

YEREL ÜRÜNLERİN EKONOMİK KALKINMADAKİ ÖNEMİ

Handan GİRAY¹

F. Zehra ÖZKAN²

Hülya ORAN³

ÖZET

Geleneksel ve yerel ürünlerin kalitelerinde bir örnekliğin ve sürekliliğin sağlanması bu ürünlerin kültürel miras olarak korunmalarının yanı sıra üreticilerinin gelirlerinin yükselmesini ve tüketicilerinin korunmasını mümkün kılmaktadır. Yerel ürünlerin tescili uygulamalarında “coğrafi işaret” olarak adlandırılan bu işlem, bir ürünün belirli bir yöreye aitliğini gösterir ve özgünlüğünü onaylayarak diğer ürünlerden farkını ortaya koyar. Ürünün bir bölgeye ait olduğunun tescili ile tüketiciye sunulması i) ürünü kalite ve fiyat açısından farklı kılmakta; ii) taahhüt ettiği özelliklerini garantilemekte; iii) katma değer artışıyla üreticisine ve üretildiği bölgeye katkı sağlamakta; iv) taklitleri karşısında üreticilerini korumaktadır. Ortak bir marka olması itibariyle, özellikle küçük üreticilerin ve az miktarlarda üretilen ürünlerin korunmasında etkinliği artan coğrafi işaretlerin sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye’nin konuyla ilgili mevzuatı AB’nin ilgili mevzuatına benzer olarak geliştirilmiştir. Bugün Türkiye’de sayıları 150 civarında olan coğrafi işarete rağmen uygulamada eksiklikler söz konusudur. 2006 yılında 510/2006 sayılı Konsey Tüzüğü ile yapılan değişiklik ile AB ilgili mevzuatı üçüncü ülkelerden başvuruları da kabul edecek şekilde yenilemiştir. AB coğrafi işaretli Birlik dışı ilk ürün Kolombiya kahvesidir. Bunu, dört ürünle Çin, birer ürün ile Hindistan, Tayland ve Vietnam izlemektedir. Başvuruları değerlendirme aşamasında olan diğer ürünler ise Çin, Hindistan, Fas, Andora ve Türkiye orijindir. Bu kapsamda Türkiye’den “Antep Baklavası” ve “Aydın İnciri”, AB Gıda Kalite Sistemi’nden coğrafi işaret tescili almak için başvurusunu yapmıştır. Bu çalışmada AB ve Türkiye ile ilgili mevzuat ve veri tabanlarına dayalı

1 **Handan GİRAY**, Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Ziraat Fakültesi.

2 **F. Zehra ÖZKAN**, Dr., Başkent Üniversitesi Yarı Zamanlı Öğretim Görevlisi-Türk Akreditasyon Kurumu Baş Denetçisi.

3 **Hülya ORAN**, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi ABD Yüksek Lisans Öğrencisi.

olarak mevcut durum, konuyla ilgili terminoloji, başvuru ve kontrol mekanizmaları incelenerek, coğrafi işaretlerin kalkınmadaki potansiyel yeri tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Kalitesi, Tescil, Coğrafi İşaret, Geleneksel Ürün, Yerel Ürün.

The IMPORTANCE of LOCAL PRODUCTS in ECONOMIC DEVELOPMENT

ABSTRACT

Providing continuity and homogeneity in quality of traditional and local products enables producers to increase their income and consumers to protect themselves besides protection of these products as a cultural heritage. The procedure which is called "geographic indication" during registration of local products differentiates a product from the others through a reference to a given geographical area and proving its originality. Supplying a product to consumers with a registration, indicating that the product belongs to a certain region, is important in terms of, i) making the product different in quality and price, ii) assuring committed features of the product, iii) contributing to its producers and production area through increasing the added value, iv) protecting their producers against fraud. The numbers of geographic indications (GIs), of which efficiency has improved in the protection of small producers and products from small scale, are getting increased day by day thanks to its being a common brand. Turkish legislation regarding the issue has been improved following the EU legislation. Recently, there are some challenges in practice although there are nearly 150 GIs in Turkey. EU registration has been open to applications of the third countries by the amendment of Council Regulation (EC) No 510/2006 since the year 2006. The first product with geographic indication from non-EU countries is had been the Colombian Coffee. It was followed by China with 4 products and India, Thailand Vietnam, each with 1 product. The other products in the evaluation process are originated from China, India, Morocco, Andorra and Turkey. In this context, "Antep Baklavası" and "Aydın İnciri" from Turkey have applied to be registered with GIs in the EU Food Quality Scheme. This study discusses the potential importance of GIs through investigating current status, related terminology, application and control mechanisms based on related legislation and database in both Turkey and EU.

Keywords: Food Quality, Registration, Geographic Indication, Traditional Product, Local Product.

1. YEREL ÜRÜNLERİN TESCİL MARKASI COĞRAFI İŞARETLER

Coğrafi işaret (Cİ); belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökeni bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü tanımlayan göstergedir (1). Cİ, "menşe adı" ve "mahreç işareti" olarak ikiye

ayrılmaktadır. Menşe adının kullanıldığı üç durum söz konusudur: i) ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda bir ülkeden kaynaklı olması; ii) tüm veya esas nitelik veya özelliklerinin bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması; iii) üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması. Mahreç işareti ise i) coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölge kaynaklı; ii) belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş; iii) üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan ürünler için söz konusudur (1).

Hukuki mevzuatı oldukça yeni olan Cİ koruması Paris Sözleşmesi'ne; onay /tescil markası olarak korunması ise 1946 tarihli Amerikan Lanham Kanunu'na dayanmaktadır. Cİ'ye yer veren ilk uluslararası antlaşma ise Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması (TRIPS)'dir. TRIPS Antlaşması'nın üçüncü bölümünün ilk üç maddesi olan 22, 23 ve 24. maddeleri doğrudan coğrafi işaretlerle ilgilidir (1). Bu antlaşma, sadece alkollü içeceklere tam koruma sağlamakta, diğer ürünler için ise bağlayıcı olmayan hükümler içermektedir. AB, Sri Lanka, Tayland, Kenya ve Jamaika'nın da bulunduğu ülkeler Cİ korumasının, tüm ürünleri kapsayacak şekilde bağlayıcı çok-taraflı bir tescil mekanizmaya dönüştürülmesini istemektedir (2).

Korumanın amaç ve kapsamına genel olarak bakıldığında tescil edilmiş ismin korunmasının amaçlandığı ve koruma kapsamında bu ismin doğrudan veya dolaylı olarak benzer ürünler için ticari kullanımını ele aldığı görülmektedir. Koruma: i) isim, tip, üretim metodu, orijin konusunda herhangi bir yanlış kullanım ve gösterime; ii) ürünün kaynak, köken, önemli nitelikleri konusunda yanlış veya yanıltıcı kullanıma; iii) orijin ile ilgili olarak kamuoyunu yanıltabilecek uygulamalara karşı alınan yasal önlemlerdir (3).

Cİ, tüketicilere ürün kalitesi ve üretim metodu hakkında garanti verirken üreticilerin de ürünleri için en iyi fiyatı almalarını sağlamakta olup, korunması oldukça önem arz etmektedir.

2. AB VE TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLER

AB'de geleneksel ürünlerin belgelendirilmesi kapsamında Cİ kullanımı oldukça eski ve yaygındır. Bu işaret üreticilere önemli bir gelir ve güvence sağlamanın yanında Avrupa mirasının bir parçası olan kaliteli ürünleri üretme memnuniyeti ve gururu da vermektedir. Tarihçesi 1930'lara kadar uzanan Cİ uygulamalarına ilişkin yasal mevzuatın Birlik genelindeki çerçevesi 1990'ların başında çizilmiştir (4). "AB Gıda Kalite Sistemleri" olarak adlandırılan yapının belgelendirme faaliyetlerine ilişkin sacayağını "(EEC) No. 2081/92", "(EEC) No. 2082/92" ve "(EEC) No. 2092/91" referanslı yönetmelikler oluşturmaktadır. AB menşe, mahreç ve geleneksel özelliklerini koruma

ve geliştirme amacıyla "2081/92" ve "2082/92" numaralı yönetmelikler 1992 yılında yayımlanmış ve yürürlüğe girmiştir. EEC 2081/92 tarım ürünleri ve gıda maddeleri için orijin belirtme ve Cİ'lerin korunması amaçlı bir düzenlemedir.

AB Gıda Kalite Sistemleri içinde üç tip kalite sertifikasyonu bulunmaktadır: PDO, PGI ve TSG (5). "Korunmuş Orijin İşareti" anlamına gelen PDO (Protected Designation of Origin) tescilini alabilmek için gıda ürünlerinin belirli bir coğrafi bölgeye ait olduğu kabul edilen bilgi-beceri ile o bölgede üretilmesi, işlenmesi ve satışa sunum için hazırlanması gerekmektedir (menşe). "Korunmuş Coğrafi Gösterge" olan PGI (Protected Geographical Indication) tescili ise üretim, işleme ve pazara sunuma hazırlık aşamalarından en az birinin belli bir coğrafi bölgeye ait olması durumunda söz konusu olmaktadır (mahreç). Üçüncü kalite tescili olan TSG (Traditional Speciality Guaranteed) "Geleneksel Özellik Garantisi" ise ürünün orijinine atıfta bulunmaz fakat içerik ve üretim anlamında geleneksel karakterini dikkate alır (6). Özetle, coğrafi bir bölgeye dayalı olarak tanımlanan PDO ve PGI birer coğrafi işarettir ve TSG olarak anılan sistem ise ürünün içeriğindeki veya üretim yöntemindeki geleneksel bir karakteri tescilleyen uygulamalardır.

2006 yılında 510/2006 sayılı yönetmelik ile 2081/92 numaralı yönetmelik değiştirilmiş; PDO ve PGI, "Korunmuş Coğrafi İşaret" olarak uygulamalarda daha etkin hale getirilmiş ve ayrıca, üçüncü ülkelerden başvuruları da kabul etmeyi mümkün kılacak şekilde yenilenmiştir (7). Güncellenen yönetmelik kapsamına giren ürünler aşağıdaki 4 ana grupta yer almaktadır (3):

1. Tarım Ürünleri: Taze et, mandıra ürünleri, bal, yağlar, sebze, meyve, taze balık, baharatlar;
2. Gıda Maddeleri: Biralara, bitki özlerinden yapılan içecekler, makarnalar, hardal macunu;
3. Diğer Tarım Ürünleri: Mantar, çiçekler süs bitkileri, kuru ot, uçucu yağlar, bitki hasırları;
4. Şaraplar ve el sanatları ürünleri.

Türkiye'de Cİ, büyük ölçüde AB ilgili mevzuatı örnek alınarak 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ve 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK'nin Uygulama Şekli Gösteren Yönetmelik kapsamında Türkiye sınırları içinde korunmaktadırlar. 555 Sayılı KHK'nin kapsamı; "Bu KHK, doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi, ürünlerinden bu KHK'de yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin kuralları ve şartları kapsar" şeklinde tanımlanmaktadır.

Türkiye'de konu ile ilgili kurum Türk Patent Enstitüsü (TPE)'dir ve Cİ'ye ilişkin "koruma" i tescilli adın ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kulla-

nımlar veya tescil kapsamındaki ürünleri andıran veya çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı; ii) sözcük olarak gerçek coğrafi yeri ifade etmekle birlikte halkta haksız biçimde ürünün başka bir yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı veya korunan adın tercümesinin kullanımı veya "stilinde", "tarzında", "tipinde", "türünde", "yöntemiyle", "orada üretildiği biçimde" veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı; iii) ürünün iç veya dış ambalajında, tanıtım ve reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtiyeye yer verilmesi; iv) ürünün, menşei konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanlış yaratılabilecek diğer herhangi bir biçimde sunulması" olarak adı geçen KHK ile tanımlanmaktadır (8).

3. KALKINMADA COĞRAFİ İŞARETLER

Türkiye'de sayıları hızla artmakla birlikte pazarda tanınmayan dolayısıyla tüketici tarafından talep edilmeyen Cİ'ler, ürün yelpazesi geniş ve küçük ölçekte üreticilerin çok fazla olması itibarıyla alternatif bir sosyo-ekonomik kalkınma aracı olarak önem taşımaktadır.

Cİ'lerin, temel olarak yerel özelliklerden ve kolektif mülkiyetten kaynaklanan güçleriyle ortaya çıkan katma değerden daha büyük bir pay alabilmek konusunda gelişmekte olan ülkelerin üreticilerine fırsatlar sunduğuna inanılmaktadır (2). Konuyla ilgili çalışmaların ortak olarak vurguladığı Cİ ve kalkınma arasındaki ilişkiler, Cİ'lerin aşağıdaki genel özelliklerinden kaynaklanmaktadır (7):

- Yerel ürünlerin belgelendirilmesi kalitenin açık olarak belirtilmesini sağlamaktadır.
- Yöresel ürünler üzerine yapılan çalışmalar, tüketicilerin bu ürünlere daha fazla para ödemeye hazır olduklarını ortaya koymuştur.
- Cİ alan ürünler daha sıkı spesifikasyonlar, ürün standartları altında üretilmekte ve piyasada benzerlerinden daha pahalıya satılmaktadır dolayısıyla, bu ürünlerin üretiminde verimliliğin yüksek olması da üretici açısından büyük önem taşımaktadır.
- Fiyat farkı ekonomik anlamda üreticilerin bu kalite sistemlerine olan ilgisini her zaman açıklayamasa da, Cİ sahipliği üretici örgütlerinde olduğu için bunun ürünün ismine, ait olduğu bölgeye, üreticisine ve tüketicisine getirileri olduğu ve bazı ülkelerde yerel yönetimler tarafından başvuru ve tanıtım aşamalarında mali desteklerin sağlandığı bilinmektedir.

Cİ, kullanımı ile i) çok daha iyi bir üretim kontrolüne; ii) ürünlerin satışa sunumunda iyileşmelere; iii) özel satışların çeşit ve miktarının artmasına; iv) tüketiciye güven verme, markalarını/isimlerini güçlendirme ve korumaya; v) kırsal kalkınmaya katkı sağlanacaktır. Bununla birlikte, yeni olması ve sis-

temdeki eksiklikler nedeniyle uygulamada aşağıdaki sorunlar ile karşılaşmaktadır (8):

- Ayırt edici özelliklerin yeterince tanımlanamaması, dolayısıyla benzer ürünlerle olan farkın belirgin olmaması, aynı ad altında ancak farklı özellikte satılan diğer ürünlerden farkının ispatlanamaması;
- Tescil süresinin uzun olması;
- Maliyetlerinin, üreticilerce yüksek bulunması;
- Cİ'li ve Cİ'siz ürünler arasında fiyat farkının olmaması;
- Cİ'lerin üreticiler ve tüketicilerce tanınmaması.

4. SONUÇ

Cİ'lerin, bir koruma aracı olması; pazarlama karmasındaki rolü; kırsal kalkınmaya desteği; şeffaf bir bilgi kaynağı ve ekonomik bir denge unsuru olması faydalarından beklenen katkının sağlanabilmesi için ilgili altyapının oluşması önem taşımaktadır. Başka bir deyişle, tüketicilerin kalite ve kalite ile tescil arasındaki ilişki konusunda bilgilendirilmesi, Cİ'nin küçük üreticilerce sahiplenmesinin tanıtım ve teşvikinin yapılması, kaliteye göre farklı fiyat sisteminin başlatılması, verimliliğin artırılması yönünde politikaların uygulanması gerekmektedir. Uzun vadede ülkesel düzeydeki politika uygulamaları ile uygun koşulların oluşumu beklenirken il ve/veya ilçelerin Cİ'ye konu olabilecek potansiyelinin belirlenmesi için bir "envanter" oluşturulması da hem bu altyapıya hem ürünlerin doğru/net olarak tanımlanmalarına önemli bir katkı sağlayacaktır. Yerel aktörlerin katılımıyla ürün tarama toplantıları yapılmasının söz konusu potansiyelin ortaya çıkarılmasının ve bunun yanı sıra üretici ve tüketicilere yönelik tanıtım/eğitim programlarının da olumlu etkisi olacağı düşünülmektedir.

Cİ'ler, tek başlarına bir bölgenin kalkınmasını sağlayacak mucize reçeteler değildir. Ancak, uygun koşulların sağlanması durumunda küçük üreticilerin ve yerel ürünlerin küreselleşmeye bir cevabı olarak yarattıkları katma değer ve aşağıdaki yararlarıyla ait oldukları bölgenin kalkınmasına önemli katkılar sunabilecektir:

- Tanımlanmış ve sürdürülebilir kalite ve dolayısıyla verimlilik artışı,
- Üreticilere önemli bir gelir ve güvence,
- Kültürel mirasın bir parçası olan geleneksel/yerel ürünleri üretme memnuniyeti ve gururu,
- Söz konusu ürünler ile tanınan yöreye yönelik olarak ortaya çıkacak merak ile gelişen turizm.

KAYNAKÇA

1. TPE, 2012, www.tpe.gov.tr (Erişim Tarihi: 20 Mart 2012).
2. NİZAM, D., 2011, **Coğrafi İşaretler ve Küresel Piyasalarda Yerelleşen Tarım Ürünleri: Ege Pamuğu Logosu Üzerine bir Saha Çalışması**,– Ekolojik Krize Yanıtlar Dergisi, Sayı: 25, s.87-116.
3. SERRA, R., 2007, “Geographical Indications: A Success Story of European Agriculture”, International Symposium on Geographical Indications World Intellectual Property Organization (WIPO) and the State Administration for Industry and Commerce (SAIC), June 26 to 28, 2007, Beijing, <http://www.findthatfile.com/search-5075603-hDOC/download-documents-wipo-geo-bei-07-www-81757-ppt.htm>
4. GİRAY, F.H., 2007: “Types of schemes operating in the EU Overlap or Synergy?”, Conference on Food Quality Schemes, Brussels, http://ec.europa.eu/agriculture/events/qualityconference/giray_en.pdf
5. GİRAY, F.H., GAY, S.H., 2007, 11, “**Food Quality Assurance Schemes in the European Union: Approaches and Importance**”, Actual Problems of Economics, ISSN 1993-6788, 2 (116).
6. EC, 2012, <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/> (Erişim Tarihi: 20 Mart 2012).
7. AŞÇI, S., GİRAY, F.H., KOÇ, A., 2009, “**AB Üyeliğinde Türkiye'nin Zeytinyağı Sektöründe Kalite Açısından Rekabet Gücü**”, Yaşar Üniversitesi Tarım 2015 Sempozyumu Zeytin ve Zeytinyağı, 29 May 2009, İzmir, Turkey.
8. Anonim, 1995, 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/10060.html>) ve Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik (<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21271.html>), (Erişim Tarihi: 20 Mart 2012).
9. KOÇ, A., AŞÇI, S., ALPAS, H., GİRAY, F.H., GAY, S.H., 2010, “**Food Quality and Safety Situation in Turkey: Governance and Barriers to Success**”, Acta Agriculturae Scandinavica, Section C - Economy, Volume 7, Numbers 2-4, June 2010 , pp. 245-259 (15.)