

# 555 SAYILI COĞIŞKHK'NIN UYGULAMASINDA "ÜRÜN" KAVRAMI VE BAZI SORUNLAR

Ar. Gör. Gökmen Gündoğdu\*

## I. Giriş

Fikri ve sınaî mülkiyet hukuku, son yıllarda Türk hukukunun önemli gündem maddelerinden birini teşkil etmektedir. Fikri ve sınaî mülkiyet hukuku alanındaki bu gelişmenin temel hareket noktası, 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca oluşturulan Gümrük Birliği rejimidir. Avrupa Birliği'ne girme kararlılığı gösteren Türkiye'den, Gümrük Birliği rejiminin ön şartlarından biri olarak, fikri ve sınaî mülkiyet haklarına Avrupa Birliği ile eşdeğer koruma sağlayacak yasal alt yapının sağlanması istenmiştir.

Bu yükümlülüğünü yerine getirmek isteyen Türkiye, 27.06.1995 tarihinde bir dizi KHK'yı yürürlüğe sokmuştur. Bu KHK'lardan birisi de ülkemiz açısından önem arz etmesi gerekirken, gerek doktrinde gerekse uygulamada yeterince ele alınmayan *Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname*'dir (CoğışKHK)<sup>1</sup>. CoğışKHK'nın yürürlüğe girmesiyle beraber, önceleri kısmen TTK m. 56-65 hükümleriyle ve kısmen de Markalar Kanunu m. 6 (a) hükmüyle (tescil engeli olarak) korunan coğrafi işaretlere daha özel ve daha kapsamlı bir koruma sağlanmıştır.

Coğrafi işaret kavramı, CoğışKHK m. 3'te, "*belirgin bir niteliği,*

\* Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Ticaret Hukuku Anabilim Dalı.

1 24.6.1995 tarih ve 555 sayılı KHK (R.G. 27.06.1995, S. 22326). CoğışKHK daha sonra, 3.11.1995 tarihli ve 4128 sayılı Kanunla (R.G. 7.11.1995, S. 22456) ve 22.06.2004 tarihli ve 5194 sayılı Kanunla (R.G. 26.6.2004, S. 25504) değişikliğe uğramıştır. CoğışKHK'nın Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik (Yönetmelik) ise 1.11.1995 tarihinde çıkarılmıştır (R. G. 1.11.1995, S. 22454).

ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren bir işaret” olarak tanımlanmıştır. Gerçekten, gerek ürünün kökeni olan bölgenin toprak yapısı, nem, yağış ve rüzgâr durumu gibi iklimsel koşulları gerekse o yörenin beşeri unsurları bir ürüne hususiyet katmakta ve ürünü diğerlerinden farklılaştırmaktadır<sup>2</sup>. Ürünün, coğrafi kökeninden edindiği bu hususiyet, o ürünün piyasada iyi bir yer edinmesini, halk tarafından kalite ve garanti timsali olarak algılanmasını ve bunun neticesinde, o ürünün daha kolay pazarlanmasını sağlamaktadır. İşte bu fonksiyonlarından ötürü coğrafi işaretler bazen hak sahibi olmayanlar tarafından suiniyetli olarak kullanılabilenekte bu da o ürünün hem üreticilerini hem de tüketicilerini zarara uğratabilmektedir.

Türk hukukunda coğrafi işaretler, *menşe adları* ve *mahreç işaretleri* olmak üzere ikiye ayrılmıştır. CoğışKHK m. 3'ün üçüncü fıkrasının a, b ve c bentlerinde sayılan koşulların birlikte karşılanması kaydıyla, ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adının *menşe adı* olacağı belirtilmiştir. Bu koşullar şunlardır:

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

- Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir unsur olması,

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

Bu unsurlardan hareketle Yönetmelik m. 3'te menşe adı, “bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını” belirten işaret olarak tanımlanmıştır.

Bir ürünün menşei olan yöre, alan veya bölge adı, CoğışKHK m. 3'ün beşinci fıkrasının a, b ve c bentlerinde sayılan koşulları birlikte karşılaması kaydıyla *mahreç işareti* olarak nitelendirilir. Madde metninde sayılan koşullar şunlardır:

<sup>2</sup> Arı, Zekeriyya, *Coğrafi İşaret Kavramı ve Coğrafi İşaretlerin Tescili*, Ömer Teoman'a 55. Yaş Günü Armağanı, C.I, İstanbul 2002, s. 45.

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması,
- Belirli bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması,
- Üretimi, işlenmesi veya diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması.

Bu unsurları karşılayan bir tanım Yönetmelik m. 3/f.3'te yapılmıştır. Bu tanıma göre mahreç işareti, "bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını" belirten işarettir.

Bu açıklamalar ışığında üzerinde durulması gereken ilk husus, menşe adının nelerden ibaret olacağı sorunudur. CoğIşKHK m. 3/f.3'te "(...) yöre, alan veya bölge adı (...) menşe adını belirtir" denmektedir. Aynı ifade CoğIşKHK m. 3/f.5'te mahreç işaretleri için kullanılmıştır. Yani CoğIşKHK m. 3'e göre menşe adı ve mahreç işareti, sınırları belirlenmiş olan ve ürünün kökenini gösteren bölgenin adıdır. Örneğin, Anzer, Bozdağ veya Ege adları bu bağlamda menşe adı veya mahreç işareti olarak değerlendirilebilecektir. Zira bu isimler Anzer Balının, Bozdağ Kestane Şekerinin ve Ege Zeytinlerinin kökeni olan bölgenin adlarıdır.

Acaba coğrafi işaretler mutlaka coğrafi bir isim olmak zorunda mıdır? Bu sorunun cevabı CoğIşKHK m. 3/f.4'te verilmektedir. "Üçüncü fıkrada belirtilen koşulları karşılayan ve belirli bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş coğrafi veya coğrafi olmayan adlar da menşe adı olarak kullanılabilir" denilerek coğrafi olmayan adların ve işaretlerin de menşe adı olarak tescil edilebileceği belirtilmektedir<sup>3</sup>. Örneğin, kökeni İstanbul olan ve üçüncü fıkra koşullarını sağlayan bir ürün için "kız kulesi" figürü coğrafi işaret olarak kullanılabilir. Yine aynı şekilde bir bölgeye özgü hay-

<sup>3</sup> Madde metninde, mahreç işaretleri için herhangi bir açıklama bulunmamasına rağmen, bu düzenlemenin mahreç işaretlerine de teşmil ettirilebileceği kanaatindeyiz.

vanların (*Panda Beer*) veya bir bölgeyle meşhur kimselerin isimlerinin (*Napoleon Brandy, Mozart Chocolate*) dahi coğrafi işaret olarak tescil edilebileceği belirtilmektedir<sup>4</sup>. Bununla beraber madde metninde geçen “*geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş adlar*” ifadesiyle neyin kastedildiği tam olarak anlaşılama-makla birlikte<sup>5</sup> bu ifadeyle bir yörenin eskiden beri kullanılan adı (Boğaziçi, Yedi Tepe veya Tarihi Yarımada gibi) veya söz konusu ürünün üretildiği bölgede veya üreticileri arasında (yani ürünle ilgili sektörde) kullanılan literatürün kastedilmiş olabileceği kanaatindeyiz. Örneğin, “*Süper İnce Kilim*” ad olarak herhangi bir coğrafi alanı belirtmeyen fakat CoğışKHK m. 3/f.3’te belirtilen koşulları sağladığından dolayı tescil edilen ve *geleneksel olarak kullanılan güncel dilde yerleşmiş addan* oluşan bir coğrafi işarettir.

Bir işaretin coğrafi işaret olarak kabul edilebilmesi için bir takım unsurları sağlaması gerekir. Yapılan tanımlamalardan hareketle coğrafi işaretlerin, *ürün, belirli bir coğrafya, işaret (ad), ürünün belirli bir karakteristik (hususiyet) kazanmış olması ve ürünün karakteristik özellikleriyle coğrafi kökeni arasında bağlantı olması* şeklinde beş unsurdan oluştuğunu söyleyebiliriz<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Rangnekar, Dwijen, Geographical Indications – A Review of Proposals at The TRIPS Council: Extending Article 23 to Products Other Than Wines and Spirits, UNCTAD – ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No: 4, France 2003, [http://www.ictsd.org/pubs/ictsd\\_series/iprs/CS\\_rangnekar.pdf](http://www.ictsd.org/pubs/ictsd_series/iprs/CS_rangnekar.pdf) (29.04.2005), s. 11; Blakeney, Michael, Geographical Indications and TRIPS, Friends World Committee For Consultation, Quaker United Nations Office–Geneva, <http://www.geneva.quano.info/pdf/OP8%20Blakeney.pdf> (29.4.2005), s. 3.

<sup>5</sup> CoğışKHK’nın mehazı olan 2081/92 sayılı Avrupa Topluluğu Konsey Tüzüğü (Tarımsal Ürünler ve Gıda Maddelerine İlişkin Menşe Adlarının ve Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Dair 2081/92 sayılı Avrupa Topluluğu Konsey Tüzüğü, OJ, L 205, 24.7.1992) m. 2/3 hükmünde de bu durum düzenlenmiştir. Bu hükümde o ürünün kaynaklandığı “coğrafyanın veya ürünlerin geleneksel adı” (resmi olmayan adı) belirtilmiştir. Oysa CoğışKHK’da (m. 3/4) coğrafyanın değil, sadece “ürünlerin geleneksel olarak kullanılan adları” ifade edilmiştir. Bu noktada mehaza paralel bir düzenleme yapılmalıdır.

<sup>6</sup> Bir görüşe göre coğrafi işaretler *coğrafi alan, ürün, ticari değer* ve *hak* olmak üzere dört temel unsurdan oluşur (Yıldız Coşkun, Asu, Coğrafi İşaretler, TPE Uzmanlık Tezi, Ankara 2001, s. 6). Bu tesbitin, *coğrafi alan* ve *ürün* unsurları açısından doğru olmakla beraber, *ticari değer* ve *hak* unsurları açısından hatalı olduğu kanaatindeyiz. Şöyle ki, ticari değer, bir işaretin coğrafi işaret olması için bir koşul, bir unsur olmaktan ziyade, ürünle coğrafi kökeni arasındaki bağlantının bir sonucudur. Keza, coğrafi işaretin tescilinin sağladığı menfaatler bütünü olan *hak* da aynı şekilde bir unsur değil bir sonuçtur.

## II. Ürün Kavramı

### A. Genel Olarak

Yukarıda da belirtildiği gibi coğrafi işaretlerin unsurlarından biri "ürün" unsurudur. Bu unsur coğrafi işaretlerin doğası uyarınca var olması gereken bir unsurdur. Çünkü coğrafi işaretler ürünleri belirtmek için kullanılır<sup>7</sup>. Coğrafi işaretler ürünlerin kökenini belirtir, kullanıldıkları ürünlerin diğerlerinden ayırt edilmesine yarar ve kullanıldıkları ürünler için kalite ve garanti işlevi görür. Ürün olmadan coğrafi işaret de olmaz. Bir ürünün kökenini belirtmediği takdirde, *Kayseri* adının veya *Champagne* adının, birer bölge adı olmaktan başka, hiçbir önemi yoktur. *Kayseri* adı sucuğu veya pastırmayı ve *Champagne* adı da köpüklü şarabı belirttiği takdirde coğrafi işaret olarak nitelendirilir. Kaldı ki, coğrafi işaretler hakkındaki düzenlemelerin önemli bir çoğunluğunda ürün bazında bir sınırlama yapılmaktadır. Örneğin, CoğışKHK m. 1'de, Kararnamenin kapsamı belirtilirken ürün kavramından hareket edilmiştir. Yine Avrupa Birliği hukukunda da ürün bazında bir ayırım yapılarak, şaraplar,<sup>8</sup> alkollü sert içkiler<sup>9</sup> (*spirit drinks*) ve tarım ürünleri ve gıda maddeleri<sup>10</sup> (*agricultural products and foodstuffs*) için ayrı ayrı tüzükler çıkarılmıştır. Görüldüğü gibi düzenleme yapılırken bile ürün unsuru önemle göz önünde tutulmaktadır. Bu nedenle "ürün" unsurunu, coğrafi işaretlerin en temel unsurlarından biri olarak nitelendirmek gerektiği kanaatindeyiz.

Bu unsur açıklanırken, sözlük anlamı<sup>11</sup> "*doğadan elde edilen, üretilen yararlı şey, mahsul*" olan "ürün" kavramının coğrafi işaretler hukukunda ne ifade ettiğinin tesbiti gerekir. Yani, coğrafi işaretlerle korunan ürünler hangileridir? Bunun için önce uluslararası düzenlemelere, ardından Avrupa Birliği hukukuna ve son olarak da CoğışKHK'daki duruma bakmak gerekecektir.

7 Rangnekar, s. 16.

8 Örneğin, 16.3.1987 tarihli ve 823/87 sayılı Tüzük [Official Journal of the European Communities (OJ.), L 084, 27.3.1987] ve 24.7.1987 tarihli ve 2392/89 sayılı Tüzük (OJ., L 232, 9.8.1989).

9 Örneğin 29.5.1989 tarihli ve 1576/89 sayılı Tüzük (OJ., L 160, 12.6.1989).

10 Örneğin 2081/92 sayılı Tüzük.

11 <http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozara.htm> (29.04.2005).

## B. Uluslararası Sözleşmelerde Ürün Kavramı

### 1. Paris Sözleşmesi

Coğrafi işaretlerin korunmasıyla ilgili uluslararası sözleşmelerden ilki 1883 tarihli *Sınai Mülkiyetin Korunmasına Dair Paris Sözleşmesidir* (Paris Sözleşmesi)<sup>12</sup>. Paris Sözleşmesi'nde sınai mülkiyetin korunmasının konuları arasında menşe adları ve mahreç işaretleri de sayılmıştır (m. 1/2).

Paris Sözleşmesi'nde coğrafi işaretlerle ilgili temel düzenleme 9., 10. ve 10. (1. mükerrer) maddelerde yer almaktadır. Bir markanın veya ticaret unvanının ürünler üzerinde haksız bir şekilde kullanılması durumunda uygulanabilecek yaptırımları düzenleyen 9. maddeye yapılan atıfla, bu yaptırımların *sahte mahreç işaretlerinin* kullanılması durumunda da uygulanabileceği belirtilmiştir. "*Sahte*<sup>13</sup> *mahreç işaretlerinin*<sup>14</sup> *kullanılması*" ifadesiyle,

<sup>12</sup> Sınai Mülkiyetin Korunmasına İlişkin 20.03.1883 tarihli Paris Sözleşmesi (1967 Stockholm metini). Sözleşme, akdedildikten sonra 14.12.1900 tarihinde Brüksel'de, 02.02.1911 tarihinde Washington'da, 06.11.1925 tarihinde La Haye'de, 02.06.1934 tarihinde Londra'da, 31.10.1958 tarihinde Lizbon'da ve son olarak da 14.07.1967'de Stockholm'de değiştirilmiştir. 21.03.2006 tarihi itibarıyla Sözleşmeye toplam 169 ülke taraftır. Türkiye, 1967 Stockholm metninin 1. ve 12. maddeler dışında kalan kısmını 08.08.1975 tarihinde kabul etmiş, daha sonra 29.07.1994 tarihinde konulan çekinceyi kaldırmıştır (R.G. 23.09.1994, S. 22060).

<sup>13</sup> Paris Sözleşmesi m. 10'un sağladığı koruma, *sahte (false) mahreç işaretlerinin* kullanılmasına ilişkindir. *Yanıltıcı (misleading) veya aldatıcı (deceptive)* kullanımlar m. 10 kapsamında mütalaa edilemeyecektir (bu tür kullanımlar 10.mükerrer madde kapsamında *haksız rekabet* olarak değerlendirilebilir). Buna mukabil, sahte olmayan ve tamamen doğru olan mahreç işaretinin kullanılması bazen yanıltıcı veya aldatıcı olabilir. Bu daha çok, belirli bir coğrafi adın iki farklı ülkede mevcut olduğu ve fakat bu adın sadece bu ülkelerin birinden kaynaklanan ürünler için kullanıldığı durumlarda söz konusu olur. Bu durumda bu coğrafi işaretin diğer ülkedeki üreticiler tarafından kullanılması, *yanıltıcı veya aldatıcı* olmasına rağmen, "sahte coğrafi işaretin kullanılması" olarak değerlendirilemeyecektir [WIPO, Possible Solutions For Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications and For Conflicts Between Homonymous Geographical Indications (SCT/5/3), [http://www.wipo.int/sct/en/documents/session\\_5/doc/sct5\\_3.doc](http://www.wipo.int/sct/en/documents/session_5/doc/sct5_3.doc) (12.05.2004), s. 9]. Zeytinyağı için "Güney Ege" menşe adının kullanılması buna örnek olabilir.

<sup>14</sup> Paris Sözleşmesi m. 1/2'de hem *menşe adından* hem de *mahreç işaretinden* bahsedilmiş olmasına rağmen, m. 10'da koruma konusu olarak sadece *mahreç işaretlerinden* söz edilmiştir. Bunu bir eksiklik olarak değerlendirmek gerekir. Çünkü Paris Sözleşmesi m. 10'da ifade bulan mahreç işareti terimi menşe adı terimini de içerecek şekilde (en geniş anlamıyla) kullanılmıştır. Kaldı ki Paris Sözleşmesi'nde her iki kavramın eş anlamlı olarak ele alındığı ve Paris Sözleşmesi'nin kavramsal boyutu incelendiğinde, tüm

gerçek kökeni belirtmeyen *mahreç işaretlerinin* veya imalatçı ya da tacirlerin *kimlikleri* konusunda *sahte işaretlerin* doğrudan veya dolaylı olarak<sup>15</sup> kullanılması kastedilmiştir. Kısaca bu ifade, söz konusu ürünlerin kökeni olmayan bir coğrafi bölgeyi belirten mahreç işaretlerinin kullanılmayacağı anlamına gelmektedir<sup>16</sup>.

Paris Sözleşmesi'nin ürün kavramına ilişkin temel düzenlemesi m. 1/3'te yer almaktadır. Buna göre, "*sinaî mülkiyet çok geniş manada anlaşılmakta olup sadece dar anlamda sanayi ve ticarete tatbik edilmekle kalmayarak, aynı zamanda şaraplar, hububat, yaprak tütünleri, meyveler, hayvanlar, madenler, maden suları, bira- lar, çiçekler bunlar gibi tarımsal sanayi ve maden çıkarma sanayi sahalarına ve bütün ürünlere veya tabii ürünlere de tatbik olunur*". Görüldüğü gibi, Paris Sözleşmesi'nde ürün kavramı çok geniş bir yelpazeyi kapsayacak şekilde kullanılmış; ürün bazında spesifik bir ayırım yapılmamıştır. Bunun nedeni ise, Paris Sözleşmesi'nin sadece coğrafi işaretlere ilişkin bir düzenleme değil, aynı zamanda diğer *sinaî mülkiyet haklarının* tümüne ilişkin bir düzenleme olmasıdır. Bundan dolayı madde metninde sadece coğrafi işaretlere konu olabilecek ürünler yerine; geniş anlamda "*sinaî mülkiyet konusu olabilecek ürünler*" sayılmıştır. Bu veriler ışığında, Paris Sözleşmesi m. 1/3 hükmünün, coğrafi işaretler hukukundaki ürün kavramını açıklamada yetersiz olacağı kanaatindeyiz.

## 2. Madrid Sözleşmesi

1981 tarihli *Eşyalar Üzerinde Sahte ya da Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesi Hakkında Madrid Sözleşmesi* (Madrid Sözleşmesi)<sup>17</sup>, konusu doğrudan coğrafi işaretler olan ilk uluslararası-

---

menşe adlarının bir mahreç işaretini teşkil ettiği görülecektir [Escudero, Sergio, International Protection of Geographical Indications and Developing Countries, Trade - Related Agenda - Development and Equity (T.R.A.D.E.) Working Paper Nr: 10, South Centre 2001, <http://www.southcentre.org/publications/geoindication/geoindications.pfd> (12.05.2004), s. 9].

15 Paris Sözleşmesi anlamında, sahte mahreç işaretlerinin kullanılmasından bahsedebilmek için bu işaretin, mutlaka ürünler üzerinde yazılı olması gerekmez, işaretin dolaylı kullanımı örneğin reklamlarda sahte bir bağlantının yapılması da yasaklanabilir (İlgaz, Deniz, *Coğrafi İşaretlerin Kullanılması: Dünyada ve Türkiye'de Durum*, Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Dergisi, C. 4, S. 1-2, s. 122).

16 Escudero, s. 9.

17 1981 tarihli *Eşyalar Üzerinde Sahte ya da Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesi Hakkında Madrid Sözleşmesi*, imzalandıktan sonra birtakım değişikliklere uğramıştır. Sözleşme, 1911'de Washington'da, 1925'de La Ha-

sı sözleşmedir. Madrid Sözleşmesi m. 1'e göre, sözleşmeye üye ülkelerden birinin veya bu ülkede yer alan bir bölgenin adının köken olarak doğrudan veya dolaylı olarak belirtildiği ürünlere, sözleşmeye üye herhangi bir ülkeye ithalatı sırasında el konulmalı veya ithalatı yasaklanmalı ya da konuyla ilgili herhangi bir yaptırım uygulanmalıdır.

Paris Sözleşmesi'nden farklı olarak Madrid Sözleşmesi, sadece *sahte* mahreç işaretlerinin kullanılmasını değil bunun yanında *aldatıcı* mahreç işaretlerinin kullanılmasını da yasaklamıştır.

Madrid Sözleşmesi incelendiğinde, ürün bağlamında herhangi bir tanımlama ya da sınırlamaya gidilmediği, ürün kavramı yerine kaim olmak üzere "eşya" (*goods*) kavramının kullanıldığı görülür. Madrid Sözleşmesi'nde ürün kavramı açısından yapılan tek ayırım m. 4'te yer alan ayırımdır. Buna göre bir mahreç işaretinin jenerik ad olup olmadığının tespiti, koruma istenen ülkenin mahkemelerinin takdirindedir. Bunun istisnası "asma ürünlerinin" (*products of vine*) kökenine ilişkin coğrafi işaretlerdir. Bu tür ürünlerde değerlendirme, koruma ülkesinin değil menşe ülkesinin hukukuna tabidir<sup>18</sup>.

Madrid Sözleşmesi'ne ilişkin dikkati çeken diğer bir nokta "coğrafi işaret" (*Geographical Indication*) teriminin değil de tıpkı Paris Sözleşmesi'nde olduğu gibi "mahreç işareti" (*Indication of Source*) teriminin kullanılmasıdır. "Mahreç işareti" terimi, her iki sözleşmede de *ürünün kökeninin bulunduğu bölgeyi ifade eden bir işaret* anlamında kullanılmıştır. Dikkat edilirse bu tanımlama açısından, ürünün, kökeni olan bölgeden kaynaklanan belirli bir kaliteye ya da belirli bir niteliğe sahip olması şart değildir<sup>19</sup>. Oysa "ürünün belirli bir karakteristik kazanmış olması", coğrafi işaretlerin zorunlu bir unsurdur.

---

ye'de, 1934'te Londra'da, 1958'de Lizbon'da ve 1967'de Stockholm'de yeniden gözden geçirilmiştir. Türkiye, Madrid Sözleşmesi'ne 21.08.1930 yılında taraf olmuş; 27.06.1957 tarihinde ise Londra metnini kabul etmiştir. 21.03.2006 tarihi itibarıyla Sözleşmeye toplam 34 ülke taraftır (veriler <http://www.wipo.org> sitesinden alınmıştır).

18 Yıldız Coşkun, s. 29; Addor, Felix / Grazioli, Alexandra, *Geographical Indications beyond Wines and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO Trips Agreement*, The Journal of World Intellectual Property, Vol: 5, No: 6, Geneva 2002, s. 874.

19 WIPO (SCT/5/3), s. 5. Her iki sözleşme açısından *mahreç işareti* terimi, belirli bir karakteristik özelliği aramayan, *sadece ürünün kökenini ifade eden* bir işaret anlamında kullanılmıştır (Bu anlamıyla bu terim *menşe adını* da kapsayacak niteliktedir bkz. dn. 13). Bu açıdan bakıldığında bu sözleşmelerde geçen *mahreç işareti* teriminin teknik anlamda bir coğrafi işaret olmadığı dü-



### 3. Lizbon Sözleşmesi

1958 tarihli Menşe Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescilli İçin Lizbon Sözleşmesi (Lizbon Sözleşmesi)<sup>20</sup> menşe adlarının birçok ülkede kabul edilmesini ve korunmasını temin etmek için uluslararası bir sistem kurmayı amaçlamaktadır. Sözleşme, *menşe adı* (*Appellation of Origin*) kavramını tanımlayan ilk uluslararası sözleşmedir. Lizbon Sözleşmesi m. 2/1'e göre menşe adı, "kalitesi ve karakteristik özellikleri, doğal ve beşeri faktörler de dâhil olmak üzere, tamamen veya esas itibariyle kökeni bulunduğu coğrafi bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirten, bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin coğrafi adıdır"<sup>21</sup>.

Görüldüğü gibi Lizbon Sözleşmesi'ne göre menşe adı her şeyden önce coğrafi bir isimdir. Yine, bu tanım kapsamına girmeyen mahreç işaretleri Lizbon Sözleşmesi'nin konusu olarak değerlendirilemeyecektir.

Lizbon Sözleşmesi'ne göre bir menşe adının korunabilmesi için:

şünülebilir. Fakat bu kavramsal bir farklılık yaratmamalıdır. Mahreç işareti teriminin bu anlamıyla kullanılması, coğrafi işaretlerin korunmasının tarihsel süreci içinde değerlendirilmelidir. Fakat ifade ettiği bu farklılık ürün kavramının değerlendirilmesinde önem arz edebilir. Şöyle ki; "Made in Turkey" ifadesi *rakı* için ya da *halı* için kullanıldığında bu ifade teknik anlamda coğrafi işaret olarak değerlendirilebilir. Fakat aynı ifade *şampuan* ya da *buzdolabı* için kullanıldığında (söz konusu ürünlerin Türkiye'de üretilmiş olmasından kaynaklanan belirli bir niteliği olmadığı varsayıldığından), bu ifade teknik anlamda coğrafi işaret olarak değerlendirilemez. Oysa hangi ürün için kullanılırsa kullanılsın "Made in Turkey" ifadesi bu sözleşmeler açısından birer mahreç işaretidir [Höpferger, Marcus, Introduction to Geographical Indications and Recent Developments In The World Intellectual Property Organization (WIPO), [www.wipo.int/meetings/2003/geo-ind/en/documents/index.htm](http://www.wipo.int/meetings/2003/geo-ind/en/documents/index.htm) (11.04.2004) s. 2]. Görüldüğü gibi, bu sözleşmelerde mahreç işareti terimi en geniş anlamıyla kullanılmıştır. Bu nedenle mahreç işaretlerine konu olabilecek ürünler de aynı şekilde çok geniş bir ürün yelpazesi içinde değerlendirilmelidir. Dolayısıyla coğrafi işaretler hukuku açısından ürün kavramının değerlendirilmesinde bu sözleşmelerden hareket edilmesinin yetersiz ve yanıltıcı olabileceği kanaatindeyiz.

20 1958 tarihli Menşe Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescilli İçin Lizbon Sözleşmesi, imzalandıktan sonra 1967'de Stockholm'de yeniden gözden geçirilmiş ve 1979'da değişikliğe uğramıştır. Türkiye bu sözleşmeye taraf değildir. 21.03.2006 tarihi itibariyle Sözleşmeye toplam 24 ülke taraftır (veriler <http://www.wipo.org> sitesinden alınmıştır).

21 Görüldüğü gibi Lizbon Sözleşmesi, ürünün kalite ve karakteristik özelliklerinin bir arada olmasını aramaktadır. Bu bağlamda belirli bir ünü olan fakat kökeninden spesifik bir kalite edinmeyen ürünler Lizbon Sözleşmesi'ne göre korunamayacaktır, bkz. Escudero, s. 27.

- Bu menşe adının menşe ülkesinde tanınıyor ve korunuyor olması<sup>22</sup>; ve

- Bu menşe adının, üye ülke tarafından WIPO'nun<sup>23</sup> Uluslararası Bürosuna tescil edilmesi gerekir.

Korumanın kapsamı açısından bakıldığında, uluslararası tescilli bir *menşe adının* korunması Paris Sözleşmesi ve Madrid Sözleşmesi'ndeki *mahreç işaretinin* korunmasından daha ileridir. Korunan menşe adının sadece yanıltıcı kullanımı değil, aynı zamanda, ürünün gerçek kökeni gösterilse, menşe adının tercümesi kullanılsa ya da "tür", "tip", "yapım" veya "taklit" gibi sözcüklerle bir arada kullanılsa bile menşe adının her türlü taklidi veya istismarı da yasaklanmıştır.

Ürün kavramı açısından incelendiğinde Lizbon Sözleşmesi'nde herhangi bir ayırımın yapılmadığı görülür<sup>24</sup>. Bu sözleşmede de ürün kavramı en geniş anlamıyla kullanılmış; bu terime spesifik bir anlam yüklenmemiştir. Sözleşmede unsurları belirtilen menşe adını karşılaması kaydıyla, birçok ürün Lizbon sisteminde tescil edilebilir.

#### 4. TRIPS

Coğrafi işaretler (*Geographical Indications*) kavramının kullanıldığı ilk uluslararası düzenleme olan TRIPS<sup>25</sup> mevcut düzenlemelerin en sonuncusudur ve dünya çapında uygulanması hedeflenmektedir<sup>26</sup>.

TRIPS'in m. 22-24 hükümleri doğrudan coğrafi işaretlere ilişkindir. Coğrafi işaretin tanımı m. 22/1'de şu şekilde yapılmaktadır: "*Bu sözleşme açısından coğrafi işaretler, üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü (itibarı) veya diğer özelliklerle*

<sup>22</sup> Lizbon Sözleşmesi'ne göre, bir menşe adı, taraf bir ülkede korunmaya başladıktan sonra, menşe ülkesinin iç hukukuna göre korunduğu sürece jenerik ad olarak değerlendirilemez (m. 6).

<sup>23</sup> Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (*World Intellectual Property Organization*). Türkiye, 12.5.1976'dan beri WIPO'nun üyesidir.

<sup>24</sup> Yıldız Coşkun, s. 31.

<sup>25</sup> Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması (*The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*). TRIPS, Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Antlaşması'nın (WTO) 1C no'lu eki olup 15.4.1994'te imzalanmış ve 1.1.1995'te yürürlüğe girmiştir (R.G. 25.02.1995, S. 22213).

<sup>26</sup> Yıldız Coşkun, s. 54.

ri itibariyle esas olarak bu coğrafi menşeye atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir.”

Bu tanım incelendiğinde TRIPS'in birçok noktada diğer düzenlemelerden ayrıldığı görülür. Lizbon Sözleşmesi'nden farklı olarak TRIPS, coğrafi işaretlerin mutlaka coğrafi bir isim olma zorunluluğunu aramamış; belirli bir coğrafi alanı belirtmesi kaydıyla herhangi bir işaretin (örneğin Mısır kökenli bir ürün için Piramitler veya İstanbul kökenli bir ürün için Kız kulesi gibi) yeterli olacağını kabul etmiştir<sup>27</sup>. Benzer şekilde, Lizbon Sözleşmesi ürünün sadece kalitesinin ve karakteristik özelliklerinin belirtilmesini ararken TRIPS ürünün itibarının (*Reputation*) belirtilmesini de koruma sağlanması için yeterli görmektedir<sup>28</sup>. Yine Lizbon Sözleşmesi ürüne hususiyet katacak coğrafi alanın “doğal ve beşeri faktörlerden” oluşacağını ifade etmiş; böylece beşeri faktörleri de doğal faktörlerin yanında açıkça belirtmiştir. Buna mukabil TRIPS daha genel<sup>29</sup> bir kavram olan coğrafi köken (*Geographical Origin*) ifadesini kullanmıştır.

Madrid Sözleşmesi'ne konu olan mahreç işaretleriyle mukayese edildiğinde ise TRIPS'in daha spesifik bir kategori oluşturduğu; keza Madrid Sözleşmesi'nde ürünün kökeninden herhangi bir hususiyet kazanmasının şart olmadığı buna mukabil TRIPS'in kalite, itibar veya diğer karakteristik özelliklerden en az birinin varlığını gerekli gördüğü söylenebilir.

TRIPS'in sağladığı koruma ikili bir ayırımla ele alınabilir. İlk olarak m. 22'de tüm ürünler için genel bir koruma sağlanmış; m. 23'te ise şaraplar ve alkollü sert içkiler için ek koruma öngörülmüştür.

TRIPS m. 22 hükmünün devamı şu şekildedir:

- 
- 27 Gervais, Daniel, *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis*, 2nd. Ed. London 2003, s. 188; Knaak, Roland, *The Protection of Geographical Indications According to the TRIPS Agreement*, From GATT to TRIPS, IIC Studies, Vol. 18, Max Planck Institute, Munich 1996, s. 128.
- 28 Goldstein, Paul, *International Intellectual Property Law*, New York, 2001, s. 437.
- 29 Gervais, s. 189. Aksi görüş Dinwoodie, Graeme B. / Hennessey, William O. / Perlmutter, Shire, *International Intellectual Property Law and Policy*, 2001, s. 323. Yazarlara göre, 23.7.1990 tarihli tasarıda yer alan “doğal ve beşeri faktörler dâhil” (... including natural and human factors ...) ifadesinin çıkarılması, TRIPS Sözleşmesi m. 22/1 hükmünün beşeri faktörleri kapsamadığı şeklinde yorumlanabilir.

“2. Üyeler coğrafi işaretlerle ilgili olarak, aşağıdaki hususları engellemek için ilgili taraflara yasal imkânları sağlayacaklardır.

(a). Bir malın sunumunda veya isminde, kamuyu malın menşei konusunda yanıltacak şekilde, malın menşeinin gerçek menşei yeri dışında bir başka coğrafi bölge olduğunu gösteren veya öneren her hangi bir yolun kullanılması,

(b). Paris sözleşmesinin (1967) 10. maddesindeki anlamıyla haksız rekabet fiili oluşturan herhangi bir kullanım.

3. Herhangi bir üye, mevzuatı izin verdiği takdirde veya ilgili bir tarafın talebi üzerine, bu üyenin ülkesinde bu mallar ait bir marka da bu coğrafi işaretin kullanılması kamuyu malların gerçek menşei yeri konusunda yanıltacak nitelikte ise, menşei, belirtilen ülke olmayan mallar için, bir coğrafi işaret içeren veya bu işareten ibaret olan bir markanın tescilini resmen reddedecek veya geçersiz kılacaktır.

4. Paragraf 1, 2 ve 3 kapsamındaki koruma, malların menşei olan ülke, bölge veya yer ile ilgili olarak harfi harfine doğru olmakla birlikte, gerçeğe aykırı olarak kamuya malların menşeinin bir başka ülke olduğunu beyan eden coğrafi işaretler aleyhinde uygulanacaktır.”

Bu hükümlerde coğrafi işaretlere sağlanan korumanın üç boyutu karşımıza çıkmaktadır:

- İlk olarak, ürünün kökeni hakkında kamuyu yanıltıcı [m. 22/2, (a)] veya aldatici (m. 22/4) kullanımlara karşı koruma sağlanmıştır. Maddenin (a) bendinde belirtilen kullanımlara karşı koruma sağlanabilmesi için bu kullanımın *kamuyu yanıltıcı* olması gerekir.

- İkinci olarak, haksız rekabet teşkil edecek [m. 22/2, (b)] kullanımlara karşı koruma sağlanmıştır.

- Üçüncü olarak, coğrafi işaretleri içeren veya coğrafi işaretlerden oluşan bir markanın kullanılması, ürünlerin gerçek kökeni hakkında kamuyu yanıltacak nitelikte ise bu markanın tescili reddedilecek veya geçersiz kılınacaktır (m. 22/3). Böylece kamuyu yanıltıcı markaların kullanılmasına karşı da koruma sağlanmıştır. Bu kullanımın *yanıltıcı* olması korumanın ön şartı niteliğindedir.

TRIPS'in m. 23 hükmü, diğer ürünlerden farklı olarak, *şaraplar ve alkollü sert içkiler* için bazı ek korumalar sağlamıştır. Maddenin ilk fıkrası şu şekildedir:

"1. Her üye, malların gerçek menşei belirtilse veya gerçek coğrafi işaret tercüme edilse ya da 'çeşit', 'tür', 'stil', 'taklit' vb. terimlerle beraber kullanılsa dahi, şarapları, menşei söz konusu coğrafi işarete gösterilen yer olmayan şaraplarla özdeşleştiren veya alkollü içecekleri, menşei söz konusu coğrafi işarete gösterilen yer olmayan alkollü içeceklerle özdeşleştiren coğrafi işaretlerin kullanılmasını önlemek için ilgili taraflara hukuki imkânları sağlayacaktır."

- Görüldüğü gibi doğru menşe yerinin belirtilmemesi konusunda diğer ürünlere sağlanan korumadan (m. 22) farklı olarak, burada söz konusu kullanımın *kamuyu yanıltıcı* nitelikte olması şartı aranmamaktadır.

- İkinci olarak, ürünlerin gerçek menşei belirtildiği durumlarda bile, gerçek coğrafi işaretin tercüme dilerek kullanılması veya bu işaretin "çeşit", "tip", "stil", "taklit" veya benzer açıklamalarla kullanılması da yasaklanmıştır.

- Üçüncü olarak, şaraplar veya alkollü sert içecekler için talep edilen marka, üye ülkelerden birinin coğrafi işaretini içeriyor veya bu işaretlerden oluşuyorsa ve markanın kullanıldığı ürünler bu menşeden kaynaklanmıyorsa bu markanın tescili reddedilecek veya geçersiz kılınacaktır (m. 22/2). Diğer ürünlere sağlanan korumadan farklı olarak burada söz konusu markanın kullanılmasının *kamuyu yanıltıcı* nitelikte olması şartı aranmayacaktır.

Şaraplara ve alkollü sert içkilere ek koruma sağlamak amacıyla öngörülen bu ayırımı bir kenara bırakırsak<sup>30</sup> TRIPS'in ürün bazında bir ayırım yapmadığı ve bütün ürünler için geçerli olacak esaslar benimsediği söylenebilir<sup>31</sup>. Bu noktada TRIPS, ürünün menşei ile karakteristik özellikleri arasında bir bağlantı olmasını yeterli görmektedir. Dolayısıyla, kökeninden hususiyet kazanabilecek tüm ürünler TRIPS'e göre korunabilecektir.

### C. Avrupa Birliği Hukukunda Ürün Kavramı

Avrupa Birliği hukukunda coğrafi işaretlere ilişkin düzenlemeler oluşturulurken ürün bazında ayırımlar yapılmış ve bazı ürün kategorileri için spesifik düzenlemeler kabul edilmiştir.

<sup>30</sup> Bu hüküm sözleşmenin kapsamına ilişkin olmayıp tamamen bu kategorideki ürünlere sağlanan bazı ek korumalara ilişkindir. Dolayısıyla bu hükümü korunacak ürünlere ilişkin bir sınırlama olarak öngörmemek gerekir.

<sup>31</sup> Aynı yönde Yıldız Coşkun, s. 55.

Ürün kavramının açıklanmasında ele alınabilecek olan düzenlemelerden en önemlisi 2081/92 sayılı Konsey Tüzüğüdür<sup>32</sup>. Bu tüzüğün 1. maddesinin ilk fıkrası, Roma Anlaşması'nın<sup>33</sup> 1. ekinde<sup>34</sup> belirtilen tüketilebilen<sup>35</sup> tarım ürünleriyle tüzüğün 1. ekinde belirtilen gıda maddelerinin ve tüzüğün 2. ekinde belirtilen tarım ürünlerinin koruma kapsamında olduğunu belirtmektedir.

Tüzüğün 1. ekine göre korunan ürünler şunlardır<sup>36</sup>:

- Biralalar,
- Bitki özlerinden yapılan içecekler,
- Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer unlu mamuller,
- Doğal sakızlar ve reçineler.
- Hardal ezmesi,
- Makarna.

Tüzüğün ikinci ekine göre korunan ürünler ise şunlardır<sup>37</sup>:

- Kurutulmuş otlar,
- Esans yağları,

<sup>32</sup> Tüzük, hem *Designations of Origin* terimini hem de *Geographical Indications* terimini kullanmaktadır. Tüzüğün 2. maddesinde yapılan tanımlamalardan anlaşıldığı üzere *Designation of Origin* terimiyle "menşe adları" kastedilmiştir (Bkz. Gervais, s. 189). Keza bu tanım Lizbon Sözleşmesindeki "menşe adı" (*Appellation of Origin*) terimiyle önemli derecede örtüşmektedir. Lizbon Sözleşmesindeki tanıma ek olarak ürünün üretimi, işlenmesi ve hazırlanması aşamalarının belirlenen coğrafi alanda gerçekleşmesi şartı da aranmaktadır (bkz. Yıldız Coşkun, s. 42). Buna mukabil *Geographical Indications* terimi de CoğışKHK m. 3'te belirtilen mahreç işareti ile önemli derecede benzerlik göstermektedir. *Designations of Origin* teriminden farklı olarak burada ürünle coğrafi alan arasında daha esnek bir bağ aranmaktadır.

<sup>33</sup> Avrupa Ekonomik Topluluğunu kuran 25.03.1957 tarihli Roma Anlaşması.

<sup>34</sup> Tüzüğün ilk halinde ise bu Sözleşmenin 2. ekine atıf yapılmıştır.

<sup>35</sup> Bu ekte belirtilen tarım ürünleriyle kurutulmuş otları, mantarları ve esans yağları da kastedilmektedir bkz. Dal, Seniha, *Geographical Indications in The European Union and Turkey*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü, İstanbul 2001, s. 58.

<sup>36</sup> 692/2003 sayılı tüzük ile 2081/92 sayılı tüzük değiştirilmiş ve önceden bu hüküm kapsamında yer alan "doğal maden suları ve kaynak suları" tüzükten çıkarılmıştır. Ayrıca aşağıda sayılanlardan son ikisi de yine bu değişiklik ile kapsama alınmıştır.

<sup>37</sup> Aşağıda sayılanlardan son beşi, 692/2003 sayılı tüzük ile kapsama alınmıştır.

- Mantar,
- Hayvansal kökenli hammadde (et olarak),
- Çiçekler ve süs bitkileri,
- Yün,
- Sepetçi Söğüdü (*Osier*).

Yukarıda belirtilen ürünler bu tüzüğün koruması kapsamında değerlendirilecektir<sup>38</sup>. Aynı fıkra, sirkeler hariç olmak üzere, şarap sektörü ürünlerinin<sup>39</sup> ve alkollü sert içkilerin bu tüzüğün kapsamında olmadığını belirtmektedir.

Görüldüğü gibi 2081/92 sayılı tüzüğe göre hangi ürünlerin korunacağı sorunu, ürünler sayılarak ya da ürün kategorileri oluşturularak giderilmek istenmiştir.

Konumuz açısından önem arz eden diğer düzenlemeler ise 823/87 sayılı ve 2392/89 sayılı Konsey Tüzükleridir. Bu tüzükler şaraplar ve üzüm şıraları hakkında hükümler içermektedir. Tüzüklerin uygulama alanına ilişkin olarak ürün kavramı açısından ele alınması gereken husus, şarapların sofraya şarabı (*Table Wines*) ve kaliteli şarap (*Quality Wines*) olarak ikiye ayrılarak ele alınmış olmasıdır<sup>40</sup>.

Konumuz açısından incelendiğinde bu düzenlemelerin uygulama alanının da bir veya birkaç ürünle sınırlı olduğu görülecektir.

Ürün kavramının incelenmesi açısından ele alınabilecek bir diğer düzenleme ise 1576/89 sayılı Tüzüktür. Tüzüğün m. 1 hükmü bu düzenlemenin alkollü sert içkilere ilişkin hükümler içerdiğini ifade etmektedir. Aynı maddenin ikinci fıkrası "alkollü sert içki" (*Spirit Drink*) kavramını oldukça ayrıntılı olarak açıklamaktadır. Bu maddede belirtildiği şekilde üretilmemiş olan içkiler bu tüzüğün korumasından yararlanamayacaktır. Dolayısıyla, Avrupa Birliği hukukundaki genel yaklaşımın bu tüzükte de benimsendiği ve korunacak ürünlerin kategoriler oluşturularak belirlendiği söylenebilir.

<sup>38</sup> Bu tüzüğün 15. maddesindeki usule uyarak bu kapsam tekrar ele alınabilecektir.

<sup>39</sup> Söz konusu istisna 692/2003 sayılı tüzük ile getirilmiştir. Değişiklikten önce bu tüzüğün sadece "şaraplara" ve alkollü sert içkilere uygulanmayacağı belirtilmekteydi.

<sup>40</sup> Bu ayırımın dayanağı 823/87 sayılı Tüzük m. 1 hükmüdür.

### D. Türk Hukukunda Ürün Kavramı

Türk hukukunda coğrafi işaretlere ilişkin yasalaştırma faaliyetlerinde uluslararası antlaşmalar ve Avrupa Birliği mevzuatı mehzaz alındığından, bu düzenlemelerin ürün kavramına ilişkin yaklaşımları CoğışKHK'da da hissedilmektedir.

Coğrafi işaretler hukuku bağlamında ürün kavramını ele alan düzenleme CoğışKHK m. 1'de yer almaktadır. Buna göre "(...) *doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden bu Kanun Hükmünde Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürün (...)*" koruma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer şekilde m. 3/f.6,(d) bendinde de "üretici" kavramı tanımlanırken "*tarım ürünleri, el sanatları ve sanayi ürünlerini üretenler veya doğa ürünleri kullanıma hazır hale getirenler veya yukarıda sayılanların ticaretini yapanlar (...)*" üretici olarak kabul edilmiş ve dolaylı da olsa ürün kavramına değinilmiştir<sup>41</sup>.

Bu hükümler birlikte incelendiğinde Türk hukuku açısından coğrafi işaretler hukukuna konu olabilecek ürünler şöyle sıralanabilir:

- Doğal ürünler,
- Tarım ürünleri,
- Madenler,
- El sanatları ürünleri,
- Sanayi ürünleri.

Görüldüğü gibi Türk hukukunda yasal düzenlemeler açısından, Avrupa Birliği hukukundakinin aksine ürün bazında spesifik bir ayırım yapılmamış; CoğışKHK m. 1 kapsamında değerlendirilebilecek tüm ürünlerin aynı düzenleme tarafından korunması esası benimsenmiştir.

CoğışKHK'nın uygulaması bakımından belki de en çok önem arz eden konu, m. 1'de yapılan sayımın sınırlayıcı olup olmadığı sorunudur. Eğer bu sayımın sınırlayıcı olduğu kabul edilirse yukarıda sayılan beş kategoriye girmeyen ürünler coğrafi işaret olarak kabul ve tescil edilemeyecek ve CoğışKHK bağlamında koruma konusu olamayacaktır.

<sup>41</sup> Bu hükümde m.1'de yer alan "*maden*" ürünlerine değinilmemiştir. Maden ürünlerini çıkaran veya işleyen kimselerin de "üretici" olarak nitelendirilmesi gerekir. Aynı yönde Arı, s. 58.



CoğışKHK'nın lafzı dikkate alındığında, coğrafi işaret olarak tescil edilebilecek ve korunabilecek olan ürünlerin yukarıda sayılan beş kategoriden ibaret olduğu görülecektir. Keza m. 1'de "(...) doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden bu Kanun Hükmünde Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürün(ün) (...)" denerek bu sayımın sınırlayıcı olduğu açık bir ifadeyle belirtilmiştir. Yalnız dikkate edilirse yukarıda sayılan kategorilere giren ürünlerin tamamı değil, yalnızca CoğışKHK'da sayılan tanım ve koşulları karşılayanlar coğrafi işaretler hukuku bağlamında koruma konusu olabilecektir. Zira m. 1'e göre bir ürünün CoğışKHK bağlamında korunabilmesi için öncelikle "yukarıda sayılan kategorilerden birine girmesi"; ikinci olarak da "m. 3'te belirtilen tanımlara uyması ve m. 4'te belirtilen tescil koşulunu sağlaması" gerekir.

Olması gereken hukuk açısından bu hüküm eleştirilebilir. Şöyle ki, ürün bazında yapılacak bir sınırlama, iklim ve ürün çeşitliliğinin söz konusu olduğu ülkemizde kesinlikle yetersiz kalacak ve hukuk dışı uygulamalara yol açacaktır<sup>42</sup>. Zira hangi ürünlerin kökeninden hususiyet kazanacağına önceden tespiti hem anlamsız hem de imkânsızdır<sup>43</sup>. Fakat bu durum, hangi ürünlerin koruma konusu olacağı hususunda bir belirsizliğe sebep olacaktır. Dolayısıyla ürün bazında bir sınırlama yapmadan<sup>44</sup>, hangi ürünlerin korunabileceğinin tespiti için daha genel esaslar benimsenmelidir.

42 Örneğin "Siirt Perde Pilavı", "Sivas Kangal Köpeği", "Adana Kebabı", "Kayseri Sucuğu", "Kayseri Pastırması", "Gemlik Türk Atı", "Mersin Cezeryesi" ve "Mustafakemalpaşa Tatlısı" gibi birçok ürün, coğrafi işaret olarak tescil edilmesine rağmen yukarıda sayılan kategorilerden hiçbirine girmemektedir. Bu noktada, uygulamanın CoğışKHK m. 1 hükmüne aykırı olarak geliştiğini söylemek mümkündür. Aslında uygulamanın bu yönde gelişmesine, koruma konusu olabilecek hükümleri belirten m. 1 hükmünün sınırlayıcı lafzı sebep olmaktadır.

43 Kaldı ki yukarıda özet olarak üzerinde durulduğu gibi Avrupa Birliği Hukukunda da benzer bir uygulama kabul edilmiş: söz konusu tüzüklerin yetersizliği daima hissedilmiş ve hangi ürünlerin tüzük kapsamında olduğunu gösteren eklerin sıklıkla değiştirilmesi gereği hâsıl olmuştur. Bu durum bile ürünler için önceden belirlenmiş kategoriler oluşturulmasının hukuk mantığı ve pratiği açısından çok da doğru olmadığını göstermektedir.

44 Aksi görüş TÜSİAD, Fikri Mülkiyet Hakları Alanında Gündemdeki Konular, Yayın No: TÜSİAD-T/2004/12-385, İstanbul 2004, s. 62. Bu çalışmada, koruma konusu olacak ürünler kategorize edilerek ürünlerin envanterinin çıkarılması önerilmiştir. Envanter çalışmasının hem coğrafi işaretler hukuku açısından hem de ulusal menfaatlerin korunması açısından olumlu bir gelişme olacağı açıktır. Ancak ürünlerin kategorize edilmesi önerisine katılmak mümkün değildir. Kaldı ki bu önerinin gerekçeleri de belirtilmemiştir.

CoğışKHK tarafından korunabilecek ürünlerin tespiti için her şeyden önce o ürünün “kökeninden hususiyet kazanabilecek bir ürün olması” kriteri aranmalıdır. Bu kriter, ürünün karakteristik özellikleriyle kökeni arasında bir bağın varlığının aranmış olması dolayısıyla, hem Lizbon Sözleşmesi’nde hem TRIPS’te hem de Avrupa Birliği düzenlemelerinde ifade bulmuştur. Aynı ifadenin CoğışKHK’da da tekrarlandığı söylenebilir<sup>45</sup>. Bu esasın benimsenmesiyle hem kategoriler oluşturmaya gerek kalmadan korunabilecek ürünler tespit edilmiş olacak hem de aslında kökeninden hususiyet kazanmayan ürünlerin, sırf bir bölgeyle özdeşleşmiş olması nedeniyle veya milli değerleri koruma kaygısıyla, tescili engellenebilecektir. Ürün kavramının tespitinde bu esasın benimsenmesi durumunda, yukarıda belirttiğimiz hukuk dışı uygulamalara da gerek kalmayacaktır.

Ürün kavramının tespitinde ikinci olarak, o ürünün “ticaret konusu olabilecek veya ticari amaçlı kullanılacak bir ürün olması” gereği aranabilir<sup>46,47</sup>. Böylelikle, özünde ticari anlamda bir de-

<sup>45</sup> Ürünün karakteristik özellikleri ile kökeni arasında bir bağın varlığını gerekli gören ifadeler, bu bağın kuvvetine göre “ürünün menşeiyle özdeşleşmesi” (m. 3/f.1 ve f.5,b) ve “tüm veya esas niteliklerinin menşeinden kaynaklanması” (m. 3/f.3, b) olarak iki farklı şekilde CoğışKHK’da karşımıza çıkmaktadır.

<sup>46</sup> CoğışKHK’nın “tescilli coğrafi işaretlerin kullanımı” başlıklı 17. maddesinde, “Coğrafi işaretlerden menşe adları, (...) ticari olarak kullanılır” şeklinde bir ifade yer almaktadır. Kanaatimizce bu ifade, coğrafi işaretlere konu olabilecek ürünlerin, ticaret konusu olabilecek veya en azından ticari amaçlı kullanılacak bir ürün olması gereğini açıkça ifade etmektedir. Bu noktada, korumanın kapsamını belirten m. 15 hükmü belki tereddüt yaratabilir. Çünkü m. 15’in sadece (a) bendinde ticari amaçlı kullanımdan bahsedilmiş, diğer bentlerde sayılan kullanımlar için *ticari amaçlı kullanım* şartı aranmamıştır. Kanaatimizce bu hüküm tereddüt yaratmamalıdır. Çünkü bu hüküm, “korumanın kapsamını” belirtmektedir ve bu kapsamın ticari kullanımlarla sınırlanmaması hak sahipleri açısından oldukça yerinde bir tercihtir. Kaldı ki, (a) bendi dışında sayılan koruma hallerinde, *ticari amaçlı kullanım* şartı aranmamış olsa da bunun aslında çok önemli olmadığı çünkü bu bentlerde sayılan kullanımların da çoğunlukla ticari bir amaçla gerçekleştirilebileceği söylenebilir.

<sup>47</sup> Mehaz 2081/92 sayılı Tüzüğün, CoğışKHK m. 17’ye tekabül eden hükmü olan m. 8’de ise, ticari amaçlı kullanım şartı aranmamış, sadece “işaretler (...) bu tüzüğe uygun olarak kullanılır” denmiştir. Buna karşın, CoğışKHK m. 15 hükmü için yaptığımız yorumlar 2081/92 sayılı Konsey Tüzüğünün müteakibi 13. maddesi için de geçerlidir. Aynı şekilde TRIPS’te ticari amaçlı kullanım şartı açıkça ifade edilmemiş fakat coğrafi işaretler tanımlanırken, yukarıda da değinildiği üzere, “ürün” olarak Türkçeleştirilebilecek *product* kavramı yerine “ticaret konusu eşya, meta” olarak Türkçeleştirilebilecek *goods* kavramı kullanılmıştır. Dolayısıyla coğrafi işaretlere konu olacak ürünlerin her şeyden önce ticaret amaçlı kullanılacak bir ürün olması gereğinin TRIPS’te de kabul edildiği söylenebilir.

ğer taşımayan veya bir ürünü belirtmeyen ve bir bölgeyle özdeşleşmesinden başka bir özelliği olamayan kültürel ve geleneksel unsurların<sup>48</sup> sırf o bölgeyle özdeşleşmesinden dolayı coğrafi işaret olarak tescil edilmesi de engellenmiş olur<sup>49</sup>.

Ürün kavramına ilişkin olarak değinilmesi gereken bir diğer husus ise coğrafi işaret olarak tescil edilmiş olan bir ürünün işlenmesiyle oluşan ürünlerin de tescil kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği sorunudur. Örneğin Çukurova Pamuğu'nun coğrafi işaret olarak tescil edildiğini düşünelim. Acaba gömlek ya da battaniye üreticilerinin bu coğrafi işareti kullanmaları coğrafi işaret hakkına tecavüz sayılacak mıdır? Yoksa tescilli ürünün işlenmesiyle elde edilen ürünlerin de tescil kapsamında sayılması mı gerekir?

CoğIşKHK'da bu noktaya açıkça temas edilmemekle beraber m. 17/f.2, m.15/a ve m. 24/f.1, a hükümlerinde dolaylı da olsa buna değinilmiştir. CoğIşKHK m. 15 hükmü, coğrafi işaret korumasının kapsamını belirten hüküm olup hak sahiplerine dört bend halinde sayılan fiillerin yapılmasını önleme hakkını tanımıştır. Bu hükümde "*tescil kapsamındaki ürünleri andıran ya da çağrıştırabilen ürünlerle ilgili olarak tescilli adın dolaylı veya dolaysız olarak ticari amaçlı kullanımı*" durumunda hak sahiplerinin bu kullanımı önleyebileceği belirtilmiştir. Aynı durum m. 24/f.1,a hükmünde coğrafi işaret hakkına tecavüz olarak sayılmış ve bu kullanım için ciddi yaptırımlar öngörülmüştür.

Tescilli coğrafi işaretlerin kullanımını düzenleyen m. 17/f.2 hükmü "(...) *menşe adları (...) sicilde belirtilen ürünlerin üzerinde veya ambalajlarında (...) kullanılır*" diyerek kullanımın ne şekilde

48 Bir bölgeyle özdeşleşen bir ürüne CoğIşKHK korumasının sağlanmasıyla aynı zamanda o yörenin kültürel değerleri de korunmuş olur. Bu bağlamda coğrafi işaretlerin "*kültürel değerleri koruma*" fonksiyonundan da bahsedilebilir. Fakat bu dolaylı bir korumadır ve esas olan söz konusu ürünün kendisinin korunmasıdır. Bir yöreye özgü kültürel değerler, ancak bir ürünün korunması vasıtasıyla CoğIşKHK tarafından korunabilir. Bu durumun dışında, CoğIşKHK tarafından kültürel değerlerin korunması söz konusu olamaz.

49 Zira mevcut düzenlemeye bakıldığında bir üründe tecessüm etmeyen geleneksel bilgilerin (*Traditional Knowledge*) CoğIşKHK ile korunmasının mümkün olmadığı görülür. Dolayısıyla ilk fırsatta CoğIşKHK tarafından korunamayan geleneksel bilgileri de kapsayacak *sui generis* bir düzenleme yapılmalıdır.

gerçekleşeceğini belirtmektedir<sup>50</sup>. Mahreç işaretleri için açık bir ifade kullanılmamışsa da aynı esasın burada da benimsenebileceği hükmün içeriğinden anlaşılmaktadır.

Bu hükümler birlikte incelendiğinde tescilli coğrafi işareti kullanma hakkının sadece sicilde belirtilen ürünlerle sınırlı olduğu (m. 17/f.2), bu ürünlere benzeyen veya bunları andıran ürünler için kullanımının önlenebileceği (m. 15/a) ve hatta coğrafi işaret hakkına tecavüz sayıldığı (m. 24/f.1,a) görülecektir.

Bu noktada belki de tartışılması gereken sorun “*sicilde belirtilen ürün*” ifadesinden ne anlaşılması gereğidir. Yukarıdaki örnekten devam edersek, sicilde belirtilen ürün olarak sadece pamuğu mu ele alacağız yoksa işlenmiş pamuk da (örneğin *iplik, kumaş* veya *gömlek* gibi) sicilde belirtilen ürün olarak algılanmalı mıdır? Aynı şekilde “*tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünler*” ifadeyle kastedilen nedir? Bu noktada CoğışKHK’da açıklık yoktur. Kanaatimizce bu durumda ikili bir ayırım yapmak gerekebilir. Eğer tescil edilen ürün, özünde hammadde olarak kullanılacak bir ürün değilse (örneğin *Hereke Yün El Halısı, Damal Bebeği* gibi) zaten bu tartışmanın dışındadır. Ama eğer tescil edilen ürün hammadde olarak kullanılacak nitelikteyse (örneğin *Pamuk, Üzüm, Patates* ve *Biber* gibi) bu ürünün işlenmesiyle elde edilen ürünleri de *sicilde belirtilen ürün* olarak değerlendirmek hem yasa koyucunun amacına hem de ulusal menfaatlere uygun olacaktır<sup>51,52</sup>.

50 Kanaatimizce bu hükmün yazılmasındaki esas amaç, tescil edilen coğrafi işaretlerin “*kullanımının ne şekilde olacağını*” tespit etmektir. Dolayısıyla bu hükümde, tescil edilen bir coğrafi işaretin hangi ürünler üzerinde kullanılacağı sorununa değinilmek istenmemiştir. Fakat kullanım şekli belirtilirken “*sicilde belirtilen ürünler*” ifadesinin kullanılması yasa koyucunun iradesini açıklaması bakımından önemlidir. Bu ifadenin yorumundan, tescilli işaretin sadece sicilde belirtilen ürünlerle sınırlı olarak kullanılması esasının kanun koyucu tarafından benimsendiği söylenebilir.

51 Mehaz 2081/92 sayılı Tüzükte hammaddelere ilişkin bir hüküm bulunmaktadır (m. 2/4). Şöyle ki, eğer bir ürünün hammaddesi o ürünün işlendiği yerden daha geniş ya da daha farklı bir bölgeden geliyorsa, hammaddenin işlendiği bölgenin sınırlarının belirli olması, hammaddenin üretiminde özel koşulların bulunması ve bu koşullara uyulduğunu garanti eden denetim düzenlemelerinin olması kaydıyla o ürün menşe adı olarak kabul edilebilir. Bu kapsamdaki hammaddeler sadece canlı hayvan, et ve sütten ibarettir. Diğer hammadde türleri m. 15’teki prosedüre uyularak kapsama alınabilir (m. 2/5). Bir coğrafi işaretin m.2/4’ten yararlanabilmesi için, kaynaklandığı ülkede menşe adı olarak kullanılmalı ya da böyle bir koruma yoksa ülkede geleneksel olarak itibar ve şöhret yapmış bir ürün olarak kullanılıyor olmalıdır. Görüldüğü gibi 2081/92 sayılı tüzük, bu bağlamda da ürün sınırlaması yapmaktadır.

52 Keza “*tescil kapsamındaki ürünleri andıran ürünler*” ifadesiyle işlenmiş

Ürün unsuru açısından önem arz eden bir diğer husus ise hizmetlerin coğrafi işaret olarak tescil edilip edilemeyeceği sorundur. Hizmetlerin de coğrafi işaret olarak tescil edilebileceğine ilişkin ne uluslararası sözleşmelerde, ne Avrupa Birliği düzenlemelerinde ne de Türk hukukunda bir hüküm vardır. Konuyla ilgili tartışmalar sürmekle beraber<sup>53</sup>, özellikle beşeri faktörlerin hizmetlere hususiyet katabileceği ve bu bağlamda hizmetlerin de (Örneğin Türk Hamamı) coğrafi işaret olarak tescil edilebileceği kanaatindeyiz<sup>54</sup>.

Değinilmesi gereken diğer bir husus ise CoğIşKHK ile sadece coğrafi işaretlerin değil geleneksel bilgilerin de (*Traditional Know-*

---

*ürünlerin* kastedilmediği, daha ziyade, örneğin *bal, pamuk* veya *şarap* için tescil edilen bir işaretin *reçel, ipek* veya *bira* için kullanılması gibi şekli benzerliklerin kastedildiği söylenebilir.

53 Rangnekar, s. 17. Yazar, TRIPS'te ürün unsurunu karşılamak üzere kullanılan "goods" kavramından esinlenerek hizmetlerin coğrafi işaret olarak tescil edilemeyeceğini belirtmektedir; Gervais, s. 191. Yazara göre, "product" kavramı yerine "goods" teriminin kullanılması, TRIPS'in hizmetleri bu bağlamda dışladığı anlamına gelir. Bununla birlikte yazar, bu kavram farklılığının bilinçsizce yaratılmış olabileceği, zira sözleşmenin Fransızca metninde "produit" ve İspanyolca metninde de "producto" kavramlarının kullanıldığını belirtmektedir. Dinwoodie/ Hennessey/ Perlmutter, s. 323. Yazarlar, Sözleşmede bu yönde bir sınırlamanın olduğunu, fakat m. 22/1'de "goods" teriminin kullanılmasının TRIPS'in genel yapısına aykırı olabileceğini ve özellikle turizm sahasında hizmetler için coğrafi işaretlerin kullanılabilceğini belirtmektedir. Tekinalp, Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, Güncelleştirilmiş, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 4. Bası, İstanbul 2005, s. 23. Yazar, CoğIşKHK m. 1 hükmünün sadece mallar için coğrafi işaretlerin tescil edilebileceği zannını uyandırdığını ancak coğrafi işaretlerin hizmetler için de kullanılabilceğini, kaplıca ve ılıcaların buna örnek olabileceğini belirtmektedir. Kanaatimizce kaplıca ve ılıcaları sadece "hizmet" olarak değerlendirmemek gerekir. Çünkü kaplıca ve ılıcalarda, o yörenin toprak ve mineral yapısı suya hususiyet katmaktadır. Dolayısıyla bu yerlerde ürün olarak "minerallerle zenginleşmiş su", hizmet olarak da bu suyun "sunum şekli" karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kaplıca ve ılıcalar sadece hizmet olarak ele alınmamalı, ürün ve hizmetin bir arada olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

54 Kanaatimizce hizmetlerin coğrafi işaret olarak tescil edilemeyeceğine ilişkin görüş hukuki mesnetten yoksundur. Keza bu sorun, coğrafi işaretler hukukunun mantığı ele alınarak çözümlenmelidir. Eğer bir hizmet, kökeni olduğu bölgeden hususiyet ve ayırt edicilik kazanıyorsa ve bu kökene atfedilen faktörler olmadığında hizmetin niteliği değişiyorsa söz konusu hizmeti coğrafi işaret olarak tescil etmek hukuk mantığının bir zorunluluğu olarak karşımıza çıkacaktır. Dolayısıyla CoğIşKHK'da bu yönde bir değişiklik yapılarak hizmetlerin de kapsama alınması gerekir. Yalnız burada bir hususa özellikle dikkat edilmelidir. Şöyle ki, hizmetler özünde insan çabasına dayandığı için ve bu çabanın sarf edilmesinin bir bölgeyle sınırlanması da mümkün olmadığı için hizmetlerin *mahreç işareti* olarak tescil edilmesi gerekir.

ledge) korunmakta olduğudur. Toplumların gündelik yaşamda edindikleri bilgilerin nesiller boyunca devam etmesi neticesinde söz konusu bilgilerin gelenekselleşmesinden bahsedilir. Gelenekselleşen ve o toplumu oluşturan bireylerce sosyal ve kültürel yaşamın bir parçası olarak algılanan bu bilgi ve deneyimler, üretim aşamasında da etkili olmakta ve bu bilgilere konu olan ürünlerin karakteristik özellik kazanmasında ve ayırt edilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Geleneksel bilgilerin korunmasının çoğunlukla coğrafi işaretlere veya haksız rekabete ilişkin düzenlemelerle sağlanmasına rağmen spesifik düzenlemelerin (*sui generis*) olduğu da görülmektedir<sup>55</sup>. Türk hukuku açısından spesifik bir düzenleme bulunmakla beraber en genel haliyle haksız rekabet hükümleriyle ve daha da özel olarak CoğışKHK ile geleneksel bilgilerin korunduğu söylenebilir. Fakat bunu mutlak manada bir koruma olarak algılamamak gerekir. CoğışKHK ile geleneksel bilgilerin ve folklor gibi kültürel değerlerin tamamı değil sadece *üretime yönelik olanları* korunmaktadır. Yani somut bir eşyada, bir üründe tecessüm eden geleneksel bilgilerin (örneğin, *Damal Bebeği*, *Soğanlı Bebeği*, *el halıları* ve *Erzincan Bakır İşlemeciliği* gibi) CoğışKHK ile korunması mümkün olacak; buna mukabil bir üründe tecessüm etmeyenlerin korunması ise bu aşamada söz konusu olmayacaktır.

Geleneksel bilgilerin CoğışKHK ile korunması ilk olarak m. 1'de karşımıza çıkmaktadır. CoğışKHK m.1'de belirtilen kategoriler içinde, geleneksel bilgilerin en çok tecessüm ettiği ürünler *el sanatları* ürünleridir. İşte el sanatları ürünlerinin koruma kapsamına alınmasıyla geleneksel bilgilere bu bağlamda önemli bir koruma sağlanmıştır.

Geleneksel bilgilerin CoğışKHK ile korunmasının diğer bir örneği m. 3 hükmüdür. Coğrafi işaretlere ilişkin temel kavramların ve CoğışKHK'da geçen bazı kavramların tanımının verildiği bu maddede, menşe adı tanımlanırken "(...) tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün (...)" ifadesi kullanılarak ürünün hu-

<sup>55</sup> Örneğin, Liechtenstein, Peru, İsviçre, Brezilya, Guatemala, Panama ve Filipinler gibi ülkelerde geleneksel bilgilerin korunması için özel düzenlemeler bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Rangnekar s. 17; WIPO, Survey on Existing Forms of Intellectual Property Protection For Traditional Knowledge (GRTKF/IC/2/5), <http://www.wipo.int/tk/en/questionnaires/ic-2-5/index.html> (23.06.2005).

susiyet kazanmasında *beşeri faktörlerin* de etkisi vurgulanmıştır. Burada "*beşeri unsurlar*" ifadesiyle kastedilen şüphesiz ki ürüne hususiyet ve ayırt edicilik kazandıran ve üretim aşamasında etkili olan bilgi, beceri ve deneyimlerdir.

### III. Sonuç

Fikri ve sınaî mülkiyet hukukunun, gerek ulusal gerekse uluslararası arenada henüz tam olarak açıklığa kavuşturulamayan bir alanını teşkil eden coğrafi işaretler hukuku, ürün ve iklim çeşitliliğinin söz konusu olduğu, başta dokuma ve el sanatları olmak üzere birçok sektörde geleneksel bilgilerin etkili olduğu Türkiye'de önemle ele alınması gereken bir hukuk dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Coğrafi işaretler hukukunun ülkemizdeki gelişimi esas olarak uluslararası sözleşmelere ve Avrupa Birliği düzenlemelerine dayandığından CoğışKHK'nın sistematiği ve felsefesi de söz konusu düzenlemelerle benzerlik arz etmektedir. Bu benzerliklerden biri de hangi ürünlerin koruma kapsamında olacağını belirten m.1 hükmüdür. Bu hükümde, CoğışKHK tarafından korunacak ürünleri için beş kategori sayılmakta ve CoğışKHK'nın aradığı koşulları sağlaması kaydıyla, sadece bu kategoriye giren ürünlerin korumadan yararlanacağı belirtilmektedir. Korunacak ürünlerin bu kategorilerle sınırlanması, hem ürün zenginliğinin söz konusu olduğu ülkemizde yetersiz kalacak hem de kategori dışındaki ürünlerin de tescil edilmesi yoluyla CoğışKHK ile çelişkiye yol açacaktır. Keza şu an itibariyle *Siirt Perde Pilavı, Sivas Kangal Köpeği, Adana Kebabı ve Gemlik Türk Atı* gibi birçok tescilli ürün aslında m. 1'de belirtilen kapsama girmemektedir. Dolayısıyla hem bu tür çelişkilere mahal vermemek için hem de ulusal değerlerimizi daha iyi koruyabilmek için m. 1'de yer alan sınırlama kaldırılmalı ve onun yerine *kökeninden hususiyet kazanabilecek ve ticari amaçlı olarak kullanılacak bir ürün olma* kriteri aranmalıdır. Bu esasların benimsenmesiyle hem korunabilecek ürünler daha geniş bir çerçevede ele alınabilecek hem de bir yöreyle özdeşleşmesinden başka bir özelliği olmayan kültürel ve geleneksel unsurların tescili engellenebilecektir.

Coğrafi işaret olarak tescil edilmiş bir ürünün işlenmesiyle elde edilen ürünlerde tescilli coğrafi işaretin kullanılmasının mümkün olup olmadığı hususu tartışmaya açılacak mahiyettedir. Kanaatimizce coğrafi işaret olarak tescil edilen ürünlerin işlenmesi-

le elde edilen yeni ürünlerde tescilli işaretin kullanılması kural olarak mümkün olabilmelidir.

Sadece mallar değil hizmetler de kökeni olduğu bölgeden hususiyet kazanabilir. Dolayısıyla hizmetleri de coğrafi işaret olarak tescil edebilmek mümkün olmalıdır. Bu nedenle yapılacak değişikliklerle hizmetler de açıkça kapsama alınmalıdır.

CoğışKHK'da beşeri unsurların da ürünlerin hususiyet kazanmasında etkili olabileceği haklı olarak kabul edilmiş ve bu vesile ile geleneksel bilgiler de koruma altına alınmıştır. Fakat burada geleneksel bilgiler, bir ürüne hususiyet katmış olması şartıyla ve ürünün korunması dolayısıyla korunabilmektedir. Dolayısıyla CoğışKHK'da sadece üretim aşamasında etkili olan bilgi, beceri ve deneyimler korunmakta bunun dışındakiler korumadan yararlanamamaktadır. Her ne kadar dünya genelinde geleneksel bilgilerin çoğunlukla coğrafi işaretlere ilişkin hükümlerle korunması yolu benimsemişse de, geleneksel bilgiler için de *sui generis* bir düzenleme kabul edilmelidir.



## KAYNAKÇA

- Addor**, Felix / **Grazioli**, Alexandra, *Geographical Indications beyond Wines and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO Trips Agreement*, **The Journal of World Intellectual Property**, Vol: 5, No: 6, Geneva 2002
- Arı**, Zekeriyya, *Coğrafi İşaret Kavramı ve Coğrafi İşaretlerin Tescili*, **Ömer Toman'a 55. Yaş Günü Armağanı**, C.I, İstanbul 2002.
- Blakeney**, Michael, **Geographical Indications and TRIPS**, Friends World Committee For Consultation, Quaker United Nations Office – Geneva, <http://www.geneva.quno.info/pdf/OP8%20Blakeney.pdf> (29.4.2005).
- Dal**, Seniha, **Geographical Indications in The European Union and Turkey**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü, İstanbul 2001.
- Dinwoodie**, Graeme B. / **Hennessey**, William O. / **Perlmutter**, Shire, **International Intellectual Property Law and Policy**, 2001.
- Escudero**, Sergio, **International Protection of Geographical Indications and Developing Countries**, Trade - Related Agenda – Development and Equity (T.R.A.D.E.) Working Paper Nr:10, South Centre 2001, <http://www.southcentre.org/publications/geoindication/geoindications.pfd> (12.05.2004).
- Gervais**, Daniel, **The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis**, 2nd. Ed. London 2003.
- Höpperger**, Marcus, **Introduction to Geographical Indications and Recent Developments in the World Intellectual Property Organization (WIPO)**, [www.wipo.int/meetings/2003/geo-ind/en/documents/index.htm](http://www.wipo.int/meetings/2003/geo-ind/en/documents/index.htm) (11.04.2004).
- İlgaz**, Deniz, *Coğrafi İşaretlerin Kullanılması: Dünyada ve Türkiye'de Durum*, **Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Dergisi**, C. 4, S. 1-2.

- Knaak**, Roland, *The Protection of Geographical Indications According to the TRIPS Agreement, From GATT to TRIPS*, IIC Studies, Vol. 18, Max Planck Institute, Munich 1996.
- Rangnekar**, Dwijen, **Geographical Indications – A Review of Proposals at The TRIPS Council: Extending Article 23 to Products Other Than Wines and Spirits**, UNCTAD – ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No: 4, France 2003, [http://www.ictsd.org/pubs/ictsd\\_series/iprs/CS\\_rangnekar.pdf](http://www.ictsd.org/pubs/ictsd_series/iprs/CS_rangnekar.pdf) (29.04.2005).
- Tekinalp**, Ünal, **Fikri Mülkiyet Hukuku**, Güncelleştirilmiş, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 4. Bası, İstanbul 2005.
- TÜSİAD**, **Fikri Mülkiyet Hakları Alanında Gündemdeki Konular**, Yayın No: TÜSİAD-T/2004/ 12-385, İstanbul 2004.
- Yıldız Coşkun**, Asu, **Coğrafi İşaretler**, TPE Uzmanlık Tezi, Ankara 2001.
- WIPO**, **Possible Solutions For Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications and For Conflicts Between Homonymous Geographical Indications (SCT/5/3)**, [http://www.wipo.int/sct/en/documents/session\\_5/doc/sct5\\_3.doc](http://www.wipo.int/sct/en/documents/session_5/doc/sct5_3.doc) (12.05.2004).
- WIPO**, **Survey on Existing Forms of Intellectual Property Protection For Traditional Knowledge (GRTKF/IC/2/5)**, <http://www.wipo.int/tk/en/questionnaires/ic-2-5/index.html> (23.06.2005).