

T.C.
TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU
COĞRAFİ İŞARETLER DAİRESİ

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE
GELENEKSEL ÜRÜN ADI UYGULAMALARI

UZMANLIK TEZİ

ZAFER GÜR

TEZ DANIŞMANI
GONCA ILICALI

ANKARA - 2020

ÖNSÖZ

Avrupa Birliği’nde 1992 yılından beri yürütülmekte olan geleneksel ürün adı koruması, ülkemiz mevzuatına 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununda coğrafi işaretlerle birlikte düzenlenerek eklenmiştir.

Ülkemizde 1995 yılından beri yürütülmekte olan coğrafi işaret uygulamalarına kıyasla daha yeni bir sistem olan geleneksel ürün adı ile 01.06.2020 tarihi itibarıyla sadece bir isim tescil edilmiştir. Bu çerçevede Türk Patent ve Marka Kurumunun uygulayıcısı olduğu 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamındaki gelenekselliğin daha iyi anlaşılması ve geleneksel ürün adı korumasının daha yaygın hale getirilerek coğrafi işaretlerde olduğu gibi etkili bir pazarlama aracı olarak kullanılması önem kazanmaktadır.

Bu amaçla geleneksel ürün adı konusunda uzun yıllar çeşitli tecrübeler edinen Avrupa Birliği’nin mevzuatı ve bu mevzuat kapsamında yapılan tesciller *eAmbrosi* veri tabanı üzerinden incelenmiştir. “Avrupa Birliği’nde Geleneksel Ürün Adı Uygulamaları”nı konu alan bu tez çalışması ile geleneksel ürün adı kavramının ilgililer tarafından daha iyi anlaşılabilmesi ve Kurumumuz bünyesinde uygulanan geleneksel ürün adı sistemine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Çalışmanın hazırlanması aşamasında özverili yardımlarından dolayı danışmanım Gonca ILICALI’ya, başta Ceren TURGUT olmak üzere bilgi ve birikimlerini hiçbir zaman esirgemeyen mesai arkadaşlarıma, çalışmamın her aşamasında yanımda olan ve beni destekleyen sevgili eşim Gizem KARTOĞLU GÜR’e, hayatım boyunca kararlarıma saygı duyarak maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen annem Naime GÜR’e, babam Hüseyin GÜR’e ve ablam Gamze KEBENÇ’e teşekkürlerimi sunarım.

Zafer GÜR
ANKARA, 2020

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL ÜRÜN ADI KAVRAMI

1.1. Geleneksel Kavramı	3
1.2. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Tarihçesi.....	6
1.3. Türk Hukukunda Geleneksel Ürün Adı.....	7
1.3.1. Geleneksel Ürün Adının Tanımı.....	9
1.3.2. Geleneksel Ürün Adının Unsurları	10
1.3.3. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Kapsamı	13

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE GIDA ve TARIM ÜRÜNLERİ İÇİN KALİTE DÜZENLEMELERİ VE GELENEKSEL ÜRÜN ADI KORUMASI

2.1. Geleneksel Ürün Adı Dışında Kalan Bazı Kalite Düzenlemeleri	16
2.1.1. Gönüllü Sertifikasyon Programları	17
2.1.2. Organik Ürünler.....	19
2.1.3. Dağ Ürünleri ile Ada Tarımı Ürünleri.....	20
2.1.4. Dış Bölgeler.....	25
2.1.5. Coğrafi İşaretler	26

2.2. Geleneksel Ürün Adı	30
2.2.1. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Faydaları	34
2.2.2. Geleneksel Ürün Adı Başvurusu.....	35
2.2.3. Geleneksel Ürün Adının Kullanımı ve Korumanın Kapsamı.....	36
2.2.4. Geleneksel Ürün Adlarının Denetimi.....	39

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRNEKLERLE AVRUPA BİRLİĞİ'NDE GELENEKSEL ÜRÜN ADI UYGULAMALARI

3.1. Ürün Şartnamelerinde Yer Alan Bilgilere Göre Bazı Örnekler	41
3.1.1. Başvurusu Yapılan İsim(ler).....	42
3.1.2. Ürün Grubu.....	46
3.1.3. Geleneksel Ürün Adı Olmasının Dayanağı	48
3.1.4. Açıklamalar	51
3.2. Coğrafi Bir Yerden Kaynaklanan Geleneksel Ürün Adları	56
3.3. Bazı Örnekler Işığında Geleneksel Ürün Adları	60
3.3.1. <i>Mozzarella ile Mozzarella di Bufala Campana</i>	60
3.3.2. <i>Hollandse Maatjesharing / Hollandse Nieuwe / Holländischer Matjes</i> .	65
3.3.3. <i>Pizza Napoletana</i>	68

SONUÇ	71
EKLER	77
KISALTMALAR	80
ŞEKİLLER	81
TABLolar	82
KAYNAKÇA	83

ÖZET

Sanayileşmenin etkisiyle, bazı ürünler daha fazla sayıda ve daha kolay üretilabilir hale gelmiş olup bu şekilde yapılan üretim, üretici açısından faydalı olarak görülebilmektedir. Tüketici açısından ise geleneksel unsurlarla ortaya çıkan bazı ürünler daha kaliteli görülebilmekte ve bu ürünler daha yüksek fiyatlara alıcı bulabilmektedir. Bu sebeple oluşan katma değeri korumak, yapılan denetimlerle tüketicinin yanıltılmasını önlemek ve geleneksel yöntemleri gelecek nesillere aktarmak gibi amaçlarla uygulanan geleneksel ürün adı koruması Avrupa Birliği'nde (AB) coğrafi işaretler ile paralel düzenlenen mevzuatlarla sağlanmaktadır.

Ülkemizde 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında mevzuatımıza eklenen geleneksel ürün adı koruması ile elde edilmek istenen faydanın kazanılabilmesi için bu konuda tecrübeli olan AB'nin mevzuatı ve bu mevzuat kapsamında yapılan tesciller incelenerek bu ürünler için oluşturulan koruma kapsamaları değerlendirilmiştir.

Çalışmanın sonucunda geleneksel ürün adı korumasının coğrafi işarete de olduğu gibi sadece bir pazarlama aracı olduğu, bu pazarlama aracının etkin olarak kullanılmasıyla iki korumada da benzer sonuçların elde edilebileceği değerlendirilmiştir. Bununla birlikte esas olarak coğrafi bir yerden kaynaklanan fakat günümüzde kaynaklandığı coğrafi sınırın doğal ve beşerî unsurlarıyla bağı kalmayan, dolayısıyla coğrafi işaret kapsamına girmeyen ürünlerin geleneksel ürün adı ile koruma altına alınması mümkündür. Böylece geleneksel yöntemlerin kaybolması engellenerek kültürün korunmasına destek sağlanmış olacaktır.

ABSTRACT

With the effect of industrialization, products have become mass and easily manufactured and the producing in manner can be seen beneficial from the point of the producers. Moreover, in terms of the consumer, goods produced with traditional elements can be seen of higher quality so higher prices can be paid for these products. Consequently, traditional speciality guaranteed scheme (TSG) is provided together with geographical indications, to protect added value, to prevent misleading the consumer via official controls and to transmission of traditions to future generations.

To achieve the intended gains from TSG scheme, which entered into force on 10 January 2017 within the Industrial Property Code, no. 6769, the legislation and the register related to TSG in the European Union, which has experience.

As a result of this study, it was evaluated that TSG is just a marketing tool like in geographical indications (GI), that can reveal same results by using effectively. In addition, the products that can't fall within the scope of GIs, because the lack of connection with a geographical area, although it originated from an area at the beginning, can be protected with TSG. Thus, traditional methods will be protected against vanishing and the culture will be kept preserved.

GİRİŞ

Coğrafi kaynağı gösteren işaretler, en eski ticari marka türleridir ve çevresel faktörler, işleme yöntemleri veya üretim becerileri nedenleriyle benzersiz kalitedeki bazı malların ayırt edilebilmesi için kullanılmıştır. İlk olarak ne zaman kullanıldığına dair kesin bir bilgiye sahip olunmamakla birlikte coğrafi kaynak belirten bu işaretlerin Orta Avrupalı goblen üreticileri ve İngiliz kumaşçılar tarafından 12. yüzyılda kullanıldığına dair kanıtlar bulunmaktadır. Baharat ve egzotik ürünlerle yapılan kökene dayalı koloni ticaretleri de ürünler ile coğrafi bölgeler arasındaki bağlantının farkında olduğunu göstermektedir¹.

Coğrafi işaretler, sınai mülkiyet haklarının korunması hakkında düzenlemeler yapan Paris Sözleşmesinde², sınai mülkiyet haklarından biri olarak tanımlanmıştır. Bu alanda var olan uluslararası birçok anlaşmanın yanı sıra çeşitli ülkelerce ulusal düzeyde düzenlemeler de yapılmıştır. Coğrafi işaretler, bir bölgenin bazı özelliklerinin katkısıyla kendine has özelliklerini kazanmış olan ürünlerin kolayca ayırt edilebilmesi için kullanılmaktadır. Üründe aranan özelliklerin pazarda fark edilebilmesini sağlayarak hem tüketicilere hem de üreticilere fayda sağlamaktadır.

Geleneksel ürün adı olarak anılan kavram ise sınai mülkiyet haklarından biri olmasa da coğrafi işaret koruması ile birlikte var olmuş ve coğrafi işarete göre daha yeni bir kavramdır. Coğrafi işaretin aksine, coğrafi bir bölgeye işaret etmeyen bu adlar, geleneksel unsurlarla üretilmiş ürünlerin pazarda seçilebilmesini sağlayan kalite işaretleridir.

AB’de kırsal kalkınmaya destek olmak amacıyla uygulanan düzenlemelerden biri olan geleneksel ürün adı koruması, 1992 yılından beri kullanılmaktadır. Geleneksel ürün adı koruması, coğrafi işaret koruması kapsamında değerlendirilemeyecek ve

¹Dwijen Rangnekar; “*Geographical Indications a Review of Proposals at the Trips Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits*”, Geneva, 2003, s. 2.

²Sınai Mülkiyetin Korunması Hakkında Paris Sözleşmesi 20 Mart 1883’te Paris’te imzalanmıştır. Sözleşme metni için bkz. https://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=288514 (ET: 01.06.2020).

geleneksel unsurlarla ortaya çıkan bazı ürünlerin korunması ile bu ürünlere kazandırılan katma değer sonucu kırsal kalkınmanın sağlanması amaçlarına karşılık olarak ortaya çıkmıştır.

Coğrafi işarete kıyasla oldukça yeni bir kavram olan geleneksel ürün adı koruması Türkiye’de de 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile uygulanmaya başlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle geleneksel ürün adı kavramı ve Türk hukukundaki yeri incelenmiştir. Daha sonra AB’de kalite düzenlemeleri ile birlikte geleneksel ürün adı düzenlemelerine yer verilmiştir. Son olarak AB’de tescilli geleneksel ürün adlarının, hangi geleneksel unsurlar ön plana çıkarılarak tescil edildiği incelenerek, geleneksel ürün adı korumasının ülkemize getireceği faydalardan bahsedilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL ÜRÜN ADI KAVRAMI

1.1. Geleneksel Kavramı

Türk Dil Kurumu (TDK) Türkçe Sözlüğünde “gelenek” kelimesi; “bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar” olarak açıklanmıştır ve bu ifadede bulunan kuşak kelimesi “Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği” olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel kelimesi ise “gelenek ile ilişkili olan” anlamına gelmektedir.

Sadece birkaç defa, hatta bazen birincisi düzenlenen etkinliklerin adına geleneksel ifadesinin eklenmesinde olduğu gibi günümüzde geleneksel kelimesinin farklı alanlarda yanlış şekillerde kullanıldığı görülmektedir. Bir araştırmada³ tüketicilere geleneksel ürünlerle ilgili sorular sorulmuş ve bu araştırma sonucunda elde edilen bilgilerden; tüketicilerde geleneksel ürünlerin organik ürün olduğu ile doğadan toplanan ürünler olduğu veya bu ürünlerden elde edildiği algısının yaygın olduğu görülmektedir. Başka bir araştırmada⁴ ise tüketicilerin, geleneksel gıdaları büyük oranda daha doğal, daha lezzetli, daha sağlıklı ve daha güvenilir olarak tanımladığı görülmüştür.

Topluluklar tarafından kuşaktan kuşağa aktarılan bilgi birikimiyle günümüze gelen ve sevilerek tüketilen bazı gıda ürünleri, diğer topluluklar tarafından, günah, anormal, sağlıksız ve hatta iğrenç görülebilmektedir. Çiğ ahtapot bacakları “*San-nakji*”,

³Ebru Onurlubaş ve Kemalettin Taşdan; “Geleneksel Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017, cilt:17, sayı:17, s. 115-132.

⁴Sinan Duru ve Arzu Seçer; “Geleneksel Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışları ve Tutumları: Mersin İli Örneği”, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2019, cilt:50, sayı:1, s. 1-10.

döllenmiş ördek embriyosu “*Balut*”, misk kedisinin dışkısından elde edilen “*Kopi Luwak*”, kurtlu peynir “*Casu Marzu*” gibi geleneksel yöntemlerle üretilen ürünler, gurme lezzetler olarak değerlendirilerek yüksek fiyatlara alıcı bulabilmektedir.



Şekil 1.1. *San-nakji*⁵.



Şekil 1.2. *Balut*⁶.



Şekil 1.3. *Kopi Luwak* üretimi için kullanılan kahve çekirdekleri⁷.



Şekil 1.4. *Casu Marzu*⁸.

Dünyanın en pahalı kahvesi olan ve bardağı 80 dolara kadar satılabilen “*Kopi Luwak*” misk kedilerinin dışkılarından toplanan kahve çekirdekleriyle yapılmaktadır. Misk kedilerinin iyi kalitede kahve meyvelerini yemesi ve hayvanların sindirim enzimlerinin, kahve çekirdeklerinin protein yapısını değiştirerek asitliğini düşürmesi, bu çekirdeklerden yapılan kahvenin daha yumuşak içimli olmasına sebep olduğu için bu kahvenin farklı olduğu iddia edilmektedir. Vahşi ortamlarda yaşayan hayvanların dışkılarıyla atılan kahve çekirdekleri toplanarak geleneksel yöntemlerle üretilen bu

⁵<https://en.wikipedia.org/wiki/San-nakji> (ET: 01.06.2020).

⁶<https://philtimes.com/balut-yucky-but-yummy/> (ET: 01.06.2020).

⁷<https://modernistpotions.com/is-kopi-luwak-worth-it/> (ET: 01.06.2020).

⁸<https://www.ruminantia.it/casu-marzu-pat-storia-di-uninfestazione-agroalimentare-tradizionale/> (ET: 01.06.2020).

ürün, günümüzde bazı üreticiler tarafından misk kedilerinin dar kafeslerde ve sadece kahve meyveleriyle beslenerek acımasız bir şekilde yetiştirilmesi ile elde edilmektedir. Geleneksel yöntemlerden uzak bir şekilde elde edilen ürünler de piyasada “*Kopi Luwak*” adıyla bulunmakta olup geleneksel olarak pazarlanmaktadır. Bu ürünleri denetleyecek herhangi bir mekanizma olmadığı için üretilen ürünlerin geleneksel olup olmadığını anlamak mümkün değildir⁹.

Kokuşmuş peynir anlamına gelen “*Casu Marzu*” İtalya’da bulunan Sardinya adasında koyun sütünden yapılan bir peynirdir. Peynirin içinde peynir kitlesini sindiren canlı sinek larvaları bulunmaktadır. Ulusal İtalyan kanunlarına uymaması ve güvensiz kabul edilmesi sebebiyle bu peynirin piyasaya sürülmesine izin verilmemektedir. Diğer taraftan, geleneksel yöntemlerle üretilen bu peynirin üreticileri ve yerel hayranları, birkaç kuşaktan fazla zamandır tüketilmekte olan “*Casu Marzu*” ile ilgili kimsenin sağlık konusunda herhangi bir sorun yaşamadığını ifade etmektedir¹⁰. Hatta sinyallerin aktarımı sırasında sinir sisteminde aktif rol oynayan gama-aminobütirik asit maddesini yoğun bir şekilde bulundurması sebebiyle “*Casu Marzu*”nun insan sağlığına çeşitli faydaları olduğu bile iddia edilmektedir¹¹.

Bir diğer çalışmada¹² böceklerin, hayvansal kaynaklar kadar protein içerebildiği ve hayvanlardan daha kolay yetiştirildiği, daha az su tükettiği ve daha az karbon ayak izine sahip olduğu tespit edilmiştir. Yani geleneksel olarak tüketilen ve bazı çevrelerce insan sağlığına zararlı olarak değerlendirilen böceklerin veya böcekli besinlerin gelecekte yaygın olarak tüketilen yiyecekler arasına girme ihtimali bulunmaktadır.

Kuşaktan kuşağa aktarılan bir bilgi birikimi anlamına gelen geleneksellik, gıdaların doğadan toplandığını, organik olduğunu veya sağlıklı olduğunu ifade etmemektedir. Diğer taraftan gıda teknolojisinde kullanılan yenilikçi uygulamalar da sağlıksız, yapay,

⁹Rachael Bale; “*The Disturbing Secret Behind the World’s Most Expensive Coffee*”, *National Geographic*, <https://www.nationalgeographic.com/news/2016/04/160429-kopi-luwak-captive-civet-coffee-Indonesia/>, (ET: 01.06.2020), s. 1-2.

¹⁰Yvette Hoffmans; “*Unsafe Casu Marzu - Can Casu Marzu be deemed safe according to article 14 of Regulation (EC) No 178/2002?*”, Wageningen University, Yüksek Lisans Tezi, 2018, s. 8.

¹¹Agç, s. 79.

¹²Alejandro Parodi ve ark.; “*The potential of future foods for sustainable and healthy diets*”, *Nature Sustainability*, 2018, cilt:1, sayı:12, s. 782-789.

güvensiz, zararlı vb. ürünlere işaret etmediği gibi, ürünlerin gelenekselliğini mutlak surette bozacakmış gibi de değerlendirilmemelidir. Bu iki hususun göz önünde bulundurulması, geleneksellik kavramının anlaşılması açısından önemlidir.

1.2. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Tarihçesi

Geleneksel ürün adı koruması ile ilgili ilk yasal düzenleme, AB’de Gıda ve Tarım Ürünleri için Ayırt Edici Özellik Sertifikaları üzerine 2082/92 sayılı Tüzük¹³ (2082/92 sayılı Tüzük) ile yapılmıştır. Geleneksel ürün adları ile ilgili ilk yasal düzenlemeleri içeren bu tüzük, coğrafi işaretlerle ilgili düzenlemeleri içeren Gıda ve Tarım Ürünleri için Menşe Adı ve Mahreç İşareti Koruması Üzerine 2081/92 sayılı Tüzük¹⁴ (2081/92 sayılı Tüzük) ile birlikte aynı tarihte yayımlanmıştır.

2082/92 sayılı Tüzükte yer alan korumadan başlangıçta “ayırt edici özellik sertifikaları” (*certificates of specific character*) olarak bahsedilmişse de korumanın kapsamı; geleneksel hammaddeden üretilen, kendine has özelliklerini geleneksel bir birleşimden ve/veya geleneksel üretim yöntemlerinden kaynaklanan ürünlerle sınırlı tutulmuş, böylece ayırt edici özellikler geleneksel unsurlara bağlanmıştır. Kavram daha sonra, Gıda ve Tarım Ürünleri İçin Ayırt Edici Özellik Sertifikaları üzerine 2082/92 sayılı Tüzüğe İlişkin Ayrıntılı Kuralları Belirleyen 1848/93 sayılı Yönetmelikte¹⁵ “ayırt edici özellikli geleneksel ürünler” (*specific traditional products*) olarak anılmış ve geleneksel (*traditional*) ifadesi kullanılarak geleneksel ürün adı teriminin de temelleri atılmıştır.

¹³Council Regulation (EEC) No 2082/92 of 14 July 1992 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs, Official Journal (OJ) L208, 24.07.1992, s. 9-14.

¹⁴Council Regulation (EEC) No 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, OJ L208, 24.07.1992, s. 1-8.

¹⁵Commission Regulation (EEC) No 1848/93 of 9 July 1993 laying down detailed rules for the application of Council Regulation (EEC) No 2082/92 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs, OJ L168, 10.07.1993, s. 35-36.

Anılan düzenlemeler 20.03.2006 tarihinde yürürlükten kaldırılmış ve Geleneksel Ürün Adları Kapsamında Gıda ve Tarım Ürünleri Üzerine 509/2006 sayılı Tüzük¹⁶ (509/2006 sayılı Tüzük) ile daha önce yapılan tanımlamaların ve kullanılan terimlerin neden değişmesi gerektiği açıklanmıştır. Yapılan açıklamada mevcut düzenlemelerin amacının tüketiciler ve üreticiler tarafından yeterince anlaşılamadığı için istenen faydanın elde edilememesi sebebiyle daha kolay anlaşılabilmesi için “ayırt edici özellikli ürün sertifikaları” teriminin “geleneksel özelliği garanti edilmiş ürün” (*traditional speciality guaranteed*) olarak değiştirilmesi ve “ayırt edici özellik” teriminin “geleneksel” terimi ile değiştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Geleneksel ürün adları ile ilgili düzenlemeleri içeren 509/2006 sayılı Tüzük ile aynı tarihte yayımlanan Gıda ve Tarım Ürünleri İçin Menşe Adı ve Mahreç İşareti Koruması Üzerine 510/2006 sayılı Tüzük¹⁷ (510/2006 sayılı Tüzük) de coğrafi işaret sistemini içermektedir. 21.11.2012 tarihinde yürürlüğe giren Gıda ve Tarım Ürünlerinde Kalite Düzenlemeleri Üzerine 1151/2012 sayılı Tüzük¹⁸ (1151/2012 sayılı Tüzük) ile yukarıda bahsedilen düzenlemeler yürürlükten kaldırılarak coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları ile ilgili kurallar “kalite düzenlemeleri” (*quality schemes*) adı altında bir arada toplanmıştır.

1.3. Türk Hukukunda Geleneksel Ürün Adı

Türk hukukunda ilk *sui generis* coğrafi işaret uygulamaları, 1995 yılında yürürlüğe giren Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname¹⁹ (555 sayılı KHK) ile başlamıştır. 555 sayılı KHK’nin üçüncü ve bu

¹⁶Council Regulation (EC) No 509/2006 of 20 March 2006 on agricultural products and foodstuffs as traditional specialities guaranteed, OJ L93, 31.03.2006, s. 1-11.

¹⁷Council Regulation (EC) No 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, OJ L93, 31.03.2006, s. 12-25.

¹⁸Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, OJ L343, 14.12.2012, s. 1-29.

¹⁹Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname, Resmî Gazete (RG) 22326, 27.06.1995, s. 75-86.

KHK'nin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmeliğin²⁰ ikinci maddesiyle coğrafi işaret kavramı, “menşe adı” ve “mahreç işareti” olarak ikiye ayrılmaktadır.

555 sayılı KHK hazırlanırken sadece coğrafi işaretlerle ilgili olan 2081/92 sayılı Tüzük örnek alınmıştır. Ancak zaman içinde geleneksel ürün adları ile ilgili düzenlemelerin eksikliği hissedilmiştir. Bir yandan coğrafi işaretlerle ilgili yasal düzenlemelerin uluslararası gelişmelere uygun hale getirilmesi diğer yandan da geleneksel unsurlar içeren fakat coğrafi işaretler kapsamına girmeyen ürünlerin korunması ihtiyacı doğmuştur. Bu kapsamda 2081/92 sayılı Tüzüğün yanı sıra 2082/92 sayılı Tüzük dikkate alınarak 2004 yılında mevzuat çalışmalarına başlanmıştır.

Hazırlanan kanun taslağı için ilgili kurumlardan görüş alınması aşamasında, AB'nin 2081/92 ve 2082/92 sayılı Tüzükleri yürürlükten kaldırılarak 509/2006 ve 510/2006 sayılı Tüzükleri yürürlüğe girmiştir. Bu gelişmenin ardından mevzuat çalışmaları, yeni tüzükler göz önünde bulundurularak sürdürülmüştür. 2009 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisine (TBMM) sunulan Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısında²¹ (2009 tarihli Kanun Tasarısı), geleneksel ürün adı korumasıyla ilgili ülkemizin ilk yasal düzenlemeleri yer almıştır.

2009 tarihli Kanun Tasarısı hazırlanırken örnek alınan 509/2006 sayılı Tüzükte bulunan ve “*traditional speciality guaranteed*” olarak tanımlanan kavram Türkçeye, “geleneksel özelliği garanti edilmiş” olarak çevrilebilmektedir²².

Daha önce yapılan çalışmalarla birlikte 2009 tarihli Kanun Tasarısı da kanunlaşmamıştır ancak bu tasarıda kullanılan “geleneksel özellikli ürün adı” terimi, daha sonra yürürlüğe giren 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve

²⁰Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik, RG 22454, 05.11.1995.

²¹Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca hazırlanan ve Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na 31.12.2009 tarihli üst yazıyla sunulan Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı, Kanun Tasarısı metni için bkz. <https://www.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0798.pdf> (ET: 01.06.2020).

²²Gonca Ilıcalı; “Geleneksel Ürün Adını Tanımak”, IPR Gezgini, <https://iprgezgini.org/2017/04/05/geleneksel-urun-adini-tanimak/> (ET: 01.06.2020), s. 3.

Yem Kanununun²³ (5996 sayılı Kanun) 23. maddesi 2. fıkrasında yer alan “*Bakanlık, tarım ve gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunu denetler.*” hükmü içinde kullanılmıştır²⁴. Sonuç olarak 2009 tarihli Kanun Tasarısında kullanılan kavram, daha kolay kullanılabilecek nitelikteki “geleneksel ürün adı” ifadesiyle değiştirilerek mevzuatımıza bu şekilde yerleşmiştir.

Mevzuatın güncellenmesi ile ilgili çalışmaların sonucunda 10 Ocak 2017’de 555 sayılı KHK yürürlükten kaldırılmış ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu²⁵ (SMK) yürürlüğe girmiştir. SMK’de de “geleneksel ürün adı” ifadesi kullanılmıştır ve Türkiye’de geleneksel ürün adları resmi olarak korunmaya başlamıştır.

SMK’de Paris Sözleşmesine göre sınai mülkiyet hakları olarak tanımlanan marka, coğrafi işaret, tasarım, patent ve faydalı model haklarına ilişkin düzenlemeler yer almaktadır. Sınai mülkiyet haklarından biri olmasa da AB mevzuatında coğrafi işaretler ile birlikte düzenlenen geleneksel ürün adı koruması, SMK’de de “coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı” başlıklı ikinci kitapta birlikte düzenlenmiştir.

1.3.1. Geleneksel Ürün Adının Tanımı

SMK’nin 34. maddesiyle menşe adı “*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*” ve mahreç işareti 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*

²³5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, RG 27610, 13.06.2010.

²⁴Burçak Yıldız; “**Sınai Mülkiyet Kanunu Açısından Geleneksel Ürün Adları**”, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2018, cilt:9, sayı:1, s. 32.

²⁵6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, RG 29944, 10.01.2017.

alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar” şeklinde açıklanmıştır. Aynı maddede geleneksel ürün adının ise “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; geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması veya geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması” şartlarını sağlayan ürünleri tanımlayacağı belirtilmiştir.

Menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı için koruma kapsamında olan ürünler SMK’nin 33. maddesinde *“doğal ve beşerî unsurların bir araya gelmesi sonucu gıda, tarım, maden, el sanatları ürünleri ve sanayi ürünleri”* olarak açıklanmıştır.

1.3.2. Geleneksel Ürün Adının Unsurları

A. Doğal ve beşerî unsurların bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan gıda, tarım, maden, el sanatı ve sanayi ürünlerinden biri olması:

Geleneksel ürün adı korumasından bahsedebilmek için öncelikle bir üründen söz edilebilmeli, daha sonra bu ürünün, gıda, tarım, maden, el sanatı veya sanayi ürünü olarak değerlendirilebilmesi gerekmektedir. Geleneksel spa masajı, geleneksel saraçlık, geleneksel çömlekçilik, geleneksel yorgancılık, geleneksel yağlı güreş etkinliği vb. olguların SMK kapsamında geleneksel ürün adı olarak tescil edilmesi mümkün değildir. Örneğin geleneksel halk oyunları, geleneksel ürün adı kapsamında değerlendirilemezken bu halk oyunlarında kullanılan kıyafetlerin gerekli diğer koşulları da sağlaması şartıyla geleneksel bir el sanatı ürünü olarak değerlendirilmesi mümkündür. Aynı şekilde geleneksel bir türkü için geleneksel ürün adı koruması söz konusu olamasa da türkünün çalınmasında kullanılan aletlerin gerekli diğer koşulları sağlaması şartıyla geleneksel ürün adı kapsamında korunması yine mümkün olabilecektir.

Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmeliğin²⁶ 35. maddesinde ise gıda, tarım, maden, el sanatı ve sanayi ürünlerini sınıflandırmak amacıyla aşağıdaki ürün grupları tanımlanmıştır.

- a. Peynirler.
- b. Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri.
- c. Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar.
- ç. Dondurmalar ve yenilebilir buzlar.
- d. Alkolsüz içecekler.
- e. Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler.
- f. Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar.
- g. Yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz.
- ğ. İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri
- h. Bal.
- ı. İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar.
- i. Yemekler ve çorbalar.
- j. Biralar ve diğer alkollü içkiler.
- k. Tütün.
- l. Halılar ve kilimler.
- m. Dokumalar.
- n. Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri.
- o. Diğer ürünler.

Ürün grupları sadece benzer ürünlerin aynı grup altında rahatça toplanabilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Hem coğrafi işaretler için hem de geleneksel ürün adları için tanımlanan ürün gruplarının tescilden doğan hakkın kapsamını genişletici şekilde kullanılamayacağı özellikle belirtilmiştir.

²⁶Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik, RG 30047, 24.04.2017.

B. Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmemesi

AB’de geleneksel ürün adı ve coğrafi işaret sistemleri birlikte düzenlenerek var olmuştur. Geleneksel ürün adı; menşe adı ile mahreç işareti korumaları kapsamı dışında kalan fakat geleneksel unsurlar sayesinde kaliteli olarak görülen bazı ürünlerin de tescil edilerek koruma altına alınabilmesi için oluşturulmuş bir sistemdir.

Coğrafi işaretli ürünler kendine has özelliklerini, sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan, geleneksel ürünler ise kendine has bu özellikleri geleneksel hammaddeler veya üretim yöntemlerinden almaktadır. Bu nedenle geleneksel ürün adı olarak değerlendirilen ürünlerde ürünün, coğrafi bir alan ile bağının olmaması gerekmektedir.

C. İlgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanılması

İlgili piyasada ürünü tarif etmek için en az 30 yıl kullanılma şartı gereği, geleneksel ürünün kuşaktan kuşağa aktarılması tek başına yeterli olmamakta, en az 30 yıl kesintisiz bir kullanım aranmaktadır.

Geleneksel ürün adı korumasının bu unsuru çerçevesinde; ilgili piyasada ürünü tarif etmek için kullanılma şartı ile sadece söz konusu ismin ürünle bağlantılı olması şartı aranmakta olup üretim yöntemlerinin piyasada bilinmesine gerek bulunmamaktadır. Sadece bir ailenin bireylerinin ya da sadece bir üreticinin nasıl üretildiğini bildiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı geleneksel ürünler de diğer şartları sağlaması koşulluyla geleneksel ürün adı korumasına konu olabilecektir²⁷.

D. Üretimde, geleneksel unsurların bulunması

Geleneksel ürün adı korumasından söz edebilmek için ürünlerin, bir takım geleneksel unsurlar sonucu ortaya çıkmış olması gerekmektedir. Kuşaktan kuşağa aktarılarak

²⁷B. Yıldız; “Sınai Mülkiyet Kanunu Açısından Geleneksel Ürün Adları”, s. 35.

gelen bu geleneksel unsurlar iki farklı şekilde tanımlanmış olup ürünlerin bu koşullardan en az birini sağlaması yeterlidir.

Koşullardan ilki “geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması” ve ikincisi “geleneksel hammaddeden veya malzemeden üretilmiş olması” olarak tanımlanmıştır. Bu amaçla ya ürünün üretiminde ya da üretimde kullanılan malzemelerde kuşaktan kuşağa aktarılan bilgi birikiminin söz konusu olması gerekmektedir.

1.3.3. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Kapsamı

SMK’de geleneksel ürün adı başvurusu yapma hakkı; 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 bulunması halinde bu durumun ispat edilmesi şartıyla üreticilere verilmiştir. Aynı zamanda geleneksel ürün adı tanımına uymayan, ürünün genel özelliğini ifade eden, ürünün niteliği konusunda halkı yanıltabilecek olan, kamu düzeni veya genel ahlaka aykırı adlar ile kendi ülkesinde korunmayan, korunması sona eren veya kullanılmayan adların tescil edilemeyeceği belirtilmiştir.

Bir ürüne ait geleneksel ürün adının korunması, SMK çerçevesinde tescil edilmesi yoluyla sağlanır. Tescilli coğrafi işaretli ürünlerin üzerinde, menşe adı veya mahreç işaretinden uygun olanının ambleminin kullanımı zorunludur. Geleneksel ürün adının amblemsiz kullanımı ise SMK’ye tabi olmamaktadır. Tescil edilen geleneksel ürün adının amblemsiz kullanımı SMK kapsamında değerlendirilemese de üreticilere, tescilli ürünün ününden haksız yarar sağlayacak kullanımlar ile amblemin hatalı kullanımını engelleyici haklar verilmiştir.

İlıcılı²⁸'ya göre tüketici, üretici, ilgili kamu kurumları ve yargı nezdinde oluşabilecek karmaşanın asgari düzeyde tutulabilmesi amacıyla geleneksel ürün adının amblemsiz kullanımına imkân verilmiştir. Örneğin; Tarım ve Orman Bakanlığının görev alanında bulunan Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliğinde geleneksellik konusunu ilgilendirebilecek aşağıdaki tanımlar yapılmıştır.

- Reçel: Bir veya birkaç çeşit meyvenin püresinin veya pulpunun veya bunların karışımının, su ve şekerlerle uygun bir jel kıvamına getirilmiş karışım.
- Geleneksel reçel: Su ile bütün veya parçalı meyvelerin veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının şeker ilave edilerek veya edilmeden belirli kıvama getirilmiş karışım.
- Ekstra geleneksel reçel: Su ile bütün veya parçalı meyvelerin veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının şeker ilave edilerek veya edilmeden belirli kıvama getirilmiş, geleneksel reçele oranla daha fazla meyve veya bitki parçası içeren karışım.
- Marmelat: Turunçgil meyvesinden elde edilen pulp, püre, meyve suyu, sulu ekstraktları ve kabuklarının tek başına veya karıştırılarak, su ve şekerlerle uygun jel kıvamına getirilmiş karışım.
- Geleneksel marmelat: Meyve pulpu, püre, meyve suyu ve sulu ekstraktlarının veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının gerektiğinde şekerler ve su ilave edilerek sürülme kıvamına getirilmiş karışım.

Yapılan tanımlar kapsamında reçel ve geleneksel reçel arasındaki farkın, “geleneksel” olanda bitki parçalarının kullanımına izin verilmesi ve kullanılan malzemenin parçalı yapıda olması; geleneksel reçel ile ekstra geleneksel reçel arasındaki farkın ise “ekstra” olanın daha fazla parça içermesi olduğu görülmektedir. Marmelat ile geleneksel marmelat arasındaki fark da yine “geleneksel” olanda bitki parçalarının

²⁸G. İlıcılı; “Geleneksel Ürün Adını Tanımak”, s. 5.

kullanılabilmesi olarak açıklanmıştır. Daha önce açıklandığı üzere²⁹ kuşaktan kuşağa aktarılan bilgi birikiminin bir sonucu olarak ortaya çıkma koşulunun geleneksel ifadeleri içeren bu tanımlamalarda aranmadığı görülmüştür. Örnekte olduğu gibi piyasada mevcut olan geleneksel ibarelerinin kullanımları ile ilgili karışıklıkların ve çakışmaların önüne geçilmesi amacıyla geleneksel ürün adı korumasının, amblem kullanımıyla başlayacağı ifade edilmiştir. Diğer bir deyişle geleneksel ürün adlarının, ancak geleneksel ürün adı amblemiyle birlikte kullanılması halinde “söz konusu ürün adlarının, SMK kapsamında tescil edilerek korunan geleneksel özellik taşıyan ürünlere ait olduğu” mesajı tüketiciye verilecektir. Böylelikle bu ürünler piyasada, benzer ürünlerden farklılaşmış olacaktır.



Şekil 1.5. Geleneksel ürün adı amblemleri

Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmelik³⁰’inde diğer tüm unsurların sadece siyah beyaz veya siyah beyaz olması halinde amblemin siyah-beyaz kullanılabileceği belirtilerek renkli amblemin yanında siyah-beyaz ve beyaz-siyah amblemlere de yer verilmiştir. Ayrıca tescilli geleneksel ürünlerin yurtdışında pazarlanması durumunda, bu ürünlerin Türkiye’de geleneksel ürün adı tescilli olduğunun belirtilebilmesi için İngilizce amblemler de tasarlanmıştır.

²⁹Bkz. “Geleneksel Kavramı”, s. 3.

³⁰Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği, RG 30285, 29.12.2017.

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE KIRSAL KALKINMANIN DESTEKLENMESİ İÇİN KALİTE DÜZENLEMELERİ

2.1. Geleneksel Ürün Adı Dışında Kalan Bazı Kalite Düzenlemeleri

Kalite düzenlemeleri; özellikle az gelişmiş bölgelerde, dağlık alanlarda ve masrafların yüksek olduğu taşralarda kırsal kalkınmayı desteklediği için yüksek öneme sahiptir. Garanti markası gibi değerlendirilebilecek bu düzenlemeler, ürünlerin kaliteli olarak görülmesini sağlayan bazı özelliklerini, denetime tabi olmak şartıyla garantilemektedir.

Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarım Fonu ile Kırsal Kalkınmanın Desteklenmesi üzerine 1305/2013 sayılı Tüzükte³¹ (1305/2013 sayılı Tüzük) “menşe adı”, “mahreç işareti”, “geleneksel ürün adı”, “dağ ürünleri”, “ada tarımı ürünleri”, “organik ürünler”, “distile içkiler, şaraplar ve aromatize şaraplar için coğrafi işaret” ve “gönüllü sertifikasyon” sistemlerinden kalite düzenlemesi olarak bahsedilmiştir.

1305/2013 sayılı Tüzükte bu sistemler için kalite kavramının dayandığı kriterler açık biçimde belirtilmemiş olsa da her birinin tanımlarından; bazılarında ürün-coğrafi sınır bağının, bazılarında geleneksel üretimin ön plana çıkarılırken bazılarında ise zorlu koşullarda üretilen ürünlerin benzerlerinden ayırt edilebilmesini sağlayan unsurların vurgulanmış olduğu görülmektedir. Dolayısıyla her sistem için kalite kavramının neyi ifade ettiği kolayca anlaşılmaktadır. Diğer taraftan kalite düzenlemelerinin anlatıldığı

³¹Regulation (EU) No 1305/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) and repealing Council Regulation (EC) No 1698/2005, OJ L347, 20.12.2013, s. 487-548.

internet sayfasında³² “dış bölgeler” (*outermost regions*) korumasından da kalite düzenlemesi olarak bahsedilmiştir. Ayrıca yine 1305/2013 sayılı Tüzükte üye ülkelerce tanınan ve aşağıdaki şartları sağlayan korumaların kalite düzenlemesi olarak değerlendirileceği belirtilmiştir.

- Nihai ürün özgünlüğünü;
 - Ürünün kendine has özelliklerinden,
 - Özel tarım veya üretim yöntemlerinden,
 - Kamu, hayvan veya bitki sağlığı, hayvan refahı veya çevre koruma açısından ticari emtia standartlarının çok ötesine geçen kalitesinden almalıdır.
- Şartları sağlayan tüm üreticilerin katılımına açık olmalıdır.
- Bağlayıcı ürün özelliklerini içermeli ve bu özelliklerin uygunluğu kamu görevlileri veya bağımsız denetim kuruluşlarınca denetlenmelidir.
- Şeffaf bir şekilde, ürünlerin tam izlenebilirliği sağlanmalıdır.

Bu kapsamda genel olarak yukarıdaki şartları sağlayan sistemlerin kalite düzenlemesi olarak adlandırılabilmesi mümkündür. Geleneksel ürün adı sisteminin ve amaçlarının daha iyi anlaşılabilmesi için birbirine benzeyen bu korumaların bazılarının kısaca bahsedilecektir.

2.1.1. Gönüllü Sertifikasyon Programları

AB’de farklı ürün kategorilerinde olduğu gibi gıda ve tarım ürünlerinde de çok sayıda gönüllü sertifikalar bulunmaktadır. Gönüllü sertifikasyon programları (*voluntary*

³²https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained/regulations-products-outermost-regions_en#regulations-on-quality-schemes (ET: 01.06.2020).

certification schemes) üreticiler tarafından bir ürünün, üretim yönteminin veya bir sistemin ürün şartnamesinde belirtilerek bu özelliklerinin sertifikalandırma mekanizması ile denetlenmesinin sağlanması ile oluşturulmaktadır. Tarım ile ilgili bu programlar, ürünlerin gıda tedarik zincirindeki farklı aşamalarında işleyen çeşitli girişimleri kapsamaktadır. Sistem gıda tedarik zincirinin tamamına olduğu gibi bir kısmını kapsayacak ya da tüm sektörler veya pazarın sadece bir bölümünü etkileyecek şekilde uygulanabilmektedir.



Şekil 2.1. Örnek gönüllü sertifikasyon logoları.

Şekil 2.1’de yer alan örneklerden “*VeganOK*” etik şekilde üretilen *vegan* ürünleri³³; “*Fairtrade*” daha iyi çalışma şartları ve ürünler için daha iyi fiyat ile elde edilen adil ticareti³⁴; “*Rainforest Alliance*” biyolojik çeşitlilik ve arazi kullanımı ile ilgili bazı

³³<https://www.veganok.com/en/about-us/> (ET: 01.06.2020).

³⁴<https://www.fairtrade.net/about/what-is-fairtrade> (ET: 01.06.2020).

sürdürülebilir uygulamaları³⁵; “*Pasture For Life*” hayatının tamamını otlak alanlarda geçiren hayvanları³⁶ garanti eden çeşitli kurallar içermektedir.

Ulusal düzeyde veya özel şirketler tarafından uygulanan gönüllü sertifikasyon programları tüketicilerin, aldıkları ürünlerin kalitesinden emin olmalarına yardımcı olmaktadır. İşleme tesisi, süpermarketler ya da tüketicilerin istekleri sonucu ortaya çıkan bu özellikler denetlenebilir bir sistem içerisinde bazı özelliklerin standardı olarak kabul edilebilir. Bu standartlar herhangi bir konu ile ilgili olabilmektedir.

Hatları üreticiler tarafından belirlenen bu programlara katılım için herhangi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Fakat tüketicilerin piyasadaki ürün çeşitliliği ve bilgiye erişilebilirliğin artması sonucunda tüketiciler, satın alacakları üründe bazı kalite özelliklerini aramaktadırlar. İstenilen bu özelliklerin ürünlerde olduğunu tüketicilere anlatmak amacıyla üreticilerin, yapılan denetimler üretim maliyetlerini artırsa bile gönüllü sertifikasyon sistemlerine katıldığı görülmektedir. Gönüllü sertifikasyonların içerikleri ve kuralları, üretici grupları tarafından belirlense de oluşturulan sistemler gıda ve tarım ürünleri ile ilgili genel hatları belirlemek için AB Resmî Gazetesinde yayımlanan kılavuza³⁷ uygun olmalıdır.

2.1.2. Organik Ürünler

Organik ürünler için oluşturulan sertifikasyon sistemi gönüllü sertifikasyon programlarına benzetmekle birlikte, Organik Üretim ve Organik Ürünlerin Etiketlenmesi üzerine 2018/848 sayılı Tüzük³⁸,te yer alan çok daha geniş kurallarla düzenlenmektedir. AB resmi dilleri ile Türkçede organik anlamına gelen sözcükler

³⁵<https://www.rainforest-alliance.org/about> (ET: 01.06.2020).

³⁶<https://www.pastureforlife.org/about-us/> (ET: 01.06.2020).

³⁷Commission Communication - EU best practice guidelines for voluntary certification schemes for agricultural products and foodstuffs, OJ C341, 16.12.2010, s. 5-11.

³⁸Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products and repealing Council Regulation (EC) No 834/2007, OJ L150, 14.06.2018, s. 1-92.

koruma kapsamına alınmış ve bu sözcükler ile organik algısı oluşturabilecek kullanımların 2018/848 sayılı Tüzüğe uygun olması gerektiği ifade edilmiştir.

Organik üretimin amaçları bu tüzükte; iklimi, çevreyi ve toprak verimliliğini korumak, biyolojik çeşitliliğe katkıda bulunmak, çevrenin toksik hale gelmesinin önüne geçmek, yüksek hayvan refahını sağlamak, kısa dağıtım zincirleri ile kırsal üretimi teşvik etmek, tehlikede olan ve yerel ırkların korunmasını sağlamak, organik tarıma özel genetik bitki materyali arzını geliştirilmek; tüketicinin yanıltılmasını engellenmek olarak sıralanmıştır. Organik üretim, en iyi çevresel uygulamaları, biyolojik çeşitlilik ile doğal kaynakların korunmasını ve yüksek hayvan refahını, giderek artan doğal maddeler ve doğal süreçlerle yüksek üretim standardı talebini karşılayacak şekilde birleştiren genel bir gıda üretimi sistemidir. Ürünlerin denetlenmesi, korunması ve etiketlenerek piyasada seçilebilir hale gelmesi sayesinde haksız rekabetin önüne geçilmekte ve üreticinin emeklerinin karşılığını alması sağlanmaktadır. Ürünlerin, bu tüzük kapsamında denetlendiğini ve organik olduğunu tüketicilere anlatabilmek için Şekil 2.2'deki logo tasarlanmıştır.



Şekil 2.2. AB’de kullanılan organik ürün logosu.

2.1.3. Dağ Ürünleri ile Ada Tarımı Ürünleri

Dağ ürünü (*mountain product*) ile ilgili düzenlemeler 1151/2012 sayılı Tüzük ile yapılmış olup ürünlerin, dağ ürünü olarak kabul edilebilmesi için, Avrupa Tarımsal

Rehberlik ve Garanti Fonu ile Kırsal Kalkınmayı Desteklemek için 1257/1999 sayılı Tüzük³⁹⁴⁰'te tanımlanan dağ alanlarında üretilmiş olması gerekmektedir.

Diğer taraftan 1151/2012 sayılı Tüzükte “ada tarımı ürünü” (*product of island farming*) için de koruyucu bir sistem kurulması öngörülmüştür. Tüzüğün 32. maddesinde, bahsi geçen ada tarımı ürünü terimi için 4 Ocak 2014 tarihine kadar bir rapor hazırlanması gerektiği ifade edilmiş ve bu rapor 2013 yılında yayımlanmıştır⁴¹.

AB topraklarının önemli bir kısmını oluşturan dağlık bölgelerde doğal engeller tarıma bazı sınırlamalar getirmektedir. Eğim, engebe, düşük sıcaklıklar, yetiştiricilik yapılabilecek zaman, masraflı işgücü, mekanizasyonun zorluğu, parçalı ve küçük tarım arazileri, ulaşımın zor olması, sanayi bölgelerine ve pazara uzak olması vb. birçok dezavantajı bulunan bu bölgeler, çiftçilerin üretim imkânlarını sınırlamaktadır.

Adaların da dağlık bölgeler gibi sanayi bölgelerine ve pazara uzak olması ile arazilerinin sınırlı olması sebepleriyle dezavantajları bulunmaktadır. Fakat dezavantajlarına rağmen dağlık bölgelerde ve adalarda uzun yıllardır çetin koşullarda, sınırlı alanlarda ve sınırlı sayıda ürünle tarım yapılması üreticilerin tecrübesini arttırarak ürünlerin kalitelerinin artmasına sebep olmuştur. Ayrıca sanayi bölgelerine uzak olmaları, tüketicilerce bu ürünlerin daha ekolojik olduklarına inanılmasına ve dolayısıyla kendilerine yüklenen kalite değerinin artmasına neden olmaktadır. Tüketiciler kaliteli gördükleri bu ürünlere daha yüksek meblağlar ödemeye razı olmaktadır. Kalite algısı ile birlikte katma değeri arttıran bu işaretler sayesinde üreticilerin kazancı da artarken üretimin sürdürülebilirliği sağlanmış olmaktadır. Bu işaretlerin haksız kullanılması ise tüketicinin yanlış bilgilendirilmesiyle birlikte, haksız rekabete yol açmaktadır.

³⁹Council Regulation (EC) No 1257/1999 of 17 May 1999 on support for rural development from the European Agricultural Guidance and Guarantee Fund (EAGGF) and amending and repealing certain Regulations, OJ L160, 26.06.1999, s. 80-102

⁴⁰1257/1999 sayılı Tüzük yerini son olarak 1305/2013 sayılı Tüzüğe bırakmıştır.

⁴¹Fabien Santini ve ark.; “**EU Island Farming and the Labelling of its Products**”, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, İspanya, 2013.

Dağ ürünleri ve ada tarımı ürünleri hakkındaki düzenlemeleri içeren 1151/2012 sayılı Tüzükte kalitenin “*mountain product*” ve “*product of island farming*” ifadelerinin kullanımıyla işaret edileceği ifade edilmiş olup bunlar için herhangi bir logo tanımlanmamıştır. İsteğe bağlı olarak kullanılması öngörülen dağ ürünü terimini üzerinde taşıyan ürünlerin, üretiminde kullanılan hammadde ve yem esas olarak dağlık bölgelerde üretilmeli ve ürünlerin işlenmesi bu bölgelerde yapılmalıdır. Diğer taraftan ada tarımı ürünü terimini üzerinde taşıyan ürünlerin tamamen adalarda üretilmesi işlenmiş ürünlerin işlenmesinin de adalarda gerçekleşmesi gerekmektedir.



Şekil 2.3. *Isla Bonita* markasının kullanımı.

Şekil 2.3’te güzel ada anlamına gelen “*Isla Bonita*”⁴² ibaresini içeren ve “Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi” (*European Union Intellectual Property Office – EUIPO*)⁴³ nezdinde 001419332 sayıyla tescilli marka, üzerinde doğrudan ada tarımı ürünü ifadesini içermese de; palmiye güneş ve tukan kuşu simgeleriyle birlikte bir bütün olarak tüketicilerde bu ürünün ada koşullarında üretilmiş olduğu algısı oluşturabilmektedir. Üreticinin internet sayfası⁴⁴ incelendiğinde; ürünlerin ada koşullarında üretildiğine dair bilgi bulunmadığı ancak “En modern lojistik sistemleri ile egzotik ve tropik meyvelerin ithalatında öncü olmuştur. Bu da teslimat süresini kısaltarak ve ağaç veya çalıdaki olgunlaşma süresini uzatarak meyvelerin daha fazla lezzet ve besin maddesi kazanıp kalitesini artırmasına izin vermektedir.” ifadesinin yer aldığı görülmüştür. Bu marka, Markaların Tescili Amacıyla Mal ve Hizmetlerin

⁴²<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/001419332> (ET: 01.06.2020).

⁴³Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi, Marka Araştırma Sayfası, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic> (ET: 01.06.2020).

⁴⁴<https://www.aguacatelight.com/quienes-somos/> (ET: 01.06.2020).

Uluslararası Sınıflandırılmasına İlişkin Nice Anlaşmasının⁴⁵ 39 numaralı hizmet sınıfında “malların paketlenmesi, depolanması ve dağıtımı” gibi ulaştırma hizmetleri kapsamında tescil edilmiştir.



Şekil 2.4. Banane de Guadeloupe & Martinique logosu.

Şekil 2.4’te yer alan ve “Guadeloupe ve Martinique Muz Üreticileri Birliği” (*L’Union des groupements de producteurs de bananes de Guadeloupe et Martinique - UGPBAN*) tarafından kullanılan logo doğrudan “*product of island farming*” ibaresini taşımasa da *Guadeloupe* ve *Martinique* adalarının muzları anlamına gelen ibarelerin kullanımıyla, tüketicilere bu logoyu taşıyan ürünlerin ada tarımı ürünü olduğu algısı oluşturabilmektedir.



Şekil 2.5. Sal de Ibiza markalı çikolatalar.

⁴⁵Anlaşma metni için bkz. <https://wipo.lex.wipo.int/en/text/287437> (ET: 01.06.2020).

“İbiza tuzu” anlamına gelen “*Sal de Ibiza*” ibarelerini içeren marka esas olarak İbiza’da üretilen tuzlarda kullanılmaktadır. Fakat üreticinin internet sayfasına⁴⁶ göre Şekil 2.5’te bu markanın kullanıldığı çikolataların; aynı markanın “*Fleur de Sel*” olarak bilinen tuz ürünü ile birlikte Peru’nun *Cusco* bölgesinde üretilen kakaonun karışımıyla Almanya’nın Berlin kentinde üretildiği belirtilmektedir. Ürünün üzerinde ada tarımı ürünü olduğu açıkça ifade edilmese de bazı tüketicilere ürünün İbiza adasında üretildiği yönünde bir algı oluşturmaları mümkündür.



Şekil 2.6. Dağ ürünü algısı oluşturan bazı örnek kullanımlar.

Diğer örneklerde olduğu gibi Şekil 2.6’daki örnekler de doğrudan “*mountain product*” ifadesini içermese de dağ ifadesiyle ve dağ görselleriyle, bu ürünlerin dağlık alanlarda üretildiği yönünde bir algı oluşturmaları muhtemeldir.

Dağ ürünleri ve ada tarımı ürünleri ile ilgili koruma sisteminin yetersiz oluşu hatalı ve haksız kullanımlara yol açarak tüketicinin yanlış bilgilendirilmesi suretiyle yanıltılmasıyla birlikte zor şartlarda ve yüksek maliyetlerle üretilen dağ ürünleri ile ada tarımı ürünlerini üreten üreticilerin haksız rekabet sonucu üretimlerine devam edememesine sebep olabilmektedir. AB’de sürdürülebilir kırsal kalkınmaya verilen önem sebebiyle dağ ürünleri ve ada tarımı ürünleri ile ilgili sistemin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda ilerleyen zamanlarda dağ ürünleri ile ada tarımı

⁴⁶<https://www.saldeibiza.com/en/produkte/chocolates-la-flor-de-sal/> (ET: 01.06.2020).

ürünleri için; organik ürünler, coğrafi işaretler veya geleneksel ürün adları gibi ayrıntılı bir mevzuat ile gelişmiş bir koruma sistemi oluşturulacağı düşünülmektedir.

2.1.4. Dış Bölgeler

Bazı AB üyesi ülkelerin kolonicilik döneminden kalan dış bölgeler⁴⁷ olarak adlandırılan, Avrupa kıtasına uzak bölgelerde toprakları bulunmaktadır. Dış bölgelerin Avrupa topraklarına uzak olması sebebiyle bu bölgelerden Avrupa pazarına gelen ürünlerin, bir ürünün üretimi için dış bölgeye giden hammaddenin veya kullanılan araç ve gereçlerin ulaştırma maliyetleri çok yüksek olabilmektedir. Bu bölgelerin dezavantajlarını ortadan kaldırabilmek ve dış bölgeler ile AB arasındaki tedarik zincirini korumak için bazı anlaşmalar yapılması kararlaştırılmıştır. Bu anlaşmaların dış bölgelerde üretimi, çevreyi, sosyal ve ekonomik dengeyi koruması beklenmektedir. Avantajsız olarak değerlendirilen bu bölgelerin kalkındırılması amacıyla oluşturulan sistem, Avrupa Birliği'nin Dış Bölgelerinde Tarım ile ilgili Özel Önlemler Almak için 247/2006 sayılı Tüzük⁴⁸'te yer almaktadır. Bu tüzükte her bir dış bölgenin kendine özgü olarak "Uzaklık ve İzolasyon ile İlgili Seçenekler Programları" (*Programmes of options specifically relating to remoteness and insularity - POSEI*) yapılması öngörülmüş ve bu POSEI programlarının ana hatları belirlenmiştir.

Dış bölgelerde üretilen bu ürünlerin, bölgelerin benzersiz iklim koşullarında kendine has özelliklerini kazandığı ve sanayi koşullarından uzakta üretildiği için daha ekolojik olduğu düşünülmektedir. POSEI programları ile yapılan desteklemelerin yanı sıra dış bölgelerde üretilen ürünlerin Avrupa pazarında tanınabilmesi ve bu benzersiz ürünleri arayan tüketicilerin ürünlere kolayca erişebilmesi için Şekil 2.7'de yer alan amblemlerin kullanılması ön görülmüştür.

⁴⁷Dış bölgeler: Guadeloupe, French Guiana, Réunion, Martinique, Mayotte, Saint-Martin, Azores, Madeira ve Canary Islands bölgelerinden oluşmaktadır.

⁴⁸Regulation (EU) No 228/2013 of the European Parliament and of the Council of 13 March 2013 laying down specific measures for agriculture in the outermost regions of the Union and repealing Council Regulation (EC) No 247/2006, OJ L78, 20.003.2013, s. 23-40.



Şekil 2.7. Dış bölgelerde üretilen ürünlerin tanınması amacıyla oluşturulan logo⁴⁹.

2.1.5. Coğrafi İşaretler

AB’de de coğrafi işaret koruması menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmakta olup bu korumada, kendine has özelliklerini, sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan alan özel ürünleri tescil yoluyla koruma altına almak amaçlanmıştır. Gıda ve tarım ürünleri ile alkollü içecekler⁵⁰ piyasalarının genel olarak birbirinden farklı düzenlemelere sahip olması nedeniyle gıda ve tarım ürünleri için coğrafi işaretleri düzenleyen 1151/2012 sayılı Tüzükte, distile alkollü içkilerin, aromatize şarapların ve üzüm şaraplarının bu tüzük kapsamında tescil edilemeyeceği belirtilmiştir. Bu alkollü içkiler, aşağıda yer verilen tüzüklerle coğrafi işaret sistemi içerisinde korunabilmektedir.

- Distile Alkollü İçkilerin Tanımı, Tarifi, Tanıtımı, Etiketlenmesi ile Distile Alkollü İçki İsimlerinin Gıdaların Sunumunda ve Etiketlenmesinde Kullanılması, Distile

⁴⁹Bu logonun alt kısmında “REGION” ifadesinin olduğu yerde, ürünün üretildiği dış bölgenin adı yazılarak kullanılmaktadır.

⁵⁰Yapılan düzenlemeler kapsamında biralar, insani tüketim amacıyla üretilen tarım ürünleri kapsamında değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, bu çalışmada sadece distile içkiler, aromatize şaraplar ve üzüm şaraplarından alkollü içkiler olarak bahsedilecektir.

Alkollü İçkilerde Coğrafi İşaret Koruması ve Tarımsal Kökenli Etil Alkol ve Distilatların Alkollü İçkilerde Kullanılması üzerine 2019/787 sayılı Tüzük⁵¹ (2019/787 sayılı Tüzük),

- Aromatize Şarapların Tanımı, Tarifi, Tanıtımı, Etiketlenmesi ve Aromatize Şaraplarda Coğrafi İşaret Koruması üzerine 251/2014 sayılı Tüzük⁵² (251/2014 sayılı Tüzük),
- Tarım Ürünleri için Ortak Piyasa Düzenlemesi Oluşturulması üzerine 1308/2013 sayılı Tüzük⁵³ (1308/2013 sayılı Tüzük).



Şekil 2.8. AB’de kullanılan sırasıyla menşe adı ve mahreç işareti amblemleri.

Coğrafi işaret sistemi geçmişten günümüze, bir coğrafi bölgenin doğal ve beşerî unsurları ile şekillenip farklılaşarak gelmiş, kendine has özellikler kazanmış ve

⁵¹Regulation (EU) 2019/787 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the definition, description, presentation and labelling of spirit drinks, the use of the names of spirit drinks in the presentation and labelling of other foodstuffs, the protection of geographical indications for spirit drinks, the use of ethyl alcohol and distillates of agricultural origin in alcoholic beverages, and repealing Regulation (EC) No 110/2008, OJ L130, 17.05.2019, s. 1-54.

⁵²Regulation (EU) no 251/2014 of the European Parliament and of the Council of 26 February 2014 on the definition, description, presentation, labelling and the protection of geographical indications of aromatised wine products and repealing Council Regulation (EEC) No 1601/91, OJ L84, 20.03.2014, s. 14-34.

⁵³Regulation (EU) no 1308/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 establishing a common organisation of the markets in agricultural products and repealing Council Regulations (EEC) No 922/72, (EEC) No 234/79, (EC) No 1037/2001 and (EC) No 1234/2007, OJ L347, 20.12.2013, s. 671-854.

ünlenmiş ürünlerin, coğrafi bölgeye özgü şekilde tescil edilmesine olanak vermektedir. Böylece ürünler, sadece sınırları belirlenen bu alanlarda üretilmekte ve tescil ile kayıt altına alınan şartların dışına çıkılamamaktadır. Ürünlerin ünlenmesini sağlayan kendine has özellikleri korunarak bu kalite standartlarına erişemeyen ürünlerin coğrafi işaretli ürünlerle haksız bir şekilde rekabet etmesinin ve ürünün ününe zarar vermesinin önüne geçilmektedir. Tescil edilen coğrafi işareti taşıyan ürünü hakkıyla üreten üreticilerin, coğrafi işaretle arttırılan katma değeri sayesinde daha çok kazanması sağlanırken ürünün kaynaklandığı coğrafi bölgede de kırsal kalkınmaya katkı sağlanmaktadır. Ürünlerin “*protected designation of origin (PDO)*” (menşe adı) veya “*protected geographical indication (PGI)*” (mahreç işareti) korumaları kapsamında tescilli olduğunu tüketicilere anlatmak için Şekil 2.8’deki amblemler kullanılmaktadır. Bu amblemlerin kullanımı gıda ve tarım ürünlerinde zorunlu, distile alkollü içkiler, aromatize şaraplar ve şaraplarda kullanımı ise isteğe bağlıdır.

Gıda ve tarım ürünleri kapsamında 1151/2012 sayılı Tüzükte menşe adı “Bir bölge, alan veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas kalite özelliklerini veya karakteristik özelliklerini belirli bir coğrafi sınırın doğal ve beşerî unsurlarından alan ve üretimin tüm aşamaları tanımlanan coğrafi sınırlar içerisinde gerçekleşen ürünleri işaretlemek için kullanılmaktadır.” şeklinde; mahreç işareti ise “Bir bölge, alan veya ülkeden kaynaklanan, esas kalite özelliklerini, ününü veya diğer karakteristik özelliklerini belirli bir coğrafi sınırdan alan ve üretim aşamalarından en az birinin tanımlanan coğrafi sınırlar içerisinde gerçekleşen ürünleri göstermek için kullanılmaktadır.” şeklinde tanımlanmaktadır. Gıda ve tarım ürünleri çerçevesinde 646 tane menşe adı, 770 tane de mahreç işareti bulunmaktadır.

AB’de tescilli coğrafi işaretlere ve geleneksel ürün adlarına ilişkin farklı adreslerde kayıtlı olan veri tabanları, 1 Nisan 2019’da kullanıma açılan *eAmbrosia*⁵⁴ sistemine, 1 Ocak 2020 tarihi itibarıyla tamamen aktarılmıştır. Bu tarih itibarıyla AB’de coğrafi

⁵⁴Çalışmada kullanılan coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı ile ilgili sicil bilgilerinin tamamına 01.06.2020 tarihinde “*eAmbrosia*” veri tabanından erişilmiştir.

Bkz. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> (ET: 01.06.2020).

işaret ve geleneksel ürün adı ile ilgili kayıtlı tüm sicil bilgilerine bu sistemden erişilebilmektedir.

Distile alkollü içkiler hakkındaki 2019/787 sayılı Tüzükte coğrafi işaretler, 1151/2012 sayılı Tüzükte olduğu gibi menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmamıştır. Bu korumadan “*geographical indication (GI)*” olarak bahsedilmiş ve tanımı “Bir ülkenin topraklarından, bölgeden veya yöreden kaynaklanan; kalitesini, ününü veya diğer kendine has özelliklerini bu coğrafi alandan alan distile alkollü içkileri tanımlamak için kullanılan işaretler” olarak yapılmıştır. Ürünlerin ilgili tüzük kapsamında korunduğunun belirtilmesi için de Şekil 2.8’de yer alan mahreç işareti ambleminin kullanılması öngörülmüştür.

Aromatize şarapların ve aromatize şarap bazlı ürünlerin korunması için de distile alkollü içkilere benzer olarak “*geographical indication (GI)*” bahsedilen bir sistem oluşturulmuş ve bu koruma ile ilgili kurallar 251/2014 sayılı Tüzük ile belirlenmiştir. Tescilli ürünler için de Şekil 2.8’de yer alan mahreç işareti ambleminin kullanılması uygun görülmüştür. Bu korumanın tanımı da yine benzer şekilde “Bir ülke, bölge veya belirli bir yerden kaynaklanan ve kalite, ün veya diğer kalite özellikleri bu coğrafi alandan alan ürünleri tanımlayan işaretler” olarak yapılmıştır. AB’de 251/2014 sayılı Tüzük kapsamında yer alan koruma ile 5 adet ve 2019/787 sayılı Tüzük kapsamında ise 242 adet tescil gerçekleştirilmiştir. Bu korumalarda çoğu ürün için damıtma veya diğer üretim aşamalarından en az birinin belirtilen coğrafi sınırdaki gerçekleşmesi gerekmektedir birlikte hammaddenin bu sınırdan gelmesine gerek bulunmamaktadır⁵⁵.

Şarap sektöründe coğrafi işaretlerin korunması ise 1308/2013 sayılı Tüzük ile düzenlenmektedir. Şarap sektöründe menşe adı ve mahreç işareti ayrımı yapılmış ve gıda ve tarım ürünleri için olan coğrafi işaret sisteminden farklı bazı kurallar eklenmiştir. Menşe adı olarak değerlendirilebilmesi için üretimde kullanılan üzümün tamamının *Vitis vinifera*⁵⁶ bitkilerinin coğrafi sınırdaki yetiştirilmesi ile elde edilmesi

⁵⁵https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en (ET: 01.06.2020).

⁵⁶*Vitaceae* familyasında bulunan ve Yakın Doğu ile Avrupa’da yayılım gösteren yaygın olarak yetiştiriciliği yapılan asma türü.

gerekmektedir. Mahreç işaretinde de kullanılan üzümlerin en az %85'inin coğrafi sınırda üretilmesi gerekmekte olup bu üzümlerin *Vitis vinifera* türünde veya *Vitis vinifera* melezi⁵⁷ bitkilerden elde edilmesi gerekmektedir. Bu tüzük kapsamında 1169 adet menşe adı ve 439 adet mahreç işareti korunmaktadır.

Kalitesini coğrafi bir bölgeden alan ürünlerin coğrafi işaret koruması ile istenen fayda elde edilmiş ve bu koruma popüler hale gelmiştir. Distile alkollü içkiler, aromatize şaraplar ve şaraplar ile gıda ve tarım ürünleri kapsamında toplam 3271 coğrafi işaret tescili bulunmaktadır.

2.2. Geleneksel Ürün Adı

Ürünlerin sürdürülebilirliği ve kırsal kalkınmaya katkıda bulunması amacıyla uygulanan kalite düzenlemeleri, genel koruma koşulları bakımından birbirine benzese de ürün niteliklerine ve ürün çeşitlerine göre farklılıklar içermekte olup sürekli olarak güncellenmektedir. Gönüllü sertifikasyon, organik tarım, dağ ürünleri, ada tarımı ürünleri, dış bölgeler gibi kalite düzenlemeleri; kapsamlarındaki ürünlerin üretilmesinde kullanılan ve tüketici tarafından aranan bazı yöntemlerin korunmasına yöneliktir. Bu düzenlemelerde koruma, bazı ibarelerin kullanılmasıyla sağlanırken coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı korumalarında isimlerin tescili söz konusudur. Bu çerçevede coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı ile diğer kalite düzenlemeleri farklı şekilde koruma sağladığından birlikte var olabilmeleri mümkündür. Fakat bir adın aynı anda hem coğrafi işaret hem de geleneksel ürün adı koruması çerçevesinde değerlendirilmesine imkân bulunmamakta, geleneksel ürün adı korumasından bahsedebilmek için öncelikle söz konusu adın coğrafi işaret kapsamı dışında olması gerekmektedir.

⁵⁷*Vitis* cinsinin diğer bitkileriyle *Vitis vinifera* türünde bitkilerden melezleme ıslahı yöntemiyle elde edilen bitkiler.

AB’de “*traditional speciality guaranteed*” (TSG) sistemi sadece gıda ve tarım ürünleri için düzenlenmiş olup coğrafi işaret korumasıyla birlikte, 1151/2012 sayılı Tüzükte yer almıştır. Tüzüğün 56. maddesine göre Avrupa Komisyonu tüzüğün pek çok maddesi ile ilgili gerekli durumlarda düzenleme yapabilmek için 03.01.2013 tarihinden itibaren 5 yıllık süreyle görevlendirilmiştir. Aynı maddede, Avrupa Parlamentosu veya Avrupa Konseyi tarafından iptal edilmediği sürece bu düzenleme yetkisinin devam edeceği ifade edilmiştir.

Geleneksel ürün adı sistemi, başlangıçta belirli bir coğrafi yerden kaynaklansa ve o yer ile bağı bulunsa bile; zaman içinde söz konusu coğrafi alan ile bağı yitirerek başka yerlerde de üretilir hale gelerek jenerikleşen ürünlerin de korunabilmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 2.1. AB’de tescilli ürünlerin ülkelere göre dağılımı *

Tescil ettiren ülke	Tescil türü ve sayısı			Toplam
	Menşe adı	Mahreç işareti	Geleneksel ürün adı	
İtalya	168	131	3	302
Fransa	106	144	1	252
İspanya	102	92	4	198
Portekiz	64	75	1	140
Yunanistan	77	34	0	111
Diğer ülkeler **	205	294	54	476
Toplam	646	770	63	1479

*Başvuru yapan ülkeler, toplam tescil sayılarına göre sıralanmıştır.

**Diğer 32 ülkeyle birlikte birden fazla ülkenin katılımıyla yapılan ortak başvurular da bu gruba eklenmiştir. Tablonun diğer ülkeleri de içerecek şekilde tam hali Ek-1’de yer almaktadır.

AB’nin coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı koruması sistemi, sadece AB ile sınırlı tutulmamıştır. Diğer ülkelerden de coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili için başvuru alınmakta olup bu ülkelere coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescilli

ürünlerini Avrupa pazarında koruma imkânı sunulmaktadır. Gıda ve tarım ürünleri ile ilgili 37 farklı ülkenin başvurusuyla 1478 coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı sicile kaydedilmiş olup bu tescillerin dağılımı Tablo 2.1’de yer almaktadır.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 3. maddesinde “geleneksel” kelimesinin, nesilden nesile aktarılmayı mümkün kılacak şekilde yerel pazarda en az 30 yıllık süreyle kanıtlanmış kullanımı tanımladığı ifade edilmiştir. Tüzüğün 18. maddesinin 1. fıkrasında ise bir ismin geleneksel ürün adı olarak değerlendirilebilmesi için; ya geleneksel şekilde üretilen ürünleri ya da geleneksel uygulamalar sonucunda ortaya çıkan malzemeler kullanılarak üretilen ürünleri tanımlaması gerekmektedir. Aynı maddenin 2. fıkrasına göre de bu ismin ya belirli bir ürünü tanımlamak için geleneksel olarak kullanılması ya da ürünün belirli bir karakteristik özelliğini tanımlaması gerekmektedir.

Tescil edilen geleneksel ürün adını üzerinde taşıyacak ürünler, kendine has özelliklerini kazanması için gerekli olan üretim yöntemlerini de içeren, sicilde kayıtlı “ürün şartnamesi”ne (*product specification*) uygun olarak üretilmelidir. Geleneksel ürün adı sisteminde, coğrafi işarete olduğu gibi coğrafi sınır söz konusu olmadığı için ürün şartnamesine uygun üretim yapıldığı sürece bu ürünler her yerde üretilir.

Tablo 2.1’de başvuru yapan ülkelere göre AB’de tescilli menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı tescil sayıları bulunmaktadır. En yüksek sayıya sahip ilk 5 ülke tarafından başvurusu yapılan tesciller tüm coğrafi işaretlerin %70’i olmasına rağmen, geleneksel ürün adlarında bu oran %14’tür. Toplam tescil sayısının az olmasının yanında tescilli ürünlerin büyük bir bölümünün başvurusunu yapan ülkelerin de geleneksel ürün adına coğrafi işaret kadar önem vermediği düşünülebilir.

Geleneksel ürün adı sisteminde tescilli ürün sayısının coğrafi işaret sistemine göre çok daha az olması; geleneksel ürün adının nispeten daha yeni olmasından ve diğer koşulların yerine getirilmesi koşuluyla bu ürünlerin her yerde üretilmesinden kaynaklanmaktadır. Daha önce de bahsedildiği üzere 2082/92 sayılı Tüzük ile düzenlenen korumadaki terimlerin yeterince anlaşılabilmesi sebebiyle amaçlanan faydalara erişilemediğinden 509/2006 sayılı Tüzükte, sistem henüz tam oturmadan bu

terimlerin değiştirilmesiyle geleneksel ürün adı ile ilgili tanıtları kapsayan faaliyetlere tekrar başlanmıştır. Bununla birlikte geleneksel ürün adının, coğrafi bir bölgeden bağımsız olarak şartnameye uygun olarak her yerde üretilen ürünlerde kullanılabilmesi sebebiyle coğrafi işarete göre daha düşük korumaya sahip olduğu düşünülmektedir. Diğer taraftan 509/2006 sayılı Tüzük uyarınca tescille sağlanan korumanın kapsamının rezervasyonlu ve rezervasyonsuz olmak üzere farklılıklar içermesinin⁵⁸ de geleneksel ürün adı korumasının coğrafi işaret kadar popüler olmamasına katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Tablo 2.2. AB’de 2011-2017 yılları arasında 1151/2012 sayılı Tüzük kapsamında coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescilli ürünlerin pazar değeri (milyar avro)⁵⁹

Tescil türü	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Menşe adı	8,95	9,06	8,91	9,28	9,39	9,81	10,31
Mahreç işareti	9,13	10,37	10,80	12,04	13,01	14,36	14,64
Geleneksel ürün adı	1,59	2,01	2,22	1,76	1,31	1,90	2,39
TSG’nin payı	%8,07	%9,37	%10,11	%7,62	%5,53	%7,29	%8,74

Avrupa Komisyonuna sunulmak üzere hazırlanan bir çalışmada⁶⁰ 1 Ocak 2017 yılına kadar 1151/2012 sayılı Tüzük kapsamında tescil edilen 1313 coğrafi işaret ve 54 geleneksel ürün adı üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çalışmada da 2010 yılı ve öncesine ait geleneksel ürün adı ile ilgili ekonomik verilerin tutulmaması geleneksel ürün adı korumasının arka plana atıldığını göstermektedir. 2017 yılında tescilli ürünler ile toplam 27,34 milyar avroluk satış yapılmıştır. 1313 coğrafi işaret tescilli ürüne karşılık satış miktarının % 91,26’sı; 54 geleneksel ürün adı tescilli ürüne karşılık satış

⁵⁸“Geleneksel Ürün Adının Kullanımı ve Korumanın Kapsamı” başlığı altında ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bkz. s. 36.

⁵⁹AND-International; “*Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs) Final Report*”, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, Lüksemburg 2020.

⁶⁰Agç.; s.27.

miktarının % 8,74'ü gelmektedir. Geleneksel ürün adı tescili az olmasına rağmen payının bu kadar büyük olmasının da geleneksel ürün adında coğrafi sınırın bulunmaması sebebiyle politik kaygılardan uzakta kalınarak gerçekten ekonomik getiri sağlayacak ürünlerin tescil edilmesi sonucu olabileceği düşünülmektedir.

Geleneksel ürün adları ile ilgili sorunların farkındalığıyla hazırlanan mevzuatlarda sürekli iyileştirmeler yapıldığı görüldüğünden geleneksel ürün adı tescillerinin zamanla yaygınlaşması, korumanın daha iyi anlaşılması ve daha iyi bir pazarlama aracı olarak aktif bir biçimde kullanılması beklenmektedir.

2.2.1. Geleneksel Ürün Adı Korumasının Faydaları

Gıda ve tarım ürünleri günümüzde sanayileşmenin ve üretim teknolojilerinin etkisiyle daha kolay, hızlı ve ekonomik bir şekilde üretilebilmektedir. Fakat geleneksel yöntemlerle daha zahmetli bir şekilde üretilen ürünlerin daha ekolojik ve daha kaliteli olduğuna inanılmaktadır. Bu sebeple tüketiciler, daha kaliteli olduğuna inandıkları bu ürünlere daha fazla para vermeye razı olmakta ve pazar talebini artırmaktadır.

Geleneksel ürün adı amblemini taşıyan ürünler pazarda tüketici tarafından kolayca seçilebilir hale gelmektedir. Bu ürünlerin, tescilde belirtilen yöntemlerle şartnameye uygun bir şekilde üretilip üretilmediğinin denetlenme zorunluluğu bulunmaktadır. Garanti niteliğindeki bu zorunluluk tüketiciye güven verir. Ancak amblemleri kullanabilmek yoğun emek ve maliyet gerektirdiği ve dolayısıyla üretim sürecini daha zahmetli hale getirebildiğinden, amblem kullanımı her zaman kolay olmamaktadır.

Geleneksel ürün adı tescilinin tek başına bir faydası olmamakla birlikte tescil, spesifik kaliteye sahip ürünlerin kalite özelliklerini ön plana çıkararak pazarda kolayca tanınmasını sağlayan pazarlama aracı olarak vazife görmektedir. Geleneksel ürünleri arayan tüketicilere ulaştırılan artırılmış katma değerden, üreticinin sarf ettiği emeklerin adil bir şekilde geri dönüşü sağlanmaktadır.

Geleneksel ürün adı tescili ve bu tescile dayalı olarak denetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi neticesinde, tescilde belirtilen şartlara uygun ürünler piyasaya arz edilebilmektedir. Bu işleyiş sayesinde geleneksel ürünlerin ününden haksız kazanç elde edilmesinin önüne geçilmekte; emeklerinin karşılığını alan üreticiler bu ürünleri üretmeye devam etmekte; ürün çeşitliliğinin korunması sağlanmaktadır. Ayrıca önceki nesillerden günümüze miras kalan geleneksel yöntemlerin, bu ürünlerin özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek nitelikteki yeni teknolojik uygulamalar karşısında yok olmasının engellenmesi ve gelecek nesillere aktarılması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan, geleneksel üretimin yoğunlaştığı kırsal alanlarda, köyden kente göçün önüne geçilmesi suretiyle geleneksel ürün adı sisteminin temel esaslarından olan sürdürülebilir kalkınma da sağlanabilecektir.

2.2.2. Geleneksel Ürün Adı Başvurusu

Geleneksel ürün adı başvurusu ile ilgili kurallar, 1151/2012 sayılı Tüzüğün yanı sıra, Avrupa Birliği'nde Gıda ve Tarım Ürünleri için Kalite Düzenlemeleri üzerine 1151/2012 sayılı Tüzük için Yapılan Başvurular Hakkında Kuralları Belirleyen 668/2014 sayılı Yönetmelikte⁶¹ (668/2014 sayılı Yönetmelik) belirtilmiştir.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 3. maddesinde “grup” aynı ürünü üreten veya işleyenlerin yasal oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın bir araya gelmesi ile oluşan birlikteliği tarif etmektedir. Tüzüğün 49. maddesinin 1. fıkrasında ise geleneksel ürün adı tescili için başvuru hakkı, tanımlanan bu gruplara verilmiştir. Aynı fıkarda birden fazla ülkede oluşturulan gruplarla ortak başvuru yapılabileceği veya ürünün tek bir üretici olması halinde bu üreticinin yalnız başına başvurabileceği belirtilmiştir. Ayrıca tüzüğün gerekçesinin 59. maddesine göre AB üyesi olmayan ülkelere kaynaklanan ürünlerin de tescil edilebilmesine olanak sağlanmıştır. Ürünlerin şartnameye uygun

⁶¹Comission Implementing Regulation (EU) No 668/2014 of 13 June 2014 laying down rules for application of regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council on quality schemes for agricultural products and foodstuffs, OJ L179, 19.06.2014, s. 36-61.

olması ve şartnamelerin tutarlı olması için tescil başvurularında yer alan şartnamelerin bir araya gelen üreticiler tarafından hazırlanması gerektiğinin altı çizilmiştir.

1151/2012 sayılı Tüzük ile mevcut durumda, sadece gıda ve tarım ürünlerine geleneksel ürün adı koruması sağlanmaktadır. AB'nin kırsal kalkınmaya ve kalite sistemlerine verdiği önem göz önünde bulundurulduğunda, zamanla ortaya çıkabilecek ihtiyaçlara göre başka ürün grupları için de geleneksel ürün adı korumasının düzenlenebileceği düşünülmektedir.

Geleneksel ürün adı başvurusu “tescil edilecek isim(ler)”, “ürün grubu”, “geleneksel ürün adı tanımına uygunluğu”, “ürünün tanımı”, “üretim yöntemleri” ve “ürüne geleneksel karakterini veren esas unsurlar” gibi başlıkları içeren 668/2014 sayılı Yönetmelik ekinde yer alan ürün şartnamesinin hazırlanması ile yapılmaktadır. Ürünün adının tescil edilmesi üzerine, geleneksel ürün adını taşıyan ürünlerin bu şartnamelere uygun olarak üretilmesi gerekmektedir.

2.2.3. Geleneksel Ürün Adının Kullanımı ve Korumanın Kapsamı

Ürün şartnamesine uygun olarak üretim yapan herkes, tescil edilen geleneksel ürün adını pazarlama aracı olarak kullanma hakkına sahiptir. Geleneksel ürün adlarını kolayca tanınabilir hale getirmek için Şekil 2.9'da yer alan amblemler tasarlanmıştır. 1151/2012 sayılı Tüzüğün 23. maddesinin 3. fıkrasına göre tescilli geleneksel ürün adının kullanılması halinde Şekil 2.9'daki amblemlerden uygun olanının⁶² kullanımı da zorunlu olup tescilli isim ile amblem, aynı görüş alanı içerisinde bulunmalıdır. Aynı tüzükte, ürünlerin üzerinde tescilli isim ile amblemin yanı sıra *Traditional speciality guaranteed* ibaresi ile “TSG” gibi belirteçlerin⁶³ de isteğe bağlı olarak kullanılabileceği ifade edilmiştir. 668/2014 sayılı Yönetmelikte ise tescilli ürünlerin

⁶²Üreticilere ek masraf getirmemek için ambalajın hiç renk içermemesi durumunda ortada yer alan amblemde olduğu gibi siyah-beyaz ve ambalajda arka planın koyu renk olması halinde sağda yer alan negatif amblemde olduğu gibi kullanılmasına olanak verilmiştir.

⁶³“*Traditional speciality guaranteed*” ibaresi ile “TSG” kısaltması bundan sonra geleneksel ürün adı belirteçleri olarak ortak anılacaktır.

tüm AB pazarında kolayca tanınabilmesini sağlamak amacıyla geleneksel ürün adı belirteçleri ile amblemlerin ürünün piyasaya sunulacağı pazara göre Ek-1 ve Ek-2’de olduğu gibi 24 farklı AB resmi dilinden uygun olan şekliyle kullanılabileceği ifade edilmiştir.



Şekil 2.9. Geleneksel ürün adı amblemleri.

509/2006 sayılı Tüzüğün 13. maddesinde geleneksel ürün adlarının rezervasyonlu veya rezervasyonsuz olarak iki farklı şekilde tescil edilmesine olanak sağlanmış ve bu kapsamda amblem kullanımı zorunlu tutulmamıştır. Rezervasyonsuz olarak yapılan tescillerde, tescil edilen ismi taşımasına rağmen ürün şartnamesinde tanımlanan ürünlerden farklı ürünlerin AB pazarında geleneksel ürün adı belirteçlerini kullanmadan geleneksel ürün adının ününden faydalanmayacak şekilde bulunmasına izin verilmiştir. Yine aynı maddede başvuru yapanın yanı sıra itiraz aşamasında, başvuruda belirtilen özelliklerden farklı özelliklere sahip aynı isimli ürünlerin, AB pazarında meşru, bilinen ve ekonomik değere sahip olduğu iddiasının kanıtlanması sonucunda rezervasyonsuz olarak tescil yapılabilmesi itiraz sistemi kapsamında olanaklı hale getirilmiştir⁶⁴.

1151/2012 sayılı Tüzüğün gerekçesinin 35. maddesi ile geleneksel ürün adlarının rezervasyonsuz tescili, bu seçeneğin ilgili taraflarca yeterince anlaşılamaması ve karışıklıklara neden olması sebebiyle kaldırılmıştır. Tüzüğün 25. maddesinin 2. fıkrası uyarınca ise rezervasyonsuz olarak tescil edilen isimlerin 04.01.2023 tarihine kadar olan geçiş süreci boyunca var olabileceği ifade edilmiştir. 26. maddenin 1. fıkrasında

⁶⁴G. Ilıcalı; “Geleneksel Ürün Adını Tanımak”, s. 6.

ise geçiş süreci boyunca 04.01.2016 tarihinden önce geleneksel ürün adı siciline rezervasyonsuz olarak kaydedilen isimlerin itiraza açılmak koşuluyla rezervasyonluya çevrilebileceği basitleştirilmiş bir prosedür tanımlanmıştır.

Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisinin marka kılavuzunda da 2010 yılında rezervasyonsuz olarak tescil edilen “*Pizza Napoletana*”⁶⁵ geleneksel ürün adı ile ilgili yanıltıcı kullanımları engellemek üzere “*Napoli 1920 - Pizza & Cucina D'autore*”⁶⁶ markası üzerinden örnek verilmiştir. şekil 2.10’da logosu bulunan ve 30. ile 43. sınıflarda 05.02.2018 yılında tescil edilen marka kapsamında yanıltıcı kullanımların nne geçebilmek amacıyla belirlenen mal ve hizmet sınıflarında 30. sınıfta bulunan pizzalar, “*Pizza Napoletana*” ürünüyle sınırlandırılmış olup ilerleyen zamanlarda geleneksel ürün adı olarak korunan ürünlerle ilişkilendirilebilecek markaların tescil edilmeyeceği belirtilmiřtir⁶⁷.



şekil 2.10. “*Napoli 1920 - Pizza & Cucina D'autore*” markasının logosu.

“*Napoli 1920 - Pizza & Cucina D'autore*” markasının, düzenlenen mal ve hizmet sınıfı incelendiğinde ise 30. sınıfta bulunan “pizza”, “dolgulu pizza” (*stuffed pizza*), “taze pizza” (*fresh pizza*), “hazır yemekler” (*ready meals*), “pizza bazlı hazır yemekler” (*pizza-based ready meals*), “pizza bazlı veya pizza içeren unlu gıdalar” (*farinaceous foodstuffs based on or containin pizza*) gibi rnlerin “*Pizza Napoletana*”nın ürün şartnamesine uygun olarak üretilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Diğer taraftan “pizza sosları” (*saucers for pizzas*), “pizza karışımları” (*pizza mixes*), “pizza hamurları” (*pizza*

⁶⁵<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:040:0017:0025:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

⁶⁶<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017238197> (ET: 01.06.2020).

⁶⁷<https://guidelines.euipo.europa.eu/1803468/1787676/trade-mark-guidelines/2-2-1-tsg-with-or-without-reservation-of-a-name> (ET: 01.06.2020).

dough), “pizza baharatları” (*pizza spices*), “pizza unları” (*pizza flour*), “pizza tabanları” (*pizza bases*), “pizza kenarları” (*pizza crusts*), “pizzalara dâhil etmek için makarnalar” (*pasta for incorporating into pizzas*), “fırınlanmış pizza kenarları” (*pre-baked pizza crusts*) gibi ürünlerin ise “*Pizza Napoletana*” ile sınırlandırılmadığı görülmüştür. Bununla birlikte “Danimarka küçük ekmekleri” (*Danish bread rolls*), “Frankfurt sandviçi” (*Frankfurter sandwiches*), “Danimarka hamur işleri” (*Danish pastries*), “Kore stili etli hamur - mandu” (*Korean-style dumplings - mandu*) ve “Kore pirinç yemeği - gimbap” (*Korean rice dish - gimbap*) gibi ürünlerin kalite düzenlemelerine konu olabilecek ürünler olabileceği değerlendirilmiş ancak AB mevzuatı kapsamında korunmadığı için bu ürünlerle ilgili düzenleme yapılmadığı görülmüştür. Bu örnekten hareketle geleneksel ürün adı korumasının marka uygulamaları üzerinde de etkisinin bulunduğu değerlendirilebilir.

2.2.4. Geleneksel Ürün Adlarının Denetimi

Geleneksel ürün adları ile arttırılan katma değer, tüketici güvenine dayanmaktadır. Bu güvenilirlik sadece etkili bir denetim ışığında sağlanmaktadır. AB’de geleneksel ürün adı tescilli ürünlerin denetimleri Gıda ve Yem Yasası, Hayvan Sağlığı ve Refahı, Bitki Sağlığı ile Bitki Koruma Ürünleri ile İlgili Kuralların Uygulanmasını Sağlamak İçin Resmi Kontroller ve Diğer Resmi Faaliyetler üzerine 2017/625 sayılı Tüzük⁶⁸ (2017/625 sayılı Tüzük) kapsamında yapılmaktadır⁶⁹.

⁶⁸Regulation (EU) 2017/625 of the European Parliament and of the Council of 15 March 2017 on official controls and other official activities performed to ensure the application of food and feed law, rules on animal health and welfare, plant health and plant protection products, amending Regulations (EC) No 999/2001, (EC) No 396/2005, (EC) No 1069/2009, (EC) No 1107/2009, (EU) No 1151/2012, (EU) No 652/2014, (EU) 2016/429 and (EU) 2016/2031 of the European Parliament and of the Council, Council Regulations (EC) No 1/2005 and (EC) No 1099/2009 and Council Directives 98/58/EC, 1999/74/EC, 2007/43/EC, 2008/119/EC and 2008/120/EC, and repealing Regulations (EC) No 854/2004 and (EC) No 882/2004 of the European Parliament and of the Council, Council Directives 89/608/EEC, 89/662/EEC, 90/425/EEC, 91/496/EEC, 96/23/EC, 96/93/EC and 97/78/EC and Council Decision 92/438/EEC (Official Controls Regulation), OJ L95, 07.04.2017, s. 1-142.

⁶⁹2017/625 sayılı Tüzük kapsamındaki denetimler, ülkemizde 5996 sayılı Kanun kapsamında yapılan düzenlemelerle Tarım ve Orman Bakanlığınca karşılanmaktadır.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 36. maddesine göre AB üyesi ülkeler denetlenen ürünleri bu tüzükte yer alan kalite düzenlemelerine ilişkin yasal gerekliliklere uygunluğunu doğrulamak için yürütülen resmi kontrollerden sorumlu yetkili makam veya makamları belirlemek zorundadır. Bu makamlar eşitlik ve tarafsızlık garantisi vermeli ve görevlerini usulüne uygun yerine getirebilmesi için nitelikli personele ve kaynaklara sahip olmalıdır. 36. maddede yer alan bu resmi kontroller, piyasaya sürülmüş olan ürünler üzerinde tescilli geleneksel ürün adlarının kullanımı ile ürünlerin geleneksel ürün adı şartnamelerine uygunluğunu kapsamaktadır.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 37. maddesinde ise ürünlerin şartnamelere uygunluğunun nasıl denetleneceği AB topraklarında veya dışında üretilen ürünler için birbirinden farklı olarak açıklanmıştır. Bu kapsamda AB topraklarında üretilen ürünler pazara sunulmadan önce 36. maddede gereğince yetkilendirilen bir ya da daha fazla yetkili makam ve / veya bir ya da daha fazla 2017/625 sayılı Tüzük kapsamında yetkilendirilmiş özel kuruluş tarafından denetlenmelidir. AB toprakları dışında üretilen ürünler pazara sunulmadan önce ise ilgili ülkenin belirlediği bir ya da daha fazla kamu kuruluşu ve / veya bir ya da daha fazla sertifikasyon kuruluşu denetlenmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRNEKLERLE AVRUPA BİRLİĞİ'NDE GELENEKSEL ÜRÜN ADI UYGULAMALARI

Geleneksel ürün adı koruması ülkemizde ilk kez 10.01.2017 tarihinde SMK ile mevzuatımıza girmiştir. SMK kapsamında 01.06.2020 tarihi itibarıyla toplam 181 coğrafi işaret tescili yapılmış olup 474 coğrafi işaret tescil başvurusu inceleme aşamasındadır. Bu kadar coğrafi işaret başvurusuna rağmen 01.06.2020 tarihi itibarıyla sadece 1 geleneksel ürün adı tescili yapılmış olup 7 geleneksel ürün adı tescil başvurusunun incelemesi devam etmektedir.

Başvuru sayılarında görülen bu farklılığın, ülkemizde bu korumanın henüz çok yeni olması ve yeterince anlaşılamaması nedenleriyle olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple işbu uzmanlık tezi kapsamında, 1992 yılından beri konu hakkında tecrübesi bulunan AB'de, sistemin nasıl uygulandığı bazı önemli ürünler çerçevesinde analiz edilecektir.

Örneklerde de görüleceği üzere AB'de tescil edilen geleneksel ürün adlarının piyasayı bozucu şekilde bir etki göstermemesine özen gösterildiği için aynı ürün grupları içerisinde birbirine benzer ürün şartnamelerine rastlanmamıştır. Her bir tescilde ürünün kendine özgü niteliklerinin ortaya konulduğu görülmüştür.

3.1. Ürün Şartnamelerinde Yer Alan Bilgilere Göre Bazı Örnekler

Geleneksel ürün adı korumasında esas olan pazarlama aracı olarak kullanılacak ismin tescil edilmesidir. Tescil edilen bu isimleri taşıyan ürünlerin uymak zorunda olduğu ürün şartnamesinde yer alan bilgiler korumanın kapsamını oluşturmaktadır. Şartnamede bulunan başlıklar değişen mevzuata ve ihtiyaca göre şekillense de

geleneksel ürün adı ile ilgili düzenlemelerin tamamında genel olarak aşağıdaki başlıkların kullanıldığı görülmektedir.

3.1.1. Başvurusu Yapılan İsim(ler)

Bir ürünü tanımlamak için geleneksel olarak kullanılan ayırt edici isimler bazı durumlarda, ürünlerin geleneksel özelliklerine işaret etmektedir. Bazı tescillerde ise birden fazla ismin tescil edilebildiği ve bu isimlerden uygun olanının kullanılabildiği görülmektedir. Bununla birlikte 1151/2012 sayılı Tüzüğün 18. maddesinin 4. fıkrasında “ürünlerin genel özellikleri” ile “ilgili diğer mevzuatla belirlenmiş özellikler”e atıfta bulunan isimlerin geleneksel ürün adı olarak tescil edilemeyeceği belirtilmiştir.

668/2014 sayılı yönetmeliğin 1. maddesinin 1. fıkrasında geleneksel ürün adının orijinal halinin Latin harflerinden oluşmadığı durumlarda, ismin Latin harflerine transliterasyonu istendiği belirtilmiştir. Bulgaristan tarafından bir çeşit et ürünü için başvurusu yapılan “*ЛуканкаПанагюрска*⁷⁰” ismi, Bulgaristan’da bilindiği şeklinin yanı sıra Latin alfabesinde bu isme karşılık gelen “*Lukanka Panagyurska*” ismi ile birlikte tescil edilmiştir.

Aynı ürünün farklı isimlerle bilinmesi halinde bu ürün için birden fazla ismin tescil edilebilmesi mümkündür. Çekya ve Slovakya tarafından yapılan ortak başvuruda; iki ülke pazarında da aynı özellikleri taşıyacak şekilde bulunan ancak farklı isme sahip ürünlerin isimleri “*Tradiční Špekáčky / Tradičné Špekáčky*⁷¹” şeklinde tescil edilmiştir.

⁷⁰[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0401\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0401(04)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

⁷¹[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0511\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0511(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

Avusturya tarafından yapılan bir başvuruda ise geleneksel olarak yazın taze otlarla beslenerek yetiştirilen ineklerden elde edilen sütü tarif eden “*Heumilch*”⁷² isminin, “*Haymilk*” (İngilizce), “*Latte fieno*” (İtalyanca), “*Lait de foin*” (Fransızca) ve “*Leche de heno*” (İspanyolca) şeklinde farklı dillere tercümesi de tescil kapsamına alınmıştır. Bununla birlikte koyunlardan elde edilen *Schaf-Heumilch* ve keçilerden elde edilen *Ziegen-Heumilch* ürünleri⁷³ de benzer şekilde 5 farklı dilde tescil edilmiştir.

Çekya tarafından tescil ettirilen ve “*Pražská šunka*”⁷⁴ ismi ise “*Празка шунка*” (Bulgarca), “*Jamón de Praga*” (İspanyolca), “*Prag Skinke*” (Danca), “*Prager Schinken*” (Almanca), “*Praha sink*” (Estonca), “*Χοιρομέρι Πράγας*” (Yunanca), “*Prague Ham*” (İngilizce), “*Jambon de Prague*” (Fransızca), “*Prosciutto di Praga*” (İtalyanca), “*Prāgas šķiņķis*” (Letonca), “*Prahos kumpis*” (Litvanca), “*Prágai minősegi sonka*” (Macarca), “*Perzut ta' Praga*” (Maltaca), “*Praagse Ham*” (Felemenkçe), “*Szynka Praska*” (Lehçe), “*Fiambre de Praga*” (Portekizce), “*Jambon de Praga*” (Rumence), “*Praška šunka*” (Slovence), “*Prahalainen kinkku*” (Fince), “*Prag skinka*” (İsveççe) olmak üzere Hırvatça ve İrlandaca hariç tüm AB resmi dillerinde tescil edilmiştir. Bu dillerin de AB resmi dilleri arasına eklenen son dillerden olmaları sebebiyle tescillere dâhil edilmediği düşünülmektedir.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 18. maddesinin 3. fıkrasına göre tescili istenen ismin başka bir ülkede aynı veya karıştırılabilmesine sebep olacak nitelikte benzer şekilde kullanılması durumunda; bu ülke tarafından itiraz edilmesi üzerine, ürünlerin birbirinden ayrılabilmesi için tescilli ismin “... geleneği kullanılarak üretilmiştir” (*made following the tradition of ...*) ibaresi ile birlikte kullanılması zorunlu tutulabilmektedir. Örneğin, Bulgaristan tarafından başvurusu yapılan “*Кайсерован врат Тракия / Kayserovan vrat Trakiya*”⁷⁵ isminde yer alan ve Trakya bölgesini ifade eden “*Trakiya*” ibaresinin, Yunanistan’da bu bölgede üretilen etlerde yaygın olarak

⁷²<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2014:340:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

⁷³<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2018:400:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

⁷⁴[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0519\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0519(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

⁷⁵[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1217\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1217(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

kullanılan “*Thrace*” ibaresinin kullanılmasını engelleyeceği gerekçesiyle yapılan itiraz sonucunda “Кайсерован врат Тракия / Kayserovan vrat Trakiya” geleneksel ürün adının “*Made following the tradition of Bulgaria*” ibaresi ile birlikte kullanılmasına karar verilmiştir⁷⁶. Şekil 3.1.’de ise Bulgarcada ürünün Bulgaristan gelenekleriyle yapıldığını ifade eden “ПРИГОТВЕН В СЪОТВЕТСТВИЕ С ТРАДИЦИИТЕ НА БЪЛГАРИЯ” ibaresi ile birlikte “ХТСХ” kısaltması ve geleneksel ürün adı ambleminin kullanımı yer almaktadır.



Şekil 3.1. Кайсерован врат Тракия / Kayserovan vrat Trakiya isminin kullanımı⁷⁷.

Bir ismin birbirinden farklı ürünleri tanımlamasının söz konusu olduğu durumlarda da şartnamede her bir ürünün nasıl üretilceğinin birbirinden ayrı şekilde açıkça belirtilmesi gerekmektedir. İtalya tarafından tescil ettirilen “*Amatriciana Tradizionale*”⁷⁸ ismi hem hazırlandığı gibi servis edilen bir çeşit domates soslu makarnayı hem de makarnayı daha sonra servis etmek üzere hazırlanan sosu işaret etmekte olup bu ürünlerin tanımlarına ve üretimlerine ürün şartnamesinde ayrı ayrı yer verilmiştir.

⁷⁶Commission Implementing Regulation (EU) 2015/2257 of 4 December 2015 entering a name in the register of traditional specialities guaranteed (Кайсерован врат Тракия (Kayserovan vrat Trakiya) (TSG)); OJ L321, 05.12.2015, s. 17-18.

⁷⁷<https://www.supermagplovdiv.bg/media/7/2281.jpg> (ET: 01.06.2020).

⁷⁸[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1120\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1120(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).



Şekil 3.2. Ambalajlı Amatriciana Tradizionale⁷⁹ ürünleri⁸⁰⁸¹.

Aynı tescilde iki farklı ürün olabilmesinin sebebinin; tescilin hem ambalajlı olarak satılabilen sosu hem de taze olarak yapılan sosla hazırlanan yemeği kapsayacak şekilde geniş tutulmasının istenmesi olduğu düşünülmektedir. Böylece nesilden nesile aktararak günümüze gelen bu makarna sosu, yeni teknolojiyle harmanlanarak fabrikasyon üretime de olanak sağlanmıştır. Bu kapsamda 1151/2012 sayılı Tüzüğün gerekçesinin 5. maddesi incelendiğinde ise Avrupa 2020 politikasının amaçları, bilgi ve yenilikçiliğe dayalı rekabetçi bir piyasa oluşturmak ve yüksek istihdam sonucu sosyal ve bölgesel birlikteliği sağlamak olduğu görülmektedir. Dolayısıyla geleneksel ürün adı tescilli ürünlerin, kimi zaman ilkel olarak addedilebilecek yöntemlerle üretilme şartı bulunmamakla birlikte ürüne gelenekselliği sağlayan unsurlar bozulmadığı sürece teknolojinin uygulanması mümkündür.

⁷⁹Ürünlerin üzerinde doğrudan “Amatriciana Tradizionale” ibaresi bulunmasa da şekildeki kullanımlar bu ürünlerin geleneksel ürün adı tescilli olduğu algısı oluşturabilmektedir. Tescilli isimlerin ürünler üzerinde bütün halde kullanılması gerekmekte olup 1151/2012 sayılı Tüzükte tescilli ismi çağrıştıran örnekteki gibi kullanımların uygun olmadığı ifade edilmiştir. Diğer taraftan ilgili isim 13.03.2020 tarihinde tescil edilmiş olup “Amatriciana Tradizionale” ibaresini ve geleneksel ürün amblemini taşıyan ürünlerin kısa sürede piyasaya sunulacağı düşünülmektedir.

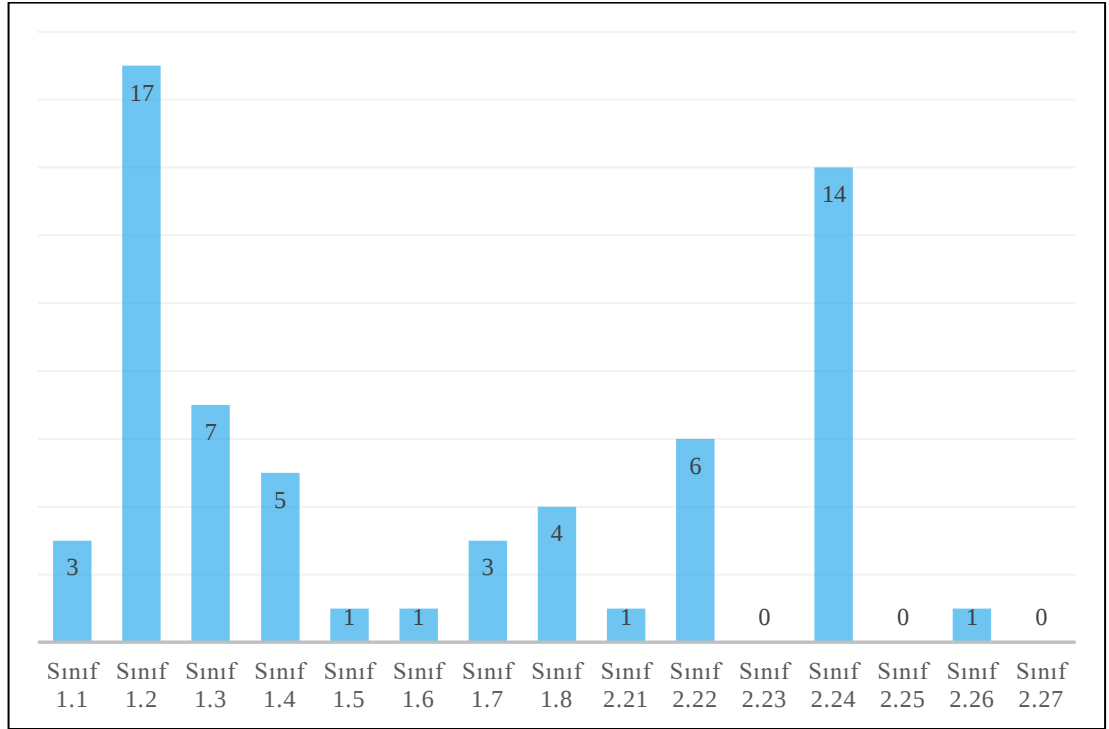
⁸⁰<https://fattorieumbre.com/en/shop/sughi-tradizionali/sugo-alla-amatriciana> (ET: 01.06.2020).

⁸¹https://today.eataly.net/milano_it/sugo-alla-amatriciana-200g-la-dispensa-di-amerigo (ET: 01.06.2020).

3.1.2. Ürün Grubu

1151/2012 sayılı Tüzük ile sadece gıda ve tarım ürünleri kapsamında geleneksel ürün adları düzenlendiği için ürün grupları da gıda ve tarım ürünleri kapsamında tanımlanmıştır. Bu tüzüğün 2. maddesinin 1. fıkrasında tescil kapsamında değerlendirilecek ürünler; Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın 1 numaralı ekinde listelenen insan tüketimi amaçlı tarım ürünlerinden oluşan birinci sınıf ile tüzüğün ekinde yer alan gıda ürünlerinden oluşan ikinci sınıf olarak tanımlanmıştır. Birinci sınıfta yer alan tarım ürünleri için gruplar, coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları için aynı iken ikinci sınıfta yer alan gıda ürünleri için tanımlanan gruplar birbirinden farklı düzenlenmiştir.

Geleneksel ürün adları için 1151/2012 sayılı Tüzükte tanımlanan ürün grupları aşağıda sıralanmıştır. Bununla birlikte Şekil 3.3'te tescillerin ürün gruplarına göre dağılımı yer almaktadır.



Şekil 3.3. Geleneksel ürün adı tescillerinin dağılımı.

- Sınıf 1.1.** İşlenmemiş et ürünleri (Sakatat dâhil)
- Sınıf 1.2.** İşlenmiş et ürünleri (Pişmiş, tuzlanmış, tütülenmiş vb.)
- Sınıf 1.3.** Peynirler
- Sınıf 1.4.** Hayvansal kökenli diğer ürünler (tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri, yumurta, bal vb.)
- Sınıf 1.5.** Katı ve sıvı yağlar (Tereyağı, margarin, bitkisel yağlar vb.)
- Sınıf 1.6.** İşlenmiş veya işlenmemiş meyve, sebze ve tahıllar
- Sınıf 1.7.** İşlenmemiş balık, yumuşakçalar, kabuklular ve bunlardan üretilen ürünler
- Sınıf 1.8.** Diğer ürünler (Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın 1 numaralı ekinde listelenen diğer ürünler)
- Sınıf 2.21.** Hazır yemekler
- Sınıf 2.22.** Biralalar
- Sınıf 2.23.** Çikolata ve çikolata türevi ürünler
- Sınıf 2.24.** Şekerleme, ekmek, hamur işi, pasta, bisküvi ve diğer fırın ürünleri
- Sınıf 2.25.** Bitki özlerinden elde edilen içecekler
- Sınıf 2.26.** Makarnalar
- Sınıf 2.27.** Tuzlar

Geleneksel ürün adı sicilinde tescil sayısı bakımından “işlenmiş et ürünleri” grubu başta gelirken bunu “şekerleme, ekmek, hamur işi, pasta, bisküvi ve diğer fırın ürünleri” takip etmektedir. “Çikolata ve çikolata türevi ürünler”, “bitki özlerinden elde edilen içecekler” ve “tuzlar” sınıflarında ise herhangi bir tescil bulunmamaktadır.

İkinci sınıfta geleneksel ürün adlarından farklı olarak coğrafi işaretler için tanımlanan ürün grupları da aşağıda yer almaktadır. Bu kapsamda coğrafi işaretler için tanımlanan ürün grupları geleneksel ürün adlarına göre çok geniş olduğu ve “hazır yemekler” grubunun sadece geleneksel ürün adları için tanımlandığı görülmektedir. Bu farklılığın da geleneksel ürün adı korumasının daha önce açıklandığı gibi coğrafi işaret kadar popüler olmamasından kaynaklandığı düşünülmekte olup ilerleyen zamanda tescil edilecek ürünlerin de katkısıyla ürün gruplarının çeşitlendirileceği düşünülmektedir.

- Sınıf 2.1.** Biralar
- Sınıf 2.2.** Çikolata ve çikolata türevi ürünler
- Sınıf 2.3.** Şekerleme, ekmek, hamur işi, pasta, bisküvi ve diğer fırın ürünleri
- Sınıf 2.4.** Bitki özlerinden elde edilen içecekler
- Sınıf 2.5.** Makarnalar
- Sınıf 2.6.** Tuzlar
- Sınıf 2.7.** Doğal zambak ve reçineler
- Sınıf 2.8.** Hardallar
- Sınıf 2.9.** Samanlar
- Sınıf 2.10.** Uçucu yağlar
- Sınıf 2.11.** Şişe mantarları
- Sınıf 2.12.** Koşniller
- Sınıf 2.13.** Süs bitkileri
- Sınıf 2.14.** Pamuklar
- Sınıf 2.15.** Yünler
- Sınıf 2.16.** Hasırlar
- Sınıf 2.17.** Eğrilmiş ketenler
- Sınıf 2.18.** Deriler
- Sınıf 2.19.** Kürkler
- Sınıf 2.20.** Kuş tüyleri

3.1.3. Geleneksel Ürün Adı Olmasının Dayanağı

Ürünlerin, geleneksel ürün adı koruması kapsamında değerlendirilebilmesini sağlayan geleneksel unsurların nereden kaynaklandığının, ürün şartnamelerinde belirtilmesi istenmektedir. Bu geleneksel unsurların kaynağı 1151/2012 sayılı Tüzüğün 18. maddesinde yapılan tanımlara göre “Tescil edilmesi istenen ismin uygunluğu” ve “Tescil edilmesi istenen ismin işaret ettiği ürünün uygunluğu” şeklinde iki gruba ayrılmış olup bu gruplar da kendi içinde ikiye ayrılmaktadır.

- Tescil edilmesi istenen ismin uygunluğu:

Tescil edilmesi istenen ismin, belirli bir ürünü tanımlamak için geleneksel olarak kullanılıyor olması ya da bir ürünün geleneksel özelliğine veya belirli özelliklerine işaret etmesi gerekmektedir.

Macaristan tarafından tescil ettirilen “*Rögös túró*”⁸² isminin anlamı “Adında geçen ‘*rögös*’ (topaklı) kelimesi, karnabaharın yapısını andıran lor topaklarını yani ürünün kendine has özelliğini ifade etmektedir. Diğer dillere çevrilmesi zor olan ‘*túró*’ kelimesi ise ekşimsi, hoş ve aromatik bir tada sahip taze peynir anlamına gelir.” şeklinde açıklanmıştır. Ülkemizde yaygın olarak üretilen “çökelek” ürününe benzeyen Şekil 3.3’te yer alan ürünü tanımlamak için bu adın geleneksel olarak kullanıldığı belirtilmiş ve geleneksel ürün adının dayanağı, bu şekilde ifade edilmiştir.



Şekil 3.4. *Rögös túró*⁸³.

Birleşik Krallık tarafından tescil ettirilen “*Traditional Bramley Apple Pie Filling*”⁸⁴ isminin ise geleneksel olarak *Bramley* çeşidi elmalardan üretilen turta dolgusuna işaret ettiği belirtilmiştir. Ürünün şartnamesinde; Viktorya Dönemi boyunca en iyi elma dolgusu tarifini bulmak için elma çeşidi geliştirme arayışı sonucunda 1883 yılında Ulusal Elma Kongresinde *Bramley*, elmalı turtalar için en iyi çeşit olarak tanımlanmış

⁸²<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2019:111:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

⁸³<https://diningguide.hu/elelmiszerek/itben-a-magyar-turo-is-hetedik-kent-unios-oltalom-alatt/?sponsor=samsung> (ET: 01.06.2020).

⁸⁴[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0307\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0307(03)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

ve böylece bu elmalarla turta yapmanın popüler bir gelenek haline geldiği ifade edilmiştir. İsmi geleneksel ürün adı dayanağı da kullanıldığı ürünün geleneksel özelliğini ifade etmesi ile açıklanmıştır.

- Tescil edilmesi istenen ismin işaret ettiği ürünün uygunluğu:

Tescil edilmesi istenen isimlerin işaret ettiği ürünlerin ise geleneksel bir uygulama sonucu ortaya çıkan üretim veya işleme metodu ile bileşimden meydana gelmesi ya da geleneksel olarak kullanılan hammadde veya malzemeden üretilmesi gerekmektedir.

Letonya’da her yıl yaz gündönümünün kutlandığı “*Jāņi*” festivalinde, geleneksel olarak “*Jāņu siers*⁸⁵” peyniri yenilmektedir. Geleneksel ürün adı tescilli bu ürünün şartnamesinde; ekşi taze sütün, onlarca hatta yüzlerce yıldır değiştirilmemiş üretim yönteminin ve bileşimin bu ürüne geleneksel karakterini verdiği ifade edilmiştir. Böylece ürünün geleneksel karakteri; nesilden nesile aktarılan uygulamalar sonucu ortaya çıkan üretim metodu ile bileşimden meydana gelmesine bağlanmıştır.



Şekil 3.5. *Jāņu siers*⁸⁶.

“*Amatriciana Tradizionale*” isminin işaret ettiği hazırlanmış yemeğin ve bu yemeğin sosunun gelenekselliği de geçmişte çobanların yaylacılık sırasında 4-5 ay boyunca evlerinden uzak kaldıkları; bu sürede yiyeceklerinde kullanmak üzere yanlarına uzun

⁸⁵[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0620\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0620(01)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

⁸⁶<https://www.santa.lv/raksts/ievasreceptes/receptes/pamatsastavdalas/siera-edieni/janu-siers-vecasmates-gaume-13514/> (ET: 01.06.2020).

süre dayanan k rlenmiş domuz yanağı ve un aldıkları; ellerinde olan bu ürünlerle de bir çeşit makarna yemeği yaptıkları açıklamalarına bağlanmıştır. Yani burada ürün; geleneksel özelliklerini geleneksel olarak kullanılan hammadde veya malzemeden üretilmesi ile kazanmaktadır.

3.1.4. Açıklamalar:

 r n şartnamelerinde bulunan açıklamalar bölümü, ürünlerin; kendine has özellikleri, bu özellikleri kazanması için gerekli uygulamaları içeren üretim yöntemleri, geleneksel ürün adı tanımına uygunluğu gibi alanlarda teknik ve ayrıntılı bilgiler içermektedir.

a. Ürünün kendine has özelliklerini gösteren açıklamalar:

Geleneksel unsurların etkisiyle şekillenerek farklılaşan geleneksel ürünlerin kendine has özelliklerini açıklayan teknik bilgilerin başvuruya eklenmesi gerekmektedir. Nihai  r nlerin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya organoleptik özelliklerini açıklayan bu bilgiler teknik ve bilimsel nitelikte olmalıdır. Bu bilgiler, ürünlerin karakteristik özelliklerini göstermekte olup üretilen tüm ürünlerin aynı özelliklere sahip olması beklenmektedir. Tüketiciler geleneksel ürün adını üzerinde taşıyan ürünlerde sevdikleri bu özellikleri görmediği zaman ürüne ve dolayısıyla üreticisine olan güven sarsılacaktır.

Bulgaristan tarafından tescil ettirilen bir çeşit kurutulmuş et ürünü olan “*Филе Елена / File Elena*⁸⁷”, şartnamesine göre oval-silindirik ve düzleştirilmiş dikdörtgen şeklinededir. Bu  r n aynı zamanda; tuz ve karabiber ile kaplanmış temiz ve iyi kurutulmuş, dışa doğru yeşilimsi renk alan bir kabuğa; kabuğa doğru koyulaşan pembemsi kırmızı renkte kas dokusu ile soluk pembe ve krem arası renkte yağ

⁸⁷[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0306\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0306(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

dokusuna sahiptir. “Филе Елена” ürünlerinin asitlik değerinin pH 5,4’ten fazla olması ve kütlece %55’inden fazla su ile %6,3’ünden fazla tuz içermiyor olması gerekmektedir.



Şekil 3.6. Филе Елена / File Elena⁸⁸.

Slovenya tarafından tescil ettirilen “Belokranjska pogača⁸⁹” ise; kendine özgü tarifi olan yuvarlak şekilli ve yassı bir ekmektir. Tip-500 yumuşak beyaz un, ılık su ve tuz ile kabartma ajanı kullanılarak hazırlanmaktadır. Yaklaşık 30 cm çapta, kalınlığı merkezde 3 ile 4 cm olup kenarlara doğru 1 ile 2 cm’ye düşmektedir. Yüzeyde yaklaşık 4 cm’lik karelerden oluşan ızgara ile oyuklar açılır ve yüzeyin tamamı çırpılmış yumurta ile kaplanarak kimyon ve tuz kristalleri serpilir. Pişen ekmek, kabarcıkları olmayan düzgün bir kabuğa, kimyonun ve tuzun karakteristik kokusu ile tadına sahiptir. Kesilerek değil, açılan oyuklardan kırılarak parçalanır ve o şekilde tüketilir.

b. Üreticilerin uygulaması gereken, gerekli hallerde hammaddenin ve malzemelerin özellikleri ile hazırlama yöntemini de içeren üretim metodunun açıklanması:

Ürünün nasıl üretilmesi gerektiğiyle ilgili ayrıntılı talimatları içeren şartnamenin bu kısmı vasıtasıyla ürünün, nesilden nesile aktarılan tarifi korunur ve bu ürünü üretmek isteyen üreticilere yol gösterilir.

⁸⁸<https://bg hranite.eu/филе-елена-резерва-гр-кфм-цена-за-кг> (ET: 01.06.2020).

⁸⁹[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0709\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0709(01)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

Fransa tarafından tescil ettirilen “*Moules de bouchot*”⁹⁰ ismi; kısmen ya da tamamen alçak dalgaya maruz kalan alanlarda dikey direkler üzerinde geleneksel olarak yetiştirilen midyeleri tanımlamaktadır. Bu ürünü üretmek isteyenler için ürünün nasıl yetiştirileceği ile ilgili talimatlar ürün şartnamesinde; “yetiştiriciliği yapılan midye türü”, “direklerin nasıl tesis edilmesi gerektiği”, “larvaların yakalanması ve direklere yerleştirilmesi”, “midyelerin yetiştirilmesi”, “hasat”, “temizleme”, “muhafaza ve depolama”, “paketleme” ve “doğrudan tüketim” gibi başlıklar altında ayrıntılı olarak verilmiştir. Burada amaç, üretilen tüm ürünlerin aynı kalitede olmasını sağlamaktır. Tescilli isim ile piyasaya sürülen ürünlerin bu talimatlara uyularak üretilmesinin gerekliliği ve uygunluğunun denetlenmesi sebepleriyle tüketiciler bu ismi gördüklerinde ürünlerin nasıl üretildiğini de bilmektedirler.



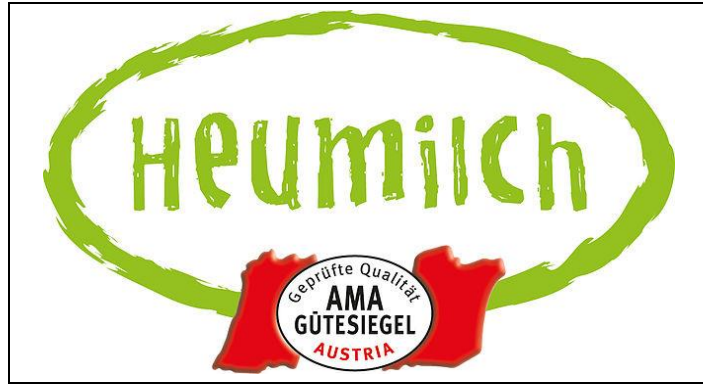
Şekil 3.7. *Moules de bouchot*⁹¹.

Avusturya tarafından tescil ettirilen “*Heumilch*”, “*Ziegen-Heumilch*” ve “*Schaf-Heumilch*” isimlerinin kullanılacağı süt ürünlerini üretmek isteyenler ise, üretimde kullanılacak sütlerin elde edildiği hayvanların nasıl yetiştirilmesi gerektiği konusunda ayrıntılı olarak bilgilendirilmiştir. Organik ürün sistemine benzer şekilde daha ekolojik süt üretimi amacıyla Avusturya’da uygulanan “*Heumilchregulativ*” kalite sisteminin AB pazarında yaygınlaştırılması için gönüllü sertifikasyon yeterli görülmeyip bu tesciller geleneksel ürün adı sistemi kapsamında yapılmıştır. Bu ürünlerin

⁹⁰<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:239:0013:0020:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

⁹¹<http://liviaaugustae.eclablog.fr/de-moule-en-moules-a119235660> (ET: 01.06.2020).

şartnamelerinde öncelikle hangi tür hayvanların ve hangi tip yemlerin kullanılması gerektiği belirtilerek genetiği değiştirilmiş organizmaların kullanımı yasaklanmıştır. Hayvanların yazın ağırlıklı olarak taze ot, baklagil ve bitki örtüsüyle kışın ise samanla beslenmekte olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte tescilli isimlerin kullanılabilmesi için gerekli olan koşullar ve yasaklar; “kullanılabilecek yemler”, “kullanılamayacak yemler”, “doğum ile ilgili yasaklar” gibi başlıklar altında ürünlerin üzerinde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.



şekil 3.8. Avusturya’da kullanılan *Heumilch* garanti logosu.

c. Geleneksel ürün adı tanımına uygunluğun açıklanması:

Ürünlerin geleneksel ürün adı olmasının sebepleri ile birlikte geleneksel karakterleri de ürün şartnamelerinde ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. Böylece sicil, sadece ürünlerin nasıl üretildiği bilgisi taşımamakta, tarihsel geçmiş ile gelenekselliği de kayıt altına almış olmaktadır. AB’de tescilli geleneksel ürün adı şartnamelerinin bu bölümünde yer alan bilgilere önem verildiği, bu bilgilerin çeşitli yazılı kaynaklarla desteklendiği ve 1151/2012 sayılı Tüzükte gelenekselliğin şartı olan nesilden nesile aktarılmayı mümkün kılacak şekilde yerel pazarda en az 30 yıllık süreyle kullanımının kanıtlandığı görölmüştür.

Portekiz tarafından tescil ettirilen “*Bacalhau de Cura Tradicional Portuguesa*”⁹² ismi tuzlanmış ve kurutulmuş “Atlantik Morinası” (*Gadus morhua*) türünde balıkları

⁹²<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:292:0008:0013:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

tanımlamak için kullanılmaktadır. Geleneksel olarak temizleme, tuzlama, olgunlaştırma ve kurutma uygulamalarından sonra balıklar, Şekil 3.7'deki gibi görünmektedir. Ürünün şartnamesinde Portekiz'deki balıkçılık ve tuzlama faaliyetlerinin geçmişinden başlanmış, 15. yüzyılda coğrafi keşifler sırasında uzun deniz geçişleri boyunca bozulmadan saklanacak bir ürün arayışı sonucunda morina balığının keşfedildiğinden bahsedilmiştir. Ürün, geçmişte soğutma ve lojistik imkânlarının günümüzdeki gibi olmaması sebebiyle balıkların bozulmaması ve uzun süre saklanabilmesi amacıyla kullanılan geleneksel yöntemler sonucu ortaya çıkmıştır. Nesilden nesile aktararak gelen tarife göre morina balıklarının avlanarak gemiye çıkartıldığı an temizlendiği, balıkların Şekil 3.7'deki gibi açılarak şekil verildiği, ilk balığın avlanması ile balıkların karaya çıkartılmasına kadar geçen süre boyunca tuzlama yapıldığı, en az muhafaza edilen balığın geri dönüşte geçen yaklaşık 25 günlük süre boyunca tuzda bekletildiği, balıkların karaya çıkartıldıktan sonra kurutma depolarında kurutulduğu anlatılmaktadır. Ürüne gelenekselliğini veren bu üretim aşamaları, geçmişteki gibi uygulanmamakla birlikte gelişen üretim teknolojileriyle birleştirilmiştir. Yeni olarak uygulanan bu üretim yönteminin ise ürünün kendine has özelliklerini kazanması için geleneksel yöntemlerle elde edilen sonuçları vermesi sağlanarak geleneksel ürünün yok olması önlenmiştir.



Şekil 3.9. *Bacalhau de Cura Tradicional Portuguesa*⁹³.

⁹³<https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/peixe-e-produtos-do-mar-rio/423-bacalhau-de-cura-tradicional-portuguesa-etg> (ET: 01.06.2020).

Finlandiya tarafından tescil ettirilen “*Sahti*”⁹⁴ ismi, geleneksel hammaddeler kullanılarak katkı maddesi olmadan geleneksel yöntemlerle üretilen ve taze içilen birayı tarif etmektedir. Ürüne filtreleme ve pastörize etme gibi işlemler uygulanmamaktadır. Şartnamede; bu ürünün gelenekselliğine dair ilk yazılı kaynakların 1972 yılına dayanmakta olduğu fakat bu ürünün geleneksel tarifinin binlerce yıldır var olduğuna inanıldığı belirtilmiştir. *Kanta-Häme*, *Päijät-Häme* ve *Pohjois-Satakunta* bölgelerinde yaşayan kırsal kültürün bir parçası olan “*Sahti*” birasının, şenliklerde de yoğun olarak tüketildiği ifade edilmiştir. “*Sahti*”nin Dünya’daki en sıra dışı malt bazlı içeceklerden ve Batı Avrupa’da kalan son orijinal biralardan biri olduğuna değinilmiştir.

3.2. Coğrafi Bir Yerden Kaynaklanan Geleneksel Ürün Adları

Daha önce de belirtildiği üzere geleneksel ürün adı sistemi coğrafi işaret kapsamına girmeyen ürünlerin koruma altına alınabilmesine olanak veren bir sistem olup coğrafi bir sınırdan kaynaklanan ürünler geleneksel ürün adı değil, coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmektedir. Fakat bazı ürünler geleneksel ürün adı olarak tescil edilmesine rağmen coğrafi bir yerden kaynaklanmakta hatta bazı isimler coğrafi bir yer adı içermektedir. Bu ürünlerin coğrafi işaretin konusuna girdiği ve coğrafi işaret olarak tescil edilmesi gerektiği algısı oluşabilmektedir.

1151/2012 sayılı Tüzüğün 6. maddesinde; jenerik terimlerin, bitki tür ve çeşit isimleri ile hayvan ırklarının ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek şekilde kullanılan isimlerin, daha önce tescillenen bir isimle karıştırılabilecek isimler veya terimlerin coğrafi işaret olarak tescil edilemeyeceği belirtilmiştir. Diğer taraftan geleneksel ürün adı korumasında birtakım ürünler için ürünün doğal özelliklerine veya birlik mevzuatından kaynaklı özelliklere işaret eden isimlerin tescil edilemeyeceği belirtilmiştir.

⁹⁴<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:125:0005:0006:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

Coğrafi işaret olabilmek için tek başına coğrafi bir sınırdan kaynaklanma yeterli olmayıp bazı özelliklerini de bu coğrafi alanın doğal ve beşerî unsurlarından alması gerekmektedir.

Finlandiya tarafından tescil ettirilen “*Kalakukko*⁹⁵” ismi, çavdar hamuru içinde pişirilen balık ve domuz etinden oluşan yemeğe verilmektedir. Bu ürünün ortaya çıkmasının tarımın başlaması ve balıkçılık ile avcılığın yerini alması dönemine kadar dayandığına inanılmakta olduğuna işaret edilmiştir. İlk başlarda hazırlaması zor olan balıkların çavdar hamuru içerisinde pişirilmesi için kullanılan bu yöntem, domuz yetiştiriciliğinin başlamasının ardından ürüne aroma vermesi ile enerji değerini arttırması sebebiyle domuz etinin de eklenmesi ile Şekil 3.4’teki yemeğe dönüşmüştür.



Şekil 3.10. *Kalakukko*⁹⁶.

Şartnamede “*Kalakukko*”nın esasen Savo ve Karelya bölgelerinde ortaya çıktığı, İkinci Dünya Savaşında Karelya bölgesinin bir bölümünün Sovyetler Birliği’ne geçmesi sebebiyle bu bölge halkının Finlandiya’nın başka bölgelerine geçerek bu ürünü de beraberlerinde göturdükleri belirtilmiştir. Böylece ürünün kökeni belirsizleşmişken ürünün Savo ve Karelya bölgelerinden aldığı herhangi bir şey kalmamıştır. Belki geçmişte Karelya’da farklı yapılan ve Karelya *Kalakukkosu* gibi bir isimle anılabilecek olan bu ürün, savaş sebebiyle korunamadığı için Finlandiya’nın

⁹⁵<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:235:0012:0014:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

⁹⁶<https://cdn.quizzclub.com/trivia/2019-04/kalakukko-is-a-traditional-food-of-which-country.jpg> (ET: 01.06.2020).

tamamına yayılarak jenerik hale gelmiştir. Ürüne kendine has özelliklerini veren tek unsur geleneksel üretim yöntemi olarak kalmıştır.

Yine Finlandiya tarafından tescil ettirilen “*Karjalanpiirakka*⁹⁷” geleneksel ürün adının ürün şartnamesinde; Karelya bölgesinde çeşit çeşit “*piirakka*⁹⁸” üretildiği ve bu ürünlerin Sibirya ve Çin’e kadar uzanan bir alanda yaygın olarak üretilerek tüketildiği belirtilmiştir. Karelya bölgesinde üretilen, oval şekilli ve ağzı açık olan Şekil 3.11’deki turtanın ise 17. ve 18. yüzyılda Karelyalılar tarafından Finlandiya’nın güneyine taşındığı ve burada yaşayan halka “Karelya Turtası” anlamına gelen “*Karjalanpiirakka*” ismi ile tanıtıldığı ifade edilmektedir. Ürün, bu isimle tanınmış ve göç eden Karelyalılar tarafından Finlandiya’nın tamamına ve hatta İsveç’e kadar taşınmıştır. Fakat ürünün Karelya bölgesi ile isminden başka bir bağlantısı kalmamış, “*Karjalanpiirakka*” ismi geleneksel yöntemlerle yapılan Şekil 3.11’deki ürünün öz adı olmuştur.



Şekil 3.11. *Karjalanpiirakka*⁹⁹.

Polonya tarafından tescil ettirilen “*Kielbasa krakowska sucha staropolska*¹⁰⁰” isminde yer alan “*krakowska*” ibaresi *Kraków* şehrinden türemiştir. Tescilli ismin anlamı

⁹⁷[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1227\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1227(03)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

⁹⁸Türkçeye turta olarak çevrilebilen bu kelime hamurdan oluşan bir kabuğa ve iç dolgusuna sahip hamur işi olarak tarif edilmektedir.

⁹⁹https://en.wikipedia.org/wiki/Karelian_pasty (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁰https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_2018_053_R_0007&from=EN (ET: 01.06.2020).

Türkçeye “Krakow şehrinin geleneksel kurutulmuş sosisi” şeklinde çevrilebilmektedir. Bu üründe de şehrin ismi sadece miras olarak kalmakta olup günümüzde üretilen “*Kielbasa krakowska sucha staropolska*” ürünleri *Kraków* şehrinin doğal ve beşerî unsurlarından herhangi bir şey almamaktadır.

Yukarıdaki örneklerde yer aldığı gibi isimlendirilen ürünlerin yanı sıra coğrafi işaret isimlendirmesine benzer şekilde, ürünlerin adlarının keşfedildikleri coğrafi alanın ismiyle birlikte, “*Pražská šunka*” (Çekya’nın başkenti Prag), “*File Elena*” (Bulgaristan’ın Elena şehri), “*Lukanka Panagyurska*” (Bulgaristan’ın Panagürişte şehri), “*Liptovská saláma*¹⁰¹” (Slovakya’nın Liptov bölgesi), “*Bratislavský rožok*¹⁰²” (Slovakya’nın başkenti Bratislava), “*Belokranjska pogača*” (Slovenya’nın *Bela Krajina* bölgesi), “*Prekmurska gibanica*¹⁰³” (Slovenya’nın *Prekmurje* şehri), “*Idrijski žlikrofi*¹⁰⁴” (Slovenya’nın *Idrija* şehri) isimlerindeki coğrafi yer adı içeren isimlerin işaret ettiği ürünlerin artık bu coğrafi yerlerle herhangi bir bağı kalmamıştır. Dolayısıyla ilk bakışta bu isimlerin coğrafi işaret olması gerektiği düşünülse bile jenerikleşmiş hale geldiği için coğrafi işaret kapsamında korunamamaktadır.

Ülkemizde 01.06.2020 tarihi itibarıyla geleneksel ürün adı tescilli tek ürün olan Çakallı Menemeni¹⁰⁵ de bu örneklerle benzer şekilde tescil edilmiştir. Çakallı Menemeni ürünü Samsun ilinin Çakallı Mahallesinde yol kenarında bulunan dinlenme tesislerinde geleneksel olarak yapılmaktadır. Ürün geleneksel özelliklerini domateslerin ezilmesinden, yumurtaların sadece sarılarının kullanılmasından, tüm malzemelerin karıştırılarak macunumsu ve homojen bir kıvama getirilmesinden ve pişirildiği tavada servis edilmesinden almaktadır. Çakallı Menemeni çok sevilerek tüm Türkiye’ye yayılmıştır. Günümüzde üretilen ürünler Çakallı Mahallesinden doğal

¹⁰¹<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:103:0014:0019:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

¹⁰²[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1010\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1010(04)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

¹⁰³[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XC0904\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XC0904(03)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁴<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:104:0011:0015:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁵<https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/6ab539d8-6789-42ae-a85c-c0f8c255b1d0.pdf> (ET: 01.06.2020).

ve beşerî hiçbir katkı almamakta olup sadece tanınmasını sağlayan isim ile geleneksel tarifini almıştır.

3.3. Bazı Örnekler Işığında Geleneksel Ürün Adları

Geleneksel ürün adı korumasının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle coğrafi işaretler ile farkının açık bir şekilde ortaya konulması daha sonrasında bu ürünlerin geleneksel ürün adı olarak değerlendirilebilmelerine olanak sağlayan özelliklerinin incelenmesi gerekmektedir. Bu amaçla iyi örnek olarak değerlendirilebilecek olan “Mozzarella¹⁰⁶”, “Pizza Napoletana” ve “Hollandse maatjesharing¹⁰⁷” ürünleri özel olarak incelenecektir.

3.3.1. Mozzarella ile Mozzarella di Bufala Campana

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı arasındaki farkın daha iyi anlaşılabilmesi için “Mozzarella” ile “Mozzarella di Bufala Campana¹⁰⁸” örnek olarak gösterilebilir. AB’de “Mozzarella” geleneksel ürün adı, “Mozzarella di Bufala Campana” ise menşee adı olarak tescillidir.

“Mozzarella” çok uzun yıllardır yapılmakta olan bir peynirdir. Farklı kaynaklarda bu ürünün geçmişi ile ilgili birbirinden farklı bilgiler yer almaktadır. Bir efsaneye göre peynir pıhtılarının yanlışlıkla sıcak su kovaşına düşmesiyle icat edilmiştir¹⁰⁹. Bu kaynaklarda ürünün ilk olarak ne zaman yapıldığına dair kesin bir bilgi bulunmamakla

¹⁰⁶<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1204&from=EN> (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁷[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0601\(02\)&rid=1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0601(02)&rid=1) (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁸[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007XC0425\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007XC0425(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

¹⁰⁹https://www.mozzco.com/mozzarella_history (ET: 01.06.2020).

birlikte genel olarak bu peynirin, *Campania* bölgesinde başlayan manda yetiştiriciliği ile geliştiğine işaret edilmektedir.



Şekil 3.12. *Mozzarella*¹¹⁰.

12. yüzyılda *Capua*'da bulunan *San Lorenzo* Manastırı keşişlerinin buraya gelen hacılara ekmekle birlikte mozza veya *provatura*¹¹¹ isimli peynirden ikram ettiklerine dair belgeler ise “*Mozzarella*”ya atıfta bulunulan ilk yazılı kaynaktır¹¹². Kesme anlamına gelen “*Mozza*” kelimesinden türeyen ve elle koparma anlamına gelen “*mozzare*” ifadesi, peynir pıhtısının elle esnetilerek küçük parçalara ayrılmasını anlatmakta olup ürüne adını vermiştir¹¹³. Günümüzde bilindiği şekildeki kullanımına ise ilk olarak 1570 yılında Papa 5. *Pius*'un şef aşçısı *Bartolomeo Scappi* tarafından yazılan bir yemek kitabında yer verilmiştir¹¹⁴.

Esas olarak *Campania* bölgesinin doğal ve beşerî unsurlarıyla şekillenen ve bu bölgede yetiştirilen mandaların sütüyle ayırt edicilik kazanan “*Mozzarella*” başka coğrafyalara

¹¹⁰<https://www.seriousseats.com/recipes/2015/10/how-to-make-fresh-mozzarella-from-scratch-recipe.html> (ET: 01.06.2020).

¹¹¹“*Mozzarella*” benzeri ama daha küçük ve daha yoğun bir peynir çeşidi.

¹¹²<http://www.italia.it/en/travel-ideas/gastronomy/mozzarella-roads-the-story-of-mozzarella-di-bufala-dop.html> (ET: 01.06.2020).

¹¹³*Silvia Donati*; “*How to Choose Authentic and Untainted Buffalo Mozzarella from Campania*”; <https://www.italymagazine.com/featured-story/how-choose-authentic-and-untainted-buffalo-mozzarella-campania> (ET: 01.06.2020).

¹¹⁴<https://www.mozzarelladop.it/en/history/> (ET: 01.06.2020).

da yayılmış hatta inek sütünden üretilmiş ürünlerin de bu isimle anılması sonucu bu tip peynirin öz adı olmuştur.

A. “Mozzarella”nın ürün şartnamesinde tanımlanan özellikleri:

Geleneksel bir peynir üretim metodu ile ortaya çıkan “Mozzarella” ürününde kullanılan sütün manda sütü olması şartı bulunmamakta olup bu ürün, çeşitli sütlerden de üretilbilmektedir. Ayrıca ürünün, küresel şekilde (20 g ile 250 g arası) veya örgü şeklinde (125 g ile 250 g arası) üretilbileceği belirtilmiştir. Görünüş olarak yumuşak, pürüzsüz, düzgün, parlak ve süt beyazı bir dış yüzeye sahip olan; kesildiğinde veya sıkıldığında süt benzeri bir sıvı çıkaran ürün olarak tarif edilmiştir. Aynı zamanda gövdesinde gözeneklerin bulunmadığına, kıvamının yumuşak ve hafif elastik olduğu ile tadının ayırt edici, ekşi ve hafif bir şekilde asitli olması gerektiğine değinilmiştir. Üründe; kuru maddede yağ içeriğinin en az %44 olması, küresel şekle sahip olanlarda %58 ile 66 arasında ve örgü şeklinde olanlarda %56 ile 62 arasında nem içermesi, yağ dışında kalan kısımlarında %69 ile 80 arasında nem içermesi, her bir gram peynirde 12 µg’dan az fenol olması, 5,1 ile 5,6 arasında pH değerine sahip olması, üretimden 3 gün sonra kontrol edilen numunelerde % 0,2’den daha fazla laktik asit bulunması, numunelerde %1’den daha az sodyum klorit bulunması, 100 g proteine karşılık olarak en fazla 10 mg furacin içermesi gerektiğinden bahsedilmiştir.

Geleneksel ürün adı tanımına uygunluğu ise ürünün en geleneksel şekilde imalathaneye ulaşan tam yağlı çiğ süt (gerektiğinde yağ içeriğinin ayarlanması mümkündür) ile yapılmasıdır. Geleneksel karakteri konusunda belirleyici olan; üretim yapılacak imalathanenin bulunduğu bölgeden elde edilen sütler ile aynı imalathanede hazırlanan başlatıcılardır. Bu başlatıcı; ısıya dayanıklı, hızlı büyüme ve asitlenme özelliklerine sahip laktik bakteri kültürüdür. Bu kültür çiğ sütte doğal olarak bulunan laktik mikrofloranın seçici olarak zenginleştirilmesi ile edilir ve sütün ilk mikrobiyolojik kalitesini korur. Doğru hazırlanan doğal başlatıcılar genellikle enterokok ve ısıya dirençli laktik bakterilerin eşlik ettiği *Streptococcus thermophilus* suşlarından oluşmaktadır. Bu laktik mikroflora son ürünün kendine has özelliklerinin oluşmasını sağlamaktadır.

Üretimin, belirtilen tüm aşamaların aynı tesiste gerçekleşecek şekilde üretim şeması izlenerek yapılması gerektiği açıklanmıştır. Ürünün gelenekselliği kısmında; kendine has olarak üretilen başlatıcılar kullanılmak suretiyle üretimin nasıl yapılacağından ve ürünün kendine has özelliklerini kazanması için gerekli olan tüm üretim aşamalarından bahsedilmiştir.

B. “Mozzarella di Bufala Campana”nın ürün şartnamesinde tanımlanan özellikleri:

“Mozzarella di Bufala Campana” ürünü; yuvarlak, küçük lokma, örgü, inci, kiraz, düğüm, yumurta ve oval gibi farklı şekillerde ve boyutlarda olabilmektedir. Örgü şeklinde olanlar 3 kg kadar diğerleri 10 - 800 g kadar gelebilmektedir. Porselen beyazı renkte, yaklaşık 1 mm kalınlığında, pürüzsüz, yapışkan ve gevrek olmayan bir dış yüzeye sahiptir. Ürünün yapısını oluşturan ince yapraklar üretimden sonraki 8 - 10 saat elastik olmakla birlikte daha sonra akıcı olma eğilimindedir. Koruyucu, inhibitör veya renklendirici içermemekle birlikte içinde gazlı ve olağandışı fermantasyonun neden olduğu gözenekler de bulunmamaktadır. Kesildiğinde yağlı, beyazımsı ve laktik mayaların aromasına sahip peynir altı suyu benzeri damlacıklar dökülür. Karakteristik ve hassas bir tada sahiptir. Kuru maddede en az % 52 yağ ve toplamda en fazla % 65 nem içermelidir.

“Mozzarella di Bufala Campananın” ürününün; Campania, Lazio, Apulia ve Molise bölgelerinde bulunan Benevento, Caserta, Napoli, Salerno, Frosinone, Latina, Roma, Foggia ve Isernia illerinin belediye idari sınırlarında üretilmesiyle birlikte üretimde kullanılacak sütün de bu bölgelerde yetiştirilen “Italian Mediterranean buffalo” cinsi mandalardan elde edilmesi gerekmektedir. Ürünlerin menşe kontrolünde üretim sürecindeki her aşamada girdi ve çıktılarının kaydının yapılması ile çiftçiler, üreticiler ve paketleyicileri kayıt altına alan ve kontrol kuruluşu tarafından yönetilen listelerle birlikte ürünün tüm üretim zinciri boyunca izlenebilmesi sağlanmaktadır. Böylece hammadde, üretim boyunca sorumlu kuruluş tarafından dikkatle izlenmekte, uygun listelerde kaydedilen tüm gerçek ve tüzel kişiler, şartname ve izleme planına göre

kontrol kuruluğu tarafından denetlemeye tabi tutulmaktadır. Kontrol kuruluğu, üretimin tek bir aşamasında bile kurallara uyulmadığına karar verirse veya bir uygunsuzluk tespit ederse ürünün “*Mozzarella di Bufala Campana*” adı altında pazarlanmasına engel olur.

Coğrafi sınırdaki belirtilen illerin tamamı birçok bakımdan homojen olduğu düşünölen bir bölgede yer almaktadır. Bu bölgede bulunan bataklıklar geniş drenaj ile su akışını düzenleyen çok sayıda kanal ve küçük nehirden sonra kurutulmuştur. Toprak genel olarak volkanik ve alüvyal yapıdadır. Ilıman iklimin hâkim olduğu bölgede yıllık ortalama sıcaklık 16,5 °C ile 17,5 °C arasında değışmekte olup yıllık ortalama yağış 804 mm ile 918 mm arasındadır. Ovaların etrafında bulunan dağlar, soğuk rüzgârları engellemekte, çevredeki denizler ısı kaybını yavaşlatarak iklimi hafifletmektedir. Mandalar da bu düzlüklerde ve alçak tepelerde bulunan açık ve teknolojik çiftliklerde yarı serbest olarak yetiştirilmektedir. Bahsedilen özellikler Avrupa’da ve İtalya’da özellikle drenajdan sonra geri kazanılmış volkanik kökenli toprak ile küçük ve orta büyüklükte akarsuların varlığı bakımından benzersizdir. Telemenin ve son ürünün oluşabilmesi ve “*Mozzarella di Bufala Campana*” ürününün kendine has özelliklerini kazanabilmesi, bu iklim koşullarına bağlıdır.

Şartnamede ürünün ne olduğunu açıklayan bu bilgilerin yanı sıra üretimin nasıl yapılması gerektiğini ayrıntılı bir şekilde açıklayan bilgiler de bulunmaktadır.

“*Mozzarella di Bufala Campana*” ürününde coğrafi sınırdaki yetiştirilen mandaların ve coğrafi sınırın ikliminin etkisiyle kendine has özelliklere sahip bir ürün ortaya çıkmıştır. Kalitesiyle ünlenen ve sevilen bu ürünün farklı yörelerde benzerleri yapılmıştır. Benzer olan bu ürünler piyasada “*Mozzarella*” ismiyle jenerikleşse de başlangıçtaki üründen farklı olduğu değerlendirilmektedir. Sonuç olarak piyasada bulunan birbirinden farklı bu iki üründen *Campania* bölgesinde yetiştirilen mandaların sütünden yine bu coğrafi sınırdaki üretilen peynir “*Mozzarella di Bufala Campana*” ismiyle menşee adı olarak; eskiden bu peynirin üretildiği yöntemlerle geleneksel şekilde üretilen ve coğrafi bir alanla veya manda sütüyle bağlantısı olmayan peynir “*Mozzarella*” ismiyle geleneksel ürün adı olarak tescil edilmiştir.

Böylece görünüşleri benzer ama kaliteleri farklı olan bu peynirlerin pazarda ayırt edilebilmesi olanaklı hale gelmiş ve tüketicilerin, tercih ettikleri ürünü kolayca seçerek alabilmeleri sağlanmıştır.

3.3.2. *Hollandse Maatjesharing / Hollandse Nieuwe / Holländischer Matjes*

“*Hollandse maatjesharing*”, “*Hollandse Nieuwe*” ve “*Holländischer Matjes*” isimleri, geleneksel şekilde üretilen ürünler için Hollanda tarafından tescil ettirilmiştir. “*Hollandse maatjesharing*” ismi cinsel organları gelişmemiş ringa balıklarını açıklayan “*maatjes haring*” ifadesi ile Hollanda’nın gelenekleriyle ortaya çıktığına işaret eden “*Hollandse*” ifadelerinin birleşiminden oluşturulmuştur. Ürünün hammaddesi olan Baltık Ringası (*Clupea harengus*) türünde balıkların, 1 Mayıs ile 31 Ağustos tarihleri arasında avlanması gerekmektedir. Yeni anlamına gelen “*Nieuwe*” ifadesiyle oluşturulan “*Hollandse Nieuwe*” ismi, ürünler 1 Mayıs ile 30 Eylül tarihleri arasında satılacaksa, yani tazeyse kullanılabilir. Balıkların yine belirtilen tarihlerde avlanması koşuluyla diğer iki ismin kullanılacağı ürünlerin satış tarihi ile ilgili herhangi bir kısıtlama bulunmamaktadır. “*Hollandse maatjesharing*” ürünü ile bu ürüne benzeyen ve Almanya’da üretilen “*Glückstädter Matjes*” ürününün ayırt edilebilmesinin sağlanması amacıyla “*Holländischer Matjes*” ismi de tescil edilmiştir.

Ürün şartnamesinde yer alan bilgilere göre bu ürüne kendine has özelliklerini kazandıran geleneksel uygulamaların kaynağı çok eskiye dayandığı için açık olarak tespit edilememektedir. Bir görüşe göre 1384 yılında Hansa Birliği şehirlerinin limanlarına Felemenk balıkçıların uğramasının önüne geçmesi sonucu avlanan balıkların daha uzun süre dayanması ihtiyacı ortaya çıkmış, bu ihtiyaca karşılık yeni yöntemler geliştirilmiştir. Balık avlanır avlanmaz, gemide yapılan temizlemenin ardından fiçılar içerisinde kuru tuzlama şeklinde gerçekleşen işlemler sayesinde balıklar karaya çıkarılmadığı halde bozulmadan daha uzun süre dayanabilmiştir.

Avlanan balıklara gemide uygulanan temizleme işleminde pankreasıyla kafası bırakılarak iç organları ve yüzgeçleri çıkarılmaktadır. Balık yaşarken sindirime yardım eden pankreasın salgıladığı enzimler, balık öldükten sonra da salgılanmaya devam etmektedir. Bu enzimler, balığın protein yapısının değişmesine, enzimatik olgunlaşmanın başlamasına ve ürünlerin kendine özgü tadının, kokusunun ve dokusunun oluşmasına yardımcı olmaktadır. Denizde yapılan bu temizleme işlemiyle birlikte daha uzun süre muhafaza edilmesini sağlayan tuzlama işlemleri ile balığın kanı daha etkili bir şekilde süzülerek ürün diğer özelliklerin yanı sıra beyaz et rengini de almaktadır.



Şekil 3.13. *Hollandse maatjesharing / Hollandse Nieuwe / Holländischer Matjes*¹¹⁵.

Günümüzde ise gelişen üretim teknolojileri ve depolama koşullarının etkisiyle geleneksel yöntemlerle elde edilen sonuçların alternatif tekniklerle de elde edilebileceğine dayanılarak yeni yöntemler de ürün şartnamesine eklenmiştir. Geçmişte avcılığın uzun sürede yapılması ve muhafazanın zor olması sebebiyle gemide uygulanması gereken işleme yöntemlerinin karada uygulanmasına da imkân tanınmıştır. Bununla birlikte geleneksel olarak kullanılan, elle yapılan ve *gibbing* olarak adlandırılan temizleme yöntemine alternatif olarak otomasyona daha uygun olan *heading* (balığın kafasının da kesilmesini içeren bir yöntem) şeklinde adlandırılan farklı bir teknik de geliştirilmiştir¹¹⁶. Balıkların gemide yer alan fiçilerin içerisinde tuz

¹¹⁵<https://vishandelbussum.nl/ze-zijn-er-weer-hollandse-nieuwe/> (ET: 01.06.2020).

¹¹⁶*Heading* yöntemi, ürün şartnamesinde yeterince ayrıntılı şekilde açıklanmamıştır. Bu işlemle elde edilen sonucun pankreasın salgıladığı enzimlerle elde edilen olgunlaşmaya benzer olduğu ifade edilse

katmanları arasına konularak tuzlanması sonucu olgunlaştırılmasına alternatif olarak da tuzlu suyla oluşturulan salamurada olgunlaştırılmasına olanak verilmiştir.

Kullanılan hammaddeye bağlı olarak geliştirilen bu yöntemlerle kendine has özellikleri olan bir ürün ortaya çıkmış ve bir kültür haline gelmiştir. 1947 yılından bu yana kutlanan “Bayrak Günü” (*Vlaggetjesdag*) başlangıçta gemilerin av için yola çıkmasında kutlanırken daha sonra avlanıp geri dönen ilk gemilere denk gelecek şekilde haziran ayında kutlanmıştır. Üzerine serpilene küp soğanlarla birlikte kuyruğundan tutularak ağız üstüne kaldırılması ve altta kalan kısımdan kuyruğa doğru tüketilmesi ritüelini kapsayan bir gelenek ortaya çıkmıştır. Bayrak Günü Festivaline katılanlar avdan ilk dönen gemilerde üretilen “*Hollandse Nieuwe*” ürününü Şekil 3.8’deki gibi tüketerek bu şekilde fotoğraflar çekmektedirler.



Şekil 3.14. 2017 yılındaki *Vlaggetjesdag* festivalinden bir görüntü¹¹⁷.

de mevcut bilgiler ışığında, geleneksel olan ve ürüne kendine has özelliklerini veren *gibbing* yönteminden çok fazla uzaklaşıldığı için ürünün geleneksel karakterinin yeterince korunamadığı düşünülmektedir.

¹¹⁷<https://www.nu.nl/binnenland/4775895/250000-bezoekers-vlaggetjesdag-scheveningen.html> (ET: 01.06.2020).

3.3.3. Pizza Napoletana

Pizza isminin nereden geldiğine dair farklı bilgiler bulunmaktadır. Yunanca “*píta*” (yassı hamur ekmeği¹¹⁸) kelimesinden¹¹⁹, Arapça “*pettā*” (ekmek parçası, lokma¹²⁰) kelimesinden¹²¹ ve bazı kaynaklarda ise eski Cermen dillerinden biri olan Langobartçada bulunan ve İngilizcedeki “*bite*” (ısıırma) ve “*bit*” (lokma) kelimeleriyle ilişkili olan “*bizzo*” ve “*pizzo*” gibi kelimelerden geldiği¹²² çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir.

Pizza kelimesi ise yazılı bir şekilde ilk olarak 997 yılında *Gaeta*¹²³ şehrinin piskoposuna, kiracısı tarafından yapılan bağışların listesini içeren Latince parşömende yer almaktadır¹²⁴. Bu belgede, her Noel’de ve Paskalya Pazarında “*duodecim pizze*” (on iki pizza) sevkiyatından bahsedilmektedir.

Kaynaklarda genellikle bugün bilinen anlamıyla pizzanın Napoli bölgesinde icat edildiğine işaret edilmektedir. 16. yüzyılda Peru’dan dönen kâşifler Avrupa’ya domates bitkisini getirmiş fakat meyvelerinin zehirli olduğuna inanılarak bu bitki sadece süs amacıyla yetiştirilmiştir¹²⁵. Ancak aç kalan Napoli köylüleri bu meyveyi ilkel pizzaları da dâhil olmak üzere yemeklerinde kullanmıştır. Soylular sokak tezgâhlarında satılan pizzaları basit köylü yiyeceği olarak görmüş, denediklerinde ise vazgeçememişlerdir. Pizzaların popülerliği arttıkça sokak tezgâhları yerini pizza dükkânlarına bırakmıştır. Dünyanın ilk pizzacısı olarak bilinen “*Antica Pizzeria*

¹¹⁸<https://www.etimoloji.org/kelime/pide> (ET: 01.06.2020).

¹¹⁹<https://www.dictionary.com/e/whats-the-origin-of-pizza/> (ET: 01.06.2020).

¹²⁰Özhan Öztürk; “İtalyan Pizzası Hakkında Önemli Bilgiler, Pizzanın Kökeni ve Pizza Tarifleri”, <https://ozhanozturk.com/tag/pizza-bufalina/> (ET: 01.06.2020).

¹²¹Vitalija Nagliute; “*Neapolitan history through the history of Pizza Margherita*”, <https://www.visitnaples.eu/en/neapolitanity/flavours-of-naples/neapolitan-history-through-the-history-of-pizza-margherita> (ET: 01.06.2020).

¹²²Martin Maiden; “*Pizza is a German(ic) Word!*”, <https://web.archive.org/web/20030115224054/http://www.yourdictionary.com/library/pizza.html> (ET: 01.06.2020).

¹²³İtalya’nın Latina ilinde bir liman kenti.

¹²⁴Lev Aslamazov ve Andrey Varlamov; “*The Wonders of Physics*”, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., Singapore, 2001, s. 155.

¹²⁵Devorah Lev-Tov; “*What is Neapolitan Pizza?*”, <https://www.thespruceeats.com/what-is-neapolitan-pizza-2708762> (ET: 01.06.2020), 2019.

Port'Alba" 1738 yılında tezgâh, 1830 yılından bu yana da restoran olarak hizmet vermektedir¹²⁶.

Ürün şartnamesinde de Napoli'de 18. yüzyılda "*Pizzeria*" olarak bilinen birkaç pizzacı bulunmakta olduğu ifade edilmiştir. Napoli Kralı 1. Ferdinand'ın şehirde yapılan pizzaların namını duyduğu, soylu klişelerini hiçe sayarak bu lezzeti tatmak için pizzacılarından birini ziyaret ettiği, bundan sonra da pizzaların ve pizzacıların daha da popüler hale geldiği belirtilmiştir. 1889 yılında Napoli'yi ziyaret eden İtalya Kraliçesi'ne ikram edilen pizzanın, İtalyan bayrağını temsil edecek şekilde domatesin kırmızısı, "*Mozzarella*"nın beyazı ve fesleğenin yeşilinden oluştuğu açıklanmıştır.



Şekil 3.15. *Pizza Napoletana*¹²⁷.

Ürün şartnamesine göre, kuşaktan kuşağa aktarılacak günümüze ulaşan tarifile üretilen "*Pizza Napoletana*" ismi; fırınlanarak pişirilen, 35 cm'yi aşmayan değişken bir çapa sahip, kenarları kabartılmış bir şekilde yuvarlak şekilli, merkezi $\pm$ %10 toleransla 0,4 cm kalınlığında, kenarlarındaki kabuk 1-2 cm kalınlığında, esnek yapıda ve üzerinde malzemeler bulunduran ürünü tarif etmektedir. Ürünün hamurunun nasıl hazırlanacağından başlayarak, servis edilmesine kadar geçen tüm üretim aşamalarından da ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. "*Pizza Napoletana*" ismi Napoli'den

¹²⁶Justin Demetri; "*History of Pizza*", <https://www.lifeinitaly.com/food/history-of-pizza> (ET: 01.06.2020), 2019.

¹²⁷<https://www.ildenaro.it/agroalimentare-sos-degli-operatori-all-ue-l-italia-non-difende-la-pizza/> (ET: 01.06.2020).

dünyaya yayılmasına rağmen bir tarifi adı haline gelmiş olup bu isimle anılan ürünün Napoli bölgesinden aldığı hiçbir unsur kalmamıştır. Dolayısıyla bu isim duyulduğunda akla ilk gelen coğrafi işaret olabilme özelliğini yitirmiş, sadece geleneksel bir ürün olarak piyasada var olmaya devam etmektedir.

SONUÇ

Geleneksel ürün adları, kuşaktan kuşağa iletilen çeşitli kültürel öğelerle şekillenen ve muhtelif açılardan kaliteli olduğuna inanılan ürünlerin kayıt altına alınabilmesi ile kolayca tanınabilmesine olanak sağlayan bir koruma sistemidir. Geçmişten bize miras olarak kalan bu ürünlerin daha doğal, daha lezzetli, daha sağlıklı ve daha güvenilir olduğuna inanılmaktadır. Yaygın olarak inanılanın aksine geleneksellik sadece geçmişten gelen bir bilgi birikimine işaret etmektedir.

Geleneksel ürün adları ile ilgili ilk yasal düzenleme AB’de 1992 yılında, coğrafi işaretle paralel bir şekilde ancak ayrı bir yasal düzenlemeyle ortaya konulmuştur. 2082/92 sayılı bu Tüzük ile istenilen başarının elde edilememesi sonucu bu sistem, yerini 509/2006 sayılı Tüzüğe bırakmıştır. İhtiyaçlar ve iyileştirmeler çerçevesinde sürekli güncellenen geleneksel ürün adı ile ilgili kurallar, günümüzde de yürürlükte olan 1151/2012 sayılı Tüzükte coğrafi işaretler ve diğer bazı kalite göstergeleri ile birlikte düzenlenmiştir. AB piyasasında gıda ve tarım ürünleri ile ilgili kuralları belirleyen çok sayıda düzenlemeden biri olan 1305/2013 sayılı Tüzükte, menşe adı, mahreç işareti, geleneksel ürün adı, dağ ürünleri, ada tarımı ürünleri, organik ürünler, distile içkiler, gönüllü sertifikasyon gibi korumalardan kalite düzenlemesi olarak bahsedilmiş ve kırsal kalkınma amacıyla bu korumaların kapsamındaki ürünlerin desteklenmesi gerektiği belirtilmiştir. Bunlara ek olarak AB’ye ait dış bölgelerde tarımın desteklenmesi kapsamında dış bölgede üretilen ürünlerin kayıt altına alınabildiği ve kalite düzenlemesi olarak değerlendirildiği bir koruma bulunmaktadır. Kalite standardı olarak düşünülebilecek olan kalite düzenlemelerinin temelinde, ürünlerin kaliteli olarak görülmesini sağlayan bazı özelliklerinin yapılan denetlemelerle güvence altına alınması sonucu çeşitli ifadelerin ve logoların pazarlama aracı olarak kullanılması yatmaktadır.

Ülkemizde coğrafi işaretler 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı KHK ile korunmaya başlamıştır. Coğrafi işaretlerin koruma sistemine paralel olan geleneksel ürün adı sisteminin kurulması için uzun yıllar boyunca yürütülen mevzuat çalışmaları

ancak 2017 yılında meyvesini vermiş ve 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren SMK ile ülkemizde de geleneksel ürün adı koruması olanaklı hale gelmiştir. SMK ile oluşturulan koruma sistemi AB’de 1151/2012 sayılı Tüzük ile uygulanan geleneksel ürün adı sistemi ile büyük ölçüde uyumlu olmasına rağmen bazı temel farklılıklar içermektedir. Geleneksel ürün adı koruması AB’de sadece gıda ve tarım ürünleri için uygulanmakta olup ülkemizde bunlara ek olarak maden, el sanatı ve sanayi ürünleri korunabilmektedir. AB’de sadece üretici gruplarına verilen başvuru hakkı ülkemizde bunlara ek olarak kamu kurum ve kuruluşlarına, meslek kuruluşlarına, dernek ve vakıflara da verilmiştir.

Günümüzde sanayileşmenin ve gelişen üretim teknolojilerinin ortaya çıkardığı seri üretim sebebiyle zahmetli olan geleneksel yöntemler yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Fakat gelenekselin kaliteli olduğuna olan inanışla birlikte, doğal olana her gün artan talep sebebiyle geleneksel ürünlere de talep giderek artmaktadır. Geleneksel ürün adı amblemini üzerinde taşıyan ürünlerin denetlendiğinin ve herkesin erişimine açık olan ürün şartnamesine göre üretildiğinin garantilendiğine olan güvenle birlikte bu ürünlerin katma değeri artmaktadır. Böylece çoğu zaman daha zahmetli ve masraflı olan bu yöntemlerin kullanılması sürdürülebilir şekilde devam ettirilerek ürün çeşitliliği ve kültür korunmaktadır. Üreticiler katma değer ile emeklerinin karşılığını alırken tüketiciler de harcadıkları paranın karşılığını almaktadır.

Geleneksel kavramı günlük hayatta yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak günlük hayatta kullanılan geleneksel ifadesi ile SMK kapsamındaki geleneksel ürün adının birbirinden kolayca ayrılabilmesi için oluşturulan geleneksel ürün adı ambleminin kullanımı, çeşitli alanlarda karışıklıklara sebep olmamak için zorunlu tutulmamıştır. Böylece tüketiciler, amblemi üzerinde taşıyan ürünlerin SMK kapsamında korunduğunu ve tescile uygun üretildiğini bilmektedir. Geleneksel ürün adının etkili bir pazarlama aracı olarak kullanılabilmesi için tüketicilerce koruma kapsamının bilinirliğinin ve amblemlerin tanınırlığının artırılması önem taşımaktadır.

Geleneksel ürün adı 2017 yılından beri ülkemizde uygulansa da başvuru sayısının coğrafi işaret kadar fazla olmaması, bu korumaya coğrafi işaret kadar ilgi

duyulmadığını göstermektedir. Başvuru sayılarının düşük olmasının, geleneksel ürün adı korumasının coğrafi işarete kıyasla daha zayıf olması ile birlikte korumanın ülkemizde henüz çok yeni olması nedeniyle yeterince anlaşılamamış olması sebeplerinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

AB’de de geleneksel ürün adlarının benzer şekilde coğrafi işaretler kadar popüler olmadığı görülerek mevzuatın daha iyi anlaşılabilmesi ve korumanın yaygın hale getirilebilmesi için çeşitli iyileştirmeler yapılmıştır. Bu çerçevede geleneksel ürünlerin korunması konusunda uzunca bir süre tecrübe edinen AB’de bu korumanın nasıl yürütüldüğünün incelenmesinin fayda sağlayacağı düşünülmüştür. Bu nedenle AB’de tescilli geleneksel ürün adlarının ürün şartnamelerinde yer alan bilgilere göre korumanın nasıl sağlandığı ile hangi unsurların ön plana çıkarıldığı, işbu tez kapsamında incelenmiştir.

Coğrafi işarete esas olarak coğrafi bir sınırın doğal ve beşerî unsurlarıyla şekillenen; geleneksel ürün adında ise beşerî unsurların ortaya çıkardığı geleneksellik ile şekillenen ürünler söz konusudur. Doğaları gereği birlikte var olamamaları nedeniyle bir ürünün geleneksel ürün adı korumasına konu olabilmesi için öncelikle coğrafi işaret kapsamına girmemesi gerekmektedir.

Tescilli geleneksel ürün adları incelendiğinde çok sayıda ismin coğrafi bir yer adı içerdiği görülmüştür. “*Pražská šunka*” (Çekya’nın başkenti Prag), “*File Elena*” (Bulgaristan’ın Elena şehri), “*Lukanka Panagyurska*” (Bulgaristan’ın Panagürişte şehri), “*Liptovská saláma*” (Slovakya’nın Liptov bölgesi), “*Bratislavský rožok*” (Slovakya’nın başkenti Bratislava), “*Belokranjska pogača*” (Slovenya’nın *Bela Krajina* bölgesi), “*Prekmurska gibanica*” (Slovenya’nın *Prekmurje* şehri), “*Idrijski žlikrofi*” (Slovenya’nın *Idrija* şehri) örneklerindeki coğrafi yer adı içeren isimlerin işaret ettiği ürünlerin artık bu coğrafi yerlerle herhangi bir bağı kalmamıştır. Dolayısıyla ilk bakışta bu isimlerin coğrafi işaret olması gerektiği düşünülse bile jenerikleşmiş hale geldiği için coğrafi işaret kapsamında korunamamaktadır.

AB’de tescilli geleneksel ürün adlarının; “başvurunun yapıldığı isim”, “ürün grubu”, “geleneksel ürün adı olmasının dayanağı”, “açıklamalar” gibi başlıklarla oluşturulan ürün şartnameleri incelenmiştir. Tescillerin, piyasayı bozucu şekilde değil ürün çeşitliliğini artıracak şekilde kullanıldığı görülmüştür. “*Kayserovan vrat Trakiya*” örneğindeki gibi “Bulgaristan geleneğiyle üretilmiştir.” benzeri ifadeler eklenmesi, “*Amatriciana Tradizionale*” örneğindeki gibi özü itibarıyla aynı olsa da farklı olan ürünlerin aynı ürün şartnamesinde tescil edilebilmesi, “*Pražská šunka*” örneğindeki gibi bir ürün şartnamesinde aynı ürünü tanımlamak için kullanılan birden fazla ismin tescil edilebilmesi gibi piyasada oluşabilecek karışıklıkların önüne geçebilmek için gerekli durumlarda önlemler alındığı görülmüştür.

Ürün grupları 1151/2012 sayılı Tüzükte coğrafi işaretlerden farklı olarak düzenlenmiş olup coğrafi işaretler için tanımlanan ürün gruplarının geleneksel ürün adlarına göre çok daha geniş olduğu görülmüştür. Geleneksel ürün adı sicilinde tescil sayısı bakımından “işlenmiş et ürünleri” ile “şekerleme, ekmek, hamur işi, pasta, bisküvi ve diğer fırın ürünleri” grupları başta gelmektedir. İlgili gruplarda daha fazla sayıda tescil bulunmasının, bu gruplardaki ürünlerin daha yüksek ekonomik getirisi olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Geleneksel ürün adı sisteminin daha çok tanınması ve daha etkili bir pazarlama aracı olarak kullanılması sonucu gelecekte farklı ürün gruplarının da tanımlanacağı öngörülmektedir.

Bir ismin geleneksel ürün adı olabilmesi için gerekli iki kriter bulunmaktadır. Bunlardan birincisi tescil edilmesi istenen ismin, belirli bir ürünü tanımlamak için geleneksel olarak kullanılıyor olması ya da bir ürünün geleneksel özelliğine veya belirli özelliklerine işaret etmesidir. İkincisi ise tescil edilmesi istenen ismin işaret ettiği ürünün geleneksel bir uygulama sonucu ortaya çıkan üretim veya işleme metodu ile bileşimden meydana gelmesi ya da geleneksel olarak kullanılan hammadde veya malzemeden üretilmesidir. 1151/2012 sayılı Tüzükte tanımlanan geleneksel ürün adına ilişkin bu gerekliliklerden yola çıkarak ürün şartnamelerinde, ürünlerin gelenekselliğinin nereden geldiği “tescil edilmesi istenen ismin uygunluğu” ve “tescil edilmesi istenen ismin işaret ettiği ürünün uygunluğu” başlıkları altında incelenmektedir.

Ürün şartnamelerinde “açıklamalar” başlığı altında ise teknik ve ayrıntılı bilgiler bulunmaktadır. Bu bölümde nihai ürünlerin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya organoleptik özellikleri ile kendine has özellikleri kazanması için gerekli olan üretim yönteminin yanı sıra geleneksel ürün adı tanımına uygunlukları da ayrıntılı bir şekilde yer almaktadır. Geleneksel ürün adı tanımına uygunluğun anlatıldığı kısımda ise ürünlerin tarihçeleri ile geleneksel olarak nasıl üretildikleri ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. Ürünlerin gelenekselliği ile ilgili olan bu bilgilerin 30 yıldan çok daha eski kaynaklara dayandığı ve belge tutma ile kayıt altına alma konusuna geçmişten günümüze önem verildiği görülmüştür. Ülkemizde de ürünlerin, tarihleri ve kültürleriyle birlikte korunabilmesi için belge tutmaya ve kayıt altına almaya verilen önemin artırılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

İncelenen şartnamelerde ayrıca üretim metodu ile geleneksel ürün adı tanımına uygunluğun açıklandığı bölümlerde yer alan yöntemlerin her zaman aynı olmadığı görülmüştür. Geleneksel yöntemlerle elde edilen sonuçların teknolojik yöntemlerle de elde edilebilmesi sonucu ürünün kendine has özelliklerini koruması koşuluyla farklı uygulamaların kullanılmasına da izin verilmiştir.

Geleneksel ürün adının coğrafi bir yerle bağlantısı olmaması ve tescile bağlı kalınması suretiyle her yerde üretilebilmesi sebebiyle koruyuculuğunun daha düşük olduğu ve bu sebeple korumanın coğrafi işaretler kadar tercih edilmediği düşünülmektedir. “Mozzarella”, “Hollandse maatjeshering” ve “Pizza Napoletana” gibi başarılı örnek olarak gösterilebilecek ürünlerin ürünlerinin, ilk kez üretildikleri coğrafi bölgelerin dışına taşarak tüm dünyaya yayıldığı görülmektedir.

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı korumaları ürünleri pazarlamak için birer araç fonksiyonu göstermekte olup tek başlarına bir anlam ifade etmemektedir. Bu araçların etkili bir şekilde kullanılması ile iki korumadan da eşit derecede fayda elde edilebilir. Hatta geleneksel ürün adı tescilli ürünlerin coğrafyadan bağımsız olarak çok daha geniş alanlarda üretilebilmesi sayesinde daha etkili bir pazarlama aracı olabileceği düşünülmektedir. Böylece coğrafi bir yer adı içerse de günümüzde, ilk kez üretildiği coğrafi bölgeden herhangi bir doğal veya beşerî katkı almayan ürünlerin, coğrafi işaret

kapsamına girmese de kayıt altına alınarak korunması mümkün olabilmektedir. Böylece geleneksel yöntemlerin kaybolması engellenerek kültür korunacak, geçmişten günümüze gelen bilgi birikimi gelecek nesillere aktarılacaktır.

Bunlara ek olarak; geleneksel ürün adlarının değerinin artırılması için SMK kapsamındaki korumanın daha geniş bir kitleye tanıtımının sağlanmasının, korumanın kırsal kalkınmadaki payının artırılmasının, nicelikten ziyade niteliğe önem verilen tescil belgelerinin oluşturulmasının da faydalı olacağı düşünülmektedir.

EKLER

EK-1: AB’de Başvuru Yapan Ülkelere Göre Tescil Sayıları

Tescil ettiren ülke	Tescil sayıları			Toplam
	Menşe adı	Mahreç işareti	Geleneksel ürün adı	
İtalya	168	131	3	302
Fransa	106	144	1	251
İspanya	102	92	4	198
Portekiz	64	75	1	140
Yunanistan	77	34	0	111
Almanya	12	79	0	91
Birleşik Krallık	27	42	4	73
Polonya	8	24	10	42
Çekya	6	23	1	30
Slovenya	8	13	3	24
Hırvatistan	11	12	0	23
Belçika	4	11	5	20
Avusturya	10	5	3	18
Macaristan	6	9	2	17
Hollanda	6	5	4	15
Slovakya	2	10	3	15
Finlandiya	5	2	3	10
Çin	4	6	0	10
Bulgaristan	1	2	5	8
Litvanya	0	6	2	8
İsveç	3	3	2	8
Danimarka	0	8	0	8
İrlanda	3	5	0	8
Romanya	1	6	0	7
Letonya	1	2	3	6
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi	1	4	0	5
Lüksemburg	2	2	0	4
Tayland	0	4	0	4
Türkiye	2	1	0	3
Kamboçya	0	2	0	2
Norveç	0	2	0	2
Andorra	0	1	0	1
Kolombiya	0	1	0	1
Dominik Cumhuriyeti	1	0	0	1
Hindistan	0	1	0	1
Endonezya	0	1	0	1
Vietnam	1	0	0	1
Ortak başvurular	3	2	4	9
Toplam	645	770	63	1478

EK-2: AB Resmi Dillerinde Geleneksel Ürün Adı İfadeleri ve Kısaltmaları

Dil	Geleneksel ürün adı ifadesi	Kısaltma
Almanca	<i>garantiert traditionelle Spezialität</i>	<i>g.t.S.</i>
Bulgarca	<i>храна с традиционно специфичен характер</i>	<i>XTCX</i>
Çekçe	<i>zaručená tradiční specialita</i>	<i>ZTS</i>
Danca	<i>garanteret traditionel specialitet</i>	<i>GTS</i>
Estonca	<i>garanteeritud traditsiooniline toode</i>	<i>GTT</i>
Felemenkçe	<i>gegarandeerde traditionele specialiteit</i>	<i>GTS</i>
Fince	<i>aito perinteinen tuote</i>	<i>APT</i>
Fransızca	<i>spécialité traditionnelle garantie</i>	<i>STG</i>
Hırvatça	<i>zajamčeno tradicionalni specijalitet</i>	<i>ZTS</i>
İngilizce	<i>traditional speciality guaranteed</i>	<i>TSG</i>
İrlandaca	<i>speisialtacht thraidisiúnta ráthaithe</i>	<i>STR</i>
İspanyolca	<i>especialidad tradicional garantizada</i>	<i>ETG</i>
İsveççe	<i>garanterad traditionell specialitet</i>	<i>GTS</i>
İtalyanca	<i>specialità tradizionale garantita</i>	<i>STG</i>
Lehçe	<i>gwarantowana tradycyjna specjalność</i>	<i>GTS</i>
Letonca	<i>garantēta tradicionālā īpatnība</i>	<i>GTI</i>
Litvanca	<i>garantuotas tradicinis gaminys</i>	<i>GTG</i>
Macarca	<i>hagyományos különleges termék</i>	<i>HKT</i>
Maltaca	<i>speċjalità tradizzjonali garantita</i>	<i>STG</i>
Portekizce	<i>especialidade tradicional garantida</i>	<i>ETG</i>
Rumence	<i>specialitate tradițională garantată</i>	<i>STG</i>
Slovakça	<i>zaručená tradičná špecialita</i>	<i>ZTŠ</i>
Slovence	<i>zajamčena tradicionalna posebnost</i>	<i>ZTP</i>
Yunanca	<i>εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν</i>	<i>Ε Π Ι Π</i>

EK-3: AB Resmi Dillerinde Geleneksel Ürün Adı Amblemleri

			
Almanca	Bulgarca	Çekçe	Danca
			
Estonca	Felemenkçe	Fince	Fransızca
			
Hırvatça	İngilizce	İrlandaca	İspanyolca
			
İsveççe	İtalyanca	Lehçe	Letonca
			
Litvanca	Macarca	Maltaca	Portekizce
			
Rumence	Slovakça	Slovenca	Yunanca

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
EUIPO	: <i>European Union Intellectual Property Office</i>
GI	: <i>Geographical Indication</i>
KHK	: Kanun Hükümünde Kararname
OJ	: <i>Official Journal</i>
RG	: Resmî Gazete
PDO	: <i>Protected Designation of Origin</i>
PGI	: <i>Protected Geographical Indication</i>
SMK	: Sınai Mülkiyet Kanunu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TSG	: <i>Traditional Speciality Guaranteed</i>

ŞEKİLLER

Şekil 1.1 <i>San-nakji</i>	4
Şekil 1.2 <i>Balut</i>	4
Şekil 1.3 <i>Kopi Luwak</i> üretimi için kullanılan kahve çekirdekleri	4
Şekil 1.4 <i>Casu Marzu</i>	4
Şekil 1.5 Geleneksel ürün adı amblemleri	15
Şekil 2.1 Örnek gönüllü sertifikasyon logoları	18
Şekil 2.2 AB’de kullanılan organik ürün logosu.....	20
Şekil 2.3 <i>Isla Bonita</i> markasının kullanımı.....	22
Şekil 2.4 <i>Banane de Guadeloupe & Martinique</i> logosu.....	23
Şekil 2.5 <i>Sal de Ibiza</i> markalı çikolatalar	23
Şekil 2.6 Dağ ürünü algısı oluşturan bazı örnek kullanımlar.....	24
Şekil 2.7 Dış bölgelerde üretilen ürünlerin tanınması amacıyla oluşturulan logo	26
Şekil 2.8 AB’de kullanılan sırasıyla menşe adı ve mahreç işareti amblemleri.....	27
Şekil 2.9 Geleneksel ürün adı amblemleri	37
Şekil 2.10 “ <i>Napoli 1920 - Pizza & Cucina D’autore</i> ” markasının logosu	38
Şekil 3.1 <i>Кайсерован врат Тракия / Kayserovan vrat Trakiya</i> isminin kullanımı ..	44
Şekil 3.2 Ambalajlı <i>Amatriciana Tradizionale</i> ürünleri	45
Şekil 3.3 Geleneksel ürün adı tescillerinin dağılımı	46
Şekil 3.4 <i>Rögös túró</i>	49
Şekil 3.5 <i>Jāņu siers</i>	50
Şekil 3.6 <i>Филе Елена / File Elena</i>	52
Şekil 3.7 <i>Moules de bouchot</i>	53
Şekil 3.8 Avusturya’da kullanılan <i>Heumilch</i> garanti logosu	54
Şekil 3.9 <i>Bacalhau de Cura Tradicional Portuguesa</i>	55
Şekil 3.10 <i>Kalakukko</i>	57
Şekil 3.11 <i>Karjalanpiirakka</i>	58
Şekil 3.12 <i>Mozzarella</i>	60
Şekil 3.13 <i>Hollandse maatjesharing / Hollandse Nieuwe / Holländischer Matjes</i> ...	65
Şekil 3.14 2017 yılındaki <i>Vlaggetjesdag</i> festivalinden bir görüntü	67
Şekil 3.15 <i>Pizza Napoletana</i>	69

TABLÖLAR

Tablo 2.1 AB’de tescilli ürünlerin ülkelere göre dağılımı**31**

Tablo 2.2 AB’de 2011-2017 yılları arasında 1151/2012 sayılı Tüzük kapsamında
coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescilli ürünlerin pazar değeri**33**

KAYNAKÇA

AND-International; **“Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs) Final Report”**, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, Lüksemburg 2020.

ASLAMAZOV Lev ve VARLAMOV Andrey; **“The Wonders of Physics”**, World Scientific Publihing Co. Pte. Ltd., Singapore, 2001.

BALE Rachael; **“The Disturbing Secret Behind the World’s Most Expensive Coffee”**, National Geographic, <https://www.nationalgeographic.com/news/2016/04/160429-kopi-luwak-captive-civet-coffee-Indonesia/> (ET: 01.06.2020).

DEMETRI Justin; **“History of Pizza”**, <https://www.lifeinitaly.com/food/history-of-pizza> (ET: 01.06.2020).

DONATI Silvia; **“How to Choose Authentic and Untainted Buffalo Mozzarella from Campania”**; <https://www.italymagazine.com/featured-story/how-choose-authentic-and-untainted-buffalo-mozzarella-campania> (ET: 01.06.2020).

DURU Sinan ve SEÇER Arzu; **“Geleneksel Gıda Ürünlerini Satın Alma Davranışları ve Tutumları: Mersin İli Örneği”**, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2019, cilt:50, sayı:1, s. 1-10.

HOFFMANS Yvette; **“Unsafe Casu Marzu - Can Casu Marzu be deemed safe according to article 14 of Regulation (EC) No 178/2002?”**, Wageningen University, Yüksek Lisans Tezi, 2018.

ILICALI Gonca; **“Geleneksel Ürün Adını Tanımak”**, IPR Gezgini, <https://iprgezgini.org/2017/04/05/geleneksel-urun-adini-tanimak/> (ET: 01.06.2020).

LEV-TOV Devorah; **“What is Neapolitan Pizza?”**, <https://www.thespruceeats.com/what-is-neapolitan-pizza-2708762> (ET: 01.06.2020).

MAIDEN Martin; **“Pizza is a German(ic) Word!”**, <https://web.archive.org/web/20030115224054/http://www.yourdictionary.com/library/pizza.html> (ET: 01.06.2020).

NAGLIUTE Vitalija; **“Neapolitan history through the history of Pizza Margherita”**, <https://www.visitnaples.eu/en/neapolitanity/flavours-of-naples/neapolitan-history-through-the-history-of-pizza-margherita> (ET: 01.06.2020).

ONURLUBAŞ Ebru ve TAŞDAN Kemalettin; **“Geleneksel Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”**, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017, cilt:17, sayı:17, s. 115-132.

ÖZTÜRK Özhan; **“İtalyan Pizzası Hakkında Önemli Bilgiler, Pizzanın Kökeni ve Pizza Tarifleri”**, <https://ozhanozturk.com/tag/pizza-bufalina/> (ET: 01.06.2020).

PARODI Alejandro ve ark.; **“The potential of future foods for sustainable and healthy diets”**, Nature Sustainability, 2018, cilt:1, sayı:12, s. 782-789.

RANGNEKAR Dwijen; **“Geographical Indications a Review of Proposals at the Trips Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits”**, Geneva, 2003.

SANTINI Fabien ve ark.; **“EU Island Farming and the Labelling of its Products”**, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, İspanya, 2013.

YILDIZ Burçak; **“Sınâî Mülkiyet Kanunu Açısından Geleneksel Ürün Adları”**, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2018, cilt:9, sayı:1, s. 32.

Yararlanılan Diğer İnternet Kaynakları

Bu çalışmada kullanılan tüm internet kaynaklarına erişim 01.06.2020 tarihi itibarıyla kontrol edilerek güncellenmiştir.

https://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=288514 (ET: 01.06.2020).

<https://en.wikipedia.org/wiki/San-nakji> (ET: 01.06.2020).

<https://philtimes.com/balut-yucky-but-yummy/> (ET: 01.06.2020).

<https://modernistpotions.com/is-kopi-luwak-worth-it/> (ET: 01.06.2020).

<https://www.ruminantia.it/casu-marzu-pat-storia-di-uninfestazione-agroalimentare-tradizionale/> (ET: 01.06.2020).

<https://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0798.pdf> (ET: 01.06.2020).

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained/regulations-products-outermost-regions_en#regulations-on-quality-schemes (ET: 01.06.2020).

<https://www.veganok.com/en/about-us/> (ET: 01.06.2020).

<https://www.fairtrade.net/about/what-is-fairtrade> (ET: 01.06.2020).

<https://www.rainforest-alliance.org/about> (ET: 01.06.2020).

<https://www.pastureforlife.org/about-us/> (ET: 01.06.2020).

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/001419332> (ET: 01.06.2020).

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic> (ET: 01.06.2020).

<https://www.aguacatelight.com/quienes-somos/> (ET: 01.06.2020).

<https://wipo.lex.wipo.int/en/text/287437> (ET: 01.06.2020).

<https://www.saldeibiza.com/en/produkte/chocolates-la-flor-de-sal/> (ET: 01.06.2020).

<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> (ET: 01.06.2020).

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en (ET: 01.06.2020)

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:040:0017:0025:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017238197> (ET: 01.06.2020).

<https://guidelines.euipo.europa.eu/1803468/1787676/trade-mark-guidelines/2-2-1-tsg-with-or-without-reservation-of-a-name> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0401\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0401(04)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0511\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0511(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2014:340:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2018:400:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0519\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0519(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1217\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1217(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://www.supermagplovdiv.bg/media/7/2281.jpg> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1120\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1120(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://fattorieumbre.com/en/shop/sughi-tradizionali/sugo-alla-amatriciana> (ET: 01.06.2020).

https://today.eataly.net/milano_it/sugo-alla-amatriciana-200g-la-dispensa-di-amerigo (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2019:111:FULL&from=EN> (ET: 01.06.2020).

<https://diningguide.hu/elelmiszerelitben-a-magyar-turo-is-hetedikkent-unios-oltalom-alatt/?sponsor=samsung> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0307\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0307(03)&from=EN) (ET: (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0620\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0620(01)&from=EN) (ET: (ET: 01.06.2020).

<https://www.santa.lv/raksts/ievasreceptes/receptes/pamatsastavdalas/siera-edieni/janu-siers-vecasmates-gaume-13514/> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0306\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0306(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://bghranite.eu/филе-елена-резерва-гр-кфм-цена-за-кг> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0709\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015XC0709(01)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:239:0013:0020:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<http://liviaaugustae.eklablog.fr/de-moule-en-moules-a119235660> (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:292:0008:0013:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/peixe-e-produtos-do-mar-rio/423-bacalhau-de-cura-tradicional-portuguesa-etg> (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:125:0005:0006:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:235:0012:0014:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<https://cdn.quizzclub.com/trivia/2019-04/kalakukko-is-a-traditional-food-of-which-country.jpg> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1227\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1227(03)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

https://en.wikipedia.org/wiki/Karelian_pasty (ET: 01.06.2020).

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_2018_053_R_0007&from=EN (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:103:0014:0019:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1010\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019XC1010(04)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XC0904\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XC0904(03)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:104:0011:0015:EN:PDF> (ET: 01.06.2020).

<https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/6ab539d8-6789-42ae-a85c-c0f8c255b1d0.pdf> (ET: 01.06.2020).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1204&from=EN> (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0601\(02\)&rid=1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016XC0601(02)&rid=1) (ET: 01.06.2020).

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007XC0425\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007XC0425(02)&from=EN) (ET: 01.06.2020).

<https://www.seriousseats.com/recipes/2015/10/how-to-make-fresh-mozzarella-from-scratch-recipe.html> (ET: 01.06.2020).

https://www.mozzco.com/mozzarella_history (ET: 01.06.2020).

<http://www.italia.it/en/travel-ideas/gastronomy/mozzarella-roads-the-story-of-mozzarella-di-bufala-dop.html> (ET: 01.06.2020).

<https://www.mozzarelladop.it/en/history/> (ET: 01.06.2020).

<https://vishandelbussum.nl/ze-zijn-er-weer-hollandse-nieuwe/> (ET: 01.06.2020).

<https://www.nu.nl/binnenland/4775895/250000-bezoekers-vlaggetjesdag-scheveningen.html> (ET: 01.06.2020).

<https://www.etimolojiturkce.com/kelime/pide> (ET: 01.06.2020).

<https://www.dictionary.com/e/whats-the-origin-of-pizza/> (ET: 01.06.2020).

<https://www.ildenaro.it/agroalimentare-sos-degli-operatori-all-ue-l-italia-non-difende-la-pizza/> (ET: 01.06.2020).