



Uluslararası Düzeyde Coğrafi İşaretler, Yaratılan Ekonomik Değer ve Türkiye'deki Sistemin Değerlendirilmesi

Fazıl Akın OLGUN¹, Gözde SEVİLMİŞ²

¹Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 35100, İzmir

²Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Manisa İl Koordinatörlüğü, 45120, Manisa

Makale Künyesi

Araştırma Makalesi

Sorumlu Yazar

Fazıl Akın OLGUN
akin.olgun@ege.edu.tr

Geliş Tarihi: 12.07.2017

Kabul Tarihi: 23.09.2017

Tarım Ekonomisi Dergisi
Cilt:23 Sayı:2 Sayfa:205-213

DOI 10.24181/tarekoder.364953

Özet

Bu çalışmada, geleneksel kültürün korunması, yerel ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi, küçük üreticinin korunması ve ürün kalitesinin geliştirilmesi gibi amaçlar bakımından son derece önemli olan coğrafi işaretler konusu incelenmektedir. Öncelikle, uluslararası bağlamda uygulanan coğrafi işaret sistemi ve bu sistem ile yaratılan ekonomik değer irdelenmektedir. Ardından, 1995 yılında yayımlanan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kararname ile başlayıp 10.01.2017 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na kadar geçen sürede, Türkiye'de coğrafi işaretler konusunda yaşanan gelişmeler ve yaratılan ekonomik değer tartışılmaktadır. Son olarak, önümüzdeki dönemde coğrafi işaretli ürün sayısının nasıl daha da artırılacağı konusunda öneriler getirilmektedir. Coğrafi işaretlerin yararları ve gelişmeye etkilerinin anlaşılmasıyla ülkemizde daha da yaygınlaşacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: sinai mülkiyet, coğrafi işaretler, yerel ürünler

Geographical Indications at International Level, The Created Economic Value and Evaluation of the System in Turkey

Abstract

In this study, the geographical indications that are extremely important for the purposes such as preserving traditional cultures, promoting local and rural development, protecting small producers and improving product quality are examined. Firstly, the geographical indication system used in an international context and the economic value created by this system are analyzed. Then, the developments in geographical indications and the economic value created in Turkey are discussed during the period from Decree-Law No. 555 on the Protection of Geographical Indications published in 1995 to Law No. 6769 on Industrial Property which was published in the Official Gazette dated January 10, 2017. Lastly, suggestions are made on how to increase the number of geographically labeled products in the upcoming period. It is thought that it will become more widespread in our country after understanding the benefits of geographical indications and their effects on development.

Key words: industrial property, geographical indications, local products

1.GİRİŞ

Yerel ekonomilerin canlı tutulması ve küreselleşmenin ortaya çıkardığı olumsuzluklardan özellikle küçük işletmelerin etkilenmelerini en aza indirecek ve onları destek olabilecek yeni stratejilerden birisi de coğrafi işaretlerdir.

Coğrafi işaretler, ürünün kalitesi, geleneksel üretim metodu ve coğrafi kaynağı arasında kurulan sıkı bağı simgeleyen bir güvencedir.

Coğrafi işaretler, tek bir üreticiyi değil, belirli şartlar altında üretim yapan kişilerin tümünü korumakta ve üzerinde bulunduğu ürünün belli bir toprak parçası ile ilişkisini kurmaktadır.

Coğrafi işaretlerin ayırt etmek, coğrafi kaynak belirtmek, ürünün üretim metodunu ve kalitesini garanti etmek, pazarlama aracı olmaları gibi asli işlevlerinin yanı sıra kırsal kalkınmayı ve yerel üretimi desteklemek, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri korumak, turizme katkıda bulunmak, çevreyi ve biyolojik çeşitliliği korumak, kırsal istihdam yaratmak gibi önemli işlevleri bulunmaktadır (Gençler ve Artukoğlu, 2005; İloğlu, 2014).

Ülkemizdeki mevcut durum incelendiğinde, son yıllarda coğrafi işaret konusunda hızlı bir bilinçlenme süreci yaşansa da, kırsal kalkınmaya etkisi bakımından coğrafi işaretlerden birçok gelişmiş ülkeye göre çok daha az faydalandığı, ancak potansiyelin azımsanmayacak kadar büyük olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin uygun ekolojik koşulları ve zengin biyoçeşitliliği düşünüldüğünde coğrafi işaretli ürün tescili için potansiyel ürün sayısının 2,500 civarında olduğu tahmin edilmektedir (Onurlubaş ve Taşdan, 2017). Ancak, halihazırda bu potansiyelin sadece % 8'i tescillenmiş durumdadır.

2017 yılı Temmuz ayı itibarıyla Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescilli 209 coğrafi işaret bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017a).

Bu çalışma ile ülkemizde kırsal kalkınmaya önemli katkıları olabilecek olan coğrafi işaret konusunda bugüne kadar hangi uygulamaların yapıldığını, nasıl bir ekonomik değer yaratıldığını ve bu uygulamanın neden yaygınlaşmadığının genel bir değerlendirmesini yaparak bu uygulamaların Türkiye'de kırsal kesimin kalkındırılması ve kırsal nüfusun yaşam koşullarının iyileştirilmesine yönelik olarak katkılarının neler olabileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın materyali ana hatlarıyla üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım materyal daha önce bu konuda diğer araştırmacılar tarafından hazırlanan kitap, araştırma, inceleme, derleme, tez, makale ve benzeri çalışmalar, ikinci grup materyal konu ile ilgili kurumların yayınlamış oldukları istatistiksel verilerin yer aldığı yayınlardan alınan veriler, üçüncü grup materyal ise konu ile ilgili çalışan Uluslararası Coğrafi İşaretler Araştırma Ağı (OriGIn), ABD Patent ve Marka Ofisi (USPTO), Avrupa Birliği Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü, Fransa Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü (INAO), İspanya Tarım, Balıkçılık, Gıda ve Çevre Bakanlığı, Portekiz Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü (DGADR) ve benzeri kurumlardan elektronik posta ile temin edilen verilerden oluşmaktadır.

2. BULGULAR ve TARTIŞMA

2.1. Uluslararası Arenada Coğrafi İşaret Sistemi

Coğrafi işaretler, tarihsel süreç içinde ilk olarak ürünlerin üretildikleri bölgeleri gösteren kaynak işaretleri olarak ortaya çıkmış ve daha sonra sınai mülkiyet haklarına dahil olmuştur (İloğlu, 2014).

Coğrafi işaret korumasına ilişkin uluslararası düzeydeki düzenlemeler, 19. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır.

Coğrafi işaretlerin uluslararası korumasının genelleştirilmesinde nihai adım, DTÖ'nün kurulması ile atılmış, 1995 yılında imzalanan "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması" (TRIPS: Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ile coğrafi işaret küresel düzeyde düzenlenmeye başlanmıştır.

Coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin kapsamı en geniş çok taraflı anlaşmayı oluşturan TRIPS Anlaşması'nın 22., 23. ve 24. maddelerinde coğrafi işaretlere ilişkin hükümler yer almaktadır.

TRIPS 22. maddesinde coğrafi işaret şu şekilde tanımlanmıştır: "Bu sözleşme açısından coğrafi işaretler, üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla esas olarak bu coğrafi menşeye atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir" (Gündoğdu, 2006).

TRIPS Anlaşması ile birlikte coğrafi işaretler daha yüksek bir koruma düzeyine kavuşmuş ve oldukça fazla sayıda devletin anlaşmaya taraf olmasıyla, daha geniş bir coğrafyada korunma şansını elde etmiştir (Doğan, 2015).

TRIPS Anlaşmasına göre, Dünya Ticaret Örgütü'nün her bir üyesi, coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin kullanacakları sistemi tayin edebilmektedir.

Dünya genelinde temel olarak iki ayrı sistem uygulanmaktadır.

Coğrafi işaretleri fikri mülkiyet kapsamında koruyan 167 ülkeden, AB, Çin, Hindistan, Rusya ve Türkiye'nin de aralarında olduğu 111'i coğrafi işaretleri sui generis-kendine özgü düzenlemeler kapsamında korumaktayken Amerika Birleşik Devletleri, Avusturalya, Kanada ve Japonya'nın da aralarında olduğu 56'sı coğrafi kaynak belirten ibareleri marka hukuku hükümlerine göre korumaktadır (Giovannucci vd., 2009).

Ayrıca, devletler nezdinde karşılıklı olarak coğrafi işaretlerin tanınması ve korunması amacıyla diplomatik çabalarla ülkelerin genel nitelikli çok taraflı sözleşme veya anlaşmalar imzalamaları ya da uygulama kurallarını belirleyen resmi yazışmalarla karşılıklı anlaşmalarda yapılmaktadır.

Çin ve AB'nin, 2012 yılında sonuçlanan görüşmelerle "10+10 Cİ Tescili Projesi" kapsamında 10'ar tane ürünün tescilini karşılıklı olarak tanınması buna örnek olarak verilebilir. Böylece AB'nin Roquefort, Comté vb. peynirleri, Priego de Cordóba, Sierra Magina zeytinyağları ile beraber 10 ürünü Çin'de, Çin'in Longjing cha çayı, Shaanxi ping guo elması, Jinxiang Da Suan sarımsağı ile birlikte 10 ürünü AB tarafından tanınmıştır (Tome, 2016).

AB'nin aksine ABD'de coğrafi işaretler ayrı bir fikri mülkiyet hakkı olarak değerlendirilmeyerek marka rejimi ve haksız rekabet ile mücadele kanunu kapsamında korunmaktadır.

AB ve ABD'nin farklı sistemlerini sürdürme kararlılığı nedeniyle TRIPS Anlaşması'nın imzalandığı 1995 yılından beri epeyce zaman geçmesine rağmen halen küresel düzeyde uygulanabilen tek bir coğrafi işaret tescil sistemi mevcut değildir. Bu sorunun hızlı ve kolayca çözülebileceği de öngörülmektedir.

ABD ile kıyaslandığında AB'de coğrafi işaretlere yönelik korumanın daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedeni coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik önemi olmakta birlikte ekonomik nedenlerden hariç olarak kültürel ve ideolojik sebepler de mevcuttur. Birçok Avrupa ülkesi için coğrafi işaretlerin korunması, geleneksel üretim yöntemlerini ve yaşam biçimlerini korumanın bir yoludur, özellikle Avrupa yasalarının uyumlaştırılması sürecinde devamlı olarak kimlik tespiti kaybına yol açmaktadır (Kuznar, 2013).

Şarap ve alkollü içecekler gibi bazı ürünlerde önemli bir değer yaratmalarıyla birlikte coğrafi işaretlerin küresel çapta yarattığı ekonomik değer sınırlı kalmaktadır. Bundan da daha ziyade Güney Avrupa ülkeleri istifade etmekte ve gelişmekte olan ülkeler küçük bir paya sahip olabilmektedir (Petit ve Ilbert, 2015).

2.2. Coğrafi İşaretlerin Küresel Ekonomik Değeri

Coğrafi işaretlerin küresel ekonomik değerine ilişkin kesin bir veri bulunmamakla birlikte Dünya'da 10 binden fazla coğrafi işaret tescilinin olduğu, bunun tahmini ekonomik değerinin ise 50 milyar ABD Doları'nın üzerinde olduğu tahmin edilmektedir (Giovannuci vd., 2009).

Bunun büyük çoğunluğu şarap ve alkollü içeceklerden kaynaklanmaktadır (Petit ve Ilbert, 2015).

İskoçya'dan Avustralya'ya, Çin'den Şili'ye kadar bazı ülkelerin coğrafi işaretli ürün ihracatı ise 1 milyar ABD Doları'nı aşmaktadır (Vats, 2016).

Coğrafi işaretlerin ekonomik değerinin tespitine ilişkin en kapsamlı çalışmalar AB'de yapılmış olup Avrupa Komisyonu'nun coğrafi işaretlerin üretim ve satış verilerine ilişkin yayınladığı en güncel rapor olan ve 27 üye ülkeyi kapsayan Ekim 2012 tarihli çalışmasına göre, AB'de coğrafi işaret taşıyan ürünlerin 2010 yılı itibarıyla ekonomik değeri 54.3 milyar Euro düzeyindedir. Avrupa gıda ve içecek sektörünün 2010 yılı büyüklüğünün 956 milyar Euro değerinde olduğu düşünüldüğünde coğrafi işaretli ürünlerin payının % 5.7 olduğu tespit edilmektedir (EC, 2012).

AB'de coğrafi işaretler; Menşe Adı (protected designation of origin-PDO), Mahreç İşareti (protected geographical indication-PGI) ve Geleneksel Özellik Garantisi (traditional speciality guaranteed-TSG) olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir.

Menşe adı, belirli bir teknik bilgi kullanılarak belirli bir coğrafi alanda üretilen, işlenen ve hazırlanan tarım ürünlerini ve gıda maddelerini kapsarken Mahreç işareti, coğrafi alanla yakından bağlantılı tarım ürünlerini ve gıda maddelerini kapsamaktadır. Geleneksel özellik garantisinde ise üretim araçlarında veya üretimin bileşiminde geleneksel karakter öne çıkarken bu koruma AB düzeyinde geleneksel bir üretim yapısını ya da şeklini korumaya yöneliktir.

2017 yılı Temmuz ayı verilerine göre, AB'de tescil edilen 1,594 adet coğrafi işaretin (şarap ve alkollü içecekler hariç) dağılımına bakıldığında; 835 adedinin PGI, 681 adedinin PDO, 78 adedinin ise TSG olduğu görülmektedir.

Avrupa Birliği'nde coğrafi işaret tescili almış ürünlerin büyük çoğunluğu Akdeniz ülkelerinden gelmektedir. Ülkeler nezdinde sahip olunan coğrafi işaret sayılarına bakıldığında; İtalya 323 adet, Fransa 270 adet, İspanya 224 adet, Portekiz 141 adet ve Yunanistan 107 adet tescil ile ilk beş sırada yer almaktadır. (Çizelge-1). Bu ülkeler, AB'deki coğrafi işaret tescillerinin yaklaşık % 70'ini sahiptir (EC, 2017a).

Çizelge 1. AB'de coğrafi işaret tescil sahipliğinde ilk 10 ülke (şarap ve alkollü içecekler hariç)

Ülkeler	Menşe Adı (PDO)	Mahreç İşareti (PGI)	Geleneksel Özellik Garantisi (TSG)	Toplam
1 İtalya	175	145	3	323
2 Fransa	114	155	1	270
3 İspanya	114	106	4	224
4 Portekiz	66	74	1	141
5 Yunanistan	76	31	-	107
6 Almanya	12	86	-	98
7 İngiltere	28	47	6	81
8 Polonya	9	24	18	51
9 Çek Cumhuriyeti	6	24	3	33
10 Slovenya	8	13	3	24

Kaynak: AB DOOR veri tabanına dayanarak hazırlanmıştır (Erişim tarihi:5 Temmuz 2017)

İtalya ve Fransa'nın coğrafi işaret tescilindeki öncü pozisyonu, ürünlerinin korunması ve tanıtımı konusunda uzun yıllara dayanan ulusal düzeydeki tecrübelerinden kaynaklanmaktadır (Hajdukiewicz, 2014).

2012 yılı verilerine göre, Fransa ekonomisi, sadece coğrafi işarete konu ürünlerde yıllık 19 milyar Euro gelir sağlamıştır. Fransa'nın coğrafi işaretli ürünlerin ihracatından elde ettiği 6 milyar Euro, gıda endüstrisinin yıllık toplam ihracatının % 30'una tekabül etmektedir. Fransız coğrafi işaretli şarapları diğer şaraplara göre % 230 oranında, peynirler ise % 30 oranında daha yüksek fiyata alıcı bulmaktadır. İhraç edilen Fransız şaraplarının % 85'i coğrafi işaret taşımaktadır (Kezer, 2013).

Fransa Menşe ve Kalite Ulusal Enstitüsü (INAO) verilerine göre, 2015 yılında Fransa'nın coğrafi işaretli ürünlerden elde ettiği gelir 23.36 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Bu rakam, toplam tarımsal üretiminin % 20'sine karşılık gelmektedir.

Coğrafi işaretli ürünlerden elde edilen gelirin yaklaşık 20 milyar Euro'su şarap ve alkollü içeceklerden elde edilmiştir.

Fransa, coğrafi işaret taşıyan ürün üretimi ve ihracatından önemli miktarlarda gelir elde ederek ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

Coğrafi işaretlerin ekonomisine önemli katkılar yaptığı bir diğer önemli ülke ise İspanya'dır.

İspanya Tarım, Balıkçılık, Gıda ve Çevre Bakanlığı'nın verilerine göre 2015 yılı itibarıyla 191 adet coğrafi işaret tescili

taşıyan ürününün ekonomik değeri 1.856 milyar Euro değerindedir.

60 adet menşe adı (PDO) ve 41 adet mahreç işareti (PGI) taşıyan şarap, 19 adet coğrafi işaretli alkollü içecek ve 1 adet coğrafi işaret tesciline sahip aromatize edilmiş şarap bulunmaktadır. Coğrafi işaret taşıyan şarapların ekonomik değeri 3.410 milyar Euro, alkollü içeceklerin ise 185 milyon Euro'dur.

İspanya'nın coğrafi işaret tescili taşıyan ürünlerinin toplam ekonomik değeri 5.451 milyar Euro'dur. 2015 yılı itibariyle Avrupa Birliği'nde coğrafi işaret taşıyan ürünlerin ekonomik değerinin yaklaşık 60 milyar Euro olduğu düşünüldüğünde, bu değer %9'unu İspanya'nın tek başına yarattığı görülmektedir.

AB'de coğrafi işaret tescil sahipliğinde, Portekiz; İtalya, Fransa ve İspanya'nın ardından gelmektedir.

Portekiz Tarım ve Kırsal Kalkınma Genel Müdürlüğü (DGADR) verilerine göre, 2015 yılı itibariyle coğrafi işaret tescili taşıyan 104.2 bin ton ürünün ekonomik değeri 47.32 milyon Euro'dur.

Bu miktar, Portekiz'in toplam tarımsal üretiminin yaklaşık %3'üne karşılık gelmektedir.

Ekonomik değer açısından 13.63 milyon Euro ile taze ve kurutulmuş meyve sektörü ilk sırada yer alırken arkasından 11.67 milyon Euro ile peynir ve süt ürünleri sektörü gelmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün çok taraflı ticaret kuralları gereğince, AB'nin kalite tanımlama sistemleri uzun yıllardır AB dışı ülkelerdeki üreticilere açık durumdadır. 31 Mart 2006 tarihinden itibaren ise üçüncü ülkelerdeki üreticilerin coğrafi işaret tesciline başvuruları ve üçüncü ülkelerdeki bireylerin itirazlar başvuruları çok daha kolay bir biçimde direkt Komisyon'a yapılabilmektedir. Fakat yine de uluslararası tescil sayısı düşük seviye kalmaktadır (Hajdukiewicz, 2014).

AB'de tescilli coğrafi işaretlerin sadece %2.7'si AB dışı ülkelere aittir. Bunların 26'sı AB'de de tanınırken, 1'i yayınlanmış ürün olup 16'sı henüz başvuru aşamasındadır. AB'de koruma altında olan 26 coğrafi işaretin; 10'u Çin'e, 4'ü Tayland'a, 3'ü Türkiye'ye, 2'si Norveç'e ve birer tanesi Andorra, Dominik Cumhuriyeti, Endonezya, Hindistan, Kamboçya, Kolombiya ve Vietnam'a aittir (AB nezdinde tescilli ürünlerimiz Aydın İnciri, Gaziantep Baklavası ve Malatya Kayısı'dır).

Çalışmalar coğrafi işaretlerin pozitif sosyo-ekonomik etkilerini ortaya koymaktadır. Fakat araştırmacılar arasında özellikle gelişmekte olan ülkeler için coğrafi işaretlerin fiili yararlarının olduğuna ilişkin sağlanmış bir uzlaşma bulunmamaktadır. Coğrafi işaretlerin etkilerine ilişkin çalışmaların büyük bir kısmı öznelliğe dayalı olup deneysel (ampirik) temellere oturmamaktadır. Ampirik verilerin eksikliği özellikle gelişmekte olan ülkeler için daha da belirgin bir durumdur (Bramley, 2011).

Gelişmekte olan ülkelerde, coğrafi işarete ilişkin ekonomik verileri elde etmenin zorluğuna rağmen, küresel ölçekte 10 bin olduğu tahmin edilen coğrafi işaret tescil sayısının %10'unun gelişmekte olan ülkeler kaynaklı olduğu öngörülmektedir.

Gelişmekte olan ülkeler özelinde; Hindistan, Meksika ve Jamaika coğrafi işaretli ürünleri ile ekonomilerine katkı sağlamaktadır.

Jena ve Grote (2010), Darjeeling çayı Basmati pirincinin uluslararası pazar ve ihrac edilebilirlik açısından Hindistan'ın önemli öncül coğrafi işaretli ürünleri olduğuna dikkat çekmektedir. Hindistan'da üretilen Basmati pirincinin üçte ikisi ihrac edilmekte olup bu oran Hindistan'ın toplam tarım ihracatının %5'ine karşılık gelmektedir. Basmati pirincine uluslararası talep sürekli büyümekte yıllık ihracat artışı %13 düzeyinde gerçekleşmektedir.

Darjeeling çayı ise Hindistan'ın bir diğer önemli ihracat ürünü olup üretilen çayın yaklaşık %98'i ihrac edilmektedir. 2006 yılında Darjeeling çayının yaklaşık ihracat değeri 20.3 milyon ABD doları düzeyindedir.

Hindistan'ın Basmati pirincinin 2007 yılında ihracat değerinin 1.5 milyar ABD Doları, Tekilanın 2007 yılı ihracat değerinin 725 milyon ABD Doları, Jamaika'nın Blue Mountain yeşil kahvesinin ihracat değerinin ise 24 milyon ABD Doları'dır (Vats, 2016).

Ürünlerin coğrafi işaretler ile korunması gelişmekte olan ülkeler açısından büyük ekonomik kazançlar vadetmesine rağmen coğrafi işaret korumasından en çok gelişmiş AB ülkeleri yararlanmaktadır. AB ülkeleri yasal altyapılarını oluşturarak uzun yıllardır coğrafi işaretle ürünlerini korumaktadır. Bu nedenle özellikle peynir, şarap ve alkollü içeceklerde yüksek gelir elde etmektedir (Gökovalı, 2007).

2.3. Türkiye'de Coğrafi İşaret Sistemi

Türkiye, coğrafi işaretler için kendine sui generis koruma ilkesini benimsemiştir. Diğer bir ifadeyle ayrı bir hak olarak coğrafi işaretleri tanımış ve koruma düzenine bağlı tutmuştur.

Türkiye'de coğrafi işaretler, 24.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve bu KHK'nın uygulama şeklini gösterir yönetmelik hükümlerine göre tescil edilmekte ve korunmaktayken sınai mülkiyet alanında yaşanan gelişmeler, AB düzenlemeleri ve uluslararası anlaşmalara uyum sağlanması amacıyla Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca hazırlanan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, 22.12.2016 tarihinde TBMM'de kabul edilerek yasalaşmış ve 10.01.2017 tarih, 29944 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2017a).

Kanun ile 551, 554, 555 ve 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararnemelerle düzenlenmiş bulunan patent, endüstriyel tasarım, coğrafi işaret ve markalara ilişkin başvuruların, tescil ve tescil sonrası işlemlerin ve bu hakların ihlaline dair hukuki ve cezai yaptırımların tek bir kanun çerçevesinde düzenlenmesi amaçlanmıştır.

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı tanımlanmaktadır.

Kanun menşe adını, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlar olarak, mahreç işaretini ise coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar olarak tanımlamaktadır.

6769 sayılı Kanun ile geleneksel özellik taşıyan ürünlerden coğrafi işaret kapsamına girmeyenler, “geleneksel ürün adı” olarak tescillenerek korumaktadır.

Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar ise, geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması ve/veya geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması halinde geleneksel ürün adı olarak ifade edilmektedir.

Geleneksel ürün adı; patent, marka, tasarım, coğrafi işaret gibi bir sınai mülkiyet hakkı çeşidi değildir.

Coğrafi işarete olduğu gibi sınırları belli bir coğrafi alanın belirlenmesi istenmemektedir. Örneğin: aşure, ayran gibi ürünler tüm Türkiye'de benzer şekilde üretilen ve coğrafyadan bağımsız ürünlerdir (Kızıltepe, 2017).

Kanun, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescil başvurusunda bulunma hakkını;

·Üretici gruplarına,
·Ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alanla ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına,

·Ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatiflere,

·Ürünün tek bir üreticisi varsa, bu durumu ispat etmesi şartıyla ilgili üreticiye tanınmaktadır.

555 sayılı KHK ile 1151/2002 sayılı Tarım Ürünleri ve Gıda Maddeleri Hakkındaki Kalite Düzenlemelerine ilişkin Avrupa Birliği Konsey Tüzüğü örnek alınarak hazırlanan 6769 sayılı Kanun arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır.

İnceleme aşamasında reddedilen başvurular için 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında karara itiraz sistemi bulunmamakta iken 6769 sayılı Kanun, reddedilen başvurulara ilişkin kararın bildirim tarihinden itibaren iki ay içinde itiraz hakkı getirmektedir.

Bültende yayımlanmış başvurulara ilişkin itiraz süresi altı aydan üç aya indirilerek tescil süresi kısaltılmıştır.

555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname uyarınca coğrafi işaretin tescili için yapılan başvuruda yer alan bilgiler Resmi Gazete, yerel gazete ve yurt çapında dağıtımı olan en yüksek tirajlı günlük iki gazeteden birinde yayımlanmaktayken yüksek tirajlı gazetelerdeki ilan işlemlerinin yüksek maliyetinin azaltılması amacıyla 6769 sayılı Kanun'da başvuruların sadece Bültende yayımlanması kuralı getirilmektedir.

555 sayılı KHK'nın uygulama şeklini gösterir Yönetmelik'te coğrafi işareti kullanımının denetimine ilişkin olarak coğrafi işareti tescil ettirenlerin yapacağı/yaptıracağı denetime ait raporların her on yılda bir TPE'ye ibraz edilmesi gerekirken 6769 sayılı Kanun, denetim raporlarının, tescilin Bültende yayımlandığı tarihten itibaren yılda bir Kuruma sunulması zorunluluğunu getirmektedir.

Coğrafi işaretlerin tescil işlemleri, diğer sınai mülkiyet hakları tescil mercii olan Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yürütülmektedir.

1995'den bu yana Markalar Dairesi Başkanlığı altında yürütülen işlemler, 6769 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesiyle birlikte Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı'na devredilmiştir.

Coğrafi işaret tescil başvuruları, Coğrafi İşaret Tescili Başvuru Formu ve başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge ile Türk Patent ve Marka Kurumu'na yapılmaktadır.

Başvuru formunun ekinde; alanında uzman kuruluşların görüşlerine, ürünün tanımı fiziksel, kimyasal ve benzeri ayırt edici özellikleri ile üretim tekniğine, coğrafi işaret tesciline konu ürün ile ürünün üretiminin yapılacağı coğrafi alan bağlantısının ve ürünün söz konusu alandan aldığı özelliklerin ayrıntılarına, ürünün coğrafi bölge ile ne şekilde ve ne derecede bağlı olduğuna ve bu bağın niteliği ve vazgeçilmezliği, o bölgeden kaynaklandığını belirten özellikleri açıklayan ve kanıtlayan üniversite, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, araştırma kuruluşları vb. uzman kuruluşların görüşlerine, ürünün coğrafi işaret tanımına uyduğunu belgeleyen gazete, makale, araştırma yazıları vb. dokümanlara yer verilmelidir.

Başvuru formunun denetim kısmında coğrafi işareti tescil başvurusu yapan kişinin oluşturduğu denetim komisyonu tarafından ürünün üretimi, tescilli menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, ürün üzerinde belirtilmesi veya etiketleme şekillerini ayrıntılı olarak denetlenmektedir.

Denetim komisyonunun tescil başvurusunda, taahhütnameleri bulunan alanında uzman tarafsız kurum veya kuruluşlarından oluşması gerekmektedir.

6769 sayılı Kanun'un 49. maddesi kapsamında, coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının kullanımının denetimi; tescilli coğrafi işaretleri ve geleneksel ürün adlarını taşıyan ürünlerin üretimi, piyasaya arzı veya dağıtım aşamalarında veya ürün piyasada iken kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimine ilişkin her türlü faaliyeti kapsamaktadır.

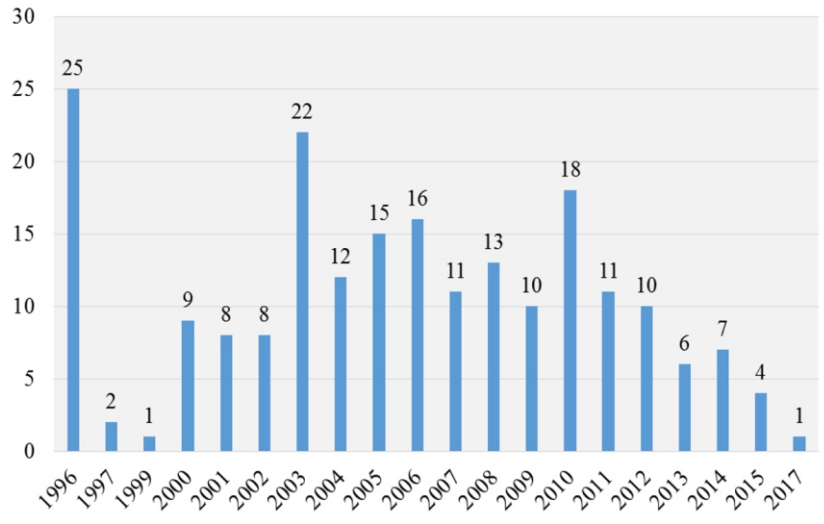
5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 23. maddesi kapsamında, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, tarım ve gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının tescilde belirtilen

özelliklere uygunluğunu denetlemektedir.

2017 yılı Temmuz ayı itibariyle Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescilli 209 coğrafi işaret bulunmaktadır. Tescilli coğrafi işaretlerin 119 adeti mahreç işareti, 90 adeti ise menşe adı şeklindedir.

Türk Patent ve Marka Kurumu kayıtlarında inceleme aşamasında ise 319 adet coğrafi işaret başvurusu bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017b).

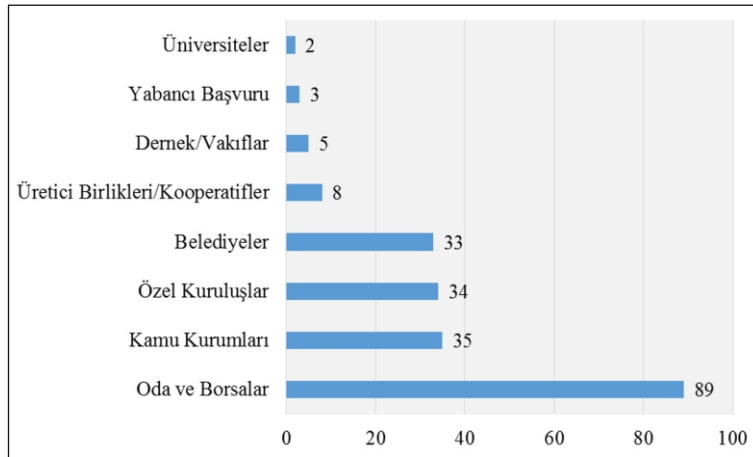
2017 Temmuz ayı itibariyle Türkiye'deki coğrafi işaret tescil sayılarının yıllara göre dağılımı Şekil-1'de yer almaktadır.



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (Temmuz, 2017)

Şekil 1. Coğrafi işaret tescil sayıları

Türkiye'deki coğrafi işaret tescil sahipliği ise Şekil-2'de yer almaktadır.



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (Temmuz, 2017)

Şekil 2. Coğrafi işaret tescil sahipliği

AB nezdinde tescilli ürünlerimiz Gaziantep Baklavası (21.12.2013), Aydın İnciri (17.02.2016) ve Malatya Kayısı (07.07.2017) olup Afyon Sucuğu, Afyon Pastırması, İnegöl Köfte, Aydın Kestanesi, Bayramiç Beyazı, Taşköprü Sarımsağı, Kayseri Mantısı, Kayseri Pastırması, Kayseri Sucuğu ve Antepfıstığı ise başvuru aşamasında olan ürünlerdir (EC, 2017b).

3. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Fikri sınai mülkiyet haklarından biri olan coğrafi işaretler; kalite, gelenek ve ün ile doğrudan bağlantılı olup sürdürülebilir kırsal kalkınmaya önemli katkıları olan araçlardır.

Türkiye'de coğrafi işaretlerin birer kırsal kalkınma politikası olarak öne çıkması DPT tarafından yayımlanan Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisiyle sağlanmıştır (Doğan, 2015).

2006 yılında yayınlanan stratejide, “Stratejik Amaç 1: Ekonominin Geliştirilmesi ve İş İmkanlarının Artırılması” başlığı altında; tarım ve tarım dışı sektörlerde, gelişen pazar koşullarına ve eğilimlerine uygun yöresel ürünlerin pazar araştırmaları da yapılmak suretiyle tespit edilmesi, üretilmesi, tanıtımı ve pazarlanmasına özel önem verileceği, söz konusu ürünlerden gerekli koşulları sağlayanların coğrafi işaretler kapsamında kayıt altına alınması konusunda çalışmalar yapılacağı ve bu yöndeki girişimlerin destekleneceğine yer verilmiştir.

Bu çerçevede, “Tarım ve Gıda Sektörlerinin Rekabetçi Bir Yapıya Kavuşturulması” önceliğinde “Tarım ve Gıda Sanayii İşletmelerinin Rekabet Gücünün Artırılması” başlığı altında; tarımsal ürünlerin işlenmesi ve pazarlanmasına yönelik desteklerde, sözleşmeli üretim modeli gibi tarım-sanayi ilişkilerini güçlendirici ve sektörler arası bilgi ve teknoloji transferini etkinleştirici, yenilikçi girişimlerin destekleneceği, kendi ürünlerini değerlendirmeye yönelik olarak tarımsal amaçlı kooperatif ve üretici örgütlenmeleri tarafından gerçekleştirilecek üretim ve pazarlama projelerine, yerel ürünlerin coğrafi işaretler kapsamında tesciline ve değerlendirilmesine öncelik verileceği, desteklerin Tarım Stratejisinde belirtilen “kırsal kalkınma destekleri” ile uyumlu bir şekilde sağlanacağı hususları tespit edilmiştir (Resmi Gazete, 2017b).

Coğrafi işaretlerin ulusal ve uluslararası alanda etkin şekilde korunması için toplumca benimsenmiş bir coğrafi işaret sistemi oluşturmayı ve coğrafi işaretli ürünlerden elde edilen katma değer artırılması suretiyle kalkınma sürecine destek sağlanmayı amaçlayan “Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018)” de 04.07.2015 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2017c).

Tüm bu olumlu gelişmelere karşın coğrafi işaretlere ilişkin hem üretici hem de tüketici düzeyinde istenilen farkındalık yaratılamamış olup coğrafi işaretlerin ekonomik faydalarından ülkemiz tam olarak yararlanamamaktadır.

Konuya ilişkin çalışmalar incelendiğinde, coğrafi işaretlerin üreticileri haksız rekabete karşı koruduğu, aynı kategorideki benzer ürünler ile kıyaslandığında kayda değer fiyat avantajı sağladığı, yeni dağıtım kanallarının açılmasını kolaylaştırdığı, coğrafi işaret tescilli ile korunan ürünlerin dış pazarlarda farklılaşmasını artırdığı gibi avantajlar sağladığı görülmektedir.

Bu ürünlerin korunması ve üretimiyle yaratılacak istihdam ve katma değer hem bölge nüfusunun ekonomik kalkınmasında önemli bir rol üstlenebilecek hem de bölge nüfusunun ekonomik sebeplerle göç etmesine engel olabilecektir. Yaratılacak katma değer kırsal ve kent arasındaki gelir farkının kapanmasına yol açabilecek aynı zamanda bölgeler arasındaki gelir dağılımı üzerinde de olumlu etkiler yaratabilecektir.

Tüketiciler açısından bakıldığında ise coğrafi işaretler; ürünlerin menşei ve özellikleri ile geleneksel üretim yöntemleri hakkında güvenilir bilgi vermek, ürünlerin sahte veya taklit değil orijinal ürünler olduğunu garanti etmek, ürünlerin detaylı spesifikasyona uygun olarak üretildiğinden emin olunmasını sağlamak, tüketicilerin bölgelerinden veya diğer bölgelerden ürünleri tanıyarak edinmelerini sağlamak gibi katkılar sağlamaktadır.

Bu noktada coğrafi işaret kavramına yönelik üretici ve tüketici açısından olumlu yanlarının bilgilendirme yapılarak farkındalığın artırılması büyük önem taşımaktadır.

Son yıllarda tüm dünyada ve özellikle Avrupa'da gıda tüketiminde en dinamik sektörlerden birisi olarak, yöresel ürünler sektörü gösterilmektedir.

Yerel ürünlerinin zenginliği ile bilinen Türkiye'de bu tür ürünlerin korunması ve geliştirilmesi iyi bir kırsal kalkınma aracı olabileceği gibi kırsal alanda yaşayan insanların teşviki ve desteklenmesi için de bir potansiyel niteliğindedir (Kan ve Gülçubuk, 2008).

Türkiye'de 2017 yılı Temmuz ayı itibarıyla tescilli 209 coğrafi işaret bulunmak olup coğrafi işaretli ürün tescili için potansiyel ürün sayısının 2,500 civarında olduğu düşünüldüğünde halihazırda potansiyelinin sadece % 8'inin tescillendiği anlaşılmaktadır.

Diğer yandan coğrafi işaret tescillerinin sağlanması da koruma için tek başına yeterli olmamakta denetimler sistemin kilit noktasını oluşturmaktadır. Denetimler ürünün coğrafi işaret tescilini alan kuruluş eliyle sürdürülmeye çalışılmakta AB standartlarına göre akredite olmuş bağımsız tarafsız ve donanımlı özel denetim kuruluşları halen yaşama geçirilememiştir.

Coğrafi işaretten tam olarak faydalanabilmesi için bu korumaların yurt dışına da taşınması, yöresel üretimin ticarileştirilerek sadece Türkiye içinde değil, Türkiye dışında da pazarlanabilmesi gerekmektedir. Coğrafi işaret ile korunan ürünlerde büyük bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Bu ihracat potansiyelinin artırılabilmesi için gerekli reklam ve pazarlama kanallarının çalıştırılması ile kırsal bölgelere gelir transferi sağlanacaktır. Kırsal bölgelerde örgütlü bir yapının bulunmadığı dikkate alınır, bu konuda başta Türk Patent ve Marka Kurumu olmak üzere, ilgili coğrafi bölgenin içinde yer alan yerel belediyeler, kaymakamlıklar, valilikler ve ticaret odaları bu konuda öncülük edebilirler (Gökova, 2007).

Türkiye'nin halihazırda AB nezdinde tanınmış sadece üç coğrafi işaret tescili bulunmaktadır. Bu süreç zor ve pahalı olmakta, tescil başvurusunda bulunan kurumlarımız AB Komisyonu karşısında yalnız kalmakta ve çok zaman kaybetmektedirler. Çin, Gürcistan, Moldova ve Fas'ın AB ile karşılıklı coğrafi işaretlerinin karşılıklı korunması konusunda müzakerelerine benzer

şekilde Türkiye'de, ihracat potansiyeli yüksek coğrafi işaretli 30-40 ürünü için karşılıklı tanıma konusunda AB ile müzakerelere geçmelidir (Tekelioğlu, 2016).

Son yıllarda ülkemizde de, Dünyadaki gelişmeler ışığında ürünlerin üretildiği kaynağa ve coğrafi işaretlere olan ilgi artış göstermektedir.

Fakat Türkiye'de, kalkınmaya etkisi açısından coğrafi işaretlerden gelişmiş ülkelere ve AB ülkelerine göre çok daha az faydalanıldığı, ancak potansiyelin azımsanamayacak kadar büyük olduğu görülmektedir.

Coğrafi işaretli ürünlerin önemli bir pazar değeri bulunduğu, Türkiye'nin uygun ekolojik koşulları ve zengin biyoçeşitliliği dikkate alındığında mevcut potansiyelinin değerlendirilmesi son derece önemlidir.

Uluslararası alanda coğrafi işaret konusu ile ilgili yeterince çalışma olmasına karşın, Türkiye'de bu çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir.

Bu çerçevede, ülkemizde coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerin etkin bir şekilde kullanımı, bu ürünlerin yerel ekonomiye katkısının artırılması için yapılması gerekenlerin tespiti açısından çalışmanın önemli katkı yapacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Bramley, C., 2011, *A Review of the Socio-Economic Impact of Geographical Indications: Considerations for the Developing World*, paper prepared for presentation at the WIPO worldwide symposium on geographical indications, June 22-24, Lima, Peru, 1-22p.
- Doğan, B., 2015, *Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi*, NWSA-Social Sciences, *E-Journal of New World Science Academy*, 10 (2): 58-75s.
- European Commission, 2012, *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)*, https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/external-studies/2012/value-gi/summary_en.pdf (Erişim tarihi: 27 Nisan 2017)
- European Commission, 2017a, *European Commission DOOR Database*, <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html> (Erişim tarihi: 5 Temmuz 2017)
- European Commission, 2017b, *European Commission DOOR Database*, http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone__mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone__mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=TR&filter.category=&filter.type=&filter.status= (Erişim tarihi: 18 Eylül 2017).
- Gençler, F., Artukoğlu, M.M., 2005, *Agro Tourism in Rural Development: Karaburun Women Agro-Tourism Project Case Study*, 17. European Seminar on Extension Education, August 30-September 3, 2005, Izmir, Turkey, pp.258-265.
- Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B. and Yeung, M., T., 2009, *Guide to Geographical Indications Linking Products and their Origins*, The International Trade Centre, ISBN 978-92-9137-365-9, 207p.
- Gökovalı, U., 2007, *Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği*, Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21 (2): 141-160s.
- Gündoğdu, G., 2006, *Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Anabilim Dalı, 233s.
- Hajdukiewicz, A., 2014, *European Union agri-food quality schemes for the protection and promotion of geographical indications and traditional specialities: an economic perspective*, *Folia Horticulturae*, 26/1, 3-17p.
- İloğlu, N., 2014, *Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye Uygulaması*, Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü, 132s.
- Jane, P. R. and Grote, U., 2010, *Changing institutions to protect regional heritage: a case for geographical indications in the Indian agrifood sector*, *Development Policy Review* 28 (2):217-236p.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B., 2008, *Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler*, *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2): 57-66s.
- Kezer, Ş., T., 2013, *AB ve Türkiye'de Coğrafi İşaretler*, <http://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Belgeler/AB%20UYUM/bulten/4.pdf> (Erişim tarihi: 26 Nisan 2017)
- Kızıltepe, H., 2017, *Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Kavramı*, Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi, <http://mobil.tobb.org.tr/HaberResimleri/7566-12.pdf> (Erişim tarihi: 18 Mayıs 2017)
- Kuznar, A., 2013, *How important are geographical indications in trade relationships between the European Union and the United States? funded by National Science Centre of Poland on the basis of the decision Nr DEC-2013/11/B/HS4/02126*.
- Onurlubaş, E. ve Taşdan, K., 2017, *Geleneksel ürün tüketimini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma*, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (17): 115-132s.
- Petit, M. and Ilbert, H., 2015, *Geographical Indications and Rural Development Implications for TTIP Negotiations*, paper prepared for the 145th EAAE Seminar "Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP?", Parma, 14-15 April 2015.

- Resmi Gazete, 2017a, Sınai Mülkiyet Kanunu, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170110-9.htm> (Erişim tarihi: 20 Haziran 2017)*
- Resmi Gazete, 2017b, Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/02/20150221-12.htm> (Erişim tarihi: 23 Haziran 2017)*
- Resmi Gazete, 2017c, Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018), <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/07/20150704-7.htm> (Erişim tarihi: 23 Haziran 2017)*
- Tekelioğlu, Y., 2016, "Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA)", Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA) Bülteni, 9: 18-21s.*
- Tome, B., 2016, EU-China 10+10, http://yucita.org/uploads/uluslararasıetkinlik/antalya2016/V-17-B.Tome__EU-min.pdf, Antalya, 27-28 October 2016.*
- Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017a, Tescilli Coğrafi İşaretler, <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/geographicalRegisteredList/> (Erişim tarihi: 3 Temmuz 2017)*
- Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017b, Başvuru Aşamasındaki Coğrafi İşaretler, <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/geographicalList/> (Erişim tarihi: 3 Temmuz 2017)*
- Vats, N., K., 2016, Geographical indication – the factors of rural development and strengthening economy, Journal of Intellectual Property Rights, Vol. 21, 347-354p.*