

Makale Geliş Tarihi**27.11.2025****Makale Yayın Tarihi****20.12.2025****Yerel ekonomik kalkınmada coğrafi işaretler: Güney ege (Tr32) örneği¹**

Geographical Indications in Local Economic Development: The South Aegean (Tr32)
Example

Fatma Neval GENÇ¹, Sinem BAYAR², Neslihan SAVAÇ³

¹Prof.Dr., Adnan Menderes Üniversitesi İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Orcid: [0000-0003-2014-2113](https://orcid.org/0000-0003-2014-2113)

²Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Orcid: [0000-0003-3373-3326](https://orcid.org/0000-0003-3373-3326)

³Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Orcid: [0009-0003-3916-2402](https://orcid.org/0009-0003-3916-2402)

Özet

Bu çalışma, son yıllarda Türkiye’de giderek daha fazla önem kazanan coğrafi işaretlerin yerel ekonomik kalkınmadaki rolünü Güney Ege Bölgesi (Aydın, Muğla, Denizli) örneği üzerinden incelemektedir. Araştırmanın temel amacı, bölgedeki coğrafi işaretli ürünlerin yerel yönetimler tarafından ne ölçüde sahiplenildiğini ortaya koymak, tescil süreçlerine hangi kurumların öncülük ettiğini belirlemek ve coğrafi işaretlerin sosyo-ekonomik gelişmeye katkı potansiyelini değerlendirmektir. Bu kapsamda çalışma, hem Türkiye’deki yasal–kurumsal yapıyı hem de uluslararası iyi uygulamaları karşılaştırmalı biçimde ele alarak literatürde eksik olan kamu yönetimi ve yerel yönetimler boyutuna odaklanmaktadır.

Coğrafi işaretler, ürünün ait olduğu bölgeyle kurduğu güçlü bağ sayesinde kaliteyi garanti eden, kültürel mirası koruyan ve yerel üreticilerin rekabet gücünü artıran önemli araçlardır. Çalışmada ayrıca coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri (fiyat artışı, üretim hacminde büyüme, istihdam artışı, vergi gelirlerinin yükselmesi), sosyo-kültürel etkileri (yerel iş birliğinin gelişmesi, göçün azalması, turizm çekiciliğinin artması) ve yerel markalaşmaya katkıları ortaya konulmaktadır. Çalışma aynı zamanda çeşitli uluslararası örnekleri inceleyerek, başarılı coğrafi işaret yönetiminde iş birliği, güçlü kurumsal yapı, etkin denetim ve pazarlama faaliyetlerinin belirleyici olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın bulguları, üç il arasında belirgin farklar olduğunu ortaya koymaktadır. Aydın’da coğrafi işaret bilinci yüksek olup özellikle incir başta olmak üzere birçok ürün oda ve borsalar tarafından tescil edilmiştir; belediyelerin de belli ölçüde aktif olduğu görülmektedir. Denizli’de ise özellikle ilçe belediyelerinin (örneğin Çameli ve Tavas Belediyeleri) tescil süreçlerinde oldukça aktif olduğu, büyükşehir belediyesinin ise bu alanda düşük etkinlik gösterdiği tespit edilmektedir. Muğla’da ise toplam coğrafi işaret başvurusu fazla olmasına rağmen belediyelerin tescil faaliyetlerine sınırlı katkı sunduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, üretici birlikleri ve

1030

¹ Bu makale 12-14 Aralık 2025 tarihleri arasında Girne Üniversitesinde düzenlenen VIII. Uluslararası Akdeniz Bilimsel Araştırmalar Kongresinde “Yerel Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretler: Güney Ege Örneği” isimli başlıkla sunulan bildirinin tam metin hâlidir.

kooperatiflerin güçlü olduğu ülkelerin aksine, Türkiye’de yerel üreticilerin ve kooperatiflerin sürece yeterince dahil olmadığını göstermektedir.

Sonuç olarak çalışma, coğrafi işaretlerin Güney Ege kentleri için önemli bir ekonomik ve kültürel potansiyel barındırdığını, ancak bu potansiyelin tam olarak değerlendirilebilmesi için yerel yönetimlerin daha bilinçli, koordineli ve aktif olması gerektiğini vurgulamaktadır. Etkin bir denetim sistemi, üretici örgütlenmesinin güçlendirilmesi ve ürünlerin ulusal, uluslararası pazarlarda daha görünür kılınması bölgesel kalkınma açısından kritik görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Coğrafi İşaret, Aydın, Denizli, Muğla, Yerel Yönetimler

Abstract

This study examines the role of geographical indications, which have become increasingly important in Turkey in recent years, in local economic development through the example of the Southern Aegean Region (Aydın, Muğla, Denizli). The primary objective of the study is to reveal the extent to which local governments embrace geographically indicated products in the region, to determine which institutions lead registration processes, and to assess the potential contribution of geographical indications to socio-economic development. In this context, the study focuses on the dimension of public administration and local government, which is lacking in the literature, by comparatively examining both the legal and institutional structure in Turkey and international best practices.

Geographical indications are important tools that guarantee quality, preserve cultural heritage, and enhance the competitiveness of local producers through the strong connection they establish with the region of origin. The study also explores the economic impacts of geographical indications (increased prices, growth in production volume, increased employment, and increased tax revenues), socio-cultural impacts (development of local cooperation, reduction of migration, and increased tourism attractiveness), and their contribution to local branding. The study also examines various international examples, demonstrating that successful geographical indication management is driven by collaboration, a strong institutional structure, effective oversight, and marketing activities.

The study's findings reveal significant differences between the three provinces. In Aydın, awareness of geographical indications is high, and many products, particularly figs, have been registered by chambers and commodity exchanges. Municipalities also appear to be somewhat active. In Denizli, district municipalities (e.g., Çameli and Tavas) are particularly active in the registration process, while the metropolitan municipality demonstrates low activity in this area. In Muğla, despite a high number of geographical indication applications, municipalities appear to make limited contributions to registration activities. This suggests that, unlike in countries where producer associations and cooperatives are strong, local producers and cooperatives in Turkey are not sufficiently involved in the process.

In conclusion, the study emphasizes that geographical indications hold significant economic and cultural potential for the cities of the Southern Aegean, but that to fully utilize this potential, local governments must be more aware, coordinated, and active. An effective inspection system, strengthening producer organizations, and making products more visible in national and international markets are considered critical for regional development.

Keywords: Geographical Indication, Aydın, Denizli, Muğla, Local Governments

1.GİRİŞ

Dünyadaki² benzer gelişmelere paralel biçimde Türkiye’de de ürünlerin kaynağına ve coğrafi işaretlere olan ilgi artmıştır. Bu anlamda coğrafi işaretli ürünlerin tescili konusunda son yıllarda önemli³ bir farkındalık oluşmuştur. Coğrafi işaretler belli bir kent veya bölgeyle özdeşleşmiş, bölge tanıtımına katkı sağlamak yanında kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında, rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir role sahiptir.

Coğrafi işaretler (Cİ) konusu, literatürde hukuki, kültürel ve sosyo-ekonomik boyutları çerçevesinde incelenmektedir. Hukuki açıdan konu Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları çerçevesinde ele alınmaktadır. Coğrafi işaretlerin kültürel boyutunda, kültürün korunması, yaşatılması ve sürdürülebilirliği temel amaçtır. Ekonomik açıdan Cİ ile, tescilli ürünlerin küresel, ulusal ve yerel ölçekte ekonomik değer kazanması ve mevcut ekonomik değerinin başta ihracat olmak üzere tanıtım ve pazarlama yoluyla artırılmasını hedeflenmektedir.

Bu çalışmada Cİ işaretli ürünlerin özellikle ikinci ve üçüncü boyutundan hareket edilmekte, Cİ ürünlerin yerel seviyede ekonomik ve sosyo-kültürel kalkınma ve gelişmeye ilişkin rolleri üzerinde durulmaktadır.

Yerel yönetimlerin görevlerinden biri de yerel ölçekte kentin sosyo-ekonomik kalkınmasının sağlanmasıdır. Coğrafi işaretli ürünlerin tescil edilmesi, bu şekilde katma değer kazanması bu anlamda yerel, kırsal kalkınmada, istihdam ve gelir kaynağı sağlamada önemli bir unsur olarak değerlidir. Cİ tescili aynı zamanda ürünün üretiminin korunması, kayıt altına alınması ve sürdürülebilirliğini de sağlar. İlaveten, kentlerin tanıtılması ve kent kimliğinin korunması görevleri ile alakalı olarak coğrafi işaretli ürünlerin tespit edilip korunması önem taşımaktadır. Nitekim, kentlerin tanıtılmasında, turizm fonksiyonlarında, turizmin geliştirilmesinde de yerel yönetimlerin önemli rolü vardır. Son yıllarda turizm alanında yaşanan eğilimlere bakıldığında da özellikle özgünlük, farklılıkların temel çekicilik unsuru olarak tercih edildiği görülmektedir.

Bu çalışmada yerel yönetimlerin sosyo-ekonomik kalkınmasında coğrafi ürünlerin önemli bir yeri ve potansiyeli olduğu fikrinden hareket edilmektedir. Zira, yerel yönetimlerin, kentlerin markalaşması, tanıtılması ve mevcut varlıklarını ekonomik değere dönüştürmek ve bu mirasın gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak amaçlarıyla uyumlu biçimde coğrafi işaretli ürünlerin önemli bir rolü vardır.

Dünyadaki benzer gelişmelere paralel biçimde Türkiye’de de ürünlerin kaynağına ve coğrafi işaretlere olan ilgi artmıştır. Bu anlamda coğrafi işaretli ürünlerin tescili konusunda son yıllarda önemli bir farkındalık oluşmuştur. Bu başvurularda bazı kentler oldukça öndedir. Başvuruları yapan kurumlar içinde belediyeler ilk sırada gelmektedir. Oda ve borsaların ise onları takip ettiği söylenebilir. Buna rağmen, belediye ve büyükşehir kanunlarında da bu yönde görevler verilmesine karşın genel olarak belediyelerin coğrafi işaretli ürünlerin kentlerin tanıtılması ve nihayetinde sosyo-ekonomik kalkınmadaki potansiyelini daha da artırdığı düşünülmektedir.

Buradan hareketle bu çalışmada amaç Güney Ege Bölgesinin 3 büyük kentinde, aynı zamanda Güney Ege Kalkınma Ajansının (TR32) faaliyet bölgesini oluşturan, Aydın, Muğla ve Denizli’de tescil edilmiş ve edilmeye aday coğrafi işaretli ürünleri incelemek, bu üç kentteki çabaları karşılaştırmak ve bu tescillerde yerel yönetimlerin ne ölçüde yer aldığını ortaya koymaktır.

² Küresel ölçekte bu konuda faaliyet gösteren örgüt, Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı (World Intellectual Property Organization-WIPO’dur.)

³ https://www.yucita.org/page_15_Kulturel-Boyut

Ele aldığı konu itibariyle çalışma, kamu yönetimi, yerel yönetim çalışmaları açısından bakıldığında, önceden hiç çalışılmamış bir alandır. Literatürde⁴ diğer disiplinlerden Cİ konusunda yapılmış çalışmalarda da TR32 ölçeğinde yapılmış bir çalışma bulunmamaktadır. Literatürde konunun daha çok turizm, kısmen ziraat alanlarında çalışıldığı görülmektedir.

Örneğin, Durusoy (2017) çalışmasında Kars örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin, kırsal destinasyonlarda kalkınmaya ve bölge halkının bilinçlenmesine katkı sağladığını belirtmiştir. Altınar (2017) bir turizm faktörü olarak coğrafi işaretleri ele almış ve dünyadaki örnekleri yanında Türkiye’de coğrafi işaretlemenin bölgelerdeki rekabete ve turizme olumlu yansıdığını ifade etmiştir. Acar (2018) çalışmasında Türkiye’de en fazla coğrafi işaret tescili bulunan illerin sırasıyla Şanlıurfa, Gaziantep ve İzmir olduğunu tespit etmiştir. Karakulak (2016), Suna ve Uçuk (2018) ile Keskin (2019) coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon pazarlamasına etkisini araştırmıştır. Hazarhun ve Tepeci (2018), Ceylan ve Samırkaş-Komşu (2020) çalışmalarında Cİ tescili alan ürünlerin gastronomi kültürünün yansıtılmasında ve gastronomi turizminin gelişiminde etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Konuyu yerel ekonomik kalkınma açısından ele alan bazı çalışmalar da vardır. Gökovalı (2007) ulusal ölçekte Cİ tescilinin ekonomik faydalarının ortaya çıkabilmesi için kurumsal altyapının ve pazarlama stratejilerinin öneminden bahsetmektedir. Kan ve Gülçubuk (2008) bir kırsal kalkınma aracı olarak Cİ’lerin ekonomik denge oluşturma, koruma ve pazarlama aracı olarak potansiyele sahip olduğunu belirtmektedirler. Çalışkan ve Koç (2012) ulusal ölçekte Cİ potansiyeli olan 2500’den fazla yöresel ürün olduğunu belirtmektedir. Çukur ve Çukur (2017) Muğla örneğinde Cİ işaretli ürünleri incelemiştir. Olgun ve Sevilmiş (2017) çalışmalarında Türkiye’de Cİ potansiyelinin yüksek olmasına rağmen, tescil sayısının düşük olduğu, dolayısıyla kırsal kalkınma, istihdam, ihracat geliri potansiyelinin de ortaya çıkmadığını değerlendirmektedir.

1033

Kamu yönetimi ve yerel yönetimler alanına yakın çalışmalardan bazıları ise şöyledir; Akkuş ve Küçükahmetoğlu (2022) çalışmalarında yerel yönetimlerin internet sayfaları üzerinden coğrafi işaretli ürün tanıtımlarını incelemişlerdir. Çalışmada Kastamonu, Çankırı ve Sinop belediyelerinin web siteleri coğrafi işaretli ürün bilgisi paylaşımları açısından incelenmiş ve destinasyon rekabetçiliği ve yönetimi açısından kıyaslanmıştır. Kızıllarslan ve Hızarcı (2022) Cİ tescili bulunan Erbaa asma yaprağını inceledikleri çalışmalarında ürünün tescil öncesi 500 ton ihracatı yapılırken tescil aldıktan sonra 2018 yılında 10 bin tona yakın üretiminin ve 2 bin ton ihracatının gerçekleştiğini; ürünün yörede yaklaşık 50 milyon TL gelir yarattığını belirtmişlerdir. Denk ve Bilici (2023) yerel yöneticilerin Cİ sistemi hakkındaki bilgi ve farkındalıklarını ortaya koymak, uygulamalar hakkındaki görüşlerini belirlemeye çalıştıkları çalışmalarında, yerel yöneticilerin⁵ Cİ bilgi ve farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu, standart üretimin sağlanamaması, denetim problemleri ve etiket uygulama eksikliklerini sistemin aksayan tarafları olarak gördüklerini ortaya koymuştur.

Bu çerçevede çalışmada öncelikle coğrafi işaretlere dair kavramsal çerçeve çizildikten sonra dünyada farklı ülkelerde bu konudaki yasal ve kurumsal düzenlemeler, iyi uygulama örnekleri incelenmiş, ardından Türkiye’de coğrafi işaret konusu yasal, kurumsal düzenlemeler, ilgili paydaşlar ve rolleri çerçevesinde ele alınmıştır. Nihayetinde çalışmada Aydın, Muğla ve Denizli’de yerel yönetimlerin Cİ tesciline ilişkin uygulamaları Türk Patent verileri, belediye web sayfaları ve stratejik planları üzerinden incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

⁴ <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/y%C3%B6k-tezleri>

⁵ TKDK İl Koordinatörü, belediye başkanı, İl Kültür Turizm Müdür, oda ve borsa başkanları,

2.Yerel Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlemenin Yeri

Coğrafi işaret tescili fikrinin ortaya çıkması ile alakalı birkaç farklı görüş ortaya atılmıştır (Demir, 2020); bunlardan ilkinde göre, coğrafi işaretler 12. Yüzyılda Orta Avrupa ve İngiltere'deki dokumacıların ürünlere özellik katan coğrafyaların belirlenmesi ve etiketlenmesi yoluyla; koloniler arasında baharat ve benzer egzotik ürünlerin ticaretinin yapılmasında coğrafi kökenleri ile ürün bağının kurulmasında kullanılmıştır. Bu şekilde belli bir coğrafi bölgeyi belirten ve kökeni olan işaretlere sahip bu ürünlerin ticareti yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu konudaki ikinci görüş ise, sanayi toplumu öncesinde göç eden toplulukların gittikleri yerlerde ürünlerin ayırt edici özelliği ve kalitesini gösterir şekilde aynı üretim faaliyetini sürdürmeleri ve aynı işaretleri kullanmaları ile coğrafi işaretlerin ortaya çıktığıdır. Nitekim sanayi toplumuna geçilmesi ile ürünlerin işaretlenerek ayrıştırılması ve markalaşma bu uygulamaların yerini almıştır.

6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanununa göre (2017) (m.34) coğrafi işaret; “Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir.”. Türk Patent’e göre, coğrafi işaret, “tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretidir”⁶.

Coğrafi işaretler menşe adı veya mahreç işareti, olarak farklılaşır. Kanuna göre Menşe adı (m.34) “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”, mahreç işareti “Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlardır. Geleneksel ürün adı 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... a) Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması, b) Geleneksel ham madde veya malzemeden üretilmiş olması” durumlarından en az birini sağlaması halinde tanımlanan ürünlerdir.”

Coğrafi işaret tescilinin şu etkileri/faydaları sağladığı düşünülmektedir (GEKA, 2018): Cİ tescili, gelenekselliği, ham maddesinin o yöreden elde edilmesi, belli bir yöre, alan, bölge, ülke ile özdeşleşmiş, yerel niteliklere bağlı olması nedeniyle belli bir üne sahip ürünlerin korunmasını sağlar; ürünün kalitesini belirtir ve korur; ürünün üretim metodunun ve kalite standartlarının yasal olarak da korunmasını sağlar; ürün için ayırtedici bir özellik sağlar, ürünün coğrafi kaynağını belirler; ürünün pazarlanmasında bir ayrıcalık oluşturur; geleneksel bilgiyi korur; turizme katkı sağlar; ürünün taklit edilmesini engeller; ürünün piyasa değerini, fiyatını artırır; küresel ölçekte ürünün ve ülkenin tanıtım ve prestijine katkı sağlar; yerel ekonomi, yerel ve kırsal kalkınmayı destekler ve kırsal nüfusu korur.

Coğrafi işaret tescili ürüne kimlik kazandırırken, farklılaştırılmasına, özgünlük kazandırılmasına, yerel üreticilerin markalaşmasına, ticari kazanç elde etmelerine vesile olur. Cİ'in ekonomik etkileri istihdam ve gelir sağlama amaçlı iken, iş birliğinin gelişmesi, sosyal sermayeyi (güven, dayanışma, sosyal ağ vb.) de artırır.

Uygulamada coğrafi işaretler, özellikle sanayinin fazla gelişmiş olmadığı yerlerde ulusal, yerel ve kırsal kalkınmaya katkı sağlayan araçlar olarak düşünülmektedir. Bu anlamda

⁶ <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret>

özellikle az gelişmiş bölgelerin ekonomik kalkınmasında, küçük üreticiler için coğrafi işaret tescili bir fırsat oluşturmaktadır. Örneğin AB ölçeğinde değerlendirildiğinde coğrafi işaretleme yönelmede kırsal alanların geliştirilmesi, kültürel mirasın korunması, yerel ekonomilerin canlandırılması gibi amaçların temelinde ekonomik gerekçeler yatmaktadır.

Cİ tescilinden beklenen faydaların açığa çıkması için bazı koşulların sağlanması gerekir. Bu anlamda coğrafi işaretlemede başarı kriterleri: iş birliği, güçlü organizasyonel ve kurumsal yapılar, tanıtım ve pazarlama olarak sayılabilir.

Tablo 1: Coğrafi işaret tescilinin etkileri/faydaları

Sosyo-kültürel ve dolaylı etkiler
-Yerel ve bölgesel iş birliği kültürünün gelişmesi (tescil tüm üretim yapanlar için geçerlidir, ortak amaçla hareket etmeyi, çalışmayı gerektir), -Göçün önlenmesi ve tersine göçün artması (turizm ve diğer yan sektörlerin gelişmesi ve yeni iş alanlarının ortaya çıkması, hayat kalitesinin artması, kişi başına gelirin artması), -Bölgesel tanıtım; -Turizm ve yerel mutfakların/gastronominin öne çıkması
Ekonomik ve doğrudan
-Fiyat, üretim ve gelir artışı -İşsizliğin azalması ve istihdam artışı (girişimcilik kültürünün gelişmesi vb.) -Vergilerde artış - Kayıt dışı çalışmanın azalması, -Altyapının gelişmesi (ulaşım, haberleşme, geçici konaklama, ilave kalıcı konut ihtiyacını karşılamak için yapılan altyapı yatırımları

Kaynak: Demir, 2020'ye dayanarak yazar tarafından tablolastırılmıştır.

Cİ tescilinin faydalarının görünür olduğu bazı somut örnekler ortaya konulabilir. Örneğin Cİ tesciliyle **ulusal, yerel, kırsal ekonomik kalkınmaya örnek olabilecek bazı iyi uygulama örneklerinden**⁷ söz edilebilir. Hindistan, %98'ini ihraç ettiği, yarısı kadın olmak üzere 52 bin kişiye istihdam sağlayan önemli bir ekonomik değeri olan **Darjeeling Çayına** uluslararası düzeyde marka ve Cİ koruması almak için yaklaşık 200 bin Amerikan Doları harcamıştır (Tepe, 2008). **Cao Phong Portakalının Cİ** tescili sonrasında talebin artması üzerine üretim yapılan bölgede barajlar yapılmış, sulama sistemleri, yollar yenilenmiştir. Benzer şekilde **Ardahan Çiçek Balı'nın** 2017 yılında tescil almasından sonra üreticilere eğitim verilmiş, böylece üretici ve ürün miktarı artmıştır. Bu amaçla 2018 yılında CarrefourSA ile yapılan "Arı Varsa Hayat Var" Projesi hayata geçirilmiştir. **Comte Peynirinin Cİ** koruması alması üreticilerin karlılığını %32, istihdamı 5 kat artırmıştır. Fas'ta **Argan Yağı Cİ** tescili ile kadınlar ağırlıklı olmak üzere 2 milyon kişiye istihdam sağlamıştır. Cİ tescili ürünlerin fiyatını da artırmaktadır. Örneğin **Toscana Yağı**, diğer yağlara göre %20 pahalı iken, **Fransız Bresse Kümes Hayvanları** diğer kümes hayvanlarına göre 3-4 kat daha pahalıdır (Demir, 2020).

İyi iş birliği mekanizmalarına da bazı somut örnekler verilebilir. Meksika'da **Cotija Peynirinin** korunması için, öncelikle Cotija kasabasında yerel halkta farkındalık oluşturulmuş ve halk teşvik edilmiş, ardından 2001 yılında 93 üretici ile Cotija Peyniri Bölgesel Üreticileri Birliği (ARPQC) kurulmuştur. 2003 yılında birlik ürünle alakalı bölgesel bir strateji

⁷ <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/ba%C5%9Far%C4%B1-hikayeleri>

geliştirilmesi için daha geniş bir paydaş grubunu (üreticiler, araştırmacılar, yerel liderler, diğer profesyoneller, bölgesel ve ulusal kamu kurumları) içeren bir sivil toplum kuruluşu kurmuş, tanıtım ve pazarlama bunun üzerinden yürütülmüştür (Yılmazbilen, 2020). **Kore’de yeşil çay** sanayisi bölgesel kalkınmanın en önemli aracı olarak konumlandırılmış, bu amaçla yerel yönetim kapsamlı bir inovasyon planıyla ilgili tüm paydaşlar arasında (üniversiteler, araştırma enstitüleri, Kore Fikri Mülkiyet Vakfı ve Boseong yeşil çay üreticileri Birliği) bir ağ oluşturulmuş; Kore Sanayi Bakanlığı da çay işletmelerini idari, finansal ve yenilik anlamında desteklemek amacıyla Bölgesel İnovasyon Sistemi adında bir proje başlatmıştır. **Peru’da “Maiz Blanco Gigante Cusco”** adıyla 2006 yılında ülkede ilk tescil edilen ürün olan ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından yönetilen Lizbon Sistemi’ne kaydedilen ürünün sadece 3 şehirde üretimine izin verilmektedir. 2001-2008 döneminde hükümet ve ilgili kurumların iş birliği ile bir proje yapmış ve bununla kırsal kalkınma fonları artırılmış, ürünün üretildiği yöreler desteklenmiş, kadınların işgücüne katılması, yöreyi tanıtmak ve çiftçilere yatırım fırsatı vermek amaçlanmıştır. İlerleyen dönemde üründen sorumlu yönetim uluslararası ajanslarla da iş birliği yapılmaya başlamış; İsviçre Kalkınma ve İş birliği Ajansı ile yapılan bir projede yönetim bünyesindeki çiftçilere üretim ve tedarik aşamasında hem lojistik hem de finansal destek sağlanmış, bu sayede üreticiler yeni pazar araştırmaları ile erişebildikleri pazarları da arttırmaya başlamışlardır (Demir, 2020). **Kars Kaşarı** Cİ tescili aldıktan sonra üretici sayısı, pazarda bilinirliği ve satışları artmıştır. Reis Gıda ve METRO Toptancı Market’in ortak yürüttüğü proje ile **Taşköprü Sarımsağı** üreticilerine satın alma sözü verilmiş ve ürünleri için dünya standartlarındaki kaliteli üretimin göstergesi olan ve ürünün tüm Avrupa pazarında satılabilmesini sağlayan GLOBAL G.A.P. sertifikası almaları istenmiştir. Üretim aşaması tamamlandığında ürünler belirtilen firmalar tarafından satın alınmış ve üreticinin geliri artmıştır (Yılmazbilen, 2020).

İyi tanıtıma örnek olarak; AB’de 2002 yılında menşe adı olarak tescillenen **Espelette Biberi** verilebilir. Ürünle alakalı olarak Chili Espelette Müzesini her yıl 30.000 kişi ziyaret etmekte, üreticiler arasında yarışmalar düzenlenmekte, ünlü restoranlarda çalışan şefler yöreye davet edilmektedir. **Cognac’ın** tanıtımı ve kötüye kullanımların engellenmesi için AB’nin finanse ettiği tanıtım faaliyetleri ile sahte Cognac’lara karşı kampanyalar, tadım eğitimleri, basın toplantıları düzenlenmiştir. AB’de 2016 yılında tescillenen **Kampot Biberi’nin** (G. Kamboçya) tanıtımında da Kampot Biberi Tanıtım Derneği (üreticiler, ilgili paydaşlar) ile yurtdışı sergileri, broşürler, afişler, videolar, web sitesi, radyo, televizyon, dergi ve diğer medya unsurları kullanılmıştır. Bunların yanında **Enjoy It’s From Europe Projesi** kapsamında genel olarak AB’deki tarım ürünlerinin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. 2015 Cİ tescili alan **Kars Kaşarının** tanıtımı için üreticilerle coğrafi işaretin önemini anlatan toplantılar gerçekleştirilmiş, yerel ve ulusal medyada ürünün üretimi ve kendine has özellikleri anlatılmış, logo tasarımı için yarışma, tadım şenliği, panelist eğitimleri, uluslararası katılımlı sempozyumlar, ulusal ve uluslararası fuarlarda tanıtım yapılmış, web sayfası hazırlanmış, çeşitli broşürler ve el ilanları dağıtılmış ve Anadolu Peynirleri Kars Buluşması gerçekleştirilmiştir (Yılmazbilen, 2020).

3.Coğrafi İşaretleme: Küresel Düzenlemeler ve Farklı Ülkelerden Örnekler

Uluslararası ticaretin yaygınlaşmasıyla coğrafi işaretler konusu önem kazanmış, bu amaçla çeşitli uluslararası anlaşmalar yapılmıştır. Bunlar içinde Türkiye Sınai Mülkiyetin Korunması Hakkında Paris Sözleşmesi (1883, coğrafi işaretlere dair ilk uluslararası sözleşmedir), Sahte veya Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesi Hakkında Madrid Anlaşması (1891, sadece coğrafi işaretleri konu alan ilk uluslararası düzenlemedir), Menşei Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescili Hakkında Lizbon Anlaşmasına (1958, WIPO tarafından uygulanan anlaşma ile menşei kavramı ilk kez bir uluslararası düzenlemede tanımlanmıştır), Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması-TRIPS’e (1994, Dünya

Ticaret Örgütü tarafından yürütülmektedir, coğrafi işaret kavramı küresel ölçekte, çok taraflı bir metinde ilk kez ele alınmaktadır.) taraftır. Bunun yanında serbest ticaret anlaşmaları da bulunmaktadır (Kızıltepe, 2005; Türk Patent, 2014).

Ülkeler, coğrafi işaretler ve tescili konusunda farklı yapılanmalara sahiptir. Bu anlamda ülkelerin ürünlerinin menşelerini korumak amacıyla oluşturdukları düzenlemeler üç grupta toplanabilir; i) coğrafi işaretleme konusunda kendine özgü kanunlara sahip olan ülkeler, ii) coğrafi işaretleri marka hukuku çerçevesinde düzenleyen ülkeler, iii) herhangi bir koruma düzenlemesine sahip olmayan ülkeler.

Bunlar içinde örneğin **Fransa** coğrafi işaretleme konusunda 1905’e kadar uzanan köklü bir geçmişe ve ilk sistematik uygulamalara sahiptir. Ülkede coğrafi işaretlemeye dair düzenlemeler tarım ve gıda ürünleri, bazı şaraplar ve haksız rekabet konularını içermektedir. Ülkede 400’den fazla ürün (şarap, peynir, süt ürünleri, bitkisel ve hayvansal gıdalar) coğrafi işaret tesciline sahiptir. Fransa’da coğrafi işaretlerle alakalı düzenleme yetkisi, Tarım ve Süt Ürünleri Bakanlığına bağlı Ulusal Menşe Adlandırılmaları ve Kalite Enstitüsü’ne (INAO) aittir. Kurumun merkezi Paris’te iken 8 farklı bölgede, 26 şubeye sahiptir. Fransa’da 2006’dan sonra coğrafi işaretli ürün üretimi için ilgili birliğe üye olmak zorunlu hale gelmiştir (İloğlu, 2014; Yılmazbilen, 2020).

İtalya’da Cİ’nin tarihi 1950’li yıllarda bazı peynir türlerinin koruma altına alınması ile başlamış, zeytinyağı ile devam etmiş ve 1992 yılında AB mevzuatına uygun düzenlemeler yapılmıştır. Ülkede merkezi denetleme organı olarak Taklidin Önlenmesi İçin Merkezi Denetleme Kurumu (ICRF) varken, Tarım Bakanlığı ulusal denetlemenin koordinasyonu ile görevlidir. Bakanlık Milli Komite ile birlikte çalışarak tescil kararını alır. Üretici grupları menşe adlar için tescil başvurusu, ürünle ilgili izleme, gözetleme ve ürünün tanıtımını yapmakla görevlidir. **İngiltere’de** Cİ için özel bir mevzuat yok iken AT tüzüğüne yürürlüğe girmesinin ardından bu yönde özel bir mevzuat oluşturulmaya başlanmıştır. Cİ başvuruları Defra’ya yapılır. **İspanya’da** Cİ ile ilgili özel bir mevzuat yoktur, marka kanunu bünyesinde dolaylı bir koruma sağlanmıştır. Cİ konusunda ilk düzenleme, Üzüm Bağları, Şarap ve Alkol Kanunu ile (1970) gündeme gelmiş, bu kanunla Cİ işaretli ürünleri uluslararası ölçekte korumak ve koordine etmekle görevli, üyeleri hükümet ve ticaret birlikleri temsilcilerinden oluşan bir merkezi komite olan, Tarım Bakanlığına bağlı Kalite İsimlendirmeleri Müdürlüğüne bağlı olarak çalışan Milli Menşe Adları Enstitüsü (INDO) kurulmuştur. **İsviçre’de** Cİ tescilinde yetkili kurum Federal Tarım Ofisidir (OFAG). Menşe adlar ve mahreç işaretleri Federal Komisyonu başvuruları incelemek ve OFAG’a görüş bildirmek; Sertifikasyon Kurumları da ürünlerin ürün tarifnamelerine uyumu denetlemekle sorumludur. OFAG’a başvuru için öncelikle üreticilerin bir birlik oluşturması; menşe ad veya mahreç işareti başvurusu yapan her grubun kamu veya özel bir denetleme firması ile irtibat kurarak ürünün üretim, işleme ve hazırlama gibi aşamalarında gerekli kontrolleri yürütmesi gerekir. **Kanada’da** Cİ koruması sadece şaraplar ve sert içkiler için mevcut iken, Cİ marka kanunu çerçevesinde “garanti markası” olarak koruma altına alınabilmektedir (Kızıltepe, 2005).

ABD’de coğrafi işaretleme marka hukuku çerçevesinde yürütülmektedir. Bu şekilde belli bir coğrafi alan adı olmasa da her türlü sözcük, slogan, tasarım, hatta ses ve kokular coğrafi işaretli ürün korumasına alınabilmektedir. Bu alanda Birleşik Devletler Marka Ofisi (USPTO) tescile (coğrafi sertifikasyon/coğrafi garanti) yetkilidir. Ülkede en önemli menşe adı şaraplar için kullanılan Amerikan Bağcılık Bölgeleri (AVA-American Viticultural Areas)’dır ve AVA’ların sınırları Hazine Bakanlığına bağlı Alkol ve Tütün ile İlgili Vergi ve Ticaret Bürosu tarafından belirlenmektedir (İloğlu, 2014). Güney Kore’de Cİ ürünlerin yönetiminden sorumlu kurum, Tarım Bakanlığı’na bağlı Ulusal Tarım Ürünleri Kalite Yönetim Hizmeti bölümüdür (Demir, 2020).

Avrupa’da gıda ürünlerine ilişkin coğrafi korumayla ilgili ilk düzenlemeler 1300’lerde Po Nehri Vadisinde üretilen peynirler (Sonradan Grana Padano, Grana Lodesano vb. isimlendirilmişlerdir) için sağlanmıştır (İlhan, 2020). Coğrafi işaretler için Avrupa’da en önemli ülkeler arasında sayılan Fransa ve İtalya tescil sisteminde ve Avrupa Birliğinde bu düzenlemelerin yapılmasında öncü olmuşlardır. **Avrupa Birliği** tescilleri Türkiye’de olduğu gibi üç farklı şekilde yapılmaktadır; mahreç işareti, menşe adı, geleneksel ürün adı (Demir, 2020, Tepe, 2008). 2012 yılında güncellenen tüzüğüne göre (1151/2012 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Tarım Ürünleri ve Gıda Maddeleri ile İlgili Kalite Düzenlemeleri Tüzüğü) AB’de tescilin ilk şartı başvurusu yapılacak işaretin menşe ülkede tescil edilmiş olmasıdır. AB’de coğrafi işaret başvuruları sadece oluşumuna ve bileşimine bakılmaksızın üreticilerden oluşan gruplar tarafından yapılmaktadır (İloğlu, 2014).

4. Türkiye’de Coğrafi İşaretleme⁸

Bu başlık altında Türkiye’de Cİ konusunda yasal ve kurumsal düzenlemeler, ilgili politika belgeleri çerçevesinde incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

4.1. Yasal, Kurumsal Yapılanma ve Politika Belgeleri

Coğrafi işaretli ürünler konusunun son yıllarda daha bilinir olmaya başlaması bu yönde kurumsal ve yasal düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir. Coğrafi işaretler konusu hukuki anlamda fikri mülkiyet hakları çerçevesinde ele alınmıştır. Fikri mülkiyet sisteminin yasal ve kurumsal altyapısı içinde coğrafi işaretlere dair düzenleme, kanunla beraber yürürlükten kaldırılan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamedir (1995). Bunun ardından Başbakanlık Genelgesi (2008) ile Sınai ve Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu kurulmuş, bu alanda bir strateji, ulusal politika geliştirme amacıyla Ulusal Fikri Haklar Taslak Stratejisi ve Eylem Planı (2013) hazırlanmıştır (Türk Patent, 2014).

Bu alanda bahsedilen kavramlara dair temel düzenlemeler günümüz itibarıyla 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununda yer almaktadır. 6769 sayılı Kanun genel anlamda (m.1) “Marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin hakların korunması ve bu suretle teknolojik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktır. Kanun; marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin başvuruları, tescil ve tescil sonrası işlemleri ve bu hakların ihlaline dair hukuki ve cezai yaptırımları kapsar.” Kanunda coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı (m.33), başvuru hakkı (m.36), başvuru koşulları (m.37), başvurunun incelenmesi (m.38), hakkın kapsamı (m.44), kullanımı (m.46), kullanımın denetimi (m.49) ve diğer düzenleyici hükümler yer almaktadır. Kanunun yanında Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği⁹ de (29.12.2017 Resmî Gazete Sayısı: 30285) bulunmaktadır.

Coğrafi işaretli ürünlerin öneminden hareketle, Türk Patent tarafından Ulusal Coğrafi İşaret ve Strateji Eylem Planı (2015-2018) hazırlanmıştır. Buna göre 5 hedef belirlenmiş ve bunlara dair faaliyetler ve performans göstergeleri (Genel hedefler; coğrafi işaret tescillerinin nitelikli başvurusundaki artış, ulusal coğrafi işaretlerin yurtdışı tescil sayısındaki artış, coğrafi işaretlerin yarattığı katma değer, ekonomik ve sosyal etkilerinin analiz edilmesi) belirlenmiştir.

Kalkınma planlarında¹⁰ konuya ilişkin düzenlemelere bakıldığında; 11. Kalkınma Planında (Kalkınma Bakanlığı, 2018) Cİ tescilli ürünler ve yöresel ürünlere yönelik destek

⁸ <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/faydal%C4%B1-linkler>

<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/yeni-co%C4%B1Fraf-i%C5%9Faret-veri-taban%C4%B1-g%C4%B1view>

⁹ <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=24227&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>

¹⁰ Türkiye Sanayi Stratejisi ile Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi Belgeleri dikkate

programlarının oluşturulması bu özel ürünlere yönelik amaçlar arasında yer alırken, bu yönde gerek akademik gerekse eğitim, tanıtım ve satış-pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2019) Türkiye 2019-2023 yıllarını kapsayan Türkiye Stratejik Planına göre coğrafi işaretlemede ulusal hedefler ve faaliyetler şu şekilde tanımlanmıştır:

Tablo 2: Coğrafi işaretlemede ulusal hedefler

No:	Hedefler	Faaliyetler
1	Ülke ihtiyaçları doğrultusunda ulusal ve uluslararası gelişmelere paralel şekilde mevzuatın ve uygulamaların geliştirilmesi	-Mevzuatın değerlendirilmesi -Denetim sisteminin etkinliğinin artırılması -Lizbon Anlaşmasının incelenmesi -Coğrafi işaretlerin bitki arşivi ve hayvan soyları ile ilişkilendirilmesi, - Geleneksel özellikli ürün adlarının korunmasına yönelik çalışma yapılması, - Coğrafi işaretlerle ilişkili olan diğer yasal düzenlemelerin 555 sayılı KHK ile uyumlu olmasının sağlanması
2	İlgili kurumlarda coğrafi işareti destekleyecek yönde kurumsal kapasitenin iyileştirilmesi, coğrafi işaretlere ilişkin bilimsel çalışmaların teşvik edilmesi, kurumlar arası koordinasyonun güçlendirilmesi.	-Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığının kurulması -GTHB bünyesinde koordinasyon biriminin oluşturulması -TPE ve GTHB¹¹ arasındaki koordinasyonun etkinleştirilmesi -İlgili kurumlar arasındaki koordinasyonun artırılması -Araştırma projelerinde coğrafi işaretlere yönelik bilimsel çalışmaların teşvik edilmesi
3	Toplumsal her kesiminde coğrafi işaretlere ilişkin bilinç ve farkındalığın artırılması.	-Üreticilerin, yerel yönetimlerin, sivil toplum örgütlerinin, ilgili kurumların ve üniversitelerin coğrafi işaretler konusunda bilgilendirilmesi -Coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılması -Coğrafi işaretlerle ilgili kurumların bilgilendirilmesi -Üretici örgütlerinin coğrafi işaretlerle ilgili etkinliklerinin artırılması -İlköğretimden başlayarak, eğitimin her kademesinde coğrafi işaret konusunun öğretim programları kapsamında gündeme alınması
4	Başvurunun hazırlanması, sürecinden başlanarak, bilimsel kriterler içeren ve etkin işleyen bir denetim sisteminin oluşturulması	-Coğrafi işaretlerin başvuru, inceleme ve denetleme aşamalarına ilişkin altyapının değerlendirilmesi -Belirlenen coğrafi alanda tescile konu coğrafi işaretli ürün üreticilerinin tespit edilmesi -Üretici kaydının coğrafi işaret denetimine esas teşkil etmesi

alınarak oluşturulan Ulusal Fikri Haklar Stratejisi Eylem Planı Taslağının yanı sıra Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi

¹¹ Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

		-Coğrafi işaretlere ilişkin elektronik platform oluşturulması
5	Coğrafi işaretli ürünlerinin katma değerinin yükseltilmesi amacıyla pazarlama stratejilerinin etkinliğinin artırılması.	-Pazarlama çalışmalarına yönelik mevcut yurt içi ve yurt dışı destek ve teşvik mekanizmalarının tanıtılması ve ilave desteklerin oluşturulması hakkında Çalışmalar yapılması -Coğrafi işaretli ürünlerin pazar bulma becerilerinin artırılması -İhracat potansiyeli yüksek coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik ve sosyal analiz çalışmalarının yapılması -Pilot coğrafi işaretli ürünler belirlenerek, ham madde üretiminden nihai ürüne ve sonrasında pazarlama aşamasına kadar üretim süreçlerinin incelendiği örnek çalışmaların yapılması.

Kaynak: TPMK (2019-2024) Türkiye Stratejik Planı

Kurumsal yapılanma açısından bakıldığında konuyla ilgili kurum 2003 yılında kurulan Türk Patent Kurumu'dur. Türk Patent Kurumunun temelleri, Türkiye'nin 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü ve Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşmasına taraf olmasıyla başlamış, AB'ye üye olma sürecinde ilgili mevzuatın uyumlaştırılması sürecinde 1994 yılında Türk Patent Enstitüsü kurulmuştur¹². 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile kurum Türk Patent adını almıştır.

Türk patent yanında coğrafi işaretler konusunda görev ve çalışmaları olan kurumlar değerlendirildiğinde, bu sistemin paydaşları, temel aktörleri olarak şunlar sıralanabilir; Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Kalkınma Ajansları, üniversiteler (Örneğin, Akdeniz Üniversitesi bünyesinde Coğrafi İşaretler Uygulama ve Araştırma Merkezi¹³ bulunmaktadır) üretici birlikleri, kalkınma kooperatifleri, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, üretici birlikleridir. Diğer yandan coğrafi işaretlere dair hukuki altyapının oluşturulmasında Tarım ve Orman Bakanlığı, Adalet Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı gibi farklı bakanlıkların da görev ve sorumlulukları vardır. Bunların yanında konuyla doğrudan alakalı Yöresel Ürünler Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA)¹⁴ da bulunmaktadır¹⁵.

Türkiye'de de kırsal alanda yaşayan nüfusun varlığı, bu nüfusun ihtiyaçları, tarım ve hayvancılığın giderek stratejik sektörler haline gelmesi, genç işsizliği, kentleşme sorunları kırsal alanları ve kırsal kalkınmayı da önemli hale getirmektedir. Diğer yandan kentlere bakıldığında, 5393 sayılı kanuna göre belediyelerin görevleri arasında (m.14) "ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini" yapmak ve yaptırmak, belediye meclisinin görevleri arasında (m.18) "ekonomik ve sosyal ilişkileri geliştirmek amacıyla kültür, sanat ve spor gibi alanlarda faaliyet ve projeler gerçekleştirilmesine; bu çerçevede arsa, bina ve benzeri tesisleri yapma, yaptıрма, kiralama veya tahsis etmeye karar vermek" yer almaktadır. Bu anlamda yerel ekonomik kalkınma konusunda belediyelere de düşen görevler bulunmaktadır. Bunun yanında 5393 sayılı kanuna göre belediyenin görevleri arasında (m.14) turizm ve tanıtım da yer almaktadır.

¹² Konuya ilişkin 544 sayılı KHK kanunlaşmış ve 5000 sayılı Türk Patent Enstitüsü Kuruluş ve Görevleri hakkında Kanun (2003) yürürlüğe girmiştir.

¹³ <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=40843&MevzuatTur=8&MevzuatTertip=5>

¹⁴ <https://www.yucita.org/>

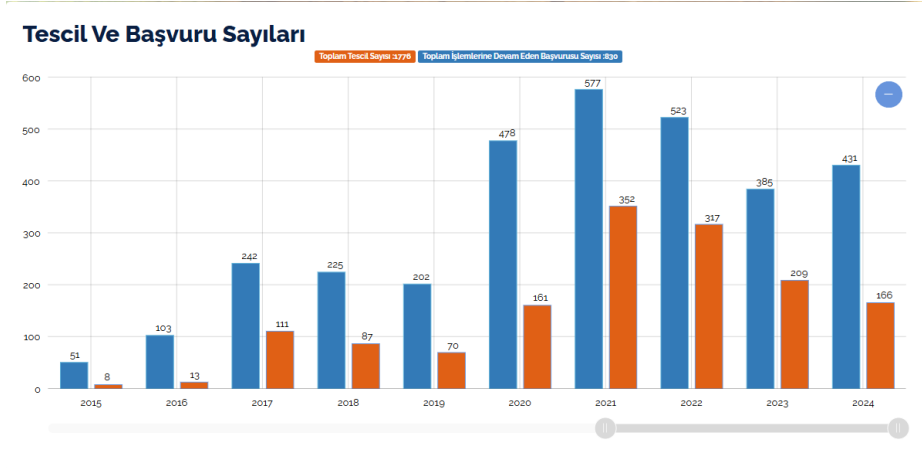
¹⁵ https://www.yucita.org/page_22_Uluslararası-Etkinlikler

Nitekim Ulusal Coğrafi İşaret ve Strateji Eylem Planında da yerel yönetimler 3. Hedefte “üreticiler, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, ilgili kurumlar ve üniversiteler coğrafi işaretler konusunda bilgilendirilecektir, üretici örgütlerinin coğrafi işaretlerle ilgili etkinlikleri artırılacaktır, coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılmasına yönelik etkinlikler yapılacaktır” denilerek diğer paydaşlar arasında ve iş birliği yapacak kurumlar arasındadır.

4.2. Coğrafi İşaretli Ürünler

Cİ ürünler konusunda artan duyarlılıkla birlikte, Türk Patent verilerine bakıldığında, Cİ tescillerinin yıllar içinde arttığı görülmektedir.

Tablo 3: Yıllara göre başvuru ve tescil sayıları



1041

Kaynak: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>

Tescil türleri açısından bakıldığında ise mahreç işaretlerinin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Sınai ve mülkiyet haklarının korunması, tescili gerçekleştirilen ülkede geçerlidir. Farklı ülkelerde koruma elde etmek için uluslararası koruma sağlayan sistemler kapsamında başvuru yapmak veya o ülkelerin mevzuatı çerçevesinde tescil başvurusu yapmak gerekmektedir. Örneğin Avrupa Komisyonuna başvuru yapmak için AB ülkelerinin tamamında koruma sağlayan Tarım Ürünleri ve Gıda Maddeleri Hakkında Kalite Tasarısı (2012) çerçevesinde başvuru yapılabilmektedir. Bu kapsamda AB ölçeğinde Türkiye’ye ait 26 coğrafi işaret tescil edilmiştir¹⁶.

Tablo 4: Tescil türlerinin dağılımı

Tescil Türü	Adet	Yüzde (%)
Mahreç İşareti	1362	76,8
Menşei Adı	404	22,8
Geleneksel Ürün adı	7	0,4

¹⁶ Antep Baklavası, Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Aydın Kestanesi, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Taşköprü Sarımsağı, Giresun Tombul Fındığı, Antakya Künefesi, Suruç Narı, Çağlayancerit Cevizi, Gemlik Zeytini, Edremit Zeytinyağı, Milas Yağlı Zeytini, Ayaş Domatesi, Maraş tarhanası, Edremit Körfezi yeşil Çizik Zeytin, Ezine Peyniri, Safranbolu Safranbolu, Aydın Memecik Zeytinyağı, Araban Sarımsağı, Osmaniye yer Fıstığı, Bingöl Balı, Bursa Şeftalisi, Hüyük Çileği, Bursa İnciri/Bursa Siyahı

<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/avrupa-birli%C4%9Finde-co%C4%9Fraf-i-%C5%9Faret>

Kaynak: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup> verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Ürün gruplarına göre coğrafi işaretlerin dağılımına bakıldığında ise; yemekler ve çorbaların ilk sırada olduğu onu işlenmiş ve işlenmemiş meyve, sebze ve mantarların izlediği görülmektedir.

Tablo 5: Ürün gruplarına göre coğrafi işaretlerin dağılımı

Ürün adı	Başvuru sayısı	Yüzde (%)
Yemekler ve çorbalar	497	28
İşlenmiş ve işlenmemiş meyve sebze ve mantarlar	364	20,5
Fırıncılık pastacılık mamulleri hamur işleri ve tatlılar	359	20,2
Diğer ürünler	94	5,3
Hahılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	90	5,1
Hahılar ve kilimler	48	2,7
Dokumalar	48	2,7
Peynirler	48	2,7
Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	43	2,3
Bal	35	2
İşlenmiş ve işlenmemiş et türleri	31	1,7
Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	23	1,3
Alkolsüz içecekler	21	1,2
Biralar ve alkollü içecekler	13	0,7
Tütün	1	0,1

1042

Kaynak: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup> verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Coğrafi işaret tescili için başvuru yapan kurumların dağılımına bakıldığında belediyelerin ilk sırada geldiği, bunu Türkiye Oda ve Borsalar Birliğine bağlı ticaret ve sanayi odalarının, borsaların takip ettiği görülmektedir.

Tablo 6: Tescil yapan kurumlara göre coğrafi işaretler

Tescil Yapan Kurum	Adet
Belediye	637
Ticaret/Sanayi Odası	513
Ticaret Borsası	153

Valilik	140
Kaymakamlık	102
Diğer Odalar	62
Birlikler	55
Vakıf	38
Üniversite	26
Dernekler	24
Kooperatif	17
Kişi (gerçek, tüzel)	9
Üretici Birliği (Yurt dışı)	8
Kalkınma Ajansları	7
Bakanlık	5
Askeri Okul	3

Kaynak: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup> verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

1043

Bu noktada, mevzuatlarının etkisiyle diğer ülkelerde Cİ tescilinde aktif olan üretici birlikleri ve kooperatif türü yapıların Türkiye’de Cİ tescilinde daha geri sıralarda kaldıklarını değerlendirmek mümkündür. Bu durum tescilden sonra coğrafi işaretlerin pazarlama faaliyetlerinin de yetersiz kalmasına ve coğrafi işaretlerin etkin kullanılamamasına yol açmakla eleştirilmektedir. Zira, coğrafi işaret tescili tescil ettirene, coğrafi işaretin tek sahibi, tek üreticisi, izin makamı gibi bir hak kazandırmasa da ürünle bağlantılı olmayan kamu kuruluşları veya tüzel kişiler tarafından tescilin yaptırılması coğrafi işaret korumasının amacı ve yöntemiyle uyusmamaktadır (Yılmazbilen, 2020). Bu durum, yerel ürünleri en iyi tanıyan ve bu ürünlerden en üst düzeyde kazanç elde edecek olanların coğrafi işaret gibi bir avantajı kullanmada yetersiz kaldığını göstermektedir.

Ulusal Coğrafi İşaret ve Strateji Eylem Planına göre (2015-2018) Türkiye’de coğrafi işaretlere dair güçlü yönler zayıf yönler fırsatlar ve tehditler analizine bakıldığında, şöyle bir tablo ortaya konulmaktadır:

Tablo 7: Coğrafi işaretlemeye dair güçlü yönler fırsatlar tehditler analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
-Cİ konusunda temel ulusal yasal düzenlemelerin yapılmış olması, -Cİ'e ilişkin ulusal düzenlemelerin, uluslararası sözleşmeler ve AB düzenlemeleri ile önemli ölçüde uyumlu olması, -Fikri haklar alanında ihtisas mahkemelerinin kurulmuş olması -Cİ alanında görevli kurumların kurumsallaşma ve tanıtım konularında başarılı bir gelişme göstermesi - Yerel yönetimler, kalkınma ajansları ve ticaret ve sanayi odaları gibi üreticilere yakın konumda bulunan kurumların üreticileri bilgilendirme ve destekleme konusunda istekli olmaları -TPE'nin üniversiteler ile sanayi ve ticaret odalarında yaygın bilgi ve belge merkezlerinin kurulmuş olması	-Cİ alanında çalışan kurumlar arası koordinasyonun yeterli düzeyde olmaması -Cİ'e konu ürünün ayırt edici özelliğinin tespiti ile coğrafi sınırlarının tespiti için gerekli olan bilimsel çalışmaların yetersizliği - Cİ'li ürün üreticilerinin ortak hak ve ortak menfaat için birlikte hareket etme yönündeki örgütlenme eksikliği -Etkin işleyen, yaptırımı olan bir denetim sisteminin bulunmaması -Cİ'li ürün ve üreticileri konusunda istatistiki verilerin yetersizliği -Cİ alanında çalışan avukatların ve vekillerin bilgi düzeylerinin istenilen seviyede olmaması -Cİ konusunda toplumsal bilinçlenmenin yeterince yaygın olmaması - Cİ'nin kapsam ve sınırlarının ilgili kesimlerce yeterince bilinmemesi
Fırsatlar	Tehditler
-Fikri haklar sistemine ilişkin çeşitli desteklerin coğrafi işaretler içinde kullanıma ihtimalinin olması -Cİ konusunun Türkiye'de güncel olması -Dünya genelinde yöresel ürünlere duyulan ilginin artması ve girişimcilerimizin bu pazarı değerlendirme isteği -Ülkemizdeki Cİ için bazı AB nezdinde gerçekleşen tescil ve başvuruların başarılı örnekler olarak özendirici olması -Ülkemizin özellikle Cİ, genetik kaynakları ve bitki türleri konusunda zengin kaynaklara sahip olması -Dünyadaki ve ülkemizdeki Cİ'ye dayalı endüstrilerin ülke ekonomilerine olumlu etkileri konusunda farkındalığın artması	-Cİ tescilinde belirtilen özelliklere aykırı yapılan üretimlerin coğrafi işaretlerin itibarına zarar vermesi, tüketicileri yanıltması ve üreticilere zarar vermesi -Kırsal nüfusun ve yöresel ürün üreticilerinin sayısının azalması ve aynı zamanda geleneksel bilginin kaybolması -Ülkemize ait Cİ işaretli ürünlerin yurtdışı pazarlarda taklit edilmesi ve üründen faydalanılması.

Kaynak: Türk Patent, 2014'e dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

5.Güney Ege İllerinde (Aydın, Muğla, Denizli) Coğrafi İşaretleme

Güney Ege Bölgesini kapsayan Aydın, Muğla ve Denizli kentleri arkeolojik dönemden itibaren yerleşim ve üretimin olduğu, tarihi ve doğal varlıkları, önemli ticaret yolları üzerinde olması nedeniyle her dönem çekim merkezi olmuşlardır. Bu 3 kent sahip oldukları arkeolojik zenginlik yanında Aydın başta olmak üzere tarımsal üretimde, turizmde başta olmak üzere önemli sektörlerde ulusal ve uluslararası ölçekte tanınırlığa sahiptir. Bu genel yapı içinde üç kent de yerel ölçekte kendine özgü gıda, tarımsal ürünler ve geleneksel el sanatları ürünlerine ve zengin bir potansiyele sahiptir.

Bu bölümde, Cİ, iller bazında incelenmiş ve yerel yönetimlerin (büyükşehir ve ilçe belediyeleri) internet sayfalarında, kentlerin tanıtılması amacıyla bu ürünlere ne ölçüde yer verdikleri, stratejik planları ve faaliyet raporlarında Cİ konusunun yer alıp almadığı, ilaveten Güney Ege Kalkınma Ajansı'nın (GEKA) bu 3 ile yönelik Cİ konusundaki çalışmaları incelenmiştir.

5.1. Aydın

Evliya Çelebi'nin “Dağlarından yağ, ovalarından bal akan” şehir olarak ifade ettiği Aydın, coğrafi işaret tescili almış inciri ile ünlüdür. İncir, Anadolu ve Mısır uygarlıklarından beri verimlilik sembolü olarak görülmektedir. 2016 yılında Aydın İnciri Avrupa Birliği Tescilini alarak Türkiye’de AB Menşei işareti alan ilk ürün olmuştur. Bu kapsamda kentte ticaret odasının ve borsanın öncü çalışmaları mevcuttur. AYTÖ Aydın incirin yurt genelinde tanıtılması amacıyla Aydın’ı Tanıtım Tırı Projesi hazırlamış bununla farklı kentlerde hem ilin hem de incirin tanıtımını yapılmış, yurt içi ve dışı fuarlara katılım sağlanmış, ilde düzenlenen incir festivallerine destek verilmiş, tanıtım broşürleri basılmış, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Programı kapsamında, İncir Sektörü Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (UR-GE) projesi hazırlanmıştır.

Tablo 8: Aydın iline yerel yönetimler tarafından tescil ettirilen coğrafi işaretli ürünler

Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün grubu	Başvuru Ettiren	Yapan/Tescil
1 Aydın Kabak Tatlısı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Aydın Belediyesi	Büyükşehir
2 Aydın Yuvarlaması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Aydın Belediyesi	Büyükşehir
3 Dalama Tandırı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Efeler Belediyesi	
4 Germencik Ekşili Tavuk	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Germencik Belediyesi	
5 Kuyucak Portakalı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Kuyucak Belediyesi	
6 Ortaklar Çöp Şiş	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Germencik Belediyesi	
7 Söke Körüklü Çizmesi	Mahreç İşareti	Hallılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Söke Belediyesi	
8 Turanlar Ayranı	Mahreç İşareti	Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	Germencik Belediyesi	
9 Yenipazar Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Aydın Belediyesi	Büyükşehir
10 Çine Köftesi	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çine Belediyesi	
11 İncirliova Deve Sucuğu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri	İncirliova Belediyesi	

Aydın için değerlendirildiğinde 41 tescilli veya başvurusu yapılmış ürün içinde (Bkz. Ekler, Tablo 12) 11 tanesinin belediyeler (3 adet büyükşehir 8 adet ilçe belediyesi), 26 tanesinin oda ve borsalar tarafından yapıldığı görülmektedir. Yerel yönetimlerin Cİ tescillerinin tümünün

mahreç işareti türünde olduğu görülmektedir. Belediyeler içinde Germencik Belediyesinin 3 tescilli ürün ile ilk sırada olduğu görülmektedir. Efeler ve Nazilli gibi büyük ilçelere göre Germencik bu anlamda başarılı bir örnektir. Aydın'ın 17 ilçesi içinde sadece 6 ilçesinin Cİ tescilinde yer almış olması ilçelerin genel anlamda Cİ konusunda farkındalık düzeyinin veya çabasının düşük olduğunu göstermektedir.

5.2.Denizli

Denizli de Cİ tescili açısından zengindir. Denizli için değerlendirildiğinde toplam 31 tescilli veya başvurusu yapılmış ürün içinde (Bkz. Ekler, Tablo 13) 2 tanesinin kaymakamlık, 16 tanesinin ilçe belediyeleri, 13 tanesinin oda, borsalar, birlikler, dernekler ve kooperatifler tarafından yapıldığı görülmektedir.

Belediyeler tarafından yapılan Cİ tescillerinin büyük bölümünün (11 adet) mahreç işareti türünde olduğu görülmektedir. Tabloya göre, büyükşehir belediyesinin hiçbir tescil başvurusu yok iken, ilçe belediyeleri içinde Çameli Belediyesinin 6 başvuru ile belirgin şekilde öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 9: Denizli iline yerel yönetimler tarafından tescil ettirilen coğrafi işaretli ürünler

Sıra	Tescil Tarihi	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan/ Tescil Ettiren
1	2006	İsabey Çekirdeksiz Üzümlü	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çal Belediyesi
2	2010	Kale Biberi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Kale Belediyesi
3	2018	Çameli Fasulyesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çameli Belediyesi
4	2018	Tavas Baklavası	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Tavas Belediyesi
5	2020	Çameli Kilimi	Mahreç İşareti	Halılar ve kilimler	Çameli Belediyesi
6	2020	Çameli Elmalı Bezi	Mahreç İşareti	Dokumalar	Çameli Belediyesi
7	2021	Denizli Kekiği	Menşe Adı	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz	Pamukkale Belediyesi
8	2024	Tavas Yanık Koyun Yoğurdu	Mahreç İşareti	Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	Tavas Belediyesi
9	2025	Kızılhisar Bardağı	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Serinhisar Belediyesi

10	-	Nikfer Bezi	Mahreç İşareti	Dokumalar	Tavas Belediyesi
11	-	Tavas Körüklü Çizmesi	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Tavas Belediyesi
12	-	Çameli Cevizi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çameli Belediyesi
13	-	Çameli Leğen Böreği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çameli Belediyesi
14	-	Çameli Meneviş Yoğurtlaması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çameli Belediyesi
15	-	Babadağ Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Babadağ Belediyesi
16	-	Alâeddin Tören Yahnisi	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Acıpayam Belediyesi

5.3. Muğla

Cİ tescili açısından değerlendirildiğinde, Muğla’da diğer illere göre belediyeler tarafından yapılan başvuruların daha az olduğu görülmektedir.

1047

Tablo 10: Muğla iline yerel yönetimler tarafından tescil ettirilen coğrafi işaretli ürünler

Sıra	Tescil Tarihi	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan/ Tescil Ettiren
1	2020	Üzümlü Dastarı/Yeşilüzümlü Dastarı	Mahreç İşareti	Dokumalar	Fethiye Belediyesi
2	2020	Fethiye Kaya Halısı/Fethiye Kayaköy Halısı/Fethiye Halısı	Mahreç İşareti	Halılar ve kilimler	Fethiye Belediyesi
3	2022	Marmaris Yer Fıstığı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Marmaris Belediyesi
4	2024	Datça Domatesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Datça Belediyesi

Muğla için değerlendirildiğinde 50 tescilli veya başvurusu yapılmış ürün içinde (Bkz. Ekler, Tablo 14) sadece 4 tanesinin belediyeler tarafından yapıldığı görülmektedir. Büyükşehir Belediyesinin Denizli’de olduğu gibi Muğla’da da hiç başvurusu yoktur. Muğla için dikkat çeken bir başka durum ise diğer illere göre en çok başvuru yapan il olmasına rağmen bunlar

içinde belediyelerin oranının çok düşük olmasıdır. Başvurular içinde 46 tanesinin oda, borsalar, birlikler, şahsi ve kooperatifler tarafından yapıldığı görülmektedir.

3 il birlikte değerlendirildiğinde, en fazla tescilin Muğla'da (50) yapıldığı görülmektedir. Bu tescillerde oda ve borsaların Muğla ve Aydın'da başvuruyu yapan kurumlar olarak ön plana çıktığı, Denizli'de ise az farkla da olsa büyükşehir ve ilçe belediyelerinin ön planda olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Güney ege bölgesi illerinde coğrafi işaretleme

İl	Toplam Başvuru	Büyükşehir Belediyesi	İlçe Belediyesi	Oda ve Borsa/birlik vb.	Kaymakamlık
Muğla	50	-	4	46	-
Aydın	41	3	11	26	-
Denizli	31	-	13	13	2

Üç büyükşehir ve ilçe belediyeleri değerlendirildiğinde, Muğla'da 13 ilçe belediyesi içinde 3; Aydın'da 17 ilçe belediyesi içinde farklı 6 tanesi, Denizli'de 27 ilçe belediyesi içinde 8 farklı ilçe belediyesi başvuru yapmıştır.

Söz konusu ölçekte yerel yönetimlerin her türü içinde (İl Özel İdaresi, Belediyeler ve Köy) sadece belediyeler Cİ başvurusuna sahiptir. Yerel halka en yakın konumda olan ve geleneksel özellikte ürün üretimine daha yakın olacağı düşünülen hiçbir muhtarlığın bu yönde bir çalışması yoktur. 2014 yılından sonra 6360 sayılı yasa ile bu büyükşehir belediyelerinde köylerin tüzel kişilikleri kaldırılıp mahalleye dönüşmekle beraber, 2014 öncesinde de bu yönde bir başvuru bulunmamaktadır.

Büyükşehir ve ilçe belediyelerin web sayfaları ve stratejik planları incelendiğinde, Aydın'da Büyükşehir Belediyesinin (2024-2029) stratejik planında ve web sayfasında¹⁷ Cİ konusuna yer verdiği görülmektedir Cİ başvurusu ve tescili ürünü olan Efeler, Germencik, Kuyucak, Söke, Çine ve İncirliova ilçe belediyelerinin hiçbirinin stratejik planında Cİ konusu yer almaz iken, Efeler¹⁸, Kuşadası¹⁹, İncirliova²⁰, Bozdoğan²¹ ilçe belediyelerinin sayfalarında Cİ işaretli ürünlerden söz edilmektedir. Bunlar içinde Cİ tescili yapıp bunu göstermeyenlerin

¹⁷ <https://aydin.bel.tr/mobil/detail/10440/buyuksehir-belediyesi-aydin-yuvarlamasi-nin-cografisi-isaretini-aldi?>

-<https://aydin.bel.tr/mobil/detail/9785/aydin-buyuksehir-belediyesi-kabak-tatlisinin-cografisi-isaretini-aldi?>

-<https://aydin.bel.tr/mobil/detail/11526/buyuksehir-belediyesi-yenipazar-pidesi-nin-cografisi-isaretini-aldi?>

-<https://aydin.bel.tr/mobil/detail/10440/buyuksehir-belediyesi-aydin-yuvarlamasi-nin-cografisi-isaretini-aldi?>

¹⁸ <https://www.efeler.bel.tr/kurumsal/meclis-calismalari/01-08-2022-alinan-karalar?>

¹⁹chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://kusadası.bel.tr/userfiles/files/belediye-bulteni-2021-nisan.pdf?

²⁰ <https://www.incirliova.bel.tr/haberler/incirliova-deve-sucugu-cografisi-isaret-tescil-onayi-aldi>

²¹ <https://bozdogan.bel.tr/haberler/bozdogan-pidesi-cografisi-isaret-tescili-ile-taclandi>

durumu ilgi çekmektedir (Germencik, Kuyucak, Söke, Çine). Diğer yandan kendisi başvuru yapmamakla beraber, Cİ tescilli ürünler hakkında bilgi verenler de vardır.

Denizli Büyükşehir Belediyesinin stratejik planında²² Cİ konusu yer almaktadır. 8 ilçe belediyesi Cİ başvurusuna sahip iken bunlardan Babadağ; Serinhisar ve Tavas hariç 5 tanesi (Acıpayam²³, Çal²⁴, Çameli²⁵, Pamukkale²⁶, Kale²⁷) web sayfalarında bu bilgiyi vermektedir.

Muğla Büyükşehir Belediyesi 2025-2029 Stratejik Planında²⁸ ve web sayfasında²⁹ Cİ bilgisine yer verirken, Cİ tescilli olan Fethiye³⁰, Marmaris³¹ ve Datça ilçe belediyelerinden Datça'nın web sayfasında bilgilendirme yokken, diğer ikisinde bilgilendirme vardır. Diğer yandan başvurusu olmayan Bodrum³², Dalaman³³, Menteşe³⁴, Milas³⁵, Seydikemer³⁶, Ula³⁷ ilçe belediyelerinin web sayfalarında Cİ ile alakalı bilgiler mevcuttur.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Coğrafi işaretli ürünler, kültürün, ürünün kolektif olarak korunması ve tanıtılması yanında birer yerel sosyo-ekonomik kalkınma aracı olduğu gibi, küresel tüketim, gastronomi, turizm piyasasında da bir rekabet unsuru haline gelmiştir.

²² Coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılmasının sağlanması.

²³ https://acipayam.bel.tr/haberler_acipayam-standina-buyuk-ilgi_5637.html?

²⁴ <https://cal.bel.tr/bagciligin-gelecegi-uluslararası-cal-bagbozumu-kultur-ve-sanat-festivalinde-masaya-yatirilacak?>

²⁵ <https://www.cameli.bel.tr/etkinlik/cografisiaretli-cameli-fasulye-yarismasi.html>

²⁶ <https://www.pamukkale.bel.tr/h-2595-pamukkale-belediyesi-nden-nar-ve-ayva-icin-cografisiaret-atilimi?>

²⁷ <https://www.pamukkale.bel.tr/h-2099-denizli-kekigi-tescillendi?>

²⁸ <https://www.kale.bel.tr/kale-hakkında/kale-biberi>

²⁹ Muğla'nın gastronomisini coğrafi işaretli ürünlerle öne çıkarıp, yerel şefler ve zanaatkarlarla iş birliği yaparak gastronomi atölyeleri düzenlemek.

³⁰ <https://mugla.bel.tr/haber/mugla-tarimi-dunyaya-aciliyor>

³¹ <https://www.mugla.bel.tr/haber/31mugla-kultur-ve-sanat-senligi-yogun-ilgi-gordu?>

³² <https://www.mugla.bel.tr/haber/buyuksehir-makine-destegi-ile-ureticinin-yaninda?>

³³ <https://www.fethiye.bel.tr/3531/kaya-halisi-dokuma-atolyesi-hizmete-acildi?>

³⁴ <https://www.marmaris.bel.tr/?Page=news&id=783&title=marmaris%27in-yer-fistigi-cografisiaret-aldi>

³⁵ <https://www.bodrum.bel.tr/haber.php?id=9082>

³⁶ <https://dalaman.bel.tr/haberler/belediyemiz-toplanti-salonunda-elcik-sogani-ve-dalaman-incirinin-cografisiaret-tescili-toplantisi-belediye-baskanimiz-muhammet-karakus-onderliginde-gerceklesti?>

³⁷ <https://mentese.bel.tr/?s=co%C4%9Frafı+&id=1622>

³⁸ <https://www.milas.bel.tr/HOME/INDEX/HABER/3446>

³⁹ https://seydikemer.bel.tr/AnaSayfa/HaberDetay?seo_link=seydikemer%E2%80%99e-%E2%80%99Cyoysel-sanatlar-atolyesi%E2%80%99D-geliyor-77083533

⁴⁰ https://www.seydikemer.bel.tr/AnaSayfa/HaberDetay?seo_link=seydikemer-26.-em%C4%B1tt-fuar%C4%B1nda-tan%C4%B1t%C4%B1lacak-39314613

⁴¹ <https://gokovasusami.ula.bel.tr/gokovasusami?>

Ancak Türkiye’de sistemin işleyişinde iyileştirilmeye yönelik ihtiyaçlar da vardır. Genel olarak Türkiye’de Cİ sisteminin işleyişinde yurt içi ve yurt dışı pazarlama çalışmalarının artırılması, başvuran kurum (ürün, üretimle doğrudan ilgili kurumların başvuru yapması) ve denetim etkinliğinin artırılması, etiket uygulamalarının iyileştirilmesi, standart üretimin yapılmasının sağlanması ve ihracat olanaklarının artırılması gibi ihtiyaçlar mevcuttur. Bu açıdan öncelikle üretimin net biçimde kayıt altına alınması (üretim alanının, üretici sayısının belli ve kayıt olması) gereklidir. Ancak bu şekilde Cİ sisteminin amacına ulaşması ve etkin şekilde işlemesi mümkün olacaktır.

Bu kapsamda şu genel nitelikli öneriler getirilebilir:

-Önemli bir stratejik potansiyele sahip olan Cİ tescilinin etkin biçimde kullanılması için etkili ulusal ve yerel politikaların varlığı önemlidir.

- Cİ ürünleri temsil edecek, içinde üretici, üretici birlikleri, yerel sermaye ve ilgili kamu kurumları, yerel yönetimlerin bulunacağı, katılım ve temsil anlamında güçlü örgütlerin (kurul, birlik, konsey, dernek, kooperatif vb.) kurulması ve belirlenen stratejiler etrafında (ürün belirleme, ölçek, pazarlama vb.) ve ortak bütçe ile hareket edilmesi (başvuru, tanıtım vb.) önemlidir.

-Sistemin başarılı şekilde işlemesi sadece kamunun ve yerel yönetimlerin değil özel sektör de dahil olmak üzere, üreticilerin ve tüm ilgili aktörlerin birlikte, birbirinden haberdar ve ortak adımları atması, özellikle üniversitelerin ürün tespiti ve denetim aşamalarında bilimsel birikiminden faydalanmak gerekir. Bu anlamda güçlü örgütsel yapılar ve iş birliği önemlidir.

Bu açıdan başta yerel yönetimlerin Cİ tescilli ürünlere sahip çıkması, web sayfaları (Türkçe ve diğer dillerde), tanıtıcı doküman, film vb. başta olmak üzere tanıtması, temsil ve ağırlamada öncelikli olarak bu ürünleri kullanması önemlidir. Belediyelerin Cİ tescilli ürünlerin pazarlanması için yer, pazar, stant temin etmesi gereklidir. Belediye seviyesinde ilgili birimde (Kültür işleri, kırsal kalkınma, muhtarlarla ilgili birimler vb.) mevcut personelin Cİ konusunda bilgilendirilmesi, eğitim aldırılması gerekmektedir. Belediyelerin kentte buluna üniversitelerin ilgili birimleri ile bu konuda envanter, bilimsel raporlama, analiz, araştırma yapması, proje üretmesi ve bunları teşvik etmesi önemlidir. Yerel yönetimlerin bu ürünlerle alakalı olarak fuarlar ve festivaller düzenlemesi, tanıtım kitapçıkları ve broşürleri hazırlaması,

Valilik ve kaymakamlıkların da benzer şekilde temsil, ağırlama yanında kent içinde veya şehir dışından gelenlerin kullandığı ulaşımda kavşak noktalarında (yol üstü, terminaller, AVM vb.) Cİ tescilli ürünler için tanıtım ve satış stantları, lokanta ve kafeler vb. açılmasını sağlamak veya teşvik etmesi gereklidir.

Valilik koordinasyonunda il düzeyinde Cİ tesciline sahip olanlar başta olmak üzere, potansiyel başvuru sahiplerini bir platform, komisyon çatısı altında toplamak veya bir dernek şeklinde sivil toplum örgütü çatısı altında örgütlemek de bu koordinasyon ve iş birliğinin önemli bir parçası olacaktır.

Mülki idare ile koordineli şekilde söz konusu üreticilere yönelik olarak kalkınma ajansları, TPE, ziraat odaları, kooperatifler, üretici birlikleri oda ve borsalar ile iş birliği içinde üretimin yapıldığı bölgeler başta olmak üzere yerel halk ve üreticilerde bilgilendirme, eğitim, tanıtım (reklam, fuar vb.) ve teşvik mekanizmalarının anlatılması, başarılı uygulama örneklerinin aktarılması, pazar bulma yeteneklerinin artırılması önemlidir.

Ulusal ölçekte havayolu dergilerinde ürün tanıtımı yer alması, yurtdışı temsilciliklerde bu ürünlerle alakalı özel etkinlikler düzenlenmesi tanıtılması ve kullanılması, turizm ofisleri ile ortak çalışılması ve müzeler açılması, müzede coğrafi işaretli ürünün geçmişten günümüze kadar nasıl geldiğinin anlatılması, üreticiler arası yarışmalar düzenlenmesi, ünlü restoranlarda

çalışan şeflerin yöreye davet edilip neden bu ürünü kullanmaları gerektiğinin tanıtılması vb. web sitesi, radyo, televizyon, dergi ve diğer medya unsurlarının kullanılması, yurtdışında fuarlara katılım, ürüne logo tasarımı için yarışmalar yapılması, tadım şenlikleri, panelist eğitimleri, uluslararası katılımlı sempozyumlar yapılması, Cİ kavramının ilköğretimden itibaren eğitim sistemine dahil edilmesi (“Yerli Malı Haftası” vb.), kamu spotları aracılığıyla halka coğrafi işaretler ve bunların korunmasının önemini anlatılması gerekmektedir. Cİ üreticilerinin ve üretiminin kayıt altında olması beklenen faydaların özellikle de yerel ekonomik kalkınma anlamında sağladığı ekonomik değerin ölçülebilmesi anlamında önemlidir.

Kent ölçeğinde Cİ tescilli ürünler konusunda farkındalık, bilinç ve kullanımı artırmak amacıyla okullarda (yerli malı haftası benzeri) etkinliklerin yanında yerli halka yönelik tanıtım çalışmaları da yapılmalıdır.

Teşvik sistemleri konusunda TKDK, KOSGEB gibi kurumların önemli rolü vardır.

TPE’nin çalışmalarının daha etkin hale getirilmesine yönelik olarak; özellikle bilgilendirme çalışmaları önemlidir.

Çalışmada incelenen Güney Ege Bölgesini kapsayan kentlerin her biri Cİ tescilli almış ürünlere sahiptir. Ancak çoğu gastronomi alanından olan bu ürünlerin halen yeterince tanındığı, tanıtıldığı, pazarlandığı ve ekonomik anlamda istenen faydayı sağladığı söylenemez.

Bu anlamda bölgeye özgü olarak şu öneriler geliştirilebilir;

-3 kentte de turizm faaliyetinin yaygınlığı göz önüne alınarak Cİ tescilli ürünler turizme daha fazla entegre edilmelidir. Bu anlamda Bodrum, Kuşadası, Didim, Marmaris gibi uluslararası ölçekte de bilinen turizm kentlerinde büyük oteller başta olmak üzere, ören yerlerinde, Milas-Güllük Havaalanında, bölgeye yakın diğer havaalanı, turistik kentler (İzmir, Efes, Şirince gibi) ve limanlarda, bölgede Kuşadası limanı gibi büyük limanlarda coğrafi işaretli ürünlere ait tanıtım ve satış ofislerinin özel sektör, yerel yönetimler ve ilgili bakanlıkların il teşkilatları ile birlikte açılması önemlidir.

- Tariş İncir Birliği’nin uluslararası kendi alanındaki Cİ işaretli ürünlerin pazarlanması ve tanıtımdaki etkinliği artırılmalıdır.

- GEKA’nın coğrafi işaretleme konusunda ilgili paydaşlara tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları artırılmalıdır.

-3 ilde mevcut üniversitelerin tescile aday ürünler, bunların ayırdedici unsurlarını belirlenmesi, başvuru sürecinde teknik destek, tescil sonrasında denetim ve genel anlamda kendi yörelerinde Cİ konusunda ilgili kurumlarla iş birliği ve bilimsel çalışmalar yapma konusunda etkinliği artırılmalıdır.

-İllerde mevcut tesciller ortada iken, sonraki süreçte her bir il ölçeğinde oluşturulacak tek çatı örgütlenme ile Cİ başvurularının artacağı dolayısıyla buna bağlı faydaların da ortaya çıkacağı beklenebilir.

7. KAYNAKLAR

Acar, Y. (2018). Türkiye’deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 163–177.

Akkuş, G., & Küçükahmetoğlu, M. (2022). Yerel Yönetim İnternet Sitelerinin Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi Paylaşımları Açısından Kıyaslanması. *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 35–53.

- Altınar, B. (2017). Kentlerin rekabetinde önemli bir turizm faktörü olarak coğrafi işaretleme ve planlamaya yansımaları. (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ceylan, Y., & Samırkaş Komşu, M. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi: Siirt ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, Special Issue 5, 59–75.
- Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28): 3-16.
- Çukur, F., & Çukur, T. (2017). Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi: Muğla ili örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 187–194.
- Demir, İ. (2020). Coğrafi işaretlerin sosyoekonomik etkileri. T.C. Türk Patent Enstitüsü, Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Denk, E., & Bilici, N. S. (2023). Coğrafi İşaretler Hakkında Yerel Yönetici Görüşlerinin Analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 319–334.
- Durusoy, Y. Y. (2017). Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars Kaşarı örneği. (Doktora tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141–160.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı. (2018). *Coğrafi İşaretler, Geleneksel Ürünler ve Aromatik Bitkiler*. Güney Ege, 5(15).
- <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa’nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek 1), 371–389.
- İlhan (2020). AB tescilli coğrafi işaretlerin ayırt edicilik kriterleri ve yöre ile bağı açısından incelenmesi. TC Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı Uzmanlık Tezi, Ankara.
- İloğlu, N. (2014). Coğrafi işaretlerin tescili ve denetimi üzerine farklı ülke sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye uygulaması. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57–66.
- Karakulak, Ç. (2016). Gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği. (Yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keskin, H. (2019). Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri – Balıkesir ili örneği. (Yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD.
- Kızılarıslan, N., & Hızarcı, Z. (2022). Coğrafi işaret alan Erbaa Narince Bağ Yaprağı’nın üretim ve pazarlama durumu. *Journal of Gaziosmanpaşa Scientific Research*, 11(1), 57–73.
- Kızıltepe, H. (2005). Türk Coğrafi İşaretler Mevzuatı, AB Mevzuatı ile Mukayesesi ve Bazı Önemli Ülkelerdeki Coğrafi İşaretler Mevzuatı. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

Olgun, F. A., & Sevilmiş, G. (2017). Uluslararası düzeyde coğrafi işaretler, yaratılan ekonomik değer ve Türkiye’deki sistemin değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 205–213.

Suna, B., & Uçuk, C. (2018). Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 100–118.

Tepe, S. (2008). Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2018) 11. Kalkınma Planı

Türk Patent ve Marka Kurumu (2014) Ulusal Coğrafi İşaret ve Strateji Eylem Planı (2015-2018)

Türk Patent ve Marka Kurumu (2018) Stratejik Plan (2019-2024)

Yılmazbilen, M. M. (2020). Ulusal ve uluslararası başarılı örnekler ışığında coğrafi işaretli ürünlerin etkin yönetimi. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

Ekler:

Tablo 12: Aydın’a ait coğrafi işaretli ürünler

Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün grubu	Başvuru Yapan/Tescil Ettiren
1 Aydın Enginarı	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Borsası
2 Aydın Kabak Tatlısı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Aydın Büyükşehir Belediyesi
3 Aydın Kestanesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Borsası
4 Aydın Memecik Zeytini	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Borsası
5 Aydın Memecik Zeytinyağı	Menşe Adı	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar	Aydın Ticaret Borsası
6 Aydın Yamalak Sarısı Zeytini	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Borsası
7 Aydın Yuvarlaması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Aydın Büyükşehir Belediyesi
8 Aydın Çam Fıstığı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Borsası
9 Aydın İnciri	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Aydın Ticaret Odası
10 Bozdoğan Cevizli Sucuğu	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	Nazilli Ticaret Odası

11	Bozdoğan Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Nazilli Ticaret Odası
12	Buharkent Taze İnciri	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Nazilli Ticaret Odası
13	Dalama Tandırı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Efeler Belediyesi
14	Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Nazilli Ticaret Odası
15	Didim Kaşopitası	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Didim Ticaret Odası
16	Didim Pavası (Fava)	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Didim Ticaret Odası
17	Dikmen Çiçek Balı / Dikmen Kekik Balı	Menşe Adı	Bal	S. S. Yeniköy-Dikmen Balkoop Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
18	Germencik Ekşili Tavuk	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Germencik Belediyesi
19	Güllübahçe Bez Bebekleri	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Söke Ticaret Borsası
20	Karacasu Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Karacasu Esnaf ve Sanatkarlar Odası
21	Karacasu Çömleği	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Nazilli Ticaret Odası, Karacasu Esnaf ve Sanatkarlar Odası
22	Kuyucak Portakalı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Kuyucak Belediyesi
23	Nazilli Kar Helvası	Mahreç İşareti	Dondurmalar ve yenilebilir buzlar	Nazilli Ticaret Odası
24	Nazilli Kestel Kurutması	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Nazilli Ticaret Odası
25	Nazilli Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Nazilli Ticaret Odası
26	Olukbaşı Oğlak Çevirme Kebabı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Nazilli Ticaret Odası
27	Ortaklar Çöp Şiş	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Germencik Belediyesi
28	Sultanhisar Çileği	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Sultanhisar Ziraat Odası

29	Söke Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Söke Lokantacılar Pasta Tatlı Esnaf ve Sanatkârlar Odası
30	Söke Kulak Tatlısı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Söke Ticaret Odası
31	Söke Kulak Çorbası	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Söke Ticaret Borsası
32	Söke Körüklü Çizmesi	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Söke Belediyesi
33	Söke Pamuğu	Mahreç İşareti	Diğer ürünler	Söke Ticaret Borsası
34	Söke Peksimeti	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Söke Tarih Araştırmaları ve Kültür Değerlerini Koruma Derneği, Aydın Söke İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
35	Söke Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Söke Ticaret Borsası
36	Söke Tahinli Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Söke Ticaret Odası
37	Söke Tatlı Maya Ekmeği	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Söke Ticaret Odası
38	Turanlar Ayranı	Mahreç İşareti	Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	Germencik Belediyesi
39	Yenipazar Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Aydın Büyükşehir Belediyesi
40	Çine Köftesi	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çine Belediyesi
41	İncirliova Deve Sucuğu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri	İncirliova Belediyesi

Tablo 13: Denizli'ye ait coğrafi işaretli ürünler

Sıra	Tescil Tarihi	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan/ Tescil Ettiren
1	2006	İsabey Çekirdeksiz Üzümlü	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çal Belediyesi
2	2010	Denizli Leblebisi	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Denizli Ticaret Borsası

3	2010	Kale Biberi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Kale Belediyesi
4	2011	Denizli Traverteni	Menşe Adı	Diğer Ürünler	Denizli Ticaret Odası
5	2016	Buldan Bezi	Mahreç İşareti	Dokumalar	Buldan Ticaret Odası
6	2018	Çameli Fasulyesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çameli Belediyesi
7	2018	Tavas Baklavası	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Tavas Belediyesi
8	2020	Çameli Kilimi	Mahreç İşareti	Hahılar ve kilimler	Çameli Belediyesi
9	2020	Çameli Elmalı Bezi	Mahreç İşareti	Dokumalar	Çameli Belediyesi
10	2020	Babadağ Kekik Balı	Menşe Adı	Bal	Denizli İli Arı Yetiştiricileri Birliği
11	2020	Buldan Kestanesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Buldan Ziraat Odası
12	2020	Denizli Çalkarası Üzümlü/Denizli Çalkarası	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çal Ziraat Odası
13	2021	Denizli Kekliği	Menşe Adı	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz	Pamukkale Belediyesi
14	2021	Honaz Kirazı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Honaz Ziraat Odası
15	2024	Tavas Yanık Koyun Yoğurdu	Mahreç İşareti	Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	Tavas Belediyesi
16	2025	Kızılhisar Bardağı	Mahreç İşareti	Hahılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Serinhisar Belediyesi
17	-	Bozkurt Muhacir Somunu	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Hambat Yerel Eylem Grubu Derneği
18	-	Denizli Karın Tereyağı	Menşe Adı	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar	Denizli Ticaret Odası
19	-	Honaz Cennet Elması	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Honaz Ziraat Odası

20	-	Honaz Cennet Elması Kuruşu	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Honaz Ziraat Odası
21	-	Nikfer Bezi	Mahreç İşareti	Dokumalar	Tavas Belediyesi
22	-	Tavas Körüklü Çizmesi	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Tavas Belediyesi
23	-	Çameli Cevizi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Çameli Belediyesi
24	-	Çameli Leğen Böreği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çameli Belediyesi
25	-	Çameli Meneviş Yoğurtlaması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çameli Belediyesi
26	-	Buldan Simidi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Buldan Esnaf ve Sanatkarlar Odası
27	-	Babadağ Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Babadağ Belediyesi
28	-	Avşar Üzümlü	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Acıpayam Ziraat Odası
29	-	Alaaddin Tören Yahnisi	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Acıpayam Belediyesi
30	-	Acıpayam Çakır Havucu	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Acıpayam Kaymakamlığı
31	-	Acıpayam Kavunu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Acıpayam Kaymakamlığı

Tablo 14: Muğla'ya ait coğrafi işaretli ürünler

Sıra	Tescil Tarihi	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan/ Tescil Ettiren
1	1997	Milas El Halısı	Mahreç İşareti	Halılar ve kilimler	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
2	2012	Bodrum Mandarin	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Bodrum Turunçgil Üretici Birliği
3	2016	Milas Zeytinyağı	Menşe Adı	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası

4	2018	Muğla Çam Balı	Menşe Adı	Bal	Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği
5	2018	Milas Tepsi Böreği	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
6	2018	Muğla Köftesi	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
7	2018	Muğla Saraylısı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
8	2019	Muğla Göce Tarhanası	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
9	2019	Milas Yağlı Zeytini	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
10	2019	Marmaris Çam Balı	Menşe Adı	Bal	Marmaris Ticaret Odası
11	2020	Üzümlü Dastarı/Yeşilüzümlü Dastarı	Mahreç İşareti	Dokumalar	Fethiye Belediyesi
12	2020	Seydiler Kilimi	Mahreç İşareti	Halılar ve kilimler	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
13	2020	Muğla Beyaz Mermeri	Menşe Adı	Diğer ürünler	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
14	2020	Kavaklıdere Cevizi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
15	2020	Fethiye Kaya Halısı/Fethiye Kayaköy Halısı/Fethiye Halısı	Mahreç İşareti	Halılar ve kilimler	Fethiye Belediyesi
16	2021	Fethiye Tahini	Mahreç İşareti	Diğer ürünler	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
17	2021	Fethiye Kaya İnciri	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
18	2022	Köyceğiz Portakalı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Köyceğiz Ziraat Odası
19	2022	Marmaris Yer Fıstığı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Marmaris Belediyesi

20	2022	Milas Ciğer Kavurması	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
21	2022	Milas Eksili Köfte	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
22	2022	Milas Kanlı Kavurması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
23	2022	Milas Vekilharcı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
24	2022	Milas Çaykaması	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
25	2022	Milas Çekışke Zeytini	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
26	2023	Milas Zeytinyağı Sabunu	Mahreç İşareti	Diğer ürünler	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
27	2023	Datça Nurlu Bademi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
28	2023	Fethiye Tarhanası	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
29	2023	Milas Çıntar Kavurması	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
30	2023	Muğla Sulu Kebabı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
31	2024	Bodrum Guleti	Mahreç İşareti	Diğer ürünler	Bodrum Ticaret Odası
32	2024	Datça Domatesi	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Datça Belediyesi
33	2024	Milas Köftesi	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
34	2024	Muğla Simidi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
35	2024	Ula Sarımsağı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
36	2025	Milas Eksili Zeytini	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası

37	2025	Kavaklıdere Bakır El İşlemeciliği	Mahreç İşareti	Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
38	2025	Bodrum Çökertme Kebabı	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Bodrum Ticaret Odası
39	2025	Bodrum Tırhandili	Mahreç İşareti	Diğer ürünler	Bodrum Ticaret Odası
40	-	Arsa Üzümlü	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
41	-	Begonvil Reçeli	Geleneksel Ürün Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Mehmet Nuri FURAT
42	-	Dalaman İnciri	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
43	-	Fethiye Kuzugöbeği Mantarı	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
44	-	Fethiye Nif Kirazı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Fethiye Ticaret ve Sanayi Odası
45	-	Gökova Susamı	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
46	-	Karabağlar Yayla Kavunu	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Muğla Ticaret ve Sanayi Odası
47	-	Marmaris Bayır Baklavası	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Marmaris Ticaret Odası
48	-	Marmaris Bayır Kaşık Helvası	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Marmaris Ticaret Odası
49	-	Milas Karagöz Börülcesi	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası
50	-	Milas Bastırma Zeytini	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Milas Ticaret ve Sanayi Odası