şanlıurfa Bld., Tic. San.Od., Ziraat Od.	Şanlıurfa ili
8	İzmit Pişmaniyesi	13.06.2001	Menşe	Kocaeli Esnaf ve Sanatkar Od.Birl.	Pişmaniye	Kocaeli esnaf ve sanatkarlar od. birliği	Kocaeli ili ve ilçeleri
9	Kayseri sucuğu	28.01.2001	Menşe	Kayseri Tic. Od.	Sucuk	Beld. Tarım İl Md. İl Sağlık Md. Tic. Od.	Kayseri il sınırı içi
10	Kayseri Pastırması	28.01.2001	Menşe	Kayseri Tic.Od	Pastırma	Beld. Tarım İl Md. İl Sağlık Md. Tic. Od.	Kayseri il sınırı içi
11	Çimin Üzümlü	13.06.2001	Menşe	Erzincan Üzümlü Belediyesi	Üzüm	Beld, Tarım ilçe md. Ziraat Müh. kaymakamlık	Erzincan Üzümlü ilçesi ile belde ve köyleri(Bayırbağ, Karayaka, Avclar, Çadırtepe, Geyikli, Pişkindağ)
12	Çorum leblebisi	14.04.2002	Mahreç	Çorum Tic. Borsası	Leblebi	Çorum Tic.Borsası, Belediye, Tarım İl md. Esnaf ve San. Od. Birl.	Çorum il sınırları
13	Maraş Biberi	14.04.2002	Menşe	Maraş Tic ve San Od.	Biber	Tic. ve San Od. Kırmızı biberçiler derneği, Tarım il md, Sağlık il md.	Maraş, Hatay, Antep, Adıyaman, Kilis ve Urfa
14	Mersin cezeryesi	13.01.2002	Mahreç	Mersin ve Tic. ve San. Od.	Cezerye	MTSO, tarım İl md.	T. C sınırları içi
15	Çay ilçesi vişnesi	04.02.2007	Menşe	Çay Bld Başkanlığı	Vişne	Çay Ziraat Od. Tic ve San Od. Bld Bşk lığı	Çay-Deresinek Kasabası, Kadıköyü, Çayıyazı köyü

18	Ödemiş Patatesi	03.08.2002	Menşe	Ödemiş Ticaret Borsası	Patates	İlçe Tarım Müd., Ticaret Borsası	Ödemiş ilçesinin kasaba, köy ve yaylaları
19	M.Kemalpaşa(Peynir), (Kemalpaşa) tatlısı	13.01.2002	Mahreç	M.Kemalpaşa Belediyesi	Tatlı	Belediye Zabıta Amirliği, Tic. ve San Od.	Türkiye Geneli
20	Osmaniye Yer Fıstığı	18.09.2002	Menşe	Osmaniye Tic.Borsası	Yer Fıstığı	Tic. Borsası, Tic ve San Od., İl Tarım Md.	Osmaniye İl sınırları içi
21	Anamur Muzu	02.06.2002	Menşe	Mustafa Yılmaz	Muz	Mustafa Yılmaz, Ziraat Od. Tarım ilçe md. Sağlık md., Hal md.	İçel ili Anamur ve Bozyazı ilçesi ve köyleri, Antalya ili Gazipaşa ve Alanya İlçesi ve köyleri
22	Pervari balı	27.07.2003	Menşe	Siirt valiliği Özel İdare Md.	Bal	Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği, Tarım İl Md.	Siirt ili Pervari ilçesi sınırları
23	Siirt Perde pilavı	27.07.2003	Mahreç	Siirt valiliği Özel İdare Md.	Perde pilavı	Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği, Tarım İl Md.	Siirt il sınırları(diğer yörelerde de üretilebilir)
24	Tavşanlı Leblebisi	04.01.2003	Mahreç	Tavşanlı Tic ve San Od.	Leblebi	Tavşanlı Tic ve San Od. Leblebiciler od. İlçe Tarım md. Belediye	Tavşanlı ilçe sınırları
25	Ege Sultani Üzüümü	06.02.2003	Menşe	İzmir Tic.Borsası	Çekirdekli z Üzüm	İzmir,Manisa,Denizli, Akhisar, Alaşehir, Salihli ve Furgutlu Tic.Bors., İzmir ve Manisa Tarım İl md.	Manisa'nın tüm ilçeleri, İzmir ili Kemalpaşa, menemen, Menderes, bayındır, Torbalı ilçeleri. Denizli ili Çal, Çivril, Güney, Bulda, Bekilli İlçeleri
26	Gümüşhane Kömesi	23.01.2004	Mahreç	Gümüşhane il özel idare md.	Köme	Gümüşhane il özel idare md., Tarım il md.....	Gümüşhane il ve ilçeleri(Kelkit, Köse, Şiran, Torul, Kurtün)
27	Gümüşhane dut pestili	23.01.2004	Mahreç	Gümüşhane il özel idare md.	Dut pestili	Gümüşhane il özel idare md., Tarım il md.....	Gümüşhane il ve ilçeleri(Kelkit, Köse, Şiran, Torul, Kurtün)
28	Adana Kebabı	13.06.2004	Mahreç	Adana Tic Odası	Kebab	Adana Büyükşehir bld. Yüreğir ve Seyhan ilçe bld. Adana Tic Od.	Adana il sınırları(belirtilen özelliklere bağlı kalmak şartı ile diğer böl de üretilebilir)
29	Siirt Büryan Kebabı	27.07.2003	Mahreç	Siirt Val. İl Özel İdare Md.	Büryan Kebabı	-	Siirt il sınırları
30	Tarsus Beyazı Üzüm (Topacık)	28.05.2004	Menşe	Tarsus Belediyesi	Üzüm	-	Mersin iline bağlı Tarsus ilçesi
31	Zara Balı	27.06.2003	Menşe	Zara kaymakamlığı köylere hizmet götürme birliği	Bal	Tarım ilçe md. Kaymakamlık, Özel İd. Md. Arıcılık Koop.	Sivas ili ilçesi
32	Afyon Pastırması	13.06.2004	Mahreç	Afyon Tic.Od.	Pastırma	Afyon Tic ve San Od. Zabıta Md. Esnaf Od. Birl. İl Sağlık Md.	Afyon ili ve ilçeleri
33	Afyon sucuğu	28.05.2004	Mahreç	Afyon Tic.Od.	Sucuk	Afyon Tic.Od.	Afyon ili ve ilçeleri
34	Akşehir Kirazı	11.04.2004	Menşe	Tarım ve Köy İşleri Bak. İlğı Akşehir ilçe Md	Kiraz	TKB İlçe Md. Ziraat Od. Tic ve San Od.....	Konya-Akşehir ve Afyon –Sultandağı
35	Gemlik Zeytini	23.09.2003	Menşe	Gemlik Ticaret Borsası	Gemlik Zeytini	Gemlik Tic. Borsası	Bursa-Gemlik-İznik – Orhangazi ilçeleri

36	İnegöl Köftesi	04.02.2005	Mahreç	İnegöl Tic ve San Odası	Köfte	İnegöl Tic ve San Odası	Türkiye Geneli
37	Güney Ege Zeytinyağları	29.07.2004	Menşe	TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği	Zeytinyağı	TARİŞ Üst denetim Kurulu, İl ve ilçelerdeki üretici kuruluşlar, Alt denetim kurulu	İzmir/Foça, Menemen, Kemalpaşa, Ödemiş, Tire, Torbalı, Bayındır, Selçuk Aydın ili ve ilçeleri Muğla ili ve ilçeleri
38	Ege İnciri	27.07.2003	Menşe	İzmir Tic Borsası	İncir	İzmir Tic Bor. İzmir, Aydın Tarım İl Md. Ziraat Od. TARİŞ	İzmir-Torbalı, Bayındır, Kiraz, Ödemiş, Tire, Beydağ, Selçuk ilçeleri ve Aydın tüm ilçeleri
39	İsabey Çek.siz Üzümü	17.06.2005	Menşe	İsabey Belediye Bşklığı	Çek.siz Üzüm	İsabey Bld.Bşk., Çal Tarım İlçe Md.	Denizli ili Çal ilçesi İsabey kasabası merkezi ile Yazır Mahmutgazi, Bayralan, köyleri
40	Maraş dondurmastı	23.09.2003	Menşe	Yaşar Dondurma ve Gıda Maddeleri A.Ş.	Dondurma	Yaşar A.Ş. Sağlık Md. Tarım Md.	Maraş ili merkezi
41	Tarsus Şalgamı	03.09.2005	Mahreç	Tarsus Bld. Bşk.lığı	Şalgam suyu	Tarsus Bld. Başkanlığı	T.C. sınırları içi
42	Siirt Fıstığı	27.07.2003	Menşe	Siirt Val. Özel İd. Md.	Fıstık	Siirt Tarım Satış Koop, Tic San Od. Tarım il md	Siirt, Gaziantep, Kilis, Batman, Şanlıurfa, Maraş, Şırnak, Diyarbakır, Hakkari, Mardin, Adıyaman, Mersin, Muğla, Aydın, Çanakkale.....
43	Ezine peyniri	05.08.2006	Menşe	Ezine peyniri ve mandıralarını koruma, geliştirme ve tanıtmaya der	Beyaz peynir	Tescil sahibi, Tic Bor. Tic ve San od. Tarım il md., Ün v	Kaz dağlarının kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine Bayramıç, Ayvacık ilçeleri
44	Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları	29.04.2003	Menşe	SS.TARİŞ Zeytin ve Z. Yağları Tarım Satış Koop Birliği	Zeytinyağı	TARİŞ	Kaz dağları ve Marda ile çevrelenen Edremit körfez bölgesi
45	Ayvalık Zeytinyağı	18.03.2004	Menşe	Ayvalık Tic Od.	Zeytinyağı	Ayvalık Tic. Od., Tarım Bak, İhracatçılar birliği	Ayvalık bölgesi; doğusunda Marda dağları, batısında ege denizi, güneyinde İzmir il hududunda Marda çayı, kuzeyinde Gömeç ilçesi ile çevrili alan
46	Kalecik Karası üzümü	06.04.2006	Mahreç	Kalecik Belediye Başkanlığı	Üzüm	Kalecik Bld., Ankara Tic. Od. Ankara Ün v Ziraat Fak.	T.C. sınırları içi
47	Aydın inciri	20.07.2006	Menşe	Aydın Ticaret Odası	İncir	Aydın Tic Od. Erbeyli İncir Arş. Ens.....	Aydın iline bağlı tüm ilçeler ve köyleri
48	Antep Baklavası	27.04.2007	Mahreç	Gaziantep Sanayi Odası	Baklava	Gaziantep sanayi odası denetim kurulu	Gaziantep ili
49	Arapgir Köhnü Üzümü	15.11.2007	Menşe	Arapgir Belediyesi	Üzüm	Arapgir Bld. Bşk.lığı, Malatya Meyvecilik Araştırma Enst., Arapgir İlçe Tarım Md.	Malatya ili Arapgir ilçesine bağlı köyler
50	Salihli Odun Köfte	20.01.2008	Mahreç	Salihli Ticaret ve Sanayi Odası	Köfte	Salihli Bld. Bşk.lığı, Esnaf Odası Bşk., Salihli Lokantacılar ve Esnaf Od.	Manisa/Salihli ilçe merkezi ve merkeze bağlı yerleşim yerleri
51	Çubuk Turşusu	23.02.2008	Mahreç	Çubuk Belediyesi	Turşu	Çubuk Bld, Çubuk Tic Od., Tarım İlçe Müd.	Çubuk ilçesi ve Köyleri

52	Salihli Kirazi	20.01.2008	Menşe	Salihli Ticaret ve Sanayi Odası	Kiraz	Salihli Bld. Bşk.İği, Esnaf Odası Bşk., Salihli Ziraat Od., Ege ve Manisa Üniv. Ziraat Müh.	Manisa/Salihli ilçe merkezi ve merkeze bağlı yerleşim yerleri
53	Antakya Künefesi	27.12.2007	Mahreç	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası	Tatlı	Antakya Tic. ve San. Od., Esnaf ve Sanatkarlar Od.	Antakya merkezi ve bağlı yerleşim birimleri
54	Geleneksel Türk Gül Likörü	06.05.2007	Menşe	MEY Alkollü İçkiler San ve Tic. A.Ş.	Geleneksel Kayısı Gül Likörü	Tütün, Tütün Mamülleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurulu, Ankara Üniv. Ziraat Fak.	Türkiye
55	Geleneksel Türk Kayısı Likörü	31.07.2007	Menşe	MEY Alkollü İçkiler San ve Tic. A.Ş.	Geleneksel Kayısı Likörü	Ankara Üniv. Ziraat Fak. Gıda Müh. Böl., Tütün, Tütün Mamülleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurulu.	Türkiye
56	Tarsus Yayla Bandırması	09.11.2005	Menşe	Tarsus Belediye Başkanlığı	Ceviz Sucuğu	Tarsus Belediye Başkanlığı Yetkilileri	Türkiye
57	Finike Portakalı	15.05.2008	Menşe	Finike ilçesi Meyve Üreticileri Tarımsal Birliği	Portakal	Finike ilçesi Meyve Üreticileri Tarımsal Birliği öncülüğünde kurulacak komisyon	Antalya İli-Finike İlçesi-Turunçova-Hasyurt-Yeşilyurt ve Sahilkent beldesi ile Yalınız ve Yuvalılar köyü yerleşim alanı
58	Kırkağaç Kavunu	18.01.2008	Menşe	Kırkağaç Belediye Başkanlığı	Kavun		Kırkağaç merkez Ovası, bakır, İlyaslar, Karakurt, Gelenbe kasabaları, Bostancı, Ali faki, Alacalar, Gebeler, Yağmurlu, Musa Hoca, Küçük yay, Öveçli, Işıklar, Kuyucak, Söğüt alan, Hamitli köyleri
59	Elazığ Öküzgözü Üzüümü	10.07.2008	Menşe	Tarım ve Köy İşleri Bak. Elazığ İl Md. Elazığ Merk. İlçe Üzüm Ür. Birliği	Üzüm	İl Tarım Müd., Elazığ Tic ve San.Od. Üzüm ür. Birl.	Elazığ İli Merkez İlçesi, Arıcak, Alacakaya, Ağın, Baskil, Karakoçan, Keban, Kovancılar, Palu, Sivrice ve Maden ilçeleri
60	Şanlıurfa Çiğ Köfte	30.06.2008	Mahreç	Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası	Çiğ Köfte	Şanlıurfa Tic. Ve San. Od. ve Sosyal Hiz.let Derneği	Şanlıurfa il sınırları
61	Develi Cıvıklısı	11.05.2008	Mahreç	Develi Belediyesi Başkanlığı	Pide		Kayseri develi ilçesi
62	Diyarbakır Karpuzu	09.08.2008	Menşe	Diyarbakır Valiliği	Karpuz		Genel olarak Dicle nehri kıyısında bulunan köy ve ilçeler.
63	Karnavas Dut Pekmezi	11.05.2008	Menşe	Ormanazğı Köyü Muhtarlığı	Dut Pekmezi	Olur Kaymakamlığı Köylere Hizmet Götürme Birliği, Olur Belediyesi, Tarım İlçe Md., Atatürk Üniv. Ve Ormanazğı köyü muh.	Erzurum ili, Olur ilçesinde, Ormanazğı(Karnavas), Taşlıköy ve Yeşilbağlar, Köprübaşı, Coşkunlar Köyleri

64	Kayseri Mantısı	28.06.2008	Mahreç	Kayseri Ticaret Odası	Mantı	Kayseri Tic. Bor., Tic.Od., Lokantacılar ve Pastacılar Od., TPE temsilcisi	Başta Kayseri ili, Uzunyayla, Pınarbaşı ve Bünyan ilçeleri olmak üzere üretim koşullarına bağlı kalınan heryer
65	Afyon Kaymağı	07.12.2005	Menşe	Afyon Ticaret Odası	Kaymak	Afyon Tic ve San Od. Zabıta Md. Esnaf Od. Birl.İl Sağlık Md. Vd.	Afyon ili sınırları
66	Erzurum Cıvil Peyniri	06.02.2009	Mahreç	Erzurum Tic. Borsası	Peynir	Erzurum Tic. Bor., Tarım Köy İşleri Bak. İl Kontrol Md. Vd.	Erzurum ili ve ilçeleri
67	Burdur Ceviz Ezmesi	06.02.2009	Mahreç	Burdur Ticaret ve Sanayi Odası	Ceviz ezmesi		Burdur
68	Zile Pekmezi	15.03.2009	Mahreç	Zile Ticaret Borsası	Pekmez	Zile Tic.Bor. Tarım ve Köy İşleri Bak. Tokat İl müd.	Zile ilçe sınırları içi
69	Bafra pidesi	03.03.2009	Mahreç	Bafra Tic. Ve San Od.	Pide		Gerekli özellikler sağlandığı takdirde Türkiye sınırları içinde
70	Mardin Sembusek	07.03.2009	Mahreç	Mardin Valiliği	Yöresel yiyecek	Belediye Bşk.lığı, San ve Tic., Sağlık Md. Tarım İl md. Esnaf ve sanatkarlar od.ları birliği	Belirtilen özellikleri taşıdığı takdirde heryerde
71	Mardin İktebet	07.03.2009	Mahreç	Mardin Valiliği	Yöresel yiyecek	Belediye Bşk.lığı, San ve Tic., Sağlık Md. Tarım İl md. Esnaf ve sanatkarlar od.ları birliği	Belirtilen özellikleri taşıdığı takdirde heryerde
72	Mardin Kibe	07.03.2009	Mahreç	Mardin Valiliği	Yöresel yiyecek	Belediye Bşk.lığı, San ve Tic., Sağlık Md. Tarım İl md. Esnaf ve sanatkarlar od.ları birliği	Belirtilen özellikleri taşıdığı takdirde heryerde
73	Mardin Kaburga Dolması	07.03.2009	Mahreç	Mardin Valiliği	Yöresel yiyecek	Belediye Bşk.lığı, San ve Tic., Sağlık Md. Tarım İl md. Esnaf ve sanatkarlar od.ları birliği	Belirtilen özellikleri taşıdığı takdirde heryerde
74	Mardin Imlebbes	07.03.2009	Mahreç	Mardin Valiliği	Badem Şekeri	Belediye Bşk.lığı, San ve Tic., Sağlık Md. Tarım İl md. Esnaf ve sanatkarlar od.ları birliği	Belirtilen özellikleri taşıdığı takdirde heryerde
75	Oltu Çağ Kebabı	03.07.2009	Mahreç	Oltu Tic. Ve San.Od.	Kebap	Oltu Bld. Oltu MYO, Oltu Tic.Od.	Belirtilen özelliklere bağlı kalmak şartı ile Türkiye sınırları içerisinde
76	Edirne Tava ciğeri	25.07.2009	Mahreç	Edirne Esnaf ve Sanatkarlar Od. Birliği	Tava ciğeri	EDESÖB, Gıda Müh. ve usta	Belirtilen özelliklere bağlı kalmak şartı ile Türkiye sınırları içerisinde
77	Terme Pidesi	14.07.2009	Mahreç	Özler Pide ve Çorba Salonu Otomotiv İnş. Arı.San.Tic.Ltd.Şti.	Pide	Terme Tic. Odası	Samsun'un Terme ilçesi
78	İskilip Dolması	14.07.2009	Mahreç	İskilip Belediyesi	Dolma	İskilip Beld., Esnaf ve Sanatkarlar odaları	İskilip sınırları içi
79	İskilip Turşusu	14.07.2009	Mahreç	İskilip Belediyesi	Turşu	İskilip Beld., Esnaf ve Sanatkarlar odaları	İskilip sınırları içi
80	Akçaabat Köftesi	22.07.2009	Mahreç	Trabzon Tic. ve San. Od	Köfte	TTSO, Akçaabat Bld., Uzman ustalar	Trabzon ili Akçaabat ilçesi

81	Hellim	04.11.2009	Menşe	Kıbrıs Türk Sanayi Od.	Peynir	Denizli Tic. Bor., tarım İl md., Esnaf ve Sanatkarlar Od. Bir., Pamukkale Ün.v.	Kıbrıs Adası
82	Denizli Leblebisi	02.08.2009	Mahreç	Denizli Tic. Borsası	Leblebi	Beld. Başk. Ticaret Od., Tarım İl Md., Akademişyen	Denizli ve yöresi
83	Taşköprü Sarımsağı	03.12.2009	Menşe	Taşköprü Beld. Başk.	Sarımsak	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Çukurova ve Ankara Ün.v.	Kastamonu ili Taşköprü ilçesine bağlı köyler ve yerleşim birimleri
84	Rakı	08.12.2009	Menşe	Geleneksel Alkollü İçki Üreticileri Derneği	Distille alkollü içki		Türkiye
85	Ege Pamuğu	27.07.2003	Menşe	İzmir Ticaret Borsası	Pamuk	İzmir, Manisa, Denizli, Balıkesir, Çanakkale, Ödemiş, Nazilli, Akhisar, Alaşehir, Salihli, Turgutlu Ticaret Borsası, İzmir, Manisa, Aydın, Balıkesir, Çanakkale Tarım İl Md., İzmir, Aydın, Muğla, Bergama, Nazilli, germençik, Ödemiş, Tire, Salihli, Turgutlu Ziraat Odası, S.S. Tarış Pamuk Birliği, DTM Batı Anadolu Bölge Md., Ege Ün.v. Ziraat Fak. Ve Nazilli Pamuk Arş. Ens.	İzmir'in tüm ilçeleri, Aydın'ın tüm ilçeleri, Manisa'nın Merkez, Ahmetli, Akhisar, Alaşehir, Demirci, Gölmmarmara, Kırkağaç, Salihli, Saruhanlı, Soma ve Turgutlu ilçeleri, Muğla'nın Dalaman, Fethiye, Köyceğiz, Milas, Ortaca ve Yatağan ilçeleri, Denizli'nin Merkez, Akköy, Buldan, Çal, Honaz ve Sarayköy ilçeleri, Balıkesir'in Merkez, Ayvalık, Bandırma, Bigadiç, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran, Kepsut, Manyas ve Susurluk ilçeleri, Çanakkale'nin Merkez, Ayvacık, Eceabat, Ezine ve Gelibolu ilçeleri, Bursa'nın Karacabey ilçesi
86	Çelikhhan Tütünü	18.02.2002	Menşe	Çelikhhan Köylere Hizmet Göttürme Birliği	Tütün	Köylere Hizmet Göttürme Birliği, Harran Ün.v. Ziraat Fak., Tarım İlçe Md.	Çelikhhan İlçe merkezi, Pınarbaşı Kasabası, Yağzathı, Yeşiltepe, Recep, Aksu, Gölbağı, Altıntaş, Kalecik, Taşdamlar, Korucak, Karagöl, Mutlu, İzci, karaçayır, Yeşilyayla, Çampınar ve Köseuşağı köyleri
87	Isparta Güllü	06.05.2006	Menşe	Süleyman Demirel Üniversitesi	Gül	Isparta Ticaret Borsası Genel Sekreterliği, Isparta Tarım İl Md. Bitki Koruma Şubesi, SDÜ Ziraat Fak. Tarla Bitkileri Bölümü	Isparta, Burdur, Afyon, Denizli illeri ve ilçeleri

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü'nün Cİ tescilleri veri tabanından derlenmiştir.

Not: 19. Satırda yer alan Mustafa Kemal Paşa tatlısı için üç adet tescil bulunmaktadır. Aynı tescil kriterlerine sahip bu ürünler Mustafa Kemalpaşa Tatlısı, Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı, Kemalpaşa Tatlısı'dır. Metin içerisinde Cİ tesciline sahip tarım ve gıda ürünlerinin 89 adet olarak değerlendirilmiştir ancak burada aynı tescil kimliğine sahip olan bu ürünler bir satırda gösterilmiştir.

EK 11. COĞRAFI İŞARETLERİN VE GELENEKSEL ÖZELLİKLİ ÜRÜN ADLARININ KORUNMASI HAKKINDA KANUN TASARISI

BİRİNCİ KISIM

Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç ve kapsam

MADDE 1- (1) Bu Kanun, Türkiye’de yöresel veya geleneksel karaktere sahip ürünlerin teşviki ve üretimin çeşitlendirilmesi yoluyla ürünlerin piyasa değerlerinin artırılarak, bölgesel ve kırsal ekonomilerin güçlendirilmesine katkı sağlamak, üretim metoduna ve coğrafi kaynağa ilişkin garanti sunulmak suretiyle tüketicilerin yüksek kalitede ürünlere erişimini kolaylaştırmak amacıyla; doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu tarım, maden, el sanatları ve benzeri alanlarda ortaya çıkan her türlü ürünün coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adıyla korunmasına ilişkin usûl ve esasları kapsar.

(2) **Bu Kanun kapsamında coğrafi işaretlere ve geleneksel özellikli ürün adlarına sağlanan koruma, hak sahiplerinin diğer kanunlarla getirilen korumalardan yararlanmalarına engel teşkil etmez.**

Tanımlar

MADDE 2- (1) Bu Kanunda geçen;

a) Amblem: Kullanılan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının bu Kanun hükümlerine uygun olarak tescil edilmiş olduğunu belirten ve Enstitü tarafından oluşturulan; tescilli adla birlikte ürün veya ambalajı üzerinde yahut ürünün niteliği gereği ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda ise yönetmelikte belirtilen esaslar dahilinde hak sahibi kullanıcılar tarafından işletmede kolayca görülebilecek bir şekilde bulundurulmuş ve kullanılması zorunlu olmayan işareti,

b) Bülten: Yayın ortamının türüne bakılmaksızın, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı başvurularının yayımlandığı Resmi Marka Bültenini,

c) Coğrafi işaret: Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla coğrafi kaynağının bulunduğu bölge, coğrafi sınırları belirlenmiş özel yöre veya istisnai durumlarda ülke adı ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren menşe adını ve mahreç işaretini,

ç) Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması: 3/2/1995 tarihli ve 95/6525 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanan Anlaşmayı,

d) Enstitü: Türk Patent Enstitüsünü,

e) Etiketleme: Başvuru sahibi tarafından, üzerinde kullanılacağı ürünün cins, kalite, üretim yeri, üretim miktarı, üretim tarihi ve benzeri özelliklerini belirten etiketlerin bastırılarak, başvuru sahibi veya denetim kuruluşu tarafından ilgili üretici ile kullanıcılara verilmesini veya söz konusu unsurları içeren etiketlerin üreticiler tarafından bastırılmasını ve tescili talep edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının bu etiket üzerindeki kullanımını,

f) Gazete: Yayın ortamının türüne bakılmaksızın, Sicile kaydedilen coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adlarının yayımlandığı Resmi Marka Gazetesini,

g) Geleneksel: İlgili bulunduğu ürün pazarında en az yirmibeş yıl kullanılarak nitelediği ürün, hammadde, bileşim, üretim biçimi veya işlemi bir kuşaktan diğerine aktarılabilir olgunluğa eriştiren sosyal ve kültürel süreçleri,

ğ) Geleneksel özellik: Bir ürünün bizzat geleneksel özelliğini tanımlamak için hazırlanmış olan mevzuat veya standartlar hariç olmak üzere, mevzuatta veya standardizasyon kurumlarınca belirlenen standartlarda ürün bileşimine ilişkin olarak önceden tayin edilmiş standart bir formül yahut standart bir üretim metodu ile sınırlandırılmayacak olan; aynı zamanda ürünün sunuş şeklinin ayırıcı bir özellik olarak değerlendirilmediği; bir ürünü aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayıran özel karakter veya karakterler grubunu,

h) Geleneksel özellikli ürün: Geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da geleneksel bir üretim biçimi ile tanımlanan yahut doğrudan geleneksel bir üretim biçimine dayanmamakla birlikte, **böyle bir üretim tarzını yansıtan işlemlerden geçirilmiş olması nedeniyle** aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürünü,

ı) Geleneksel özellikli ürün adı: Menşe adı veya mahreç işareti tanımına girmeyen, geleneksel ve ürünle ilgili mevzuatla uyumlu, özgün ya da ürünün geleneksel özelliğini ifade edebilen ve diğer isimlerden açıkça ayırt edilebilen, ifade ettiği özellik itibarıyla ürün tarifnamesine uygun ve tüketiciyi yanıltıcı niteliği bulunmayan geleneksel özellikli ürün adını,

i) Grup: Kanuni oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın aynı ürünün üreticilerinden oluşan birliği,

j) Mahreç işareti: Coğrafi sınırları belirlenmiş özel bir yöre, bir bölge veya istisnai durumlarda bir ülkeden kaynaklanan ve coğrafi bir yer adı içersin ya da içermesin, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kaynaklandığı coğrafya ile özdeşleşmiş olan;

üretimi, işlenmesi veya hazırlanması işlemlerinden en az biri söz konusu coğrafi alanda meydana getirilmiş ürünlerin adlarını,

k) Markalama: Tescili talep edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının, ürün üzerinde tescilli bir marka ile birlikte kullanılmasını,

l) Menşe adı: Coğrafi sınırları belirlenmiş özel bir yöre, bir bölge veya istisnai durumlarda bir ülkeden kaynaklanmış olan; nitelik veya özelliklerinin tamamını yahut bunlardan esaslı olanlarını söz konusu coğrafi alana özgü doğal ve beşeri faktörlerden alan; üretimi, işlenmesi ve hazırlanması bu coğrafi alanda yapılan ürünlerin söz konusu bölge, coğrafi sınırları belirlenmiş özel bir yöre veya istisnai durumlarda ülke adıyla anılan isimlerini yahut belirli bir bölge, yer veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklandığı ve menşe adları için belirtilen diğer şartları sağladığı halde, adında coğrafi bir ibare yer almayan ürünlerin geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş adlarını,

m) Paris Sözleşmesi: 8/8/1975 tarihli ve 7/10464 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanan Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası Bir İttihat İhdas Edilmesine Dair 20/3/1883 tarihli Sözleşme ile Türkiye tarafından onaylanmış değişikliklerini,

n) Sicil: Kayıt ortamının türüne bakılmaksızın, coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adlarına ilişkin tüm tescil bilgilerinin ve tescil olunan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı ile ilgili bütün değişikliklerin kaydedildiği Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Özellikli Ürün Adları Sicilini,

o) Tür adı haline gelmiş isimler: Diğer özelliklerinden dolayı menşe adı, mahreç işareti veya geleneksel özellikli ürün adı tanımına uygun olsa dahi, adın kaynaklandığı yöre, alan, bölge veya tüketildiği coğrafya itibarıyla bir ürün çeşidinin genel adlandırması haline gelmiş olan adları,

ö) Ücret: Bu Kanunda veya yönetmelikte yer alan hizmetlere ilişkin olarak 6/11/2003 tarihli ve 5000 sayılı Türk Patent Enstitüsü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanuna göre **Enstitü tarafından belirlenen ücreti**, bu ücretin katma değer vergisini ve varsa harcının toplamını,

p) Üretici: Tarım ürünlerini, madenleri, el sanatları ve sanayi ürünlerini üreten veya işleyen, ayrıca tedarik zincirinde yer alıp da ürünün tescile konu özelliklerini etkileyen bir işlem yapan gerçek veya tüzel kişiyi,

- r) **Vekil: Bu Kanunda belirtilen konularda danışmanlık yapmaya,** ilgili kişileri Enstitü nezdinde temsil etmeye ve işlemleri yürütmeye yetkili, Marka Vekilleri Siciline kayıtlı gerçek veya tüzel kişi marka vekilini,
- s) Kurul: Enstitünün almış olduğu kararlara karşı yapılacak itirazları inceleyen ve nihai kararı veren **Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulunu,** ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Korumanın Kapsamı ve Elde Edilmesi

Korumanın kapsamı

MADDE 3- (1) Bu Kanuna göre tescil edilen adlara sağlanan korumanın kapsamına, bu Kanun uyarınca tescil edilen coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adları girer.

(2) Adlar, tescil edildikten sonra tür adı olarak değiştirilemez.

(3) Bu Kanun kapsamında geleneksel özellikli ürün adlarına sağlanan koruma, başta marka ve coğrafi işaret olmak üzere sınai mülkiyet haklarına **halel getirmez** (ihlal etmez).

Korumanın elde edilmesi

MADDE 4- (1) Bu Kanun ile sağlanan coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı koruması tescille elde edilir.

Korumadan yararlanacak kişiler

MADDE 5- (1) Bu Kanun ile sağlanan korumadan, aşağıdaki niteliklerden en az birine sahip gerçek veya tüzel kişiler yararlanır:

- a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları.
- b) Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde yerleşim yeri olan veya sınai veya ticari faaliyette bulunanlar.
- c) Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması hükümleri dahilinde başvuru hakkına sahip olanlar.
- ç) Karşılıklılık ilkesi uyarınca, Türkiye Cumhuriyeti uyuğundaki kişilere kanunen veya fiilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı koruması tanıyan devletlerin uyuğunda olanlar.

Koruma dışı haller

MADDE 6- (1) Aşağıda sayılanlar coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı olarak tescil edilmez ve bu Kanun kapsamında korunmaz:

a) Coğrafi işaretlerde koruma dışı haller şunlardır:

- 1) 2 nci maddede yer alan menşe adı veya mahreç işareti tanımlarına uymayan adlar.
- 2) 2 nci maddede tanımlandığı şekliyle tür adı haline gelmiş ürün isimleri.
- 3) İnsani tüketim amacıyla kullanılan nihai ürünlerde hammadde vazifesi gören bitki veya hayvanlara ait olup da üretime, işlenmeye ve diğer işlemlerden geçirilmeye müsait bulunan ürünlerin adlarının içinde hammadde ismi olarak yer alan ibareler hariç, başlı başına bir bitkinin tür özelliklerini veya bir hayvanın ırk özelliklerini ifade eden adlandırmalar.

4) Kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı adlar.

5) 5 inci maddedeki koruma kapsamına giren, ancak kendi ülkesinde korunmayan, koruması sona eren veya kullanılmayan adlar.

6) Ürünün kaynaklandığı bölge ya da yer adını tam olarak içerse dahi, tüketicide eş sesli olarak adlandırılmakta olan bir başka bölgeden kaynaklandığı izlenimini uyandıran veya uygulamada, tüketiciyi yanıltacak ve ekonomik getiri ve ün bakımından haksız avantaj sağlayacak biçimde, önceden tescilli bir isimle sesçil yönden yeterli ayrım göstermeyen adlar.

b) Geleneksel özellikli ürün adlarında koruma dışı haller şunlardır:

- 1) 2 nci maddede yer alan geleneksel özellikli ürünlerle ilgili tanımlara uymayan adlar.
- 2) Geleneksel özelliğini sadece ürünün coğrafi kaynağından alan ürünlere ait adlar.
- 3) Özellikleri, sadece teknolojik bir yeniliğin uygulanmasıyla oluşan ürünlere ait adlandırmalar.

4) Ürünün özel karakterini ifade eden adlandırmalar.

5) Ürün tarifnamesine veya tüketici beklentilerine uygun olmayan, tüketiciyi yanıltıcı mahiyetteki adlandırmalar.

6) Kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı adlar.

7) 5 inci maddedeki koruma kapsamına giren, ancak kendi ülkesinde korunmayan, koruması sona eren veya kullanılmayan adlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Hak Sahipliği, Tescilden Doğan Hakkın Kapsamı ve Sınırlandırılması

Hak sahipliği

MADDE 7- (1) Tescil edilen coğrafi işaretler veya geleneksel özellikli ürün adları üzerinde bu Kanundan doğan haklar inhisarı (**TEKEL**) nitelikte olmayıp, başvuru sahipleriyle

birlikte, tescille garanti altına alınmış tarifname şartlarını sağlayan diğer üreticiler de kullanım hakkına sahiptir.

Coğrafi işaretlerin tescilinden doğan hakkın kapsamı

MADDE 8- (1) Coğrafi işareti tescil ettirenler ile tescil edilmiş coğrafi işareti 7 nci madde uyarınca kullanım hakkına sahip kişiler, üçüncü kişilerin aşağıda sayılanları yapmasını önleme hakkına sahiptir:

a) Coğrafi işaret ile garanti edilen ürün özelliklerini taşımadığı halde tescilli ürün adıyla aynı olan bir adın veya tescilli ürün adı için 19 uncu madde uyarınca kullanılması öngörülen amblemin kullanılması suretiyle ürünün ününden yarar sağlayacak kullanımını veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünlerle ilgili olarak tescilli ürün adının veya amblemin ticari amaçlı kullanımını.

b) Ürünün gerçek menşeyini veya niteliğini belirten açıklamalar yahut “stilinde”, “tarzında”, “tipinde”, “türünde”, “yöntemiyle”, “orada üretildiği biçimde” gibi terimler içerse veya başka bir dile tercüme edilmiş olsa dahi, tescilli coğrafi işaretin, tescil kapsamındaki özelliklerini taşımayan ürünün taklidi ve ayrıca çağrışım yapacak şekilde benzeri olan bir ürün üzerindeki yanıltıcı kullanımını.

c) Tescilli ürün adını üzerinde taşıyan ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede, ürünün tescil edilmiş doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşeyine ilişkin olarak yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye yer verilmesini.

(2) Coğrafi işaret tescilinin sağladığı haklar, üçüncü kişilere karşı tescilin Gazetede yayımı tarihi itibarıyla hüküm ifade eder. Ancak başvuru sahibi, başvurunun Bültende yayımlanmasından sonra gerçekleşen ve coğrafi işaret tescili ilan edilmiş olsaydı yasaklanması söz konusu olabilecek fiiller nedeniyle tazminat davası açmaya yetkilidir. Mahkeme, öne sürülen iddiaların geçerliliğine ilişkin olarak, tescilin Gazetede yayımlanmasından önce karar veremez.

Geleneksel özellikli ürün adı tescilinden doğan hakkın kapsamı

MADDE 9- (1) Geleneksel özellikli ürün adı başvurusunda bulunarak bunları tescil ettirenler ile tescil edilmiş geleneksel özellikli ürün adını 7 nci madde uyarınca kullanım hakkına sahip kişiler, üçüncü kişilerin aşağıda sayılanları yapmasını önleme hakkına sahiptir:

a) Geleneksel özellikli ürün adı ile garanti edilen ürün özelliklerini taşımadığı halde tescilli ürün adı için 20 nci madde gereğince kullanılması öngörülen amblemin kullanılması

suretiyle ürünün ününden yarar sağlayacak kullanımını veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünlerle ilgili olarak amblemin ticari amaçlı kullanımını.

b) Tescilli ürün adına ait amblem üzerindeki şekil, yazı ve ibarelerin değiştirilmesi suretiyle, amblemin tüketiciyi yanıltıcı biçimdeki kullanımını.

(2) Geleneksel özellikli ürün adı tescilinin sağladığı haklar, üçüncü kişilere karşı tescilin Gazetede yayımı tarihi itibarıyla hüküm ifade eder. Ancak başvuru sahibi, başvurunun Bültende yayımlanmasından sonra gerçekleşen ve geleneksel özellikli ürün adı tescili ilan edilmiş olsaydı yasaklanması söz konusu olabilecek fiiller nedeniyle tazminat davası açmaya yetkilidir. Mahkeme, öne sürülen iddiaların geçerliliğine ilişkin olarak tescilin Gazetede yayımlanmasından önce karar veremez.

Hakkın sınırlandırıldığı durumlar

MADDE 10- (1) Hak sahiplerinin meşru menfaatlerine haklı bir sebep olmadan zarar vermemek ya da tescilli ürün adının itibarını zedelememek şartıyla, aşağıdaki fiiller coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinden doğan hakların kapsamı dışında kalır:

- a) Ticari bir amaç taşımayan ve özel maksatla sınırlı kalan fiiller.
- b) Tescile konu ürüne ilişkin deney amaçlı fiiller.
- c) Eğitim ve öğretim kurumlarında öğretim maksadıyla ve doğrudan veya dolaylı kâr amacı gütmeksizin tescilli ad veya işaretleri taşıyan ürünlerin kullanılması, sergilenmesi veya çoğaltılmasına yönelik fiiller.
- ç) Coğrafi işaretin ya da geleneksel özellikli ürün adının içinde yer alan ve ürünün türünü belirten adların ve tür adlarının kullanımı.

İKİNCİ KISIM

Başvuru, Tescil, İtiraz, Kullanım ve Denetim, Değişiklikler, Düzeltmeler ve Hukuki İşlemler

BİRİNCİ BÖLÜM

Başvuru ve Şartları

Tescil mercii

MADDE 11- (1) Coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının tescili için yetkili merci Türk Patent Enstitüsüdür.

Başvuru hakkı

MADDE 12- (1) 5 inci madde uyarınca korumadan yararlanacak **gerçek ve tüzel kişiler ile gruplar**, doğrudan doğruya veya vekilleri aracılığıyla başvuruda bulunma hakkına sahiptir:

- a) Yasal oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın 2 nci maddenin (p) bendi uyarınca ürünün üreticilerinden oluşan birlik yahut gruplar.
- b) Ürünün yalnızca tek bir üreticisi olduğunun ispatı halinde ise, 2 nci maddenin (p) bendi uyarınca ürünün üreticisi sayılan gerçek veya tüzel kişiler.
- c) Ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili bulunan dernekler.
- ç) Ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alan ile ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları.

Başvuru şartları

MADDE 13- (1) Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusu için aşağıda belirtilen bilgi ve belgelerin verilmesi zorunludur.

- a) Coğrafi işaret tescil başvurusu için gerekli bilgi ve belgeler:
 - 1) Başvurunun bir kişi tarafından yapılması halinde başvuru sahibinin kimlik bilgileri ve adresi, başvuru sahibinin üreticilerden oluşan bir grup olması halinde; başvuru sahipleri gerçek kişi ise ad ve soyadları ile adresleri, tüzel kişi ise ticaret unvanları ve adreslerini içeren yönetmelikte belirtilen şekle uygun olarak hazırlanmış başvuru dilekçesi.
 - 2) Coğrafi işaretin kullanım tür ve biçimini açıklayan bilgi ve belgeler ile başvurunun vekil aracılığıyla yapılması halinde vekaletname.
 - 3) Kullanım biçimi olarak etiketleme yönteminin seçilmesi halinde 2 nci maddenin (e) bendinde belirtilen ve ayrıntıları yönetmelikte düzenlenen özelliklere sahip olarak hazırlanmış etiket örneği.
 - 4) Başvuru sahibi gerçek veya tüzel kişinin ürünün tek üreticisi olması halinde, bu hususu ispatlayan bilgi ve belgeler.
 - 5) Tescili istenen coğrafi işaretin adı.
 - 6) Ürün içeriğinde yer alan hammadde listesi ile varsa ürünün fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya duyuşal özelliklerini açıklayıcı teknik bilgi ve belgeleri içeren ürün tanımı.

7) Ürünün kaynaklandığı coğrafi alanı tanımlayan toprak, jeolojik ortam, iklim ve topoğrafyanın farklılaşma derecesini, ürünün yöre sınırlarının değişmesiyle gösterdiği farklılıkları kanıtlamak suretiyle ürünün coğrafi sınırlarını tayin eden belge ve bilgiler.

8) Menşe adı için yapılan başvurularda, eğer hammadde tescile konu ürünün coğrafi sınırlarından daha geniş bir alandan elde ediliyorsa, bu hammaddenin üretim alanı ve özel üretim şartlarını kanıtlayıcı nitelikte belge ve bilgiler.

9) Üretim metoduna ve varsa söz konusu ürüne özelliğini veren yerel üretim teknikleri ile usûl ve adetlere, ürünün kaynaklandığı coğrafi alanda ambalajlanmasının şart koşulduğu durumlarda ambalajlamanın söz konusu alanda yapılmasını zorunlu kılan nedenlere ilişkin bilgi ve belgeler.

10) 2 nci madde hükümleri kapsamında coğrafi işaret tesciline konu olan ürünün niteliğinin, ününün veya diğer özelliklerinin söz konusu coğrafi alan ile bağlantısını kanıtlayıcı teknik bilgi ve belgeler.

11) Ürünün söz konusu coğrafi alandaki tarihsel geçmişine ilişkin bilgi ve belgeler.

12) 23 üncü madde hükümlerine uygun olarak denetleme usûl ve esaslarını ayrıntılı olarak açıklayan bilgi ve belgeler.

13) Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge.

b) Geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusu için gerekli bilgi ve belgeler:

1) Başvuru sahipleri gerçek kişi ise ad ve soyadları ile adresleri, tüzel kişi ise ticaret unvanları ve adreslerini içeren yönetmelikte belirtilen şekle uygun olarak hazırlanmış başvuru dilekçesi.

2) Geleneksel özellikli ürün adının kullanım tür ve biçimini açıklayan bilgi ve belgeler ile başvurunun vekil aracılığıyla yapılması halinde vekaletname.

3) Kullanım biçimi olarak etiketleme yönteminin seçilmesi halinde 2 nci maddenin (e) bendinde belirtilen ve ayrıntıları yönetmelikte düzenlenen özelliklere sahip olarak hazırlanmış etiket örneği.

4) Geleneksel özellikli ürünün adı tercüme edilebilen bir ibare ise diğer dillerdeki noter tasdikli tercümesi.

5) Ürün içeriğinde yer alan hammadde ve diğer girdilerin özellikleriyle birlikte ürün karakteristiğine işaret eden ürün hazırlama tekniklerinin de açıklandığı üretim metodu.

6) 2 nci maddede yer alan tanımlar ve 6 ncı maddede yer alan koruma dışı haller de dikkate alınarak, geleneksel özelliğin değerlendirilmesine imkan veren bilgi ve belgeler.

7) Ürünün, geleneksel özelliği ile ilişkili olmak kaydıyla, fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya duyuşsal özelliklerini açıklayıcı teknik bilgi ve belgeler.

8) Ürüne ait geleneksel özelliğın muhafazasını sağlayacak asgari şartlar ve 23 üncü madde hükümlerine uygun olarak bu şartları sağlayacak denetim usûl ve esaslarını ayrıntılı olarak açıklayan bilgi.

9) Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge.

İKİNCİ BÖLÜM

Tescil Usûlü ve İtiraz

İnceleme

MADDE 14- (1) Enstitü, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusunun bu Kanunda ve yönetmelikte belirtilen şartlara uygunluğunu inceler. Tescil taleplerinden 2 nci, 3 üncü, 6 ncı, 12 nci ve 13 üncü maddelerde belirtilen şartları bulunduranlar hakkında 16 ncı madde hükümleri uygulanır, bulundurmayan başvurular hakkında ise 15 inci madde kapsamında eksikliklerin giderilmesi hususunda başvuru sahibine bildirimde bulunulur.

(2) Uluslararası anlaşma hükümleri saklı kalmak kaydıyla yabancı ülke kaynaklı coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurularına yalnızca;

- a) Kaynak ülke tescilinde bu maddede belirtilen şartlar aranmaktaysa,
- b) 23 üncü maddede belirtilen denetim imkanları varsa,
- c) Kaynak ülke, Türkiye’den yapılacak coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurularına eşit bir koruma getiriyorsa,

ç) Başvuruya konu coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı kaynak ülke ya da dahil olduğu uluslararası topluluk tarafından tescil edilmişse,

bu Kanun hükümleri uygulanır.

(3) Tescil talebinin yabancı bir ülkede korunan bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adına ilişkin bulunması ve tescili istenilen ürün adının Türkiye’de korunan bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı ile aynı olması halinde tescil, bölgesel ve geleneksel kullanım ve karıştırılma riski göz önüne alınarak yapılır. Bu durumda, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının kullanımına, sadece üretildiği kaynak ülkenin açık ve görülebilir bir şekilde etikette belirtilmesi halinde izin verilir.

(4) İnceleme sırasında Enstitü, gerektiğinde teknik bilgilerin kanıtlanması için başvurunun bu konuda uzman bir veya birden fazla kamu kurum ve kuruluşu, üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından incelenmesini talep edebilir. Bu durumda ilgili kurum veya kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ile başvurunun incelenmesi için ilgili kuruluşa gönderilme

ücreti, başvuru sahibi tarafından bu konudaki bildirim yapıldığı tarihten itibaren iki ay içinde Enstitüye ödenir. Aksi takdirde değerlendirme, mevcut bilgi ve belgelere göre yapılır.

Eksikliklerin giderilmesi

MADDE 15- (1) Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge ile başvuru dilekçesindeki başvuru sahibinin kimliğine ilişkin bilgiler hariç, bir başvuruda 13 üncü maddede yer alan şartların yerine getirilmediği tespit edilirse, Enstitü başvuru sahibine bildirimde bulunarak söz konusu eksikliklerin giderilmesi için üç ay süre verir.

(2) Birinci fıkra hükmü uyarınca belirlenen eksiklerin giderilmemesi durumunda, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusu reddedilir.

(3) Başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge veya başvuru dilekçesinde başvuru sahibinin kimliğine ilişkin bilgilerin bulunmaması halinde ise başvuru yapılmamış sayılır. Bu durumda, tescil başvurusunun yapılmamış sayılmasına ilişkin karar Enstitünün nihai kararı olup, 17 nci madde kapsamında itiraz edilemez.

Başvurunun yayımlanması

MADDE 16- (1) 14 üncü ve 15 inci madde hükümlerine göre incelenerek uygun bulunan başvurular Bültende yayımlanır.

(2) Coğrafi işaretin yayımında; başvuru sahibinin kimlik bilgileri, ürünün adı, coğrafi işaretin adı, talep edilen menşe adı veya mahreç işaretine ilişkin bilgi, ürünün kaynaklandığı coğrafi alanın sınırları, ürün içeriğinde yer alan hammadde listesi ile varsa ürünün fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya duyuşsal özelliklerini açıklayıcı teknik bilgileri içeren ürün tanımı, üretim metoduna ve varsa söz konusu ürüne özelliğini veren yerel üretim teknikleri ile usûl ve adetlere, ürünün kaynaklandığı coğrafi alanda ambalajlanmasının şart koşulduğu durumlarda ambalajlamanın söz konusu alanda yapılmasını zorunlu kılan nedenlere ilişkin özet bilgiler, ürünün niteliğinin, ününün veya diğer özelliklerinin kaynaklandığı coğrafi alan ile bağlantısını ortaya koyan ve ürünün söz konusu coğrafi alandaki tarihsel geçmişine ilişkin bilgiler, coğrafi işaretin ürün üzerindeki kullanım biçimi ve buna ilişkin ayrıntılar ile denetim usûl ve esaslarına ilişkin bilgiler yer alır.

(3) Geleneksel özellikli ürün adlarının yayımında; başvuru sahibinin kimlik bilgileri, tescile konu adın üzerinde kullanılacağı ürünün adı, geleneksel özellikli ürünün tescil edilecek adı, ürün içeriğinde yer alan hammadde ve diğer girdilerin özellikleriyle birlikte ürün karakteristiğine işaret eden hazırlama tekniklerinin de açıklandığı üretim metodunun tanımı, ürünün, geleneksel özelliği ile ilişkili olmak kaydıyla varsa fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik

veya duyuşal özelliklerini açıklayıcı teknik bilgiler, geleneksel özellikli ürün adının ürün üzerindeki kullanım biçimi ve buna ilişkin ayrıntılar, geleneksel özelliğın muhafazasını sağlayacak asgari şartlar ile bu şartları sağlayan denetim usûl ve esaslarına ilişkin bilgiler yer alır.

İtiraz

MADDE 17- (1) 15 inci madde çerçevesinde Enstitünün ilgili dairesi tarafından reddedilen başvurularla ilgili olarak başvuru sahibi itirazda bulunabilir. İtiraz, kararın bildiriminden itibaren iki ay içerisinde yazılı olarak yapılır.

(2) 16 ncı madde uyarınca yayımlanmış başvurularla ilgili olarak üçüncü kişiler; tescil talebinin 2 nci, 3 üncü, 6 ncı, 12 nci ve 13 üncü maddelere uygun olmadığı iddiasıyla veya önceki tarihli herhangi bir hak sahibi, 21 inci madde kapsamında ve gerekçelerini açıkça belirtmek şartıyla, başvurunun Bültende yayım tarihinden itibaren altı ay içinde itirazda bulunabilir. Enstitü, itiraz sahibinden ek bilgi ve belge sunulmasını isteyebilir. İstenilen ek bilgi ve belgelerin bildirim tarihinden itibaren bir ay içerisinde verilmemesi halinde itiraz, mevcut bilgi ve belgeler kapsamında değerlendirilir.

(3) İkinci fıkra kapsamında yapılan itiraz, kendi görüşünü açıklayabilmesi için başvuru sahibine iletilir. Başvuru sahibi görüşünü iki ay içinde Enstitüye bildirir. Başvuru sahibinin bu süre içinde görüşünü bildirmemesi halinde itiraz mevcut bilgi ve belgeler kapsamında değerlendirilir.

(4) Birinci ve ikinci fıkralara göre yapılan itirazlar değerlendirilmek üzere Kurula iletilir. İtirazın değerlendirilmesi için itiraz ücretinin, birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen süre içinde ödenmesi ve ödemeyi gösterir belge ile yönetmelikte belirtilen diğer belgelerin aynı süre içinde Enstitüye teslim edilmesi gerekir. Aksi takdirde itiraz yapılmamış sayılır ve ödenen ücret Enstitüye gelir kaydedilir.

(5) Kurul, gerekli gördüğü takdirde itirazda ileri sürülen hususların bu konuda uzman bir veya birden fazla kamu kurum ve kuruluşu, üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından 14 üncü maddenin dördüncü fıkrası kapsamında yeniden incelenmesini talep edebilir. Bu durumda ilgili kurum ve kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ile itirazın incelenmesi için ilgili kurum ve kuruluşa gönderilme ücreti itiraz sahibi tarafından bu konudaki bildirim yapıldığı tarihten itibaren iki ay içinde Enstitüye ödenir. Aksi takdirde değerlendirme mevcut bilgi ve belgelere göre yapılır.

(6) Kurul, tarafların ibraz ettiği bilgi ve belgeler ile beşinci fıkra uyarınca uzman kuruluş tarafından yapılan incelemenin sonucunu birlikte değerlendirerek itiraz hakkında

Enstitünün nihai kararını verir. Kurul, uzman kuruluş tarafından yapılan incelemenin sonucu ile bağılı olmaksızın karar verir.

(7) Kurulun itirazlar ile ilgili olarak verdiği kararlar Enstitünün nihai kararları olup, bunlara karşı kararın bildirim tarihinden itibaren iki ay içinde Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinde dava açılabilir. Kurul kararlarının iptaline ilişkin mahkeme kararları, kesinleşmedikçe Enstitü tarafından yerine getirilmez.

(8) İkinci fıkra kapsamında yapılan itirazlarda aynı başvuruya ilişkin olarak aynı gerekçeyle yapılmış birden fazla itiraz var ise itirazı inceleyen uzman kamu kurum ve kuruluşu, üniversite veya tarafsız özel kuruluşa ödenecek inceleme ücreti, itiraz sahipleri tarafından birlikte ödenebilir.

(9) Kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının itirazlarında, itiraz inceleme ücreti ile itirazla ilgili olarak Enstitünün yapacağı hizmetler karşılığında ücret alınmaz.

Tescil ve yayımlama

MADDE 18- (1) Bu Kanun ve yönetmelik hükümlerine göre başvurusunu eksiksiz yapmış veya eksiklerini gidermiş ve Bültende yayım tarihinden itibaren altı ay içinde hakkında herhangi bir itiraz yapılmamış ya da itirazı 17 nci madde uyarınca reddedilmiş ve tescil belgesi düzenleme ücretinin ödendiğini gösterir belge Enstitüye teslim edilerek bütün safhaları tamamlanmış coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu tescil edilerek yönetmelikte belirlenen bilgileri içerecek şekilde Sicile kaydedilir. Başvuru sahibine verilmek üzere tescil belgesi düzenlenir.

(2) Başvuru tescil edilene kadar, bir işlemin yapılmadığı veya eksik yapıldığının tespit edilmesi halinde, yapılmayan işleme kadar geriye dönülerek işlem tamamlanır. Ancak yapılmayan veya eksik işlemde sonraki işlemler, halin icabına göre gerekiyorsa yinelenir. Başvuru işlemlerinin tamamlanmayan safhadan devam ettirilmesi, Enstitüye herhangi bir sorumluluk getirmez.

(3) İtirazın incelenmesi sonucunda başvurunun biçim veya kapsamında değişiklik yapılması halinde, sadece söz konusu değişiklik 16 ncı maddeye göre yayımlanır ve bu değişiklikler 17 nci madde uyarınca itiraza açılır. Değişikliğe Bültende yayım tarihinden itibaren altı ay içinde herhangi bir itiraz yapılmaması halinde, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adına ilişkin değişiklik Sicile kaydedilir.

(4) Sicil alenidir. Talep edilmesi ve ücretinin ödenmesi şartıyla Sicil örneği verilir. Henüz tescil edilmemiş bir başvurunun ilan edilen bilgileri, başvuru Bültende ilan edildikten sonra verilebilir.

(5) Başvurunun itiraz sonucunda tamamen reddedilmesi halinde, söz konusu ret kararı Bültende yayımlanır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Kullanımı ve Denetimi

Tescil edilen coğrafi işaretlerin kullanımı

MADDE 19- (1) Coğrafi işaretler, ancak bu Kanun şartlarını karşılayan ürünler üzerinde kullanılır.

(2) Menşe adları, Sicilde belirtilen coğrafi bölgede faaliyet gösteren üreticiler tarafından, Sicilde belirtilen ürünün üretimi, işlenmesi ve hazırlanması işlemlerinin tamamının yine Sicilde belirtilen coğrafi bölgede gerçekleştirilmesi şartıyla, Sicilde belirtilen ürünlerin üzerlerinde veya ambalajlarında, menşe adının Sicilde öngörülen kullanım biçimine uygun olarak, bu ürünlerin Sicilde gösterilen kalite ve diğer özellikleri taşıması şartıyla ticari olarak kullanılır. Mahreç işaretlerinin kullanımında ürünün üretimi, işlenmesi ve hazırlanması işlemlerinden en az birinin Sicilde belirtilen coğrafi bölge sınırları içinde gerçekleşmesi olması yeterli olup, ürünün Sicilde gösterilen kalite ve diğer özellikleri taşıması şartı aranır.

(3) Tescil edilmiş coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip kişiler, söz konusu coğrafi işareti ayrıntıları yönetmelikte belirtilen ve Enstitü tarafından oluşturulan amblem ile birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanabilirler. Coğrafi işaretlerin amblemsiz kullanımı da bu Kanun hükümlerine tabidir.

(4) Ürünün niteliği gereği, coğrafi işaretin ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda, amblem ve coğrafi işaret yönetmelikte belirtilen esaslar dahilinde coğrafi işareti kullanım hakkına sahip kişiler tarafından işletmede kolayca görülecek bir şekilde bulundurulur.

Tescil edilen geleneksel özellikli ürün adlarının kullanımı

MADDE 20- (1) Geleneksel özellikli ürün adları, Sicilde belirtilen ürünlerin üzerlerinde veya ambalajlarında, bu ürünlerin Sicilde gösterilen kalite ve diğer özellikleri taşıması şartıyla ticari olarak kullanılır.

(2) Tescil edilen geleneksel özellikli ürün adının kullanım hakkına sahip kişiler, söz konusu geleneksel özellikli ürün adını, ayrıntıları yönetmelikte belirtilen ve Enstitü tarafından oluşturulan amblem ile birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanır. Geleneksel özellikli ürün adının amblemsiz kullanımını bu Kanun hükümlerine tabi değildir.

(3) Amblem ve geleneksel özellikli ürün adı, ürünün niteliği gereği, geleneksel özellikli ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda, yönetmelikte belirtilen esaslar dahilinde ve tescilli adı kullanma yetkisine sahip kullanıcılar tarafından işletmede kolayca görülecek bir şekilde bulundurulur.

Ticari markalarla ilişki

MADDE 21- (1) Bu Kanun hükümlerine göre başvurusu yapılan bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı, 8 inci maddede belirtilen biçimlerde veya aynı ürünle ilgili olarak kullanılmak üzere marka olarak tescil edilmez. Bu fıkra hükmüne aykırı olarak tescil edilmiş markalar aleyhine, yetkili mahkemede hükümsüzlük talebiyle dava açılabilir.

(2) Bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı, 8 inci ve 9 uncu maddelerde belirtilen biçimlerde veya aynı ürünle ilgili olarak kullanılmak üzere marka olarak tescil edilmiş olsa dahi, eğer söz konusu marka, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusundan önce ve iyi niyetli olarak tescil edilmiş ya da marka tescili yabancı coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının kendi menşe ülkesinde korunmasından önce gerçekleşmiş ise yahut marka sahipliği iyi niyetli bir kullanıma dayanıyorsa, birinci fıkra hükmü uygulanmaz.

(3) Sahip olduğu itibar, ün ve kullanım süresi de göz önünde bulundurularak, ürünün gerçek kaynağı konusunda yanıltıcı olacak ürün adları ile tescil edilen aynı veya benzer bir markanın varlığına yahut coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusunun yayımından en az beş yıl önce piyasaya sunulmuş bir markanın varlığına zarar verici nitelikteki adların coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı olarak tesciline izin verilmez.

İyi niyetli kullanım ve iyi niyetli tescil

MADDE 22- (1) Bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusunun yayım tarihinden önce sürekli olarak en az on yıl süreyle marka olarak kullanılmış olan coğrafi işaretler ile geleneksel özellikli ürün adlarına 8 inci ve 9 uncu madde hükümleri uygulanmaz ve böyle bir kullanım iyi niyetli kullanım sayılır.

(2) Gerçek kişilerin adlarının veya tüzel kişilerin unvanlarının, söz konusu kişiler veya halefleri tarafından halkı yanıltıcı mahiyette olmayan kullanımları 8 inci ve 9 uncu maddelerde belirtilen hallerin ihlali sayılmaz ve böyle bir tescilin veya kullanımın iyi niyetle gerçekleştiğine hükmolunur.

(3) Ancak ikinci fıkrada belirtilen kullanımın halkı yanıltıcı mahiyette olduğu durumlarda, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu yapma hakkına ya da tescil edilmiş coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanım hakkına sahip kişilerin talebi üzerine Enstitü, söz konusu kullanımın tüketicinin yanıltılmasını önleyecek biçimde düzeltilmesini talep eder.

Kullanımın denetimi

MADDE 23- (1) Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adlarının denetimi; bu Kanun hükümleri uyarınca tescil edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının, ürünlerin üretimi, piyasaya arzı veya dağıtım aşamalarında veya ürün piyasada iken kullanımının ve tescile uygunluğunun denetlenmesine ilişkin her türlü faaliyeti kapsar.

(2) Başvuru sahibinin, 12 nci maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde belirtilen kişi, grup yahut birliklerden olması halinde, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimi, başvuru sahibinin önerdiği ve Enstitü tarafından yeterliliği onaylanan kamu kurum ve kuruluşu veya tarafsız bir özel kuruluş tarafından yerine getirilir.

(3) Başvuru sahibinin, 12 nci maddenin birinci fıkrasının (c) ve (ç) bentlerinde belirtilen dernek, kamu kurum ve kuruluşu veya kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşu olması halinde ise coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimi, ikinci fıkrada belirtilen hükümlere uygun olarak yapılabileceği gibi, Enstitü tarafından yeterliliği onaylanan kamu kurum ve kuruluşu veya tarafsız bir özel kuruluş ile işbirliği yapılmak suretiyle veya **bizzat başvuru sahibi tarafından** da yerine getirilebilir.

(4) Denetleme yapacak kurumun yeterliğine ilişkin olarak Enstitü tarafından yapılacak değerlendirmenin esasları yönetmelikte belirlenir.

(5) Denetime yetkili kuruluşlar, tescil edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının bu Kanun hükümlerine uygun olarak kullanılıp kullanılmadığını tespit etmek üzere;

- a) Ürünlerin üretildiği işyerlerinde,
- b) Depolama ve satış yerlerinde,

düzenli denetimin dışında ayrıca, şikayet üzerine veya gerektiğinde de denetimlerde bulunur. Denetimlerin olağan raporlama süresi içinde, tescilli her bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı piyasasında yer alan **işletme sayısının en az sekizde birini kapsamaması halinde denetimin etkin gerçekleştirilmediği kabul edilir.**

(6) Denetim sırasında yetkili kuruluş tescilli coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını kullananlardan, kullanımın 19 uncu ve 20 nci maddelere uygunluğunu gösteren her türlü bilgi ve belgeleri ister.

(7) Denetime yetkili kuruluş, üretim metodunu yerinde inceleyerek gerekli gördüğü hallerde üründen veya hammaddesinden numune alır, ürün tarifnamesine uygun olup olmadığının testini yapar veya yaptırır. Denetime yetkili kuruluşun bir kamu kurum veya kuruluşu olması halinde, bu giderler hakkında 21/7/1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümleri uygulanır. Denetim işlemlerinin yürütülmesine ilişkin masrafların ne şekilde karşılanacağı hususu başvuru anında ayrıca Enstitüye bildirilir.

(8) Denetime yetkili kuruluş, bu Kanunda gösterilen ad, işaret ve amblemlerin kullanımının tescile uygunluğunu kontrol eder ve gerekli önlemleri alır.

(9) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının tescil sahipleri, denetim sonuçlarına göre bu Kanun hükümleri uyarınca açılacak davaları açmakla ve hak sahiplerinin menfaatlerini gözetecek diğer tedbirleri almakla yükümlüdür.

(10) **Tescil sahipleri, denetim kapsamında yaptıkları faaliyetlere dair iki yılda bir hazırladıkları olağan raporları, takip eden üçüncü yılın en geç ikinci ayının sonuna kadar Enstitüye sunmak zorundadır.** Enstitü ayrıca üçüncü kişilerin şikayeti üzerine tescil sahibinden denetim raporu hazırlayarak Enstitüye göndermesini isteyebilir.

(11) Enstitü, kendisine ibraz edilen olağan raporları, rapor içeriği tespitlerin Sicildeki bilgilere uygunluğu ile raporun bu maddede ve yönetmelikte belirtilen diğer şartlara uygun olup olmadığı yönünden inceler.

(12) Rapor içeriğinde, 32 nci veya 33 üncü maddede sayılan hallerle ilgili olarak herhangi bir hak ihlalinin tespiti ve bu tespitle ilgili olarak dokuzuncu fıkrada belirtilen dava açma yükümlülüğünün tescil sahibi tarafından yerine getirilmemiş olması halinde Enstitü, fiilden ve failden haberdar olduğu tarihten itibaren iki yıl içinde şikayet yoluna başvurur.

(13) İnceleme sonucunda, denetim işlemlerinin tescil sahibi tarafından bu madde hükümlerine uygun olarak ve yönetmelik hükümleri doğrultusunda etkili bir şekilde yerine getirilmediği tespit edilirse, tescil sahibine denetime ilişkin eksiklikler bildirilir ve söz konusu eksikliklerin altı ay içerisinde giderilmesi istenir. Denetim faaliyetlerine ilişkin olarak şikayet

üzerine tespit edilen eksiklik ve hataların giderilmesi ise yönetmelikte öngörülen süre içerisinde gerçekleştirilir. Söz konusu eksikliklerin giderilmesi amacıyla tescil sahibi, denetim kuruluşunda gerekli gördüğü değişiklikleri Enstitünün onayını alarak yapabilir.

(14) Enstitü, kendisine gönderilen yeni denetleme raporunda da önceki değerlendirmede tespit ettiği eksikliğin giderilmediğini tespit ederse, tescil sahibine coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını **27 nci madde hükmüne göre devretmesini teklif eder. Devir gerçekleşmezse 31 inci madde hükmü uygulanır.**

(15) Denetim işlemlerinin yürütülmesine ilişkin diğer esaslar yönetmelikle belirlenir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Değişiklikler ve Düzeltmeler

Adres, isim, unvan veya nev'i değişiklikleri

MADDE 24- (1) Sicilde kayıtlı coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı tescil sahibinin isim, adres, unvan veya nev'inde meydana gelen değişiklikler, ücretinin ödenmesi şartıyla Sicile kaydedilir ve Bültende yayımlanır. Tescil sahibine ilişkin değişiklikler ile unvan, adres veya nev'i değişiklikleri Sicile kaydedilmediği sürece Enstitü tarafından yapılacak bildirimlerde mevcut Sicil kaydı dikkate alınır.

(2) Birinci fıkra hükmü, coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı başvurularına da uygulanır ve başvurunun yayımlanmasından sonra gerçekleşen değişiklikler Bültende yayımlanır.

(3) Başvuru veya tescil sahibinin bir kamu kurum veya kuruluşu olması ve birinci fıkarda belirtilen değişikliklerin kanuni zorunluluklardan kaynaklanması halinde, değişikliğin Sicile kayıt ya da yayımlanmasıyla ilgili işlemler ücrete tabi değildir.

(4) Değişikliğin aynı kişi veya gruba ait birden fazla başvuru veya tescil ile ilgili olduğu durumlarda, talep edilen değişikliğin her bir başvuru ve tescil için aynı olması ve ilgili tüm başvuru ve tescil numaralarının talepte beyan edilmesi şartıyla tek bir talep yapılması yeterlidir. Ancak değişiklik talep edilen her başvuru veya tescil için ayrı ücret ödenir.

(5) Değişiklik talebinde yer alan herhangi bir beyanın doğruluğundan haklı nedenlerle şüpheye düşülmesi halinde Enstitü delil sunulmasını isteyebilir.

Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adına ilişkin değişiklikler

MADDE 25- (1) Başvurusu yapılan veya tescil edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adına ilişkin ürün tarifnamesinde bilimsel ve teknolojik gelişmeye bağlı olarak

ortaya çıkan ya da coğrafi alanın yeniden belirlenmesi sonucunu doğuracak değişiklikler olması veya ürün adının menşe adı, mahreç işareti veya geleneksel özellikli ürün adı olarak yeniden tanımlanmasına gerek duyulması yahut denetim kuruluşunda değişiklik yapılması halinde, bu değişikliklerin Sicile kaydı, başvuru ya da tescil sahibi veya ürün tarifnamesinde yer alan özelliklerden herhangi birinin değiştirilmesinde menfaati bulunanlar ya da 12 nci maddede belirtilen diğer gerçek ve tüzel kişiler ile gruplar tarafından talep edilebilir.

(2) Birinci fıkraya göre yapılan değişiklik taleplerinde Enstitüye ayrıntılı gerekçe sunulması ve ücretinin ödenmesi şarttır.

(3) Değişiklik talebi, 14 üncü maddeye uygunluk açısından yeniden değerlendirilir ve yayımlanması zorunlu bulunan hususlarda değişiklik meydana gelirse Bültende ilan edilir. Söz konusu değişikliğe, Bültende ilanını müteakip altı ay içinde itiraz edilmesi halinde, bu itiraz 17 nci madde kapsamında incelenerek karara bağlanır. İnceleme sonucu oluşan karar 18 inci madde hükümlerine göre Sicile kaydedilir ve Enstitünün resmi internet sitesinde yayımlanır. Söz konusu değişikliğe itiraz edilmemesi halinde ise değişiklik altı aylık itiraz süresinin bitiminde kesinleşerek Sicile kaydedilir.

(4) Ürün tarifnamesinde meydana gelen ve kesinleşerek Sicile kaydedilen değişikliklerin, Enstitünün resmi internet sitesinde yayımı tarihinden itibaren altı ay içinde üreticiler tarafından uygulanması zorunludur.

Hataların düzeltilmesi

MADDE 26- (1) Başvuru sahibi veya tescil sahibi veya vekilleri tarafından yapılan Sicilde, belgelerde, yazışmalarda veya Bültende yer alan maddi hataların düzeltilmesine ilişkin talep, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kendisini ve tarifnameyle belirlenmiş olan özelliklerini değişikliğe uğratmaması şartıyla, ilgili başvuru veya tescil numarasının, düzeltilecek hatanın ve yapılacak düzeltmenin belirtilmesi ve ücretinin ödenmesi halinde yerine getirilir.

(2) Düzeltilmenin aynı sahibe ait birden fazla başvuru veya tescil ile ilgili olduğu durumlarda, hatanın ve talep edilen düzeltmenin her bir başvuru ve tescil için aynı olması ve ilgili tüm başvuru ve tescil numaralarının talepte beyan edilmesi şartıyla tek bir talep yapılması yeterlidir. Ancak düzeltme talep edilen her başvuru veya tescil için ayrı ücret ödenir.

(3) İddia edilen hatanın gerçekten var olup olmadığı konusunda haklı nedenlerle şüpheye düşülmesi halinde Enstitü delil sunulmasını isteyebilir.

(4) Enstitü, birinci fıkrada belirtilen hususlar ile ilgili olarak kendi yaptığı hataları resen veya talep üzerine ücret almadan düzeltir.

(5) Başvurunun veya tescilin yayımlanmasından sonra yapılan düzeltmeler de Bültende ayrıca yayımlanır.

Coğrafi işaretin ve geleneksel özellikli ürün adının devri

MADDE 27- (1) Tescil sahibinin talebi veya 12 nci ya da 23 üncü maddelerde belirtilen şartların yerine getirilememesi durumlarında ilgili üçüncü kişilerin talebi üzerine, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının devri mümkündür. Devrin gerçekleşebilmesi için devralanın 12 nci madde kapsamında bulunması gerekir.

(2) Bir işletmenin aktif ve pasifleriyle birlikte devri, devrin kanuni nedenlerle gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmaksızın, ancak devralanın 12 nci madde kapsamında bulunması halinde ve sözleşmede aksine bir hüküm yoksa, işletmeye ait coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkının devrini de kapsar. Devralan bu şartları taşıyorsa tescilli coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkında 31 inci madde hükmü uygulanır.

(3) Bir işletmenin aktif ve pasifleriyle birlikte devrine mahkemece karar verilmiş olması halleri hariç, devir sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması zorunludur. Denetime ilişkin hususlar devir sözleşmesinde ayrıca belirtilir.

(4) Devir talebi, taraflardan birinin veya vekilinin, devre konu coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının başvuru veya tescil numarası ile yapılacak değişikliği belirtir imzalı talebi, devrin üçüncü fıkra hükmü uyarınca sözleşmeyle yapıldığı hallerde, devir sözleşmesinin ya da bu sözleşmenin devri gösteren kısmının aslına uygunluğu noter tarafından tasdikli örneğinin ibrazı ve ücretinin ödenmesi suretiyle Enstitüye yapılır ve kabulü halinde Bültende yayımlanır. Devralanın 12 nci madde çerçevesinde başvuru hakkına sahipliği veya 23 üncü madde uyarınca denetimin yeterliğine ilişkin olarak, ilan tarihinden itibaren altı aylık süre içinde ilgili üçüncü kişiler tarafından Enstitüye itiraz edilebilir.

(5) Devir, Sicile kayıt edilmediği sürece, bu Kanundan doğan haklar devralan tarafından üçüncü kişilere karşı ileri sürülemez.

(6) Devrin Sicile kaydı talebiyle ilgili olarak herhangi bir belgenin doğruluğundan haklı nedenlerle şüpheye düşülmesi halinde Enstitü delil sunulmasını isteyebilir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adının Hükümsüzlüğü ve Hak Sahipliğinden Vazgeçme

Hükümsüzlük nedenleri

MADDE 28- (1) Yetkili mahkeme;

a) Tescilin 2 nci, 3 üncü, 6 ncı ve 13 üncü maddelerde belirtilen tanım, kapsam ve şartlardan birine sahip olmaması,

b) Tescilin 12 nci maddeye göre gerçekte başvuru hakkına sahip olmayanlar adına yapılması,

c) 23 üncü maddede belirtilen denetim işlemlerinin etkili biçimde yerine getirilmemesi,

durumlarında tescilli coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüz sayılmasına karar verir.

Hükümsüzlük talebi

MADDE 29- (1) Coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlüğü;

a) 28 inci maddenin birinci fıkrasının (a) ve (c) bentlerinde belirtilen nedenlerle herkes tarafından,

b) 28 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen nedenle, sadece 12 nci madde hükmü uyarınca başvuru hakkına sahip olanlar tarafından, mahkemeden istenilebilir.

(2) Coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlüğüne ilişkin dava, Sicilde coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi olarak kayıtlı kişiye karşı açılır. Bu davalarda Enstitü taraf gösterilmez.

(3) Coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlüğüne ilişkin davanın 28 inci maddenin birinci fıkrasının (a) ve (c) bentlerinde belirtilen nedenlerle açılması; coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının Bültende yayımlandığı tarihten itibaren beş yıllık hak düşürücü süreye tabidir. Ancak 28 inci maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen halde herhangi bir süreye tabi değildir.

Hükümsüzlüğün etkisi

MADDE 30- (1) Mahkeme tarafından coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlüğüne karar verilmesi halinde, tescil edilen coğrafi işarete ve geleneksel özellikli ürün adına bu Kanunla sağlanan koruma hiç doğmamış sayılır.

(2) Coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibinin kötü niyetli hareket etmesinden zarar görenlerin tazminat talepleri saklı kalmak üzere, coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlüğü;

a) Tescilin hükümsüzlüğüne karar verilmeden önce tescilin sağladığı haklara tecavüz sebebiyle verilen kesinleşmiş ve uygulanmış kararları,

b) Tescilin hükümsüzlüğüne karar verilmeden önce yapılmış ve uygulanmış sözleşmeleri,

geriye dönük olarak etkilemez. Ancak sözleşme uyarınca ödenmiş bedelin hakkaniyet gereğince kısmen veya tamamen iadesi talep edilebilir.

(3) Kesinleşmiş mahkeme kararı ile hükümsüz kılınan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescili, kararın ibrazından sonra Enstitü tarafından Sicilden terkin edilir.

Tescilin sağladığı hak ve sorumluluktan vazgeçme

MADDE 31- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil sahibi, tescilin sağladığı haklarından ve kullanımın denetimiyle ilgili sorumluluklarından vazgeçebilir. Vazgeçme talebi Bültende ilanı takip eden altıncı ayın sonundan itibaren geçerlidir.

(2) Bültendeki ilanı takip eden altı aylık süre içinde 12 nci maddede belirtilen şartları taşıyanlar tarafından devir talebinde bulunulması halinde, bu talep 27 nci madde hükümleri çerçevesinde incelenir.

(3) Altı aylık süre içinde herhangi bir devir talebinde bulunulmaması halinde, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescili Enstitü tarafından Sicilden terkin edilir. Vazgeçme, Sicile kayıt tarihi itibarıyla hüküm doğurur.

(4) Haklı nedenlerin bulunması durumu hariç, tescilin sağladığı haklarından vazgeçen, diğer hak sahiplerinin, vazgeçmeden kaynaklanan zararlarından sorumludur.

(5) Birinci fıkrada belirtilen talebin vekil tarafından yapılabilmesi için vekaletnamenin, söz konusu yetkileri kapsar şekilde noter tasdikli olması zorunludur.

ÜÇÜNCÜ KISIM

Coğrafi İşaretin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adının Sağladığı Haklara Tecavüz, Tecavüz Halinde İleri Sürülebilecek Talepler ve Açılacak Davalar

BİRİNCİ BÖLÜM

Coğrafi İşaretin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adının Sağladığı Haklara Tecavüz

Coğrafi İşaretin sağladığı haklara tecavüz sayılan fiiller

MADDE 32- (1) Tescil edilmiş coğrafi işaretin, kullanım hakkına sahip olmayan kişiler tarafından aşağıda belirtilen biçimdeki kullanımları, coğrafi işaretin sağladığı haklara tecavüz sayılır:

a) Coğrafi işaret ile garanti edilen ürün özelliklerini taşımadığı halde tescilli ürün adının aynı olan bir adın veya tescilli ürün adı için 19 uncu madde uyarınca kullanılması öngörülen amblem ile aynı olan bir amblemin kullanılması suretiyle, ürünün ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımını veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünlerle ilgili olarak, tescilli ürün adına tahsis edilen amblemin ticari amaçlı kullanımı.

b) Ürünün gerçek menşeyini veya niteliğini belirten açıklamalar içermesine veya “stilinde”, “tarzında”, “tipinde”, “türünde”, “yöntemiyle”, “orada üretildiği biçimde” ve benzeri açıklama veya terimler içermesine rağmen, coğrafi işaretin kötü amaçlı kullanımı ile taklidinin, çağrışım yapacak şekilde benzerinin veya tercümesinin kullanımı.

c) Tescilli ürün adını üzerinde taşıyan ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede, ürünün tescil edilmiş doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşeyine ilişkin olarak yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama ya da belirtiyeye yer verilmesi.

ç) 47 nci maddenin birinci fıkrası uyarınca mahkemece talep edilen bilgiyi vermekten kaçınılması.

(2) Bu Kanun hükümleri uyarınca, haklara tecavüz edildiğinin coğrafi işareti kullanma hakkına sahip olanlar tarafından tespit edilmesi halinde, tecavüz bu kişiler tarafından tescil sahibine noter vasıtasıyla bildirilerek gereken davanın açılması talep edilebilir. Ancak tescil sahibinin talebi kabul etmemesi veya bildirim aldığı tarihten itibaren üç ay içinde gerekli davayı açmaması halinde, kullanma hakkına sahip kişi veya kişiler yapılan bildirim de ekleyerek dava açabilir. Açılan dava tescil sahibine ihbar olunur.

(3) Kullanma hakkına sahip kişi veya kişiler ciddi bir zarar tehlikesi karşısında ikinci fıkrada belirtilen sürenin bitiminden önce ihtiyati tedbire karar verilmesini mahkemeden talep edebilir. İhtiyati tedbire karar verilmesi durumunda, ikinci fıkrada belirtilen sürenin dolmasının beklenmesine gerek yoktur.

(4) İhlale konu ürün adının tescilli olduğuna ilişkin kaydın ürün, ambalaj veya fatura üzerine konulmamış olması, eylemi tecavüz olmaktan çıkarmaz. Ancak tescille ilgili kayıt ve işaretler kusurun değerlendirilmesi sırasında dikkate alınır.

(5) Coğrafi işaret tescil başvurusu 16 ncı maddeye göre yayımlandığı takdirde, başvuru sahibi, coğrafi işarete yönelik bu maddede sayılan ihlallerden dolayı hukuk ve ceza davası açmaya yetkilidir.

(6) İhlal eden, başvurudan veya kapsamından haberdar edilmiş ise, başvurunun yayımlanmış olmasına bakılmaz. İhlal edenin kötüniyetli olduğuna mahkeme tarafından hükümlenirse, yayımdan önce de ihlalin varlığı kabul edilir.

Geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz sayılan fiiller

MADDE 33- (1) Tescil edilmiş geleneksel özellikli ürün adının, kullanım hakkına sahip olmayan kişiler tarafından aşağıda belirtilen biçimdeki kullanımları, geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz sayılır:

a) Geleneksel özellikli ürün adı ile garanti edilen ürün özelliklerini taşımadığı halde, 20 nci madde uyarınca kullanılması öngörülen amblem ile aynı olan bir amblemin, tescilli ürün adı ile birlikte kullanılması suretiyle, ürünün ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak haksız kullanımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünlerle ilgili olarak tescilli ürün adına tahsis edilen amblemin ticari amaçlı kullanımı.

b) Tescilli ürün adına ait amblemin üzerindeki şekil, yazı ve ibarelerin değiştirilmesi suretiyle amblemin tüketiciyi yanıltıcı biçimde kullanımı.

c) 47 nci maddenin birinci fıkrası uyarınca mahkemece talep edilen bilgiyi vermekten kaçınılması.

(2) Haklara tecavüz edildiğinin bu Kanun hükümleri uyarınca geleneksel özellikli ürün adını kullanma hakkına sahip olanlarca tespiti halinde, tecavüz bu kişilerce tescil sahibine noter vasıtasıyla bildirilerek gereken davanın açılması talep edilebilir. Ancak tescil sahibinin talebi kabul etmemesi veya bildirim aldığı tarihten itibaren üç ay içinde gerekli davayı açmaması halinde, kullanma hakkına sahip kişi veya kişiler yapılan bildirim de ekleyerek dava açabilir. Açılan dava tescil sahibine ihbar olunur.

(3) Kullanma hakkına sahip kişi veya kişiler ciddi bir zarar tehlikesi karşısında ikinci fıkrada belirtilen sürenin bitiminden önce ihtiyati tedbire karar verilmesini mahkemeden talep edebilir. İhtiyati tedbire karar verilmesi durumunda, ikinci fıkrada belirtilen sürenin dolmasının beklenmesine gerek yoktur.

(4) İhlale konu ürün adının tescilli olduğuna ilişkin kaydın ürün, ambalaj veya fatura üzerine konulmamış olması, eylemi tecavüz olmaktan çıkarmaz. Ancak tescille ilgili kayıt ve işaretler kusurun değerlendirilmesi sırasında dikkate alınır.

(5) Geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusu 16 ncı maddeye göre yayımlandığı takdirde, başvuru sahibi, geleneksel özellikli ürün adına yönelik bu maddede sayılan ihlallerden dolayı hukuk ve ceza davası açmaya yetkilidir.

(6) İhlal eden, başvurudan veya kapsamından haberdar edilmiş ise, başvurunun yayımlanmış olmasına bakılmaz. İhlal edenin kötüniyetli olduğuna mahkeme tarafından hükümlenirse, yayımdan önce de ihlalin varlığı kabul edilir.

İKİNCİ BÖLÜM

Haklara Tecavüz Halinde İleri Sürülebilecek Talepler ve Açılacak Davalar

Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibinin talepleri

MADDE 34- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı hakları tecavüze uğrayan hak sahibi kişiler, mahkemeden aşağıdaki taleplerde bulunabilir:

a) Fiilin tecavüz olup olmadığının tespiti.

b) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz fiillerinin önlenmesi.

c) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüzün kaldırılması, bu kapsamda; tecavüz sayılan fiillere konu olan ürünler ile münhasıran bunların üretiminde kullanılan cihaz, makine gibi araçlara el konulması ve tecavüzün devamını önlemek üzere tedbirlerin alınması, masraflar tecavüz edene ait olmak üzere, tecavüzün önlenmesi için kaçınılmazsa el konulan ürünlerin imhası.

ç) Kusur varsa maddi ve manevi zararın tazmini.

d) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz eden kişi aleyhine verilen mahkeme kararının, masrafları tecavüz eden tarafından karşılanarak ilgililere tebliğ edilmesi ve kamuya ilan yoluyla duyurulması.

Tazminat

MADDE 35- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin izni olmaksızın, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını taklit ederek ürünü üreten, satan, dağıtan veya başka bir şekilde ticaret alanına çıkararak ya da bu amaçlar için gümrük

bölgesine yerleştiren, gümrükçe onaylanmış bir işlem veya kullanıma tabi tutan ya da ticari amaçla elde bulunduran kişi, kusurluysa neden olduğu zararı tazmin etmekle yükümlü olur.

(2) Taklit edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını herhangi bir şekilde kullanan kişinin, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının varlığından ve tecavülden kendisini haberdar ederek tecavüzün durdurulmasını talep etmesi durumunda tecavüzü durdurmaması veya kullanmasının kusurlu bir davranış teşkil etmesi halinde, bu kişi neden olduğu zararı tazmin etmekle yükümlü olur.

Zararı kanıtlayan belgeler

MADDE 36- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi, hakkın ihlali iddiasına dayalı tazminat davası açmadan önce delillerin tespiti çerçevesinde ya da açılmış olan tazminat davasında uğramış olduğu zarar miktarının belirlenebilmesi için, ticari sır niteliğindeki bilgi ve belgeler saklı kalmak kaydıyla, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanılması ile ilgili belgelerin, tazminat yükümlüsü tarafından mahkemeye sunulması konusunda karar verilmesini mahkemeden talep edebilir.

(2) 18/6/1927 tarihli ve 1086 sayılı Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun, yargılamayı gerektiren davalarda hazırlık işlemlerine ilişkin hükümleriyle, senetlerin ibrazı zorunluluğuna dair olan hükümleri birinci fıkradaki talepler hakkında da uygulanır.

Yoksun kalınan kazanç

MADDE 37- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin uğradığı zarar, sadece fiili kaybın değerini değil, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz dolayısıyla yoksun kalınan kazancı da kapsar.

(2) Yoksun kalınan kazanç, zarar gören coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin seçimine bağlı olarak, aşağıdaki değerlendirme usûllerinden biri ile hesaplanır:

a) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz edenin rekabeti olmasaydı, hak sahibinin coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanması ile elde edebileceği muhtemel gelire göre.

b) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz edenin, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını kullanmakla elde ettiği kazançta göre.

(3) Yoksun kalınan kazancın hesaplanmasında, özellikle coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının ekonomik önemi göz önünde tutulur.

Ürünün itibarı

MADDE 38- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz eden tarafından, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanıldığı ürünlerin kötü şekilde üretimi veya uygun olmayan bir tarzda piyasaya sürülmesi sonucunda tescile konu ürünün itibarı zarara uğrarsa, hak sahibi, bu nedenle ayrıca tazminat isteyebilir.

Dava açılmayacak kişiler

MADDE 39- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi, tecavüz eden tarafından piyasaya sürülmüş ürünleri kişisel ihtiyacı ölçüsünde elinde bulunduran veya kullanan kişilere karşı, bu Bölümde yer alan davaları açamaz.

(2) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi, sebep olduğu zarardan dolayı kendisine tazminat ödemiş kişi tarafından, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin el koymaması nedeniyle piyasaya sürülmüş ürünleri ticari amaçla kullanan kişilere karşı, bu Bölümde yer alan davaları açamaz.

Zamanaşımı

MADDE 40- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüzden doğan özel hukuka ilişkin davalarda zamanaşımı süresi için 22/4/1926 tarihli ve 818 sayılı Borçlar Kanununun 60 ıncı maddesi hükmü uygulanır.

Haklara tecavüzün mevcut olmadığı hakkında dava ve şartları

MADDE 41- (1) İlgili üçüncü kişiler, dava açarak fiillerinin coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz teşkil etmediğine karar verilmesini talep edebilir.

(2) Birinci fıkrada belirtilen davanın açılmasından önce, kendisinin Türkiye'deki üretim veya ticari faaliyeti veya bu amaçla yapmış olduğu fiili girişimlerinin coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusu veya tescilin sağladığı haklara tecavüz teşkil edip etmediği hakkında, başvuru veya tescil sahibinden görüş bildirmesini noter aracılığı ile talep edebilir.

(3) Bu talebin tebliğinden itibaren bir ay içinde cevap verilmemesi veya verilen cevabın ilgili üçüncü kişi tarafından kabul edilmemesi halinde, ilgili üçüncü kişi birinci fıkraya göre dava açabilir.

(4) Birinci fıkrada belirtilen dava, tescil başvurusu veya tescilin sağladığı haklara tecavüzden dolayı kendisine karşı dava açılmış bir kişi tarafından açılmaz.

(5) Dava, Sicile kayıtlı tüm hak sahiplerine tebliğ edilir.

(6) Bu maddede belirtilen dava, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinin hükümsüzlüğü davasıyla birlikte de açılabilir.

Delillerin tespiti ve muhafazası talebi

MADDE 42- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı hakları ileri sürmeye yetkili olan kişi, iddialarını desteklemeye yeterli ve sunulmasının beklenmesi makul olan delilleri sunmak suretiyle, bu haklara tecavüz sayılabilecek olaylara ilişkin delillerin tespitini ve muhafazasını mahkemeden talep edebilir.

(2) Birinci fıkra gereğince delillerin tespitine ve muhafazasına yönelik tedbirler; coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz sayılan fiillere konu olan ürünler ile bunların üretiminde ve dağıtımında kullanılan malzemelerin, araçların ve bunlara ilişkin belgelerin, örnek alınarak veya alınmaksızın tespitinin yapılması veya bunlara el konulması şeklinde olabilir. Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun delillerin tespitine ilişkin hükümleri, bu maddede öngörülen delillerin muhafazasına yönelik tedbirler için de uygulanır.

(3) Esas hakkında dava açılmadan önce delillerin muhafazasına yönelik herhangi bir tedbire karar verilmişse söz konusu tedbir uygulanmış olsun veya olmasın kararın verildiği tarihten itibaren on iş günü içinde esas hakkında dava açılması gereklidir. Bu süre içinde esas hakkında dava açıldığını gösteren belge, tedbir kararını uygulayan memura ibrazla dosyasına koydurularak ve kayıt ettirilerek karşılığında ilmühaber alınması zorunludur. Aksi takdirde delillerin muhafazasına dair tedbir kendiliğinden kalkar ve gerekiyorsa uygulanan tedbirin fiilen kaldırılması, tedbiri uygulayan daire veya memurdan talep olunur.

(4) Mahkeme tarafından delillerin tespitine ve muhafazasına ilişkin karar kaldırıldığında, bu karar talep sahibinin herhangi bir eylemi veya ihmali nedeniyle ortadan kalktığında ya da dava sonunda tecavüz tehdidi veya tecavüz olmadığına karar verildiğinde, delillerin tespiti ve muhafazası nedeniyle davalının uğraması muhtemel zararının tazmin edilebilmesi amacıyla mahkeme, talep sahibi tarafından teminat yatırılmasına karar verebilir.

(5) Birinci ve ikinci fıkralar uyarınca delillerin tespitine ve muhafazasına yönelik tedbirler uygulanırken, davalı tarafın veya üçüncü kişinin ticari sır niteliğindeki ya da hukuken korunan diğer gizli bilgilerinin korunması için mahkemece gerekli tedbirler alınır.

İhtiyati tedbir talebi

MADDE 43- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı hakları ileri sürmeye yetkili kişiler, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz edecek şekilde coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanılmakta olduğunu veya kullanılması için ciddi ve etkin çalışmalar yapıldığını yeterli kesinlikte gösteren, kendilerinden makul olarak temini beklenebilecek nitelikteki delilleri sunmaları şartıyla, dava sonucunda verilecek hükmün etkinliğini temin etmek üzere, ihtiyati tedbire karar verilmesini talep edebilir.

(2) İhtiyati tedbir talebi, dava açılmadan önce veya dava ile birlikte veya daha sonra yapılabilir. İhtiyati tedbir talebi, davadan ayrı olarak incelenir.

İhtiyati tedbirin niteliği

MADDE 44- (1) İhtiyati tedbir verilecek hükmün etkinliğini tamamen sağlayacak nitelikte olmalı ve özellikle aşağıda belirtilen tedbirleri kapsamalıdır:

a) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz teşkil edecek şekilde coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanılması için yapılan ciddi ve etkin çalışmaların durdurulmasını.

b) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara karşı mevcut veya muhtemel tecavüz fiillerinin durdurulmasını.

c) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz edilerek üretilen, pazarlanan, gümrük bölgesine giren, gümrükçe onaylanmış bir işlem ya da kullanıma tabi tutulan ürünlere veya münhasıran bunların üretiminde kullanılan araçlara Türkiye sınırları içinde veya gümrük ve serbest bölge gibi yerler dahil buldukları her yerde el konulmasını ve bunların muhafazasını.

ç) Herhangi bir zararın doğması ihtimaline karşılık, somut olayın şartlarına göre taraflardan birinden teminat istenmesini.

d) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz olduğuna karar verilmesi halinde hak sahibinin zararının tazminini güvence altına almak amacıyla, davalının taşınır mallarına el konulmasını, taşınmaz mallarının tapu kayıtlarına şerh düşülmesini, banka hesaplarının bloke edilmesini.

(2) Ticari boyutta gerçekleştirilen tecavüz hallerinde, bu tedbirlere karar verebilmek için mahkeme gerektiğinde, davalının banka hesaplarının, muhasebe kayıtlarının, ticari dokümanların ve ilgili diğer bilgi ve belgelerin sunulmasını isteyebilir.

Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu hükümlerinin uygulanması

MADDE 45- (1) Tespit talepleri ve ihtiyati tedbirler ile ilgili olarak bu Kanunda hüküm bulunmayan hususlarda Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu hükümleri uygulanır.

Gümrüklerde el koyma

MADDE 46- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz oluşturan ürünlerin ve münhasıran bunların üretiminde kullanılan araçların gümrükçe onaylanmış bir işlem ya da kullanıma tabi tutulması halinde 27/10/1999 tarihli ve 4458 sayılı Gümrük Kanununun 57 nci maddesi hükümleri uygulanır.

Bilgi edinme

MADDE 47- (1) Hak sahibinin, haklı ve makul talebi üzerine mahkeme;

a) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz eden kişilerin,

b) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz teşkil eden ürünleri ticari amaçla elinde bulunduran kişilerin,

c) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz teşkil eden fiilleri gerçekleştirmek suretiyle ticari amaçlı bir hizmet sunan kişilerin,

ç) (b) veya (c) bentlerinde belirtilen kişiler tarafından, ürünlerin üretimi veya dağıtımına katıldıkları ifade edilen kişilerin,

coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz teşkil eden ürünlerin kaynağı, dağıtım ağları, ürünleri tedarik edenlerin, üreticilerin, dağıtıcıların, toptan veya perakende satıcıların isim ve adresleri, üretilen, dağıtılan, alınan veya sipariş edilen miktarlar, bunların fiyatları veya benzeri konularda bilgi vermelerine karar verir.

(2) Birinci fıkrada sayılan kişiler, kendilerinin ya da üçüncü derece dahil kan veya ikinci derece dahil kayın hısımlarının coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz ettiğini itiraf etmeye yönelik bilgi vermeye zorlanamaz.

(3) Birinci ve ikinci fıkra hükümleri tanıklıktan çekinme ve susma hakkının esaslarına aykırı olarak yorumlanamaz. Birinci ve ikinci fıkra hükümleri uyarınca elde edilen bilgiler, tek başına kamu davasının dayanağını oluşturmaz.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Mahkemeler ve Cezai Hükümler

Görevli ve yetkili mahkeme

MADDE 48- (1) Bu Kanunda belirtilen hukuk davalarında fikri ve sınai haklar hukuk mahkemeleri; ceza davalarında ise soruşturma evresinde sulh ceza mahkemeleri, kovuşturma evresinde de fikri ve sınai haklar ceza mahkemeleri görevlidir.

(2) Fikri ve sınai haklar hukuk ve ceza mahkemelerinin bulunmadığı yerlerde asliye hukuk ve asliye ceza mahkemelerinden hangilerinin ihtisas mahkemesi olarak görevlendirileceğini ve bu mahkemeler ile fikri ve sınai haklar hukuk ve ceza mahkemelerinin yargı çevresini, Adalet Bakanlığının teklifi üzerine Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu belirler.

(3) Sulh ceza mahkemelerince verilen kararlara karşı itiraz, fikri ve sınai haklar ceza mahkemelerine, bu mahkemelerin bulunmadığı yerlerde ise Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca ikinci fıkra gereğince görevlendirilen asliye ceza mahkemesine yapılır.

(4) Enstitünün bu Kanun hükümlerine göre aldığı bütün kararlara karşı açılacak davalarda ve Enstitünün kararlarından zarar gören üçüncü kişilerin Enstitü aleyhine açacakları davalarda görevli ve yetkili mahkeme, Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesidir.

(5) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu veya tescil sahibi tarafından üçüncü kişiler aleyhine açılacak hukuk davalarında yetkili mahkeme, davacının ya da davalının yerleşim yeri veya tecavüz fiilinin gerçekleştiği ya da tecavüz fiilinin etkilerinin görüldüğü yer mahkemesidir.

(6) Davacının Türkiye’de yerleşim yerinin olmaması halinde yetkili mahkeme, Marka Vekilleri Siciline kayıtlı vekilinin işyerinin bulunduğu yer mahkemesi, eğer vekillik kaydı silinmişse Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesidir.

(7) Üçüncü kişiler veya coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adını kullanım hakkına sahip kişiler tarafından, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkına sahip başka kişiler aleyhine açılacak davalarda yetkili mahkeme, davalının yerleşim yerinin bulunduğu yer mahkemesidir. Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibinin Türkiye’de yerleşim yerinin olmaması halinde, altıncı fıkra hükmü uygulanır.

(8) Birden fazla mahkemenin yetkili olduğu durumda yetkili mahkeme, ilk davanın açıldığı yer mahkemesidir.

Cezai hükümler

MADDE 49- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz ederek mal üreten kişi **iki yıldan üç yıla kadar hapis ve binbeşyüz günden üçbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.**

(2) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz suretiyle üretilen malı satan, satışa sunan, gümrük bölgesine yerleştiren, gümrükçe onaylanmış bir işlem ya da kullanıma tabi tutan veya her ne şekilde olursa olsun ticari amaçla elinde bulunduran kişi, **altı aydan iki yıla kadar hapis veya ikiyüzelli günden ikibin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.** Ancak, bu fıkrada belirtilen eylemleri işleyen kişi kovuşturma başlamadan önce bu malı nereden temin ettiğini bildirerek, üretenerin ortaya çıkarılmasını ve üretilmiş mallara el konulmasını sağlarsa hakkında cezaya hükmolunmaz.

(3) Bir eşya veya ambalajı üzerine konulmuş yahut işletmede görülebilecek şekilde bulundurulmuş coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı koruması olduğunu belirten amblemi, yetkisi olmadan kaldıran kişi, iki aydan bir yıla kadar hapis veya sekizyüz günden binbeşyüz güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

(4) Tescilli bir ürün adı olmadığı halde, tescilli bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi olduğu anlamına gelecek yazı, işaret veya ifadeleri kullanan kişi, bir yıldan iki yıla kadar hapis ve binbeşyüz günden üçbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

(5) Yukarıdaki fıkralarda sayılan suçların bir tüzel kişinin faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde, bunlara özgü güvenlik tedbirlerine hükmolunur.

(6) Yukarıdaki fıkralarda sayılan suçların soruşturulması ve kovuşturulması şikayete bağlıdır. Hükmün kesinleşmesinden sonra şikayetten vazgeçilmesi durumunda ceza infaz edilmez. Şikayetten vazgeçme nedeniyle davanın düşmesi halinde şikayetçi yargılama giderlerinden sorumlu olur.

(7) Şikayetçi, temin edilebilir olması halinde orijinal ürünü, aksi takdirde ayırt edilebilir nitelikte görüntüsünü veya fotoğrafını şikayet anında ibraz eder. Hakim veya gecikmesinde sakınca bulunan hallerde Cumhuriyet savcısı, arama sırasında bulunmak üzere bilirkişi görevlendirebilir ve bu durumda bilirkişi raporuna dayanak olmak üzere, olayın niteliğine göre görüntü veya fotoğraf çekimi yapılır.

(8) Birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda belirtilen suçlarla ilgili olarak coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi, dördüncü fıkrada belirtilen suçlarla ilgili olarak ise Enstitü, 18/5/2004 tarihli ve 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanununa veya 7/6/2005 tarih ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek

Kuruluşları Kanununa tabi kuruluşlar, ana işğal konusu taklitle mücadele olan dernekler ve tüketici dernekleri şikayet hakkına sahiptir.

Hükmün ilanı

MADDE 50- (1) Dava sonucunda haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması halinde, masrafları karşı tarafa ait olmak üzere, kesinleşmiş kararın günlük gazete veya benzeri vasıtalarla tamamen veya özet olarak ilan edilmesini talep etmek hakkına sahiptir.

(2) İlanın şekli ve kapsamı kararda tespit edilir. İlan talebi, kararın kesinleşmesinden sonra üç ay içinde yapılabilir. Bu süreden sonra yapılan talep yapılmamış sayılır.

DÖRDÜNCÜ KISIM

Çeşitli ve Son Hükümler

Enstitü nezdinde işlem yapma yetkisi olan kişiler

MADDE 51- (1) Aşağıdaki kişiler bu Kanun ile ilgili konularda Enstitü nezdinde işlem yapabilirler:

a) Gerçek kişiler.

b) Temsil hak ve yetkisine sahip bulunan gerçek kişiler tarafından temsil olunan tüzel kişiler.

c) Vekiller.

(2) Yerleşim yeri yurt dışında bulunan kişiler, vekil vasıtasıyla temsil edilir ve tescil talebinin imzalanması dahil tüm işlemleri vekil vasıtasıyla yapılır.

(3) Vekil tayin edilmesi halinde, vekile yapılan bildirim asile yapılmış sayılır.

(4) Enstitü nezdinde vekillik yapma yetkisi olmayan kişilerin bu Kanun ile ilgili konularda işlem yapması halinde, başvuru veya tescil sahibinin Türkiye’de yerleşim yeri varsa bildirimler doğrudan başvuru veya tescil sahibine yapılır. Başvuru veya tescil sahibinin Türkiye’de yerleşim yeri yoksa, itiraza ilişkin hükümler saklı kalmak şartıyla, başvuru veya tescil sahibine yeni bir vekil ataması için iki aylık süre verilir. Bu süre içinde vekil atanmaz ise söz konusu işleme ilişkin talep geri çekilmiş sayılır, başvuru veya tescil sahibine yeni bir bildirim yapılmaz ve alınan ücret Enstitüye gelir kaydedilir.

(5) Vekilin azli veya vekillikten çekilmesi, ancak bu hususların Enstitüye bildirilmesi halinde Enstitü nezdinde hüküm ifade eder ve bu durumda dördüncü fıkra hükmü uygulanır.

Vekaletname

MADDE 52- (1) Enstitü nezdindeki işlemlerin vekil vasıtasıyla yürütülecek olması halinde Enstitüye temsil yetkisini içeren usûlüne uygun düzenlenmiş bir vekaletname verilmesi şarttır.

(2) Vekaletname, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu veya tescili ile ilgili Enstitü nezdinde yapılacak tüm işlemleri kapsayacak şekilde verilebileceği gibi, vekilin yetkisini belirli işlemlerle sınırlayabilir.

(3) Enstitü nezdinde başvurunun geri çekilmesi veya sınırlandırılması ya da tescilin sağladığı haktan vazgeçilmesi veya sınırlandırılması işlemleri ile kısmen ya da tamamen bu sonuçları doğuracak işlemlerin vekil tarafından yapılabilmesi için vekaletnamenin bu konudaki yetkiyi açıkça belirtmesi ve vekalet verenin imzasının noter tarafından tasdik edilmesi zorunludur. Enstitü nezdinde vekil tarafından yapılan herhangi bir işlemde, dayanağı olan vekaletnameye atıfta bulunulması istenebilir.

(4) Enstitü nezdinde işlem yapma yetkisine sahip olan vekil, başvuru veya diğer talepleri ile birlikte vekaletnamesini sunmamışsa, vekaletnamenin Enstitüye teslim edilmesi için başvurularda tescilden önce, yayıma itiraz hali hariç diğer taleplerde ise inceleme sırasında, ilgiliye iki ay süre verilir. Vekilin, talep sahibi adına Enstitüde işlem yapma yetkisini içeren önceden verilmiş bir vekaletnamesi mevcut ise belirtilen süre içinde yaptığı işlemin dayanağı olan vekaletnameye atıfta bulunması zorunludur. Bu süre içinde vekaletname verilmez veya önceden verilmiş vekaletnameye atıfta bulunulmazsa;

a) Başvuru veya talep sahibinin Türkiye’de yerleşim yeri veya gerçek ve işler durumda ticari bir müessesesi varsa bildirimler ve işlemler doğrudan bu kişiler adına yürütülür.

b) Başvuru veya talep sahibinin Türkiye’de yerleşim yeri veya gerçek ve işler durumda ticari bir müessesesi yoksa bu kişilere yeni bir vekil ataması için iki aylık süre verilir. Anılan sürede yeni ve yetkili bir vekil atanarak, vekaletnamenin Enstitüye teslim edilmemesi halinde, söz konusu talep yapılmamış sayılır. Bu durumda başvuru veya talep sahibine yeni bir bildirim yapılmaz ve alınan ücret Enstitüye gelir kaydedilir.

(5) Vekaletname, içinde tanımlanan bir veya birden fazla başvuru veya tescili ya da vekaletnameyi verenin belirlediği istisnalar saklı kalmak üzere mevcut ve gelecek tüm başvuru veya tescilleri kapsayacak şekilde verilebilir.

(6) Vekil değişikliklerinde önceki vekilin azledildiğine dair azilnamenin yeni vekaletname ile birlikte Enstitüye verilmesi zorunludur.

(7) Vekaletname ile ilgili olarak Enstitü makul sebeplerle şüpheye düşerse, her türlü delilin ibrazını isteyebilir.

(8) Vekalet ile ilgili olarak bu Kanunda hüküm bulunmayan hallerde, Türk Patent Enstitüsü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanunun patent ve marka vekilliği ile ilgili hükümleri ve Borçlar Kanununun ilgili hükümleri uygulanır.

Ücretlerin ödenme süreleri ve sonuçları

MADDE 53- (1) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu veya tescili ile ilgili ücretler, yönetmeliğe uygun olarak ödenir.

(2) Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu veya tescili ile ilgili ödenmesi gereken ücretin, bu Kanunda ve yönetmelikte belirtilen esas ve usûller çerçevesinde ödenmemesi, eksik ödenmesi veya ödendiğini gösterir belgenin süresi içinde Enstitüye teslim edilmemesi halinde, başvuru ve ilgili diğer talepler yapılmamış sayılır ve ödenmişse ücret Enstitüye gelir kaydedilir.

Enstitü tarafından yapılacak bildirimler

MADDE 54- (1) Bu Kanun uyarınca Enstitü tarafından yapılacak bildirimler, muhatabın Sicilde kayıtlı adresine iadeli taahhütlü mektupla yapılır.

(2) Kendisine bildirim yapılacak kimse adresinde bulunmaz veya bildirim almaktan kaçınırsa ya da beyan olunan adres bulunamazsa bildirim yönetmelikte belirtilen usûle uygun olarak, elektronik ortamda ilan edilir. Söz konusu ilanı takip eden onbeşinci günün sonunda bildirim gerçekleştiği kabul edilir ve bu Kanunda belirtilen süreler bildirim gerçekleştiği kabul edilen bu tarihten itibaren işlemeye başlar.

Yürürlükten kaldırılan hükümler ve atıflar

MADDE 55- (1) 24/6/1995 tarihli ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile değişiklikleri yürürlükten kaldırılmıştır.

(2) Diğer Kanunlarda 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnameye yapılan atıflar bu Kanuna yapılmış sayılır.

Bu Kanun veya 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname hükümlerinin uygulanması

GEÇİCİ MADDE 1- (1) Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte işlem gören coğrafi işaret tescil başvurularına, bu Kanun hükümleri uygulanır.

(2) **Bu Kanunun yürürlüğe girmesinden önce Enstitü tarafından tescil edilmiş olup da kullanım ve denetim usûllerine ilişkin 19 uncu ve 23 üncü maddeler bakımından**

bu Kanunda belirtilen şartları karşılamayan ve Enstitü tarafından kendilerine yazılı bildirim yapılmasından itibaren iki yıl içinde üzerinde gerekli değişiklikler yapılmayan coğrafi işaret tescilleri hükümsüzdür.

Mevcut yönetmeliğin uygulanması

GEÇİCİ MADDE 2- (1) Bu Kanunda belirtilen yönetmelik, altı ay içinde Enstitü tarafından hazırlanarak yürürlüğe konulur.

(2) Bu Kanunda belirtilen yönetmelik yürürlüğe girinceye kadar, 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulama Şekli Gösterir Yönetmeliğin bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasına devam olunur.

Yürürlük

MADDE 56- (1) Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 57- (1) Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

GENEL GEREKÇE

Sınai mülkiyet hakları arasında yer alan ve belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlere coğrafi işaret denmektedir. Türkiye’de coğrafi işaretlerin korunmasına, 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin kabulü ile başlanmıştır. Kanun Hükmünde Kararname hazırlanırken 2081/92 sayılı Topluluk Tüzüğü örnek alınmış olup Tüzük ile büyük ölçüde uyum sağlanmıştır. Ancak zaman içinde meydana gelen uluslararası gelişmeler ve özellikle uygulamada karşılaşılan sorunlar, mevzuatın yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılmıştır. Ayrıca Avrupa Birliğine (AB) uyum çalışmalarının büyük bir önem ve yoğunluk kazandığı bu dönemde, geleneksel özellik arz eden ürünlerimizin koruma altına alınmasının faydalı olacağı düşünülmüş ve 2082/92 sayılı Topluluk Tüzüğü örnek alınarak kanun tasarısı taslağı hazırlanmış, konu ile ilgili kurum ve kuruluşların görüş ve önerilerine açılmıştır. Ancak hazırlanan taslak için görüş alınma aşamasında yukarıda bahsi geçen Topluluk Tüzüklerinin her ikisi de değişikliğe uğramış ve

yerlerini 509/2006 ile 510/2006 sayılı Tüzüklere bırakmıştır. Taslağa son hali verilirken, görüş ve önerilerin yanı sıra söz konusu iki yeni Tüzük de dikkate alınmıştır.

“Coğrafi İşaretlerin Ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı”nın amacı; Türkiye’de yöresel veya geleneksel karaktere sahip ürünlerin teşviki ve üretimin çeşitlendirilmesi yoluyla ürünlerin piyasa değerlerinin artırılarak, bölgesel ve kırsal ekonomilerin güçlendirilmesine katkı sağlamak, üretim metoduna ve coğrafi kaynağa ilişkin garanti sunulmak suretiyle tüketicilerin yüksek kalitede ürünlere erişimini kolaylaştırmak amacıyla; doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu tarım, maden, el sanatları ve benzeri alanlarda ortaya çıkan her türlü ürünün coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adıyla korunmasına ilişkin kuralları ve şartları düzenlemektir.

Mevcut Mevzuatta eksikliği hissedilen, ayrıca yeni dahil edilen koruma sistemine ait “tanımlar” kısmına geniş biçimde yer verilmiştir.

Başvuru yapma hakkına sahip kişiler ile başvuru sırasında verilmesi zorunlu bulunan bilgi ve belgeler, koruma sisteminin temel amacı dikkate alınarak, ayrıntılarıyla birlikte yeniden düzenlenmiştir.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname uyarınca incelenerek kabul edilen başvurular; Resmi Gazete ve yerel gazetede tüm bilgileri içerecek biçimde, yurt çapında dağıtımı olan en yüksek tirajlı günlük gazetelerden birinde de bilgi ilanı verilmek suretiyle yayımlanmaktadır. Yayımlanma işlemi yüksek maliyet gerektirdiğinden ve bu durumun da başvuru yapma ya da tescil işlemlerine devam etme konularında başvuru sahibi açısından caydırıcı olduğu tespit edildiğinden, ayrıca diğer sınai mülkiyet haklarının tescil taleplerinin ilan şekli ile paralellik sağlanması ve her aşamada işlemlerin kolaylaştırılması amacıyla başvuruların sadece Resmi Marka Bülteninde yayımlanması öngörülmüştür.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname, coğrafi işaret tescil sahibinin adres değişikliği gibi basit değişiklikler de dahil olmak üzere sicil bilgilerinde herhangi bir değişiklik yapılmasına ilişkin hüküm içermemektedir. Hazırlanan Taslak ile bu tarz değişikliklere imkan tanınmakta olup, söz konusu değişikliklerin şekil şartları da hükme bağlanmıştır.

Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı koruması, söz konusu ürünler için katma bir değer sağlamakta, aynı zamanda bölgesel kalkınmayı desteklemektedir. Koruma sisteminin bilinirlik düzeyini artırmak amacıyla, Enstitü tarafından bir amblem oluşturulması öngörülmüştür. Coğrafi işaretler için kullanılması yasal bir zorunluluk olmamakla birlikte, koruma altına alınan coğrafi işaret ve geleneksel özellikli adı taşıyan ürünlerin belirli niteliklere sahip olduğunun ve bu özelliklerin de denetime tabi tutulduğunun garantisinin tüketicilere sunulması amacıyla amblem oluşturulmasına karar verilmiştir. Benzer uygulama, Topluluk Tüzüklerinde de yer almaktadır.

Coğrafi işaretlerin ve geleneksel özellikli ürün adlarının kullanımının denetimi; bir yandan ürünün gerçek üreticilerinin bu korumanın ekonomik getirisinden faydalanmasını, öte yandan da tüketicinin beklentilerinin karşılanmasını sağlamak bakımından büyük önem taşımaktadır. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile ürünü üreten üreticilerden bir tanesine bile başvuru hakkının tanınması ve başvuru sahibinin denetim yapacak komisyonda etkin bir rolünün bulunması, bu hakkın bir tekel hakkıymış gibi algılanmasına yol açmaktadır. Hazırlanan Taslak ile başvuru yapma hakkı tanınan üreticiler için ilgili Topluluk Tüzüğündeki uygulamaya paralel bir düzenleme getirilerek bu konudaki sıkıntılardan bir kısmının aşılması hedeflenmiştir. Ancak denetim konusundaki sorun devam etmektedir. Çünkü yine ilgili Topluluk Tüzüklerinde denetim için, 45011 sayılı AB standardına veya ISO/IEC uide 65'e göre akredite olmuş, tamamıyla bağımsız ve tarafsız kuruluşlarca denetimin gerçekleştirilmesi hükmü yer almaktadır. Akreditasyon, hem üye hem de üye olmayan ülkelerden AB'ye yapılacak başvurular için Mayıs 2010 tarihinden itibaren zorunlu olacaktır. Ülkemizde, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adının denetimini yapabilecek, bu standartlara göre akredite olmuş bir kuruluşun bulunmayışı konuyla ilgili denetim sıkıntısının aşılması için engel teşkil etmektedir. Denetim işleminin daha etkin biçimde gerçekleştirilebilmesi ve yaşanan sorunlara çözüm getirilebilmesi amacıyla, ülke gerçekleri de göz önünde bulundurularak yeni düzenlemeler yapılmıştır.

Denetim yapacak kuruluş yeterli personel, ekipman ve gerekli diğer olanaklara sahip olmalıdır. Tescile konu ürünle ilgili bir kamu veya tarafsız özel kuruluş olması ve bu işi yapmaya muktedir bulunduğu Enstitü tarafından da onaylanması gerekmektedir.

Tescildeki temel amaçlardan birinin kalitenin ve aranan özelliklerin sürekliliğini sağlamak olması nedeniyle denetimin, hem üretim aşamasında hem de depolama ve satış

yerlerinde yapılması gerekmektedir. Ayrıca denetimin hem düzenli olarak hem de şikayet üzerine yapılabilir olması sistematik açıdan önemlidir. Denetim sırasında denetim organınca istenecek coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanımına ilişkin her tür bilgi ve belgenin, bu adı kullanan kişilerce yetkili kuruluşa ibrazı zorunlu hale getirilmiştir.

Denetimin etkin bir şekilde yapıldığını kabul edebilmek için, ürün piyasasında yer alan işletme sayısının en az sekizde birinin denetime tabi tutulmuş olması öngörülmüştür.

Denetim kuruluşunca yapılan denetimlerin raporlanarak, her iki yılda bir Enstitüye ibraz edilmesi şart koşulmuştur. Bu süre 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede on yıl olarak düzenlenmişti. Birçok ürün türü için on yılın çok uzun bir süre olduğu ve bu süre zarfında denetimin gereği gibi yerine getirilememesi durumunda piyasanın kontrolünü kaybetme ihtimaline karşı sürenin azaltılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. İki yıllık sürenin makul bir süre olduğu düşünülmüştür.

Enstitü tarafından yapılacak bildirimler konusunda açık hükümler getirilmiştir.

b) Hazırlanan geçici maddeler ile kanun değişikliği döneminde işlem görmekte olan coğrafi işaret tescil başvuruları ile 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında tescil edilmiş olup da kullanım ve denetim usûlleri bakımından bu Kanunun öngördüğü şartları karşılamayan coğrafi işaret tescillerinin durumuna ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

MADDE GEREKÇELERİ

MADDE 1 -Bu Kanunla, kalite ve nitelikleri tamamen veya esasen bir ülke veya bölgedeki iklim şartlarından ya da bir bölgeye ait bitki florası veya faunaya bağlı olarak gelişen özel çevresel şartlardan yahut toprağın özel yapısı ve bölgenin jeolojik durumundan kaynaklanan nedenlerle doğal; üretim metotlarının farklılaşmasından kaynaklanan nedenlerle beşeri etkenleri de içerecek şekilde, ilgili bulunduğu coğrafi alandan kaynaklanan her türlü ürünün coğrafi kaynağına ad olarak işaret eden ve bir ülkeye, bölgeye veya yöreye ait bulunan ürün isimlerinin korunması hedeflenmiştir.

Ayrıca bu Kanunla, Avrupa Birliği (AB) uygulamasında yer alan ve coğrafi işaret tanımına girmemekle birlikte geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da doğrudan doğruya geleneksel bir üretim biçimi ile karakterize edilen yahut

böyle bir üretim tarzını yansıtmaması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürün adlarını ifade etmek üzere “geleneksel özellikli ürün adları” da koruma kapsamına alınmıştır. Bu yolla baklava, pastırma, cezerye, döner, gül likörü ve benzeri geleneksel özellikli ürünlerimizin korumaya alınması ve kökleri derinlere uzanan Türk kültür ve tarihi kapsamında daha pek çok sayıda ürünümüzün ulusal ve uluslararası arenada haksız rekabetten korunması amaçlanmıştır.

Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürünlere bu Kanun kapsamında sağlanacak koruma ile;

i) “Peynir” örneğinde olduğu gibi, genel bir ürün kategorisinde yer alan bir ürünün, sırf belli bir yörede veya özel metotlarla üretilmesinden dolayı, “Ezine peyniri” örneğinde olduğu gibi, benzer ürünlerden tamamen farklı olarak değerlendirilmeye tabi tutulmasını sağlayan ürün adlarının koruma altına alınarak ürün ve pazar farklılaştırılması yaratılması ve bu yolla ürünlerin çeşitliliğinin artırılmasının teşvik edilmesi,

ii) Belirli bir coğrafyaya ait ya da geleneksel özelliği bulunan ürünlerde kuşaktan kuşağa aktarılmış olan temel hususiyetlerin tescil yoluyla korunarak bu ürünlerin yozlaşmasının önlenmesi; piyasa değerlerinin artırılması ve bu yolla çiftçi, zanaatçı ve yerel işlik sahiplerinin gelirleri artırılarak yerel halkın bu yörelerde tutulmasının sağlanması; kırsal ekonominin bu tür özel ürünler vasıtasıyla kuvvetlendirilmesi,

iii) Yöresel ürünlerin taşınması gereken bir takım özellikleri taşımayan, ilgili yöre ile hiçbir bağı olmayan niteliksiz ürünlerin sanki o yöreye aitmiş gibi satışa sunulması haksız kazanç elde edilmesinin; taklit ürünün gerçek ürün gibi satılması vasıtasıyla tüketicinin aldatılmasının ve dolayısıyla coğrafi işarete konu ürünle ilgili ün ve olumlu imajın zedelenmesinin; aynı zamanda bu tarz bir tecavüzün devam etmesi nedeniyle coğrafi işarete konu olan ürünün bir tür adı haline gelerek zaman içinde yok olmasının; ürünün gerçek üreticilerinin sahip oldukları bu ticari aracın ve yörelerinin tarihi, kültürel ve coğrafi özelliklerinden kaynaklanan zenginliklerinin kaybedilmesinin engellenmesi sağlanabilecektir.

Yukarıda yer alan işlevler coğrafi işaretin yanı sıra geleneksel özellikli ürün adı korumasının da sahip olduğu fonksiyonları genel anlamda ifade etmektedir. Ürünün kaynaklandığı yöre, sahip olduğu kalite ve denetim özellikleri, aynı zamanda tüketici tercihleri bakımından da önemli bir yol göstericidir, haksız rekabetle mücadelede önemli bir rol oynamaktadır.

MADDE 2- Madde metninde bu Kanunda kullanılan bazı kavramlar tanımlanmaktadır.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak “geleneksel özellik”, “geleneksel özellikli ürün” ve “geleneksel özellikli ürün adı” tanımlarına yer verilmiştir.

Bilindiği üzere AB ülkelerinde geleneksel özellikli ürünler, orijinal adı “Tarım ve Gıda Ürünleri için Özel Karakter Sertifikası” olan 509/2006 sayılı Konsey Tüzüğü çerçevesinde korunmaktadır. Ancak literatürde ve uygulamada “geleneksel özelliğin garanti edildiği ürün” ifadesi daha çok kullanıldığından, Kanunda “geleneksel özellikli ürün adı” adlandırması tercih edilmiştir.

Söz konusu Tüzük çerçevesinde ve Anadolu kültürünün kökü pek çok sayıda uygarlığa dayanan zengin birikimi de değerlendirilerek baklava, pastırma, cezerye, döner ve benzeri çok sayıda geleneksel ürünümüzün bu kapsamda tescile konu olabileceği; bu mevzuatın oluşturulması ile bu ve benzeri ürünlerin korumaya alınabileceği; uzun vadede AB’ye katılım sağlamamız durumunda ise tescilli ürünlerimiz bu Tüzük kapsamına alınabileceğinden AB üyesi tüm ülkelerde korumaya kavuşabileceği düşünülmüştür.

509/2006 sayılı Tüzükte geleneksel özellik anlamına gelmek üzere “özel karakterin” tanımı yapılmış ve bir tarım veya gıda ürününü aynı kategoride yer alan diğer benzer ürünlerden ayıran özellik veya özellikler bütünü olarak değerlendirilmiştir. Ancak Tüzüğe göre bir ürünün sunuluş şekli üstteki ifade çerçevesinde bir özellik olarak kabul edilmemektedir. Ayrıca, anılan Tüzük maddesinin ilk fıkrasında özel karakterin, Topluluk veya ülke mevzuatlarında yer alan ve standart kurumlar tarafından düzenlenen standartlarda veya uygulaması isteğe bağlı olan standartlarda yer alan bileşim formülleriyle veya üretim metotlarıyla sınırlandırılmayacağı hususu düzenlenmiştir. Bu kısımda amaç özel karakterin veya aynı anlama gelmek üzere geleneksel özelliğin bir takım standartlarda yer alan veriler ve düzenlemelerle sınırlandırılmasını önlemektir. Ancak bu standartlar bizzat bahsi geçen geleneksel özelliği belirlemek amacıyla düzenlenmişse, bunlar sınırlandırma olarak kabul edilmeyecektir.

Ayrıca 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak üretici tanımı faaliyetleri itibarıyla tescil altına alınmış olan ürün adı özelliklerini etkileyen gerçek ve tüzel kişilerin tamamını kapsayacak şekilde genişletilmiş ve böylece faaliyetleri itibarıyla ürün özelliklerini bozucu davranışlarda bulunması mümkün bulunan piyasa aktörlerinin tamamı yasal yaptırım alanına dahil edilmiştir.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede tanımları yer almayan markalama ve etiketleme kavramlarının tanımlanması yoluna gidilmiş ve bu uygulamalara açıklık kazandırılmıştır.

Öte yandan, kullanılan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının Kanun hükümlerine uygun olarak tescil edilmiş olduğunu belirten ve Enstitü tarafından oluşturularak, tescilli adla birlikte kullanılması öngörülen “amblem” uygulaması getirilmiş ve tanımı yapılmıştır.

MADDE 3- Madde ile, korumanın kapsamı belirlenmiştir. Ayrıca tescilli adların, tescil işleminden sonra tür adı haline dönüşmüş olarak kabul edilemeyeceği hükmü düzenlenmiştir.

MADDE 4- Madde ile, korumanın tescil yolu ile elde edilebileceği belirlenmiştir.

MADDE 5- Madde ile, korumadan yararlanabilecek kişiler belirlenmiştir.

MADDE 6- Madde, Kanun ile koruma kapsamına alınamayacak olan durumları belirlemek amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 7- Madde ile, 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede tanımlanmayan “hak sahibi” kavramı düzenlenmektedir.

Coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adları diğer sımai mülkiyet haklarından farklı olarak, belirli bir işletme sahibinin veya kişilerin iktisadi çıkarına değil, belirli bir yöre ülke veya bölgede yaşayan ve tescil konusu ürün adı ile ilgili bulunan herkesin menfaatine hizmet eden kolektif tanıtım araçlarıdır. Bu bakımdan coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adlarının tescili ile sağlanan hak, tescil ile kayıt altına alınan şartları karşılması şartıyla ilgili herkes tarafından kullanılması mümkün olan anonim bir haktır. Amaç, bazı ürünlere özel rengini veren bu tip hususiyetlerin kuşaktan kuşağa bozulmadan aktarılabilmesini sağlamak; ürünü ve üreticiyi korumaktır.

MADDE 8- Madde, 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede, “Korumanın kapsamı” başlığı altında düzenlenmişken, bu Kanun ile “Coğrafi işaretlerin tescilinden doğan hakkın kapsamı” başlığı altında düzenlenerek, içerik ile madde başlığı uyumlu hale getirilmiştir. Ayrıca coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adları arasındaki farklar dikkate alınarak, coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adları için ayrı ayrı düzenleme yapılmıştır.

MADDE 9- Madde metni ile geleneksel özellikli ürün adlarının tescilinin sağladığı hakların kapsamı düzenlenmiştir.

MADDE 10- Madde, Kanun ile sağlanan hakkın sınırlarını belirlemek maksadıyla düzenlenmiştir.

MADDE 11- Madde ile, Kanun kapsamında yetkili tescil mercii belirlenmiştir.

MADDE 12- Madde, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı tescili için başvuruda bulunma hakkına sahip kişileri belirlemek amacıyla düzenlenmiştir.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişilere, coğrafi işaret tescili için başvuru hakkı tanımaktadır. Bu durum uygulamada, ürünün üretilmesine ve taşınması gereken özelliklere ait tüm bilgi ve belgeler, ürün şartnamesi, denetleme sistemi v.b. konuların tek bir üretici tarafından belirlenmesi sonucunu doğurmaktadır. İlan ve itiraz sisteminin varlığı göz önünde bulundurularak söz konusu belirlemelerin tarafsız olduğunu söylemek mümkün olsa bile, uygulamada, diğer üreticilerle rekabet halinde olan başvuru sahibine bazı yetkiler verilmesi, haksız rekabete yol açabilmektedir. Ayrıca ortak bir hakkın elde edilmesini teminen üreticilerin hep birlikte hareket etmelerinin sağlanması da bu Kanunla teşvik edilmektedir. Tescil başvurularının, “üretici” tanımına uygun olarak söz konusu ürünün üreticilerinden oluşan ve yasal oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın “grup”lar tarafından yapılması ilkesi kural olarak benimsenmiştir.

Kanun ayrıca, ürünün tek bir üreticisi olduğunun ispatı halinde tek bir üreticiye de başvuru sahibi olma imkanını tanımaktadır. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile paralel olarak, ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan dernekler ve ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alan ile ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının da başvuruda bulunabileceği kabul edilmiştir.

MADDE 13- Madde ile, Kanun kapsamında gerçekleştirilecek başvurularda sunulması gereken bilgi ve belgeler belirlenmiştir.

Maddenin birinci fıkrasının (a) bendi ile coğrafi işaret, (b) bendi ile de geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusunda bulunmak için gerekli şartlar sıralanmıştır.

Kanunda “grup” kavramı “yasal oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın aynı ürünün üreticilerinden oluşan birlik” olarak tanımlanmış olduğundan, başvurunun bir üretici

grubu olarak yapılması halinde, söz konusu grubun yasal ya da kalıcı bir yapı arz eden üretici birliklerinden olup olmadığına bakılmayacaktır. Maddeye göre, başvuruda bulunan grubun aynı ürünün üreticisi olan ve yalnızca tescil amacıyla bir araya gelmiş üreticilerden oluşması dahi mümkündür. Bununla birlikte başvuru sahibi grubun tescil amacıyla bir araya gelmiş üreticilerden oluşması halinde, söz konusu grubu oluşturan gerçek veya tüzel kişilerin ad ve soyadlarının yahut ticaret unvanlarının, adreslerinin başvuru sırasında ayrı ayrı belirtilmesi gerekecektir. Ayrıca coğrafi işaretin ürün üzerindeki kullanım biçiminin gerekçelendirilerek ayrıntılarıyla açıklanması istenilmiştir.

Tescili talep edilen coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı eğer ürün üzerinde tescilli bir marka ile birlikte kullanılacaksa, diğer bir deyişle başvuru sahibi ürün adının belirli bir marka ile birlikte kullanımını şart koşuyor ise, bu kullanımın ürünün veya markanın karşılıklı olarak hangi özelliklerinden dolayı zorunlu bulunduğu ayrıntılarıyla açıklanacak ve gerekçelendirilecektir.

Öte yandan etiketleme rejiminin seçilmesi halinde, etiketin bir örneğinin ve içereceği bilgilerin, geleneksel özellikli ürün adı veya coğrafi işaretin bu etiket üzerinde hangi biçimde yer alacağını v.b. özelliklerin ayrıntılarıyla açıklanması ve üçüncü kişiler tarafından kolaylıkla izlenebilmesi sağlanacaktır.

Maddede, 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak, ürün ile yöre arasındaki bağın ispatı ve bu bağ dolayısıyla üründe benzerlerinden farklı olarak meydana gelen hususiyetlerin ortaya konulması daha detaylı ve açık olarak istenilmiştir. Burada ifade edilen yöre sınırlarının belirlenmesi coğrafi işaret tescili bakımından son derece önemli bir çalışmadır. Ancak bugüne kadar yapılan başvurularda bu konuya yeterince önem verilmediği, genel olarak başvuru hangi yöre ile ilişkilendiriliyorsa o yörenin fiziksel sınırları belirtildiği görülmektedir. Etkin bir koruma sağlamak için ürünün, üretim alanının değişimiyle ne gibi farklılıklar gösterdiği, yöredeki toprak, jeolojik ortam, iklim ve topografyanın farklılaşma derecesi gibi kavramların araştırılması ve değerlendirilmesi çok önemlidir. Örneğin Fransa'da yöre sınırlarının belirlenmesine ilişkin olarak özel bir komite her başvuru için tesis edilmekte, bu komite, konunun uzmanlarından ve akademik yetkililerinden faydalanarak birkaç yılı bulan çalışmalar sonucunda ilgili yörenin sınırlarını belirlemektedir.

Ayrıca bu Madde ile, ürünün yöredeki tarihsel geçmişi de istenen bilgi ve belgeler arasında yer almıştır.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak, gerçek veya tüzel kişilerin kural olarak tek başına başvuruda bulunmalarına izin verilmemiştir. Bu kuralın istisnası

olarak gerçek veya tüzel kişilere ancak, söz konusu ürünün tek üreticisi olduğunu ispatlaması halinde müsaade edilmektedir.

Üretim alanının belirlenmesi ve sınırlarının tayin edilmesi bağlamında dikkate alınacak kriterler düzenlenmiştir.

MADDE 14- Enstitüye yapılan başvurular; 2 nci, 3 üncü, 6 ncı, 12 nci ve 13 üncü maddeler çerçevesinde incelenir. İnceleme neticesinde eksik bilgi ve belgesi olduğu tespit edilen başvuruların sahiplerine, söz konusu eksiklikleri gidermesi için 15 inci madde kapsamında bildirimde bulunulur. Anılan madde hükümlerini karşılayan başvurular ise 16 madde kapsamında yayımlanır.

Başka ülke kaynaklı bir ürünü konu alan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurularının bu Kanun hükümleri çerçevesinde korunabilmesi için; bu maddede yapılan incelemenin kaynak ülkede de yapılması ve Türkiye’den yapılacak başvurulara kaynak ülkenin eşit bir koruma sağlıyor olması şart koşulmuştur. Ayrıca, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı korumasının vazgeçilmez bir parçası olan denetim işlemi, Türkiye’de de yapılabilir olmalıdır.

Başka bir ülkede korunan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescil talebini içeren başvurunun, Türkiye’de korunmakta olan coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı ile aynı olması halinde talebin; ancak ürünlerin hangi ülkede üretildiğinin açıkça ve görülebilir bir biçimde etiket üzerinde belirtilmesi durumunda kabul edilebileceği hükme bağlanmıştır. Böyle bir durumla özellikle benzer kültür, dil v.b. özellikler taşıyan ülkeler söz konusu olduğunda karşılaşılabılır. Düzenleme yapılırken her bir ülkenin geçmişten gelen hakları göz önünde bulundurulmuş, AB’deki ve diğer ülkelerdeki uygulamalar da dikkate alınmış ve sonradan yapılan başvurunun ret edilmesi yerine yukarıda açıklanan birlikte bulunma prensibi tercih edilmiştir.

İnceleme sırasında başvurularla ilgili teknik bilgilerin kanıtlanmasına ihtiyaç duyulabilir. Sayısız sayıda ürün için bu Kanun kapsamında tescilin mümkün olması ve Enstitünün de sadece bir tescil kurumu olması nedeniyle, böyle bir ispata ihtiyaç duyulduğunda konuda uzman kurum veya kuruluşlardan inceleme talep edilmesinin zorunlu olduğu görülmüştür. Enstitü tarafından uzman kurum veya kuruluştan talep edilen inceleme kapsamında, maliyet gerektiren kimyasal analiz v.b. bir incelemenin zorunlu bulunması veya ilgili kurum veya kuruluş tarafından ücret talep edilmesi halinde, bu ücretlerin başvuru sahibince Enstitüye ödenmesi şart koşulmuştur.

MADDE 15- Başvuruyu incelemek için gerekli olan başvuru ücreti ile başvuru sahibinin ad ve adres bilgilerini içeren kimliğine ilişkin bilgiler hariç tutularak, 14 üncü madde kapsamında yapılan inceleme neticesi tespit edilen eksikliklerin giderilmesi için başvuru sahibine 3 aylık süre tanınmıştır. Başvuru sahibince Enstitüye ibraz edilmesi zorunlu bulunan ve 13 üncü maddede açıklanan bilgi ve belgelerin, genellikle detaylı bir literatür taraması gerektirmesi ve çoğu zaman başka kurum ve kuruluşlardan alınabilecek yardımlarla hazırlanması gerektiği göz önünde bulundurularak, tespit edilen eksikliklerin giderilmesi amacıyla 3 aylık süre tanınmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Birinci fıkra hükmü uyarınca belirlenen eksikliklerin yine aynı fıkrada belirtilen süre içinde giderilmemesi durumunda uygulanacak müeyyide, 17 nci madde kapsamında itiraza açık olmak üzere başvurunun reddi olarak düzenlenmiştir.

Başvuruyu incelemek için gerekli olan başvuru ücretinin ödendiğine dair belge ile başvuru sahibinin ad ve adres bilgilerini içeren kimliğine ilişkin bilgilerin bulunmaması halinde, başvurunun yapılmamış sayılması hükmü düzenlenmiştir. Enstitünün nihai kararı niteliğinde olan bu hüküm, dolayısıyla 17 nci madde kapsamında itiraza açık değildir.

MADDE 16- 14 üncü ve 15 inci madde hükümlerine uygun olan başvuruların sadece Resmi Marka Bülteninde yayımlanması öngörülmüştür.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname uyarınca başvurulardaki bilgiler, Resmi Gazete, yerel gazete ve yüksek tirajlı gazetelerde yayımlanmaktadır. Yüksek tirajlı gazetelerdeki ilan işlemi yüksek maliyet getirdiğinden ve bu durumun da başvuru yapma ya da tescil işlemlerine devam etme konularında başvuru sahibi açısından caydırıcı olduğu tespit edildiğinden başvuru sahipleri bakımından ilan maliyetinin azaltılması amaçlanmıştır. Diğer sınai mülkiyet haklarına ilişkin başvuruların da ilgili bültenlerde yayımlandığı hususu dikkate alınarak, paralel bir düzenleme ile başvuruların sadece Bültende yayımlanması öngörülmüştür.

Menşe adı ve mahreç işareti tescil başvurularının yayımında, başvuru sırasında ibraz edilen başvuru sahibinin kimlik bilgileri; menşe adı veya mahreç işaretinin üzerinde kullanılacağı ürünün adı; ürünün tescil edilecek menşe adı veya mahreç işaretini içeren adı; menşe adı olarak mı yoksa mahreç işareti olarak mı tescil edileceğine ilişkin bilgi; ürünün kaynaklandığı coğrafi alanın sınırları; ürün içeriğinde yer alan hammadde listesi ile birlikte, varsa ürünün fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya duyuşal özelliklerini (organoleptik) açıklayıcı teknik bilgileri içeren ürün tanımı; üretim metoduna, ve varsa söz konusu ürünün karakteristiği haline gelmiş yerel üretim teknikleri ile usûl ve adetlere; ürünün kaynaklandığı

yörede ambalajlanmasının şart koşulduğu durumlarda ambalajlamanın söz konusu coğrafi alanda yapılmasını zorunlu kılan nedenlere ilişkin özet bilgiler; ürünün niteliğinin, ününün veya diğer özelliklerinin kaynaklandığı coğrafi alan ile bağlantısını ortaya koyan ve ürünün söz konusu coğrafi alandaki tarihsel geçmişine ilişkin bilgiler; coğrafi işaretin ürün üzerindeki kullanım biçimi ve buna ilişkin ayrıntılar ile denetim usûl ve esaslarına ilişkin bilgiler yer alır.

Geleneksel özellikli ürün adı tescil başvurusunun yayımında, başvuru sırasında ibraz edilen başvuru sahibinin kimlik bilgileri; tescile konu adın üzerinde kullanılacağı ürünün adı; geleneksel özellikli ürünün tescil edilecek adı; ürün içeriğinde yer alan hammadde ve diğer girdilerin özellikleriyle birlikte ürün karakteristiğine işaret eden hazırlama tekniklerinin de açıklandığı üretim metodunun tanımı; ürünün, geleneksel özelliği ile ilişkili olmak kaydıyla, fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya duyuşsal özelliklerini (organoleptik) açıklayıcı teknik bilgiler; geleneksel özellikli ürün adının ürün üzerindeki kullanım biçimi ve buna ilişkin ayrıntılar; geleneksel özelliğin muhafazasını sağlayacak asgari şartlar ile bu şartları sağlayan denetim usûl ve esaslarına ilişkin bilgiler yer alır.

MADDE 17- İnceleme aşamasında reddedilen başvurular için 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında itiraz sistemi bulunmamaktadır. Her ne kadar başvurular incelenirken konuda uzman kurum ve kuruluşlardan bilgi alınıyor olsa da, Enstitü tarafından 14 üncü madde çerçevesinde verilen kararın bir kez daha incelenmesi amacıyla itiraz prosedürü getirilmiştir. Başvuru sahipleri, kararın kendilerine bildirim tarihinden itibaren 2 ay içinde yazılı olarak karara karşı itiraz edebilir.

Üçüncü kişiler, 16 ncı madde uyarınca yayınlanmış başvurulara karşı, Bültendeki yayım tarihinden itibaren 6 ay içinde Enstitü nezdinde itiraz edebilir. Tescil başvurusunun 2 nci, 3 üncü, 6 ncı, 12 nci, 13 üncü ve 14 üncü maddelere uygun olmadığı iddiasına veya 21 inci madde kapsamında marka hakkı gibi önceki tarihe dayalı herhangi bir hak sahibinin itirazına bağlı olarak yapılacak itirazlar gerekçeli ve yazılı olmalıdır. Enstitü itirazı incelerken itiraza dayanak oluşturacak ek delile ihtiyaç duyarsa, itiraz sahibinden bir ay içinde ibraz etmesi şartıyla ek delil isteyebilir. Belirtilen süre içinde ek delil ibraz edilmemesi halinde ise itiraz, mevcut belgeler kapsamında değerlendirilir.

İkinci fıkra kapsamında yapılan itiraz başvuru sahibine iletilir ve 2 ay içinde karşı görüşünü açıklaması istenir. Belirtilen süre içinde karşı görüşün ibraz edilmemesi halinde ise itiraz, mevcut belgeler kapsamında değerlendirilir.

Birinci ve ikinci fıkralara göre yapılan itirazlar, değerlendirilmek üzere Kurula iletir.

Kurul İtirazı alır ve başvuru sahibinin de görüşüne başvurarak, başvuru daha önce 14 üncü inci maddenin dördüncü fıkrası kapsamında incelenmiş olsa dahi, gerekli gördüğü takdirde itirazda ileri sürülen hususların konuda uzman bir veya birden fazla kamu kurum ve kuruluşu veya üniversite veya tarafsız özel kuruluş tarafından yeniden incelenmesini talep edebilir. İtirazın uzman kuruluşa incelenmesi yönünde bir karar verilmesi halinde, ilgili kurum veya kuruluşa ödenecek inceleme ücreti ile başvuruların inceleme için ilgili kuruluşa gönderilmesi ücreti itiraz sahibi tarafından Enstitüye ödenir. İnceleme ile ilgili ücretlerin ödenmemesi halinde değerlendirme dosyadaki belge ve bilgilere göre yapılır.

Görüldüğü üzere Kanunda, 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak itiraz aşamasında üç türlü ücret ödemesi düzenlenmiştir. Bunlar; itirazın Kurul tarafından incelenmesi için ödenecek ücret; Kurul tarafından itirazın uzman kuruluşa incelenmesi yönünde bir karar verilmesi halinde uzman kuruluşa ödenecek ücret ve son olarak itirazın inceleme için ilgili kuruluşa gönderilmesi, diğer bir deyişle posta, fotokopi vs. masraflara ilişkin sabit bir ücret ödemesidir.

Başvuruya karşı ikinci fıkra kapsamında yapılan ve aynı gerekçeyi içeren birden fazla itiraz varsa, itirazı inceleyecek kurum veya kuruluşa ödenecek ücret itiraz sahiplerince paylaşılarak ödenebilir. Hükmün bu şekilde düzenlenme nedeni; uzman kurum veya kuruluş incelemesi için, özellikle kimyasal analiz gibi yüksek sayılabilecek miktarlarda ücret gerekmesi halinde, aynı analiz için bir kereden fazla ücretin ödenmesinin gereksiz olacağının düşünülmesidir.

Yayımlanan başvurulara karşı kamu kurum ve kuruluşlarınca yapılacak itirazların, kamu menfaati gözetilerek yapıldığı görüşünden hareketle, itiraz inceleme ücreti ile itirazla ilgili olarak Enstitünün yapacağı hizmetler karşılığı ücret alınmaması hükme bağlanmıştır.

MADDE 18- Yayımlanan başvurulara Bültendeki yayım tarihinden itibaren 6 ay içinde itiraz edilmez veya itiraz reddedilirse, tescil belgesi düzenleme ücretinin ödendiğini gösterir belgenin Enstitüye teslim edilmesinden ve bütün safhaların başarıyla tamamlanmasından sonra coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı başvurusu tescil edilir ve başvuru sahibine verilmek üzere tescil belgesi hazırlanır.

İtirazlar, konusunda uzman kurum veya kuruluşlardan görüş alınarak incelenir. İnceleme neticesinde başvurunun biçim veya kapsamında değişiklik yapılmasına karar verilirse, sadece söz konusu değişiklik üçüncü kişilerin itirazına açılarak yayımlanır. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede başvuruların değişikliğe uğraması halinde “yeni değişikliğe uğramış şekliyle ve kapsamı açıkça belirtilerek” yayımlanması hükmü

bulunmaktadır. Yayına ilişkin maliyetlerin düşürülmesi ve ilk ilan sırasında itiraz edilmeyen, dolayısıyla itiraza açık olmayan hususlar için yapılabilecek muhtemel itirazları önlemek amacıyla hüküm bu şekilde düzenlenmiştir. Değişikliklere karşı, Bültendeki ilan tarihinden itibaren 6 ay içinde herhangi bir itiraz yapılmaması halinde coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adına ilişkin değişiklik Sicile kaydedilir.

Sicili alenidir. Sicil örneği, Tebliğde belirtilen ücretin ödenmesi şartıyla talep eden herkese verilir. Başvuruların örneği ise ancak, Bültende yayımlandıktan sonra ve Tebliğde belirtilen ücretin ödenmesi halinde verilir.

İtiraz incelemesi neticesinde reddedilen başvuruların ret kararı, üçüncü kişileri bilgilendirmek amacıyla Bültende yayımlanır.

MADDE 19- Madde ile, tescil edilen coğrafi işaretlerin ancak bu Kanunda belirtilen şartları karşılayan ürünler üzerinde kullanılabilecekleri hükme bağlanmıştır. Ayrıca amblem uygulamasının kapsamı da aynı madde içinde düzenlenmiştir.

MADDE 20- Madde ile, tescil edilen geleneksel özellikli ürün adlarının ancak bu Kanunda belirtilen şartları karşılayan ürünler üzerinde kullanılabilecekleri hükme bağlanmıştır. Ayrıca amblem uygulamasının kapsamı da aynı madde içinde düzenlenmiştir. Amblem kullanımı konusunda bilinmesi gereken önemli bir husus, eğer üreticisi tarafından ürünün “geleneksel özellik taşıdığı garanti edilmekte” ise “tescilli adın amblem ile birlikte kullanılması”nın bu Kanun hükümlerine tabi olduğu, aksi durumdaki amblemsiz tescilli ad kullanımlarına Kanun hükümlerinin uygulanamayacağıdır.

MADDE 21- Maddede, bu Kanun kapsamında yapılan başvurular ile ticari markalar arasındaki ilişki düzenlenmiş, meydana gelebilecek uyuşmazlıklara ilişkin istisnalar hükme bağlanmıştır.

MADDE 22- Bu madde ile, coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adlarının iyi niyetli kullanımına ilişkin esaslar belirlenmiştir.

MADDE 23- Coğrafi işaretlerin ve geleneksel özellikli ürün adlarının kullanımının denetimi; korumanın bir yandan ürünün gerçek üreticilerinin bu korumanın ekonomik getirisinden faydalanmasını sağlamak öte yandan da tüketicinin beklentilerinin karşılanmasını sağlamak bakımından büyük önem taşımaktadır. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile

ürünü üreten üreticilerden bir tanesine bile başvuru hakkının tanınması ve başvuru sahibinin denetim yapacak komisyonda etkin bir rolünün bulunması, bu hakkın bir tekel hakkıymış gibi algılanmasına yol açmaktadır. Bu Kanun ile başvuru yapma hakkı tanınan üreticiler için ilgili Konsey Tüzüğündeki uygulamaya paralel bir düzenleme getirilerek bu konudaki sıkıntılardan bir kısmının aşılması hedeflenmiştir. Ancak denetim konusundaki sorun devam etmektedir. Çünkü yine ilgili Konsey Tüzüklerinde denetim için, 45011 sayılı AB standardına göre akredite olmuş, tamamıyla bağımsız ve tarafsız kuruluşlarca denetimin gerçekleştirilmesi hükmü yer almaktadır. Ülkemizde, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adının denetimini yapabilecek, bu standarda göre akredite olmuş bir kuruluşun bulunmayışı konuyla ilgili denetim sıkıntısının aşılması için engel teşkil etmektedir. Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adının denetiminin başka kanunlarla düzenlenmesinin de teknik açıdan uygun olmayacağı açıktır. Bu sebeple Kanunun bu maddesi mümkün oldukça kapsamlı düzenlenmiştir.

Denetim işini yapacak kuruluşun yeterli personel, ekipman ve gerekli diğer olanaklara sahip, tarafsız kamu kurumu veya yasal kuruluş biçimine bakılmaksızın herhangi bir özel kuruluş olması ve bu işi yapmaya muktedir olduğunun Enstitü tarafından da onaylanması gerekmektedir. Maddeden anlaşılacağı üzere denetimin, konusunda ehil kurum ve kuruluşlarca yapılması öngörülmektedir. Kanunun 12 nci maddesinde belirtilen başvuru sahibi tanımlarının niteliklerine göre denetimin; özel kuruluş yahut özel kuruluş ile işbirliği yapmak suretiyle başvuru sahibi tarafından da yapabileceği hüküm altına alınmıştır. Burada getirilen bir istisna, başvuru sahibinin konuda otorite olan bir kamu kurum ve kuruluşu olması halinde denetimin başvuru sahibinin bizzat kendisi tarafından yapılabileceğidir. Bu istisnai durum için verilebilecek en açık örnek, bir tarım ürününü konu alan bir başvurunun Tarım ve Köyşleri Bakanlığı tarafından yapılması ve denetim görevini de bizzat Bakanlığın kendisinin, tek başına yapabileceğidir.

Tescildeki temel amaçlardan birinin kalitenin ve aranılan özelliklerin sürekliliğini sağlamak olması nedeniyle denetimin, hem üretim aşamasında hem de depolama ve satış yerlerinde yapılması gerekmektedir. Ayrıca denetimin hem düzenli olarak hem de şikayet üzerine yapılabilir olması sistematik açıdan önemlidir. Denetim sırasında denetim organınca istenecek coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanımına ilişkin her tür bilgi ve belge bu adın kullanan kişilerce yetkili kuruluşa ibrazı zorunlu hale getirilmiştir.

Denetimin etkin bir şekilde yapıldığını kabul edebilmek için, ürün piyasasının en az sekizde birinin denetime tabi tutulmuş olması öngörülmüştür.

Denetim kuruluşunca yapılan denetimlerin raporlanarak, her iki yılda bir Enstitüye

ibraz edilmesi şart koşulmuştur. Bu süre 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede on yıldır. Birçok ürün türü için on yılın çok uzun bir süre olduğu ve bu süre zarfında denetimin gereği gibi yerine getirilememe durumunda piyasanın kontrolünü kaybetme ihtimaline karşı sürenin azaltılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. İki yıllık sürenin makul bir süre olduğu düşünülmüştür.

Enstitüye ibraz edilen raporların, Sicil bilgilerine uygunluğu bakımından Enstitüce incelenme esasları maddede hüküm altına alınmıştır.

Maddede ayrıca, Enstitü tarafından hazırlanan amblemin haksız kullanımına ilişkin müeyyideler de düzenlenmiştir.

MADDE 24- Madde ile, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibinin unvan, adres veya nev'inin değiştiği durumlarda bu değişikliğin Enstitü tarafından hangi şartlar altında yerine getirilebileceği düzenlenmiştir.

MADDE 25- Madde, başvuru sahibi veya vekili tarafından yapılan ve Sicile, belgelere, yazışmalara veya Bültene yansımış olan, başvuru sahibinin adı ve adresindeki hatalar ile ifade ya da kopyalama hatalarının ve aşıkâr hataların düzeltilmesine ilişkin talebin, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının tescile şayan esas unsurunu değişikliğe uğratmaması şartıyla nasıl yapılabileceğini düzenlemektedir.

MADDE 26- Bilimsel ve teknolojik gelişmeler, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı korumasına konu ürünün ayırt edici özelliğini değiştirmeden, üretiminde kullanılan yeni metotların kullanımını gerekli veya zorunlu kılabilir; iklimlerin değişmesi toprak özelliklerinin değişmesine yol açabilir ve neticede ürünün üretildiği coğrafi alanın yeniden belirlenmesi sonucunu doğurabilir.

Yukarıda belirtilen nedenlerle, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün özelliklerinde meydana gelebilecek değişikliklerin Sicile kaydedilmesini sağlamak üzere yapılabilecek taleplerin kabul edilebilmesi için, söz konusu değişikliklerin bu Kanunda belirtilen şartları taşıyıp taşımadığının incelenmesi gereklidir. Bu sebeple değişiklik talepleri; sanki yeni bir başvuru inceler gibi 14 üncü maddeye uygunluğu açısından değerlendirilmeli ve itiraza açılmalıdır.

MADDE 27- Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı koruması marka koruması gibi tekel hakkı sağlamamaktadır. Sicilde belirtilen şartlara bağlı kalmak suretiyle

yine sicilde tanımlanan coğrafi alanda ilgili ürünün üretimini yapan tüm üreticilerce kullanılabilir. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında, herhangi bir istisna olmaksızın, tek bir gerçek ya da tüzel kişi üreticiye başvuru hakkı tanınmaktadır. Korumanın, Kanunda tanımlanmış şartlara bağlı kalmak kaydıyla, sınırsız bir süre için geçerli olduğu hususu da göz önünde bulundurulacak olursa, gerçek kişinin ölümü veya tüzel kişiliğin herhangi bir sebeple sona ermesi durumunda söz konusu tescil ve yükümlülüklerin akıbetinin belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca TEKEL örneğindeki gibi yasal bir zorunluluk neticesinde meydana gelen değişikliklerin Sicile kaydedilmesi açısından da konuyla ilgili düzenlemeye ihtiyaç duyulmuştur.

Meydana gelen ve talep edilen başvuru ya da tescil sahibiyle ilgili değişikliklerin bu Kanun çerçevesinde kabulü ise ancak talebin 12 nci madde şartlarını karşılaması halinde mümkün kılınmıştır.

MADDE 28- Madde ile, tescilli coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hangi hallerde mahkemece hükümsüzlüğüne karar verilebileceği ve hükümsüzlük davasının kime karşı açılacağı hususları düzenlenmiştir.

Maddeye göre tescilli coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının hükümsüzlük kararının, tescilin ancak 2 nci, 3 üncü, 6 ncı, 12 nci, 13 üncü ve 23 üncü maddelerde belirtilen şartların karşılanmaması gerekçeleriyle verilebileceği hükmü düzenlenmiştir.

MADDE 29- Madde ile coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adlarının hükümsüzlüğü davasının kimler tarafından açılacağı düzenlenmiştir.

MADDE 30- Madde ile hükümsüzlük kararının hukuki sonuçları düzenlenmiştir.

MADDE 31- Coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı koruması, denetimin usûlünce yerine getirilerek tüketicinin beklentilerinin karşılanması ve ürünün gerçek üreticilerinin bu korumanın ekonomik getirisinden faydalanması gibi hususlar başta olmak üzere tescil sahibine büyük sorumluluklar yüklemektedir. Tescil sahibinin bu sorumluluğu yerine getirecek durumunun kalmaması ya da çeşitli nedenlerle bu göreve devam etmek istememesi ancak tescilden vazgeçmesi ile mümkün olmalıdır. Ancak kamusal niteliği öne çıkan coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı korumasında, bu kültürel değerlerin sürekliliğini sağlamak amacıyla bu görevi üstlenmek isteyen ve 12 nci maddede ifade edilen

şartları karşılayan üreticilere sorumluluğu devralma hakkı tanınmıştır. Konuya ilişkin bir talebin olmaması durumu ise, sorumlulukların artık yerine getirilemeyeceği nedeniyle Sicil kaydının silinmesi sonucunu doğurur şekilde düzenlenmiştir.

MADDE 32- Maddenin birinci fıkrası ile, tescil edilmiş coğrafi işaretleri kullanım hakkına sahip olmayan kişilerin hangi tür kullanımlarının coğrafi işaret hakkına tecavüz sayılacağı düzenlenmiştir.

Başvuru sahiplerinin, coğrafi işaret tescil başvurusunun yayımlanmasından itibaren coğrafi işarete yönelik bu maddede sayılan ihlallerden dolayı hukuk ve ceza davası açmaya yetkili oldukları; hakkın ihlal edildiğinin coğrafi işareti kullanma hakkına sahip olanlarca tespiti halinde ise, tecavüzün öncelikle bu kişilerce başvuru sahibine bildirilmesi suretiyle gereken davanın açılmasının sağlanabileceği; coğrafi işareti kullanma hakkına sahip kişi veya kişilerin ise ancak başvuru sahibinin bu talebi kabul etmemesi veya bildirim aldığı tarihten itibaren üç ay içinde gerekli davayı açmaması halinde dava açabilecekleri hususları kurala bağlanmıştır.

İhlal eden, başvurudan veya kapsamından ihtarname ile haberdar edilmiş ise, başvurunun yayımlanmış olmasına bakılmaz. İhlal edenin kötü niyetli olduğuna mahkeme tarafından hükümlünürsa, yayımdan önce de ihlalin varlığı kabul edilir.

İhlale konu ürün adının tescilli olduğuna ilişkin kaydın ürün, ambalaj veya fatura üzerine konulmamış olması, eylemi tecavüz olmaktan çıkarmaz. Ancak tescille ilgili kayıt ve işaretler kusurun değerlendirilmesi sırasında dikkate alınır.

MADDE 33- Maddenin birinci fıkrası ile, tescil edilmiş geleneksel özellikli ürün adlarını kullanım hakkına sahip olmayan kişilerin hangi tür kullanımlarının geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz sayılacağı düzenlenmiştir.

Başvuru sahiplerinin geleneksel özellikli ürün adına ilişkin tescil başvurusunun yayımlanmasından itibaren geleneksel özellikli ürün adına yönelik ihlallerden dolayı hukuk ve ceza davası açmaya yetkili oldukları; hakkın ihlal edildiğinin geleneksel özellikli ürün adını kullanma hakkına sahip olanlarca tespiti halinde ise, tecavüzün öncelikle bu kişilerce başvuru sahibine bildirilmesi suretiyle gereken davanın açılmasının sağlanabileceği; geleneksel özellikli ürün adını kullanma hakkına sahip kişi veya kişilerin ise ancak başvuru sahibinin bu talebi kabul etmemesi veya bildirim aldığı tarihten itibaren üç ay içinde gerekli davayı açmaması halinde dava açabilecekleri hususları kurala bağlanmıştır.

İhlal eden, başvurudan veya kapsamından ihtarname ile haberdar edilmiş ise, başvurunun yayımlanmış olmasına bakılmaz. İhlal edenin kötü niyetli olduğuna mahkeme tarafından hükmolunursa, yayımdan önce de ihlalin varlığı kabul edilir.

İhlale konu ürün adının tescilli olduğuna ilişkin kaydın ürün, ambalaj veya fatura üzerine konulmamış olması, eylemi tecavüz olmaktan çıkarmaz. Ancak tescille ilgili kayıt ve işaretler kusurun değerlendirilmesi sırasında dikkate alınır.

MADDE 34- Madde ile, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinin sağladığı hakları tecavüze uğrayan hak sahibi kişilerin açacakları davalarda, mahkemeden talep edebilecekleri hususlar düzenlenmiştir.

MADDE 35- Madde ile, bu Kanun kapsamında hak ihlali sayılan fiilleri işleyen kusurlu kişilerin hak sahibinin zararını tazmin etmekle yükümlü olduğu düzenlemesi getirilmiştir.

MADDE 36- Madde ile, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibinin, tescilli ad veya işaretin haksız kullanımı sonucunda uğramış olduğu zarar miktarının belirlenmesi için tazminat yükümlüsünden coğrafi işaretin veya geleneksel özellikli ürün adının kullanılması yoluyla elde edilen kazancı gösteren belgeleri vermesini talep edebileceği kurala bağlanmıştır.

MADDE 37- Madde, yoksun kalınan kazancın hesaplanma biçimini göstermek amacıyla düzenlenmiştir. Mahkeme tarafından, maddede sayılan hesaplama yöntemlerinden sadece bir tanesi esas alınabilecek ve yoksun kalınan kazanç bu yöntemle sınırlı olarak tayin edilebilecektir.

MADDE 38- Maddeye göre, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinin sağladığı haklara tecavüz eden tarafından, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının kullanıldığı ürünlerin kötü şekilde üretimi veya uygun olmayan bir tarzda piyasaya sürülmesi sonucunda tescile konu ürünün itibarı zarara uğrarsa, hak sahibi, bu nedenle ayrıca tazminat isteyebilecektir.

MADDE 39- Maddeye göre, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibi, kötü niyetli olmamaları şartı ile, sebep olduğu zarardan dolayı kendisine tazminat

ödemiş olan kişi tarafından piyasaya sürülmüş ürünleri el konulmaması nedeniyle kullananlara karşı bu kanunda tecavüz hali için öngörülen davaları açamaz.

MADDE 40- Madde, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı haklarına tecavüz nedeniyle açılan özel hukuk davalarında zamanaşımı süresini belirtmek amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 41- Madde, menfaati bulunanların dava açarak fiillerinin coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinin sağladığı haklara tecavüz teşkil etmediğine karar verilmesini talep edebileceğini ve bu talebin şartlarını kurala bağlamaktadır.

MADDE 42- Madde, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı tescilinin sağladığı hakları ileri sürmeye yetkili olan kişilerin, bu haklara tecavüz sayılabilecek olaylara ilişkin delillerin tespitini de mahkemeden talep edebileceklerini hükme bağlamaktadır.

MADDE 43- Madde ile ihtiyati tedbir talebinin şartları düzenlenmektedir.

MADDE 44- Madde ile, mahkemelerce verilebilecek ihtiyati tedbir kararlarının mahiyeti ve asgari etkinlik düzeyi belirlenmiştir.

MADDE 45- Madde, tespit davaları ve ihtiyati tedbirlerle ilgili olarak bu Kanunda kurala bağlanmayan hususlarda Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu hükümlerinin uygulanacağını belirtmek amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 46- Madde, aynısının veya benzerinin kullanılması bu Kanun hükümlerine göre hak sahibinin yetkilerine tecavüz teşkil eden ürünlere gümrüklerde el koyma ile ilgili hususların belirlenmesi amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 47- Bilgi edinme başlıklı bu madde 2004/48/EC sayılı Direktifte de yer almakta olup, maddenin birinci fıkrasında, tescil ile sağlanan haklara tecavüz eden, tecavüz teşkil eden ürünleri ticari amaçla elinde bulunduran veya bu fiillere iştirak eden kişilerin bilgi verme yükümü düzenlenmiştir.

Maddenin ikinci ve üçüncü fıkrasında ise bilgi verme yükümünden çekinilebilecek haller ve bilgi verme yükümünün yorumlanmasında uyulacak kriterler Ceza Hukuku ilkeleri ile paralel olarak düzenlenmiştir.

MADDE 48- Madde, bu Kanunda belirtilen davalarda, açılan davanın mahiyetine bağlı olarak görevli mahkemelerin tespiti amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 49- Maddede, coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz eden kişinin nasıl cezalandırılacağı düzenlenmiştir. Düzenleme yapılırken Türk Ceza Kanunu ve Ceza Muhakemeleri Kanunu düzenlemeleri ile uyum sağlamaya özen gösterilmiştir.

Maddenin birinci fıkrasına göre, başkasına ait coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı hakkına tecavüz ederek mal üretenler, iki yıldan üç yıla kadar hapis ve binbeşyüz günden üçbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

Maddenin ikinci fıkrasına göre, coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının sağladığı haklara tecavüz suretiyle üretilen malı satan, satışa sunan, gümrük bölgesine yerleştiren, gümrükçe onaylanmış bir işlem ya da kullanıma tabi tutan, her ne şekilde olursa olsun ticari amaçla elinde bulunduran kişi altı aydan iki yıla kadar hapis veya ikiyüzelli günden ikibin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır. Ancak, bu fıkrada belirtilen eylemleri işleyen kişi kovuşturma başlamadan önce bu malı nereden temin ettiğini bildirerek, üretenlerin ortaya çıkarılmasını ve üretilmiş mallara el konulmasını sağlarsa hakkında cezaya hükmolunmaz.

Maddenin üçüncü fıkrasına göre, bir eşya veya ambalajı üzerine konulmuş yahut işletmede görülebilecek şekilde bulundurulmuş coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı koruması olduğunu belirten amblemi, yetkisi olmadan kaldıran kişi, iki aydan bir yıla kadar hapis veya sekizyüz günden binbeşyüz güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

Maddenin dördüncü fıkrasına göre tescilli bir ürün adı olmadığı halde, tescilli bir coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı hakkı sahibi olduğu anlamına gelecek yazı, işaret veya ifadeleri kullanan kişi, bir yıldan iki yıla kadar hapis ve binbeşyüz günden üçbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

Maddenin beşinci fıkrasına göre, birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü fıkralarda sayılan suçların, bir tüzel kişinin faaliyeti çerçevesinde işlenmesi durumunda, eylemi işleyen cezalandırılmasından başka ayrıca tüzel kişilere özgü güvenlik tedbirlerine hükmolunur. Tüzel kişiler bakımından anılan tedbirlere başvurulabilmesi için suçun, tüzel kişinin faaliyeti çerçevesinde işlenmesi zorunludur.

Maddenin altıncı fıkrasına göre, birinci, ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci fıkralarda sayılan suçların soruşturulması ve kovuşturulması şikayete bağlıdır. Hükmün kesinleşmesinden sonra şikayetten vazgeçilmesi durumunda ceza infaz edilmez. Şikayetten vazgeçme nedeniyle davanın düşmesi halinde şikayetçinin yargılama giderlerinden sorumlu olacağı düzenlenmiştir.

Maddenin yedinci fıkrasına göre şikayetçi temin edilebilir olması halinde orijinal ürünü, aksi takdirde ayırt edilebilir nitelikte görüntüsünü veya fotoğrafını şikayet sırasında ibraz eder. Hakim veya gecikmesinde sakınca bulunan hallerde Cumhuriyet savcısı, arama kararında bilirkişi görevlendirebilir ve bilirkişi arama sırasında somut olaya bağlı olarak görüntü veya fotoğraf çekimi yapar. Böylece uygulamada haksız yere yapılan şikayetler üzerine arama ve toplatmaların önüne geçilmek istenmiştir.

Maddenin sekizinci fıkrasında, birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda belirtilen suçlarla ilgili olarak coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adı sahibi, dördüncü fıkrada belirtilen suçlarla ilgili olarak Enstitü, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanununa veya Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanununa tabi kuruluşlar, ana iştiğal konusu taklitle mücadele olan dernekler ve tüketici derneklerinin şikayet hakkına sahip olduğu düzenlemesi yapılmıştır.

MADDE 50- Maddeye göre, bu Kanunda belirtilen davalarda, dava sonucunda haklı çıkan taraf, haklı bir sebebin veya menfaatinin bulunması halinde, masrafları karşı tarafa ait olmak üzere, kesinleşmiş kararın günlük gazete veya benzeri vasıtalarla tamamen veya özet olarak ilan edilmesini mahkemeden talep etmek hakkına sahiptir. Buna göre, ilanın şekli ve kapsamı kararda tespit edilir. Mahkeme kararının ilan edilmesine ilişkin talep, başlangıçta ileri sürülebileceği gibi, kararın kesinleşmesinden sonraki üç ay içinde de yapılabilir.

MADDE 51- Madde, coğrafi işaretler ve geleneksel özellikli ürün adları ile ilgili olarak Enstitü nezdinde işlem yapabilecek kişilerin belirlenmesi amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 52- Maddede Enstitü nezdinde yürütülecek işlemlerin vekil vasıtasıyla yürütülecek olması halinde Enstitüye sunulacak olan vekaletname ile ilgili hususlar düzenlenmiştir.

MADDE 53- Madde, bu Kanunda belirtilen ücretlere, ödenme sürelerine ve sonuçlarına ilişkin hususları belirlemek amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 54- Madde, bu Kanun hükümleri uyarınca Enstitü tarafından yapılacak bildirimlerin şekil ve esaslarının belirlenmesi amacıyla düzenlenmiştir.

MADDE 55- Madde ile, bu Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte uygulaması sona eren mevzuat ile diğer kanunlarda bu mevzuata yapılan atıfların bu Kanuna yapılmış sayılacağı hükme bağlanmıştır.

GEÇİCİ MADDE 1- Madde ile, bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte işlem gören coğrafi işaret tescil başvurularına bu Kanun hükümlerinin uygulanacağı, bu Kanunun yürürlüğe girmesinden önce Enstitü tarafından tescil edilmiş coğrafi işaretlere ise bu Kanunun kullanım ve denetim usûllerine ilişkin hükümlerinin uygulanacağı, dolayısıyla kendilerine Enstitü tarafından yapılan bildirim takip eden iki yıllık süre içinde gerekli değişikliklerin yapılması, aksi takdirde tescillerin hükümsüz sayılacağı düzenlenmiştir.

GEÇİCİ MADDE 2- Madde ile, yönetmeliğin altı ay içinde yürürlüğe gireceği, yönetmelik yürürlüğe girinceye kadar mevcut yönetmeliğin bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanacağı hükme bağlanmıştır.

MADDE 56- Yürürlük maddesidir.

MADDE 57- Yürütme maddesidir.

EK 12.ROKFOR PEYNİRİ MENŞE ADI KORUMASI İLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEME

REGLEMENT D'APPLICATION DU DECRET RELATIF A L'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE "ROQUEFORT"

Article 1

Le présent règlement vise à préciser les modalités d'application du décret du 22 janvier 2001 relatif aux fromages bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée "Roquefort".

Article 2

Est considérée brebis laitière, l'animal âgé d'au moins un an.

Les fourrages secs ou fermentés proviennent essentiellement de l'exploitation.

Quelle que soit leur provenance, les achats extérieurs à l'exploitation, hors paille et moutures à façon ou équivalent, de fourrages, céréales et aliments complémentaires, destinés aux brebis et agnelles de renouvellement, ne doivent pas dépasser en moyenne, par troupeau et pour l'année civile, 200 kg de matière sèche par brebis laitière présente sur l'exploitation. Le nombre de brebis laitières présentes correspond à l'effectif présent à la mise bas.

En période de stabulation, la ration journalière individuelle comporte au minimum un kilo de matière sèche de foin, en moyenne sur le troupeau.

Le pâturage ne doit pas se limiter à une surface manifestement insuffisante pour couvrir une partie de l'alimentation des brebis.

Sont interdits :

- toutes additions d'urée dans les aliments,
- tous les ensilages de maïs doux,
- tous les ensilages ou fourrages enrubannés vieux de plus d'un an,
- tous les sous-produits de l'industrie, conservés par voie humide.

L'ensemble des mesures précisées ci-dessus pourront faire l'objet de mesures dérogatoires pour les périodes de sécheresse, aléas climatiques ou autres circonstances exceptionnelles reconnus par les Services de l'Institut national des appellations d'origine après avis de la Commission "Agrément Conditions de Production".

La distribution doit éliminer les foins et les fourrages humides de mauvaise qualité de conservation.

La récolte des fourrages est obligatoirement effectuée en conditions climatiques optimales.

Sont interdits, au niveau de l'alimentation du troupeau ovins laits (brebis et agnelles) sur toute l'année :

- tous les produits d'origine animale, à l'exception du lait d'allaitement et des lactoreplaceurs pour les agnelles de renouvellement.
- tous les additifs des catégories antibiotiques et facteurs de croissance,
- tous les pré-mélanges médicamenteux à base d'anti-bactériens par voie orale, sauf dans le cas du traitement thérapeutique des agnelles de renouvellement lors de leur sevrage,
- tous les aliments complétés en matières grasses ayant subi un traitement en vue de les protéger d'une dégradation dans le rumen. Cette interdiction prend effet un an après publication de l'arrêté d'homologation du présent règlement.

Article 3

Le stockage des fourrages secs et de la paille est réalisé dans un endroit sec et isolé du sol.

Le stockage de fourrages conservés en silo s'effectue sur une plate-forme bétonnée, en pente, permettant la récupération des écoulements. La bâche des silos est renouvelée tous les ans, elle doit être conforme à la norme NF pertinente.

Le stockage du fourrage enrubbanné s'effectue sur une plate-forme bétonnée ou stabilisée.

Pour ces modes de conservation humide des fourrages, l'utilisation d'un agent d'ensilage autorisé par la réglementation générale est obligatoire.

Article 4

L'aménagement des bergeries prévoit une surface minimale soit de 1,5 m² par brebis avec son agneau, soit de 1,2 m² par brebis seule.

Article 5

Après filtrage, le lait est stocké en récipients fermés et réfrigérés.

Conformément à la dérogation accordée par le Ministère de l'agriculture et de la pêche le 29 octobre 1997, en application de l'article 9 modifié de l'arrêté du 18 mars 1994 relatif à l'hygiène de la production et de la collecte du lait, la température de stockage du lait à la ferme et pendant le transport vers les établissements de transformation est de 10°C maximum. Dans des cas exceptionnels de tournées très éloignées en zone de montagne reculée avec faibles litrages individuels, la durée de stockage à la ferme est limitée à 38 heures et à une température de 4°C.

L'autorisation de cette mesure particulière pourra être donnée par les Services de l'Institut national des appellations d'origine après avis de la Commission Agrément Conditions de Production.

Article 6

L'identification en creux du fromage comporte le code du lieu de fabrication, le jour de fabrication et le numéro du lot.

Article 7

La température de la phase de maturation du fromage ne peut être inférieure à -5°C .

Article 8

Les conditions de livraison du lait et de réception par les laiteries font l'objet d'un règlement contractuel annuel qui prévoit notamment la remise au producteur d'un document destiné à enregistrer quotidiennement les quantités livrées.

Article 9

Les exploitants des laiteries où sont fabriqués des fromages doivent faire connaître aux Services de l'Institut national des appellations d'origine et au Syndicat de défense de l'appellation, dix jours avant leur ouverture, la liste et la date d'ouverture de ces laiteries. Cette déclaration doit comprendre le nom et l'adresse des ramasseurs.

Les ramasseurs doivent inscrire les quantités de lait livré par chaque producteur sur le document remis à ce dernier par la laiterie. Le producteur sera tenu informé régulièrement des quantités de lait livré.

Les exploitants des laiteries doivent tenir, dans chaque laiterie, un document relatant tous les jours les fabrications journalières et notamment :

la quantité de lait livré par chaque producteur ;

la quantité de lait transformé en Roquefort

le nombre de pains fabriqués et la date de piquage des pains pour les fabricants effectuant cette opération en laiterie.

Ces inscriptions doivent être faites sur le registre spécial ou le document comptable équivalent au fur et à mesure de la réception du lait à la laiterie et, pour les fromages, dès que le moulage des pains est terminé.

Tous les ans, à la fin de la campagne laitière chaque fabricant doit adresser aux Services de l'Institut national des appellations d'origine et au Syndicat de défense de l'appellation, une déclaration mentionnant pour chacune des laiteries exploitées :

la date d'ouverture et celle de la fermeture de la laiterie ;

la désignation des producteurs qui y ont apporté le lait ;

la quantité de lait fourni par chacun d'eux au cours de la campagne ;

la quantité de lait transformé en Roquefort ;

le nombre et le poids total des pains fabriqués dans la laiterie.

Des états mentionnant les entrées et les sorties mensuelles doivent être adressés mensuellement aux Services de l'Institut national des appellations d'origine et au Syndicat de défense de l'appellation.

Article 10

Pour tout envoi de fromages par une laiterie à une cave d'affinage, les fabricants sont tenus d'établir un bulletin de transport en 2 exemplaires portant les mentions suivantes :

- la raison sociale du fabricant, le nom et l'adresse de la laiterie ;
- le nom et l'adresse du destinataire ;
- la date de l'expédition ;
- - le nombre de pains expédiés et leur identification ;

L'un des exemplaires du bulletin accompagne la marchandise, l'autre doit rester à la laiterie, à la disposition des Services de l'Institut national des appellations d'origine.

Article 11

Les exploitants des caves d'affinage sont soumis à la tenue de registres spéciaux ou de documents comptables équivalents, d'entrées et de sorties, totalisées au dernier jour de chaque mois, portant les indications suivantes :

a) Pour les entrées en cave :

la désignation de la laiterie d'où proviennent les fromages,
la date de leur réception,
la date du "piquage" des fromages,
le nombre de pains et leur indication de lot,
le poids total des pains au départ de la laiterie ou à l'arrivée en cave.

b) Pour les sorties de caves :

la date de la mise sous emballage protecteur par lot de fabrication ;
la date de sortie ;
le nombre de pains à la sortie accompagnés de l'identification du lot.

Article 12

Les exploitants de salles à température dirigée sont soumis à la tenue de registres spéciaux ou de documents comptables équivalents, d'entrées et de sorties, totalisées au dernier jour de chaque mois, portant les indications suivantes :

a) Pour les entrées :

la désignation de la cave d'affinage,
la date de l'opération,
la désignation de la salle à température dirigée,

le nombre de pains introduits accompagnés de l'identification du lot.

b) Pour les sorties :

la date de sortie,

le nombre de pains et le poids total forfaitaire de fromage à la sortie accompagnés de l'identification du lot.

Les exploitants de caves d'affinage et de salles à température dirigée doivent adresser aux services de l'Institut national des appellations d'origine et au Syndicat de défense de l'appellation, avant le 20 du mois suivant, un état mensuel mentionnant les entrées en caves provenant de la laiterie et les sorties destinées à la commercialisation, établi à partir des registres spéciaux ou des documents comptables équivalents susvisés.

Article 13

Les fabricants qui entreposent des fromages dans des salles à température dirigée dont ils n'assument pas la gestion doivent, avant toute introduction dans ces chambres, rédiger un bulletin d'entrée numéroté portant les indications suivantes :

- la désignation de la laiterie ou de la cave d'affinage,
- la date de l'opération,
- la désignation de la salle à température dirigée,
- le nombre de pains introduits.

Dès réception des fromages, l'exploitant de la salle à température dirigée inscrit au dos du bulletin la mention :

"Reçu pains

"Date.....

"Signature.....

A la sortie, l'exploitant de cette salle établit un bulletin de sortie numéroté indiquant la date de sortie, le nombre de pains et le nom du locataire. Il doit, en outre :

- tenir un registre spécial ou un document comptable équivalent sur lequel sont analysés les bulletins d'entrées et de sorties précités ;
- adresser aux services de l'Institut national des appellations d'origine et au Syndicat de défense de l'appellation avant le 20 du mois suivant, un état mentionnant les entrées et les sorties mensuelles de la salle à température dirigée et les quantités de fromage qu'elle renferme.

Article 14

Les documents mentionnés aux articles 9, 11, 12 doivent être agréés par les Services de l'Institut national des appellations d'origine. Ils doivent être tenus à la disposition de ce service

et de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes et conservés pendant un délai de trois ans au minimum. Les inscriptions sur ces registres spéciaux ou documents comptables équivalents sont faites immédiatement.

Les bulletins mentionnés aux articles 10 et 13 doivent être agréés par les Services de l'Institut national des appellations d'origine. Ils doivent être tenus à la disposition de ce service et de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes et conservés pendant un délai de 18 mois au minimum.

Les documents ou bulletins mentionnés aux articles 7, 8, 9, 10 et 11 peuvent être informatisés.

Article 15

Au plus tard le 28 février de chaque année, chaque atelier ou entreprise fabricant du Roquefort doit fournir au Syndicat de défense de l'appellation les données statistiques et économiques de l'année civile écoulée.

Ce dernier adresse chaque année aux Services de l'Institut national des appellations d'origine un rapport d'activité concernant notamment les données statistiques et économiques.

EK 13. ROKFOR PEYNİRİ Cİ'İ İLE İLGİLİ MAYIS 2005 TARİHLİ DÜZENLEME

25 mai 2005 JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE Texte 32 sur 97.

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DE L'ALIMENTATION, DE LA PÊCHE ET DE LA RURALITÉ

Décret du 17 mai 2005 modificatif relatif

à l'appellation d'origine contrôlée « Roquefort »

NOR : *AGRP0500510D*

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et de la ruralité, du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et du ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et de la consommation,

Vu le règlement communautaire no 2081/92/CEE modifié du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires ;

Vu le code rural, et notamment ses articles L. 641-2, L. 641-3, L. 641-6, R. 641-1 à R. 641-11, R.* 641-40 à R.* 641-67 ;

Vu le code de la consommation, et notamment ses articles L. 115-1 et L. 115-16 ;

Vu le décret no 88-1206 du 30 décembre 1988 modifié portant application de la loi du 1er août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services et de la loi du 2 juillet 1935 tendant à l'organisation et à l'assainissement du marché du lait en ce qui concerne les fromages ;

Vu le décret du 22 janvier 2001 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Roquefort » ;

Vu la proposition du comité national des produits laitiers de l'Institut national des appellations d'origine en date du 18 mai 2004,

Décète :

Art. 1er. – L'article 2 du décret du 22 janvier 2001 relatif à l'appellation d'origine contrôlée «Roquefort» est remplacé par les dispositions suivantes :

Art. 2. – Aire géographique. – La production du lait de brebis et la fabrication des fromages doivent être effectuées dans l'aire géographique définie par les communes ou parties de communes suivantes :

Art. 2. – Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, le ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et de la ruralité et le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et de la consommation sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 17 mai 2005.

JEAN-PIERRE RAFFARIN

Par le Premier ministre :

*Le ministre de l'agriculture, de l'alimentation,
de la pêche et de la ruralité,*

DOMINIQUE BUSSEREAU

*Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,*

THIERRY BRETON

*Le ministre des petites et moyennes entreprises,
du commerce, de l'artisanat,
des professions libérales
et de la consommation,*

CHRISTIAN JACOB

EK 14. EZİNE PEYNİRİ MENŞE İŞARETİ TESCİL BELGESİ



T. C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİ

Tescil No	86
Başvuru Tarihi	24.02.2006
Başvuru No	C 2006/004
Yayın Tarihi	05.08.2006
Türü	Menşe İşareti
Başvuru Sahibinin Kimliği	Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma ,Geliştirme ve Tanıtma Derneği
Başvuru Sahibinin Adresi	Seferşah Cad. No:28 Ezine-ÇANAKKALE
Coğrafi İşaret	EZİNE PEYNİRİ
Coğrafi Sınırları	Üretim bölgeleri : Kaz Dağları'nın kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine,Bayramiç,Ayvacık ilçeleri
Kullanılacağı ürün	Beyaz Peynir

Teknik özellikleri ve denetim biçimi ekte verilen coğrafi işaret 05.08.2006 tarih ve 26250 sayılı Resmi Gazete'de ilan edilmiş ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname'nin 12 nci maddesi gereğince 05.08.2006 tarihinden geçerli olmak üzere tescil edilmiştir.

10/4
ys
Doç. Dr. Yusuf BALCI
Enstitü Başkanı

Başvuru Tarihi : 24.02.2006
 Başvuru No : C2006/004
 Başvuru Sahibi : EZİNE Peynirini ve Mandıracılarını Koruma,
 Geliştirme ve Tanıtma Derneği
 Adresi : Seferşah Cad.No:28 Ezine-Çanakkale
 Ürünün Adı : Beyaz Peynir
 Coğrafi İşaretin Türü : Menşe adı
 Coğrafi İşaretin Adı : Ezine Peyniri

Ürünün Tanımı : Kaz dağlarının Kuzey ve Batı Kesimlerinde yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin doğal bitki örtüsü ve su kaynaklarıyla beslenen koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsime göre; keçi sütü en az %40, koyun sütü %45 ila %55, inek sütü en fazla %15 oranlarında karıştırılmasıyla üretilen (TS 591'e uygun) Menşe adı tanımına uygun tam yağlı, muhtelif büyüklükte teneke tipi beyaz peynirdir.

1. Duyusal Özellikler

-Görünüş ve Yapı : Ürün beyaza dönük açık sarı renkte olup orta sertlikte ve kırılğan olmayan bir yapıya sahiptir. Az sayıda ve küçük çaplı gözenekler bulunmaktadır.

-Tat ve Aroma : Ezine peyniri sütün bileşiminde bulunan süt yağından kaynaklanan 'kremamsı' tat ve aromaya; uygulanan ısı işleminden de kaynaklanan 'pişmiş süt' tat ve aromasına sahiptir. Ezine peyniri süt yağında meydana gelen parçalanmalar sonucu açığa çıkan kendine özgü bir tat ve aromaya da sahiptir. Üretimde kullanılan üç farklı süt türünün tat ve aroma özellikleri de ürüne taşınarak tat ve aromayı etkilemektedir. Ayrıca sütün bileşiminde bulunan protein, yağ ve süt şekerinin (laktozun) direkt etkisi veya enzimatik/kimyasal/mikrobiyal tepkimeler sonucu ürünün karakteristik ve temel tat özellikleri olan 'tatlımsı', 'tuzlu' ve 'ekşi' tatlar oluşmaktadır.

2. Kimyasal Özellikler

Süt, şirden, tuz, su, kurumadde, yağ, yağsız kurumadde, kurumaddede yağ (%45), kül, tuz, azotlu maddeler, suda eriyen azot, fosfor, NH₂ halinde azot, amid halinde azot, titrasyon asitliği ve PH. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi raporu başvuru esnasında ekli olarak verilmiştir.

Üretim Alanı : Ezine, Bayramiç, Ayvacık İlçelerinin Tamami İle Çan İlçesine Bağlı Şerbetli, Etili, Alatlıburun, Küçükklü, Alibeyköy Ve Söğütalan; Ve Merkez İlçeye Bağlı Karacaören, Kurşunlu, Şerbetli Ve Kirazlı Köyleri.

Üretim Metodu : Peynire işlenecek süt 67 C de 30 dakika pastörize edildikten sonra pıhtı oluşumunu sağlamak amacıyla buzağaların midelerinden elde edilen şirden enzimi ile 32-34 C de mayalanır. Oluşan pıhtı kitlesi peynir suyunun ayrılması için kesilir ve içinde cendere bezi serili özel peynir kalıplarına konular ve süzme işlemi hızlandırmak amacıyla baskı uygulanır. Bu aşamada ayrıca pıhtı da birbiri ile kaynaşmakta ve teleme oluşumu sağlanmaktadır. Oluşan teleme kalıplar halinde kesildikten sonra istenen tat ve aromayı kazandırmak amacıyla üretim yönteminin gerektirdiği miktarda deniz tuzu kullanılarak hazırlanan salamurada bekletilir. Salamuradan çıkarılan peynir kalıpları tenekelere tek sıra halinde dizilerek üzerlerine kuru tuz serpilir ve 10-12 saat süreyle dinlenmeye bırakılır. Bu işlem sonucunda da ayrılan su ortamdan uzaklaştırılarak tenekeler doluncaya kadar peynir dizilir ve üzerine salamura ilave edilerek tenekeler kapatılır ve hava almayacak şekilde lehimlenir. Peynirin istenen karakteristik tat ve aromayı kazanması amacıyla peynir tenekeleri 2-4 C sıcaklıktaki soğuk hava depolarında en az 8 ay süreyle olgunlaştırılır.

Ürünün Ayırt Edici Özellikleri: Koyun, inek ve keçi sütleri olmak üzere her üç tür süt mevsimine göre belirli oranlarda karıştırılarak Ezine peyniri üretiminde kullanılmaktadır. Üretim yapıldığı bölge gerek bitki örtüsü ve gerekse iklim olarak Kaz Dağlarında etkilenmektedir. Kaz Dağları bölgeye bol yağış ile birlikte zengin bir bitki örtüsü ve bol oksijen sağlamaktadır. Bitki örtüsünde Mercanköşk

(Origanum majorana L.), Güveyi otu (Origanum vulgare), Adaçayı (Salvia officinalis L.), Tüylü nane (Mentha longifolia L.), Oğul otu (Melisa officinalis L.) ve Kekik (Thymus vulgaris L.) başta olmak üzere yüzlerce kokulu bitki bulunmaktadır. Süt hayvanlarının tümü doğal olarak beslenmektedir. Hayvanların yediği yem direkt olarak sütün tat ve aromasını etkilediği için bu özellik peynire de çok özel ve kendine özgü bir tat ve aroma kazandırmaktadır.

Ezine peyniri yapımında kullanılan süt bölgede yetiştirilen ‘Tahirova’, ‘Sakız’, ‘Dağlıç’, ve ‘Sakız+Dağlıç’ ırkı koyunlardan, ‘Holstein’ türü kültür ineklerinden ve ‘Karakeçi’ adlı keçi ırkından sağlanmaktadır. Özellikle Mart ayından başlayıp Temmuz ayına kadar devam eden sezon içinde elde edilen sütler Ezine peyniri üretiminde kullanılmaktadır.

Ezine peyniri üretiminde denizden elde edilen tuz kullanılmaktadır. Deniz tuzu kullanımı, peynirin erimesini ve dağılmasını engelleyerek olgunlaşma sonucunda suyunu kolayca dışa vermesini sağlamaktadır.

Üretimde kullanılan maya, peyniraltı suyu içerisinde şirden (buzağı) ilave edilerek hazırlanır.

Ürünün Menşe Ad (veya Mahreç İşaret) Olmasına İlişkin Bilgi ve Belgeler:

Ürünün üretim süreçleri ve malzemeleri tamamen Üretim alanında belirtilen yerlerde gerçekleştirilmektedir. Üretim yapıldığı bölge gerek bitki örtüsü ve gerekse iklim olarak Kaz Dağlarında etkilenmektedir. Kaz Dağları bölgeye bol yağış ile birlikte zengin bir bitki örtüsü ve bol oksijen sağlamaktadır. Bölgeye özgü bitki örtüsündeki yüzlerce kokulu bitkilerden beslenen Süt hayvanlarının yediği yem direkt olarak sütün tat ve aromasını etkilediği için bu özellik peynire de çok özel ve kendine özgü bir tat ve aroma kazandırmaktadır.

Özellikle Mart ayından başlayıp Temmuz ayına kadar devam eden sezon içinde elde edilen sütler Ezine peyniri üretiminde kullanılmaktadır.

Ezine peyniri üretiminde denizden elde edilen tuz kullanılmaktadır. Deniz tuzu kullanımı, peynirin erimesini ve dağılmasını engelleyerek olgunlaşma sonucunda suyunu kolayca dışa vermesini sağlamaktadır.

Üretimde kullanılan maya, peyniraltı suyu içerisinde şirden (buzağı) ilave edilerek hazırlanır.

Denetleme:

Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma Derneği Koordinatörlüğü’nde Çanakkale Ticaret Borsası, Çanakkale Ticaret ve Sanayi Odası, Çanakkale Tarım İl Müdürlüğü, On sekiz Mart Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü uzmanlarından oluşacak en az üç kişilik bir komisyon tarafından imalat, depolama, kalite kontrol denetimleri yapılacaktır. Kontrol için Çanakkale İl Kontrol ve On sekiz Mart Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü laboratuvarlarından yararlanılacaktır.

Kullanım Biçimi:

EZİNE PEYNİRİ markalaması, ürünün muhtelif tip, cins ve büyüklükteki ambalajı üzerinde tüm ana renklerde, muhtelif renk kombinasyonlarında, yazı tiplerinde ve büyüklüklerinde kullanılacaktır. Markalama, doğrudan ambalaj üzerine veya ambalaj üzerine yapıştırılmış etiketlerde kullanılabilir.

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Hayriye Rana DEMİRER

Doğum Tarihi ve Yeri : 19.07.1970-ÇORUM

Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya Lisesi

Lisans Diploması : Ege Ün. Mühendislik Fakültesi Gıda Bölümü

Yükseklisans Diploması: Akdeniz Üniversitesi İİBF İktisat ABD

Tez Konusu : Genetik Yapısı Değiştirilmiş Organizmalar: Riskler ve Avantajlar

Yabancı Dil / Diller : İngilizce, Fransızca

Bilimsel Faaliyetler

Bildiriler

Tekelioğlu Y. ve Demirer H.R., 2010, “*Indications géographiques, Dynamiques socio-économiques et patrimoine bio-culturel en Turquie et dans les autres pays méditerranéens*”, Türkiye ve diğer Akdeniz ülkelerinde coğrafi işaretler, sosyo-ekonomik hareketlilik ve bio-kültürel özvarlık Uluslararası Semineri 2, 16-18 Aralık 2010, Akdeniz Üniversitesi – Antalya.

Demirer H.R. ve Mencet N., 2009, “*Geleneksel Ürünlerin Bölgesel Kalkınmaya Ekonomik Katkısı*” II. Geleneksel Gıdalar Sempozyum Kitabı, 27-29 Mayıs 2009, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.

Tekelioğlu Y. ve Demirer H.R., 2008, “*Küreselleşme sürecinde yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği*”, Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyum Kitabı, 27-30 Mart 2008, Akdeniz Üniversitesi Yayın No:12, s.716-730.

Tekelioğlu Y. ve Demirer H.R., 2007, “*Les produit Alimentaires de Terroir de Qualité en Turquie: Les cas de raisins secs “Sultanines” d’Egée*”, FAO Seminar on ‘Quality Food Products Linked To Geographical Origin and Traditions in The Mediterranean’, 8-9 November 2007, Casablanca, Morocco.

Kitapta Bölüm:

Tekelioğlu Y., Tozanlı S. ve Demirer H.R., 2009, Les liens entre l’ancrage territorial et la patrimoine historique: conditions d’emergence des produits de qualite et d’origine agroalimentaires en Turquie, OPTIONS Méditerranéennes, Serie A:Séminaires Méditerranéens, Numéro 89, s.343-347.

Demirer H.R., 2004, “Avrupa Birliği Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörüne Devlet Yardımları”, Avrupa Birliği Müktesebatında Devlet Yardımları ve Türkiye’nin Uyumunu, ed. Erdem Ş., Akdeniz Üniversitesi, Akdeniz Ülkeleri Ekonomik Araştırmalar Merkezi Yayını, Antalya 449-457, 2004.

İş Denevimi

Stajlar :

Projeler : Danışman, 2010-2012, AB 7. Çerçeve projesi: Sustainable Agri-Food Systems and Rural Development in the Mediterranean Countries.

Yardımcı Araştırmacı, 2005-2007, AB 6. Çerçeve projesi: Regoverning Markets Programme: Inclusion of Small-Scale Producers in Dynamic Local and Regional Markets.

Çalıştığı Kurumlar : ANET A.Ş., ALTINET Ltd.Şti., Akdeniz Üniversitesi

Adres : Burcu Paz. San ve Tic. Ltd. Şti., Sinan mh. Aksekili sk. No:47
Altınova/ANTALYA

Tel. no : 0.532.381 57 97