

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE GIDA MADDELERİNİN ORİJİNİNİN KORUNMASI

Fikri mülkiyet araçları olarak orijin ve ticari markaların belirtilmesi¹²

¹ Loyens & Loeff (Brüksel ofisi) ortaklarından Yves VAN COUTER ve avukatlarından Florence D'ATH tarafından yazılmıştır. Her iki avukat Loyens & Loeff Dava & Risk Yönetimi bölümü ve Benelüks Gıda & İçecek sektörü grubu üyesidir (<http://www.loyensloeff.com/en-us/practices/all-practices/food-and-beverages>). Yazarlardan Yves VAN COUTER'e yves.van.couter@loyensloeff.com e-mail adresinden, Florence D'ATH 'e florence.d'.ath@loyensloeff.com e-mail adresinden ulaşılabilir.

² Avukat Aylin Şule Songül tarafından tercüme edilmiştir. Aylin Şule Songül'e aylin@songul.av.tr e-mail adresinden ulaşılabilir.

İçindekiler

I.	GİRİŞ.....	3
II.	AB HUKUKSAL ÇERÇEVESİ.....	4
II.1.	TARIM ÜRÜNLERİ VE GIDA MADDELERİNİN KALİTE ŞEMALARINA İLİŞKİN (EU) 1151/2012 SAYILI MEVZUAT.....	4
II.1.1.	1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın üç kalite şeması: Korunmuş Coğrafi İşaretler, Korunmuş Orijin Tahsisi ve Geleneksel Özelliklerin Garantisi.....	4
II.1.2.	1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın maddi ve bölgesel uygulama kapsamı	6
II.2.	AVRUPA BİRLİĞİ TİCARİ MARKALARI HAKKINDA (EC) 207/2009 SAYILI MEVZUAT	8
III.	KORUNMUŞ COĞRAFİ İŞARET VE KORUNMUŞ ORİJİN TAHSİSİ: KAVRAM, ŞARTLAR VE KARŞILAŞTIRMA.....	9
III.1.	KORUNMUŞ COĞRAFİ İŞARET VE KORUNMUŞ ORİJİN TAHSİSİ KAVRAMLARI.....	9
III.2.	COĞRAFİ İŞARET/ ORİJİN TAHSİSİ İÇİN GEREKLİ ŞARTLAR.....	11
III.2.1.	Coğrafi İşaret Koruması için gerekli şartlar.....	11
III.2.2.	Orijin Tahsisi Koruması için gerekli şartlar.....	11
III.2.3.	Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması tescili için gereken diğer (negatif) şartlar.....	12
III.3.	COĞRAFİ İŞARETLERİN VE ORİJİN TAHSİSLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI	13
IV.	AVRUPA BİRLİĞİ TİCARİ MARKASI: KAVRAM, ŞARTLAR VE KARŞILAŞTIRMA	16
IV.1.	AB TİCARİ MARKASI KAVRAMI (BİREYSEL VEYA KOLLEKTİF)	16
IV.1.1.	<i>Ticari Marka nedir?</i>	16
IV.1.2.	<i>Bireysel veya kollektif AB Ticari markası nedir?</i>	16
IV.2.	AB TİCARİ MARKALARININ KORUMA ŞARTLARI.....	19
IV.2.1.	Ana Şartlar: Ürünü ayırt etmeye yarayan ve AB Kayıt Ofisi'nde ifade edilebilen işaretler....	19
IV.2.2.	Markanın Red / Hükümsüzlük Şartları (negatif şartlar).....	20
V.	KORUMANIN KAPSAMI, COĞRAFİ İŞARET, ORİJİN TAHSİSİ İLE AB TİCARİ MARKASI ARASINDAKİ İLİŞKİ VE KIYASLANMASI.....	22
V.1.	AB TİCARİ MARKASININ KORUMA KAPSAMI: 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9. Maddesi..	22
V.2.	COĞRAFİ İŞARETLERİN/ORİJİN TAHSİSİNİN KORUMA KAPSAMI: 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 13. Maddesi	26
V.3.	COĞRAFİ İŞARETLER/ORİJİN TAHSİSİ İLE AB TİCARİ MARKALARI ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	30
V.4.	COĞRAFİ İŞARETLER/ORİJİN TAHSİSİ VE AB TİCARİ MARKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI.....	33
VI.	SONUÇ	35

I. GİRİŞ

1. Tüketiciler bir markete, alışverişe gittiklerinde seçimlerini bir çok alternatifin arasından yapmaktadır. Fiyatın yanında tüketicinin bir ürünü diğer ürüne tercih etmesini etkileyebilen önemli diğer bir faktör de ürünün kalitesinin coğrafi bölge orijini ile isim yapmış olmasıdır. Özellikle, Millennial'ler³ *'gıdalarının nereden geldiğini bilmek istiyorlar. '[Bu kişiler] ürünün nasıl yapıldığını, kimin büyüttüğünü, kimin yetiştirdiğini, kimin tarafından bakıldığını ve bileşenlerinin nasıl orijin detayı oluşturduğunu bilmek istiyorlar.'*⁴

Örneğin, *'Parma ham (Parma jambonu)'* veya *'Belçika birası'*, söz konusu her iki ürün de bilinen ve geldikleri bölgeden dolayı kalite ile isimleri bütünleşmiş ürünlerdir. Her iki isim ürünün coğrafi orijini ifade eder; İtalya'nın Parma bölgesi ve Belçika Krallığı.

2. Avrupa Birliği ('AB') bilinen coğrafi bölgelerin isimlerinin yanlış kullanımını engellemek için gıda maddelerinin ve tarımsal ürünlerin orijinini korumaya yönelik iki farklı sistem oluşturmuştur: Orijin Tahsisi ve Coğrafi İşaretler koruma sistemi ve – diğer taraftan da- coğrafi bir isim taşıyan kolektif Avrupa Birliği ticari markalarının (AB ticari markası)⁵ korunması sistemi.
3. Bu makale her iki sistemin özelliklerini incelemekte ve karşılaştırmaktadır. İlk önce, Orijin Tahsisi/Coğrafi İşaretler koruma sisteminin ve "kolektif AB ticari markasının" AB'deki hukuksal çerçevesi ele alınacak (I). İkinci olarak, Orijin Tahsisi/Coğrafi İşaretler ve "AB kolektif ticari markası" kavramları ve tescilleri için gerekli olan şartlar incelenecektir (II). Üçüncü olarak da her iki sistemin koruma kapsamı açıklanacak ve karşılaştırılacaktır (III).
4. Şunu ifade etmek isteriz ki, bu makalenin konusu AB içerisinde insan tüketimi için olan gıda maddelerinin orijininin korunması ile sınırlıdır. Diğer ürün ve servislerin orijininin korunması makalenin kapsamına alınmamıştır. Ayrıca, konunun kısa tutulması için bu makalede şarapların ve alkollü içeceklerin orijininin korunması konusuna da değinilmemiştir. Söz konusu içecekler de aslında bu makalede incelenen kurallara benzer kurallara sahip kurallarla korunmaktadır ancak bu ürünler daha çok ürün gruplarına özel düzenlenmiş mevzuata tâbi tutulmuşlardır.

II. AB HUKUKSAL ÇERÇEVESİ

5. Fikri Mülkiyet Hakları yoluyla AB'de gıda maddelerinin orijinini korumayı sağlayan iki ana enstrüman vardır;

1) Korunmuş Coğrafi işaretler'in tescilini mümkün kılan Tarım Ürünleri ve Gıda

³ "Millennial: 21. Yüzyıl başında genç yetişkinlik döneminin başlangıcında olanlar. Bakınız, <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/millennial>

⁴ E. TUROW, *A Taste of Generation Yum*, 2015, s. 281 (eKitap versiyonu).

⁵ 23 Mart 2016'dan itibaren, 'Topluluk markası (Community trade mark)' ismi 'Avrupa Birliği ticari markası (European Union trade mark)' olarak değiştirilmiştir. ('AB ticari markası (EU trade mark)'), 'İç Pazarda Harmonizasyon Ofisi (Office for Harmonization in the Internal Market)' ismi 'Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (European Union Intellectual Property Office' ('EUIPO'))' olarak değiştirilmiştir. Söz konusu değişiklikler Birlik ticari markaları hakkındaki (EC) 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın değiştirilmesine dair Avrupa Birliği Parlamentosu ve Konseyi'nin (EC) No. 2015/2424 Sayılı 16 Aralık 2015 tarihli Mevzuat'ı ('Değişiklik Hakkındaki Mevzuat') ile yapılmıştır, *Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015*.

Maddelerinin Kalite Şemalarına İlişkin 1151/2012 Sayılı Mevzuat ve;

- 2) Coğrafi isimler taşıyan kolektif markaların tescilini mümkün kılan (EC) 207/2009 Sayılı Avrupa Birliği ticari markaları hakkındaki mevzuat.

6. Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinin Kalite Şemalarına İlişkin 1151/2012 Mevzuat (bundan sonra, '1151/2012 Sayılı Mevzuat')⁶ sadece insan tüketimi için olan tarım ürünleri ve gıda maddeleriyle ilgilidir. Bu mevzuat diğer alkollü içeceklerle, aromatize şaraplara yada asma ürünlerine uygulanmaz. Bu ürünler dikey özel mevzuatlar tarafından düzenlenmiştir ve korumalarının daha geniş bir kapsamı vardır.⁷

7. Coğrafi isimler taşıyan kolektif markaların tescilini mümkün kılan (EC) 207/2009 sayılı Avrupa Birliği ticari markaları hakkındaki mevzuat ise (bundan sonra '207/2009 Sayılı Mevzuat')⁸ marka koruması kapsamında olarak, tarım ve gıda ürünleri de dâhil ancak bunlarla sınırlı olmadan, her türlü ürün ve servisi kapsar.

II.1. TARIM ÜRÜNLERİ VE GIDA MADDELERİNİN KALİTE ŞEMALARINA İLİŞKİN (EU) 1151/2012 SAYILI MEVZUAT

II.1.1. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın üç kalite şeması:

8. Gıda ürünlerinin kalitesi ve farklılıklarının korunması için, 1151/2012 Sayılı Mevzuat, AB'de üç kalite şeması oluşturmuştur:

- Korunmuş Coğrafi İşaretler, (*The Protected Geographical Indication (PGI)*)
- Korunmuş Orijin Tahsisi, (*The Protected Designation of Origin (PDO)*); ve
- Geleneksel Özelliklerin Garantisi, (*The Traditional Specialities Guaranteed (TSG)*).

9. Yukarıdaki örneklerle de açıklandığı gibi "Korunmuş Coğrafi İşaretler" veya "Korunmuş Orijin Tahsisi" doğrudan bir gıda ürününün orijini ile ilgilidir. "Geleneksel Özelliklerin Garantisi" kalite şeması ise bileşenlerinin orijininden veya nerede üretildiğinden bağımsız olarak bazı ürünlerin geleneksel üretim metodları ve tarifleriyle ilgilidir. Başka bir ifade ile "Geleneksel Özelliklerin Garantisi" ürünlerin öncelikle orijinleri ile değil, geleneksel tariflerinin ürüne değer katması yönüyle öne çıkarak, üreticilerin tüketicilerle daha çok ürünün bu yönüyle iletişim kurmasını sağlar.

10. *Mozzarella*⁹ bu konuda bilinen en iyi örnektir. 1998'de AB'de özel karaktere sahip bir ürün olarak tescil edilmiş ve Geleneksel Özelliklerin Garantisi etiketi kullanmaya hak kazanmıştır.¹⁰ Diğer tarihi

⁶ Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 21 Kasım 2012 tarihli tarım ürünleri ve gıda maddelerinin kalite şemalarına ilişkin (EU) 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın Binaen bölümünün 34 numaralı paragrafı, Resmi Gazete (OJ) L 343, 14.12.2012, s. 1–29.

⁷ Şaraplar için: Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 17 Aralık 2013 tarihli, tarım ürünleri için pazarların ortak organizasyonunun kurulmasına ve (EEC) 922/72, (EEC) 234/79, (EC) 1037/2001 ve (EC) 1234/2007 Sayılı Mevzuatlar'ın kaldırılmasına dair (EU) 1308/2013 Sayılı Mevzuat'ı. Alkollü içecekler için: Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 15 Ocak 2008 tarihli alkollü içeceklerin, tanımı, tarifi, sunumu, etiketlenmesine ve alkollü içeceklerde coğrafi işaretlerin korunmasına ve Konsey'in (EEC) 1576/89 Sayılı Mevzuat'ının değiştirilmesine dair (EC) 110/2008 Sayılı Mevzuat'ı. Aromatize şaraplar için: Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 26 Şubat 2014 tarihli, aromatize şarapların, tanımı, tarifi, sunumu, etiketlenmesi ve aromatize şaraplarda coğrafi işaretlerin korunmasına ve (EEC) 1601/91 Sayılı Mevzuat'ın yürürlükten kaldırılmasına dair (EU) 251/2014 Sayılı Mevzuat'ı.

⁸ Avrupa Birliği ticari markaları hakkında 26 Şubat 2009 tarihli (EC) 207/2009 Sayılı Konsey Mevzuat'ı, Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 16 Aralık 2015 tarihli (EU) 2015/2424 Sayılı (EC) 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın değiştirilmesine dair mevzuatı ('Değişiklik Hakkındaki Mevzuat') ile değiştirilmiş şekliyle, Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015.

⁹ 'Mozzarella'nın tam ayrıntılı geleneksel üretimi veya imalat metodu için, bakınız :

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1998:317:0018:0018:EN:PDF>. Geleneksel Özellikleri Garantili 'Mozzarella' ile Orijin Tahsisi koruması altında olan 'Mozzarella di Bufala Campana' birbiri ile karıştırılmamalıdır.

bir örnek de Belçikan verilebilir, 1998 yılında, Belçika Bira Üreticileri Konfederasyonu'nun *Kriek*, *Framboise-Lambic* ve türev ürünlerinin (kirazlı bira veya diğer meyve tatları) geleneksel üretim metodunu korumak için yaptığı sertifika başvurusudur.¹¹ *Mozzarella* niteliklerini haiz olmak için peynirin özellikle İtalya'da üretilmesi gerekmez. Benzer olarak *Kriek* niteliklerini haiz olmak için biranın Belçika'da üretilmesi gerekmez. Çünkü üretim bölgesi ile bağı Geleneksel Özelliklerin Garantisi'nin ana unsuru değildir. Bu ürünler için kabul görmüş geleneksel uygulama/üretim ve/veya geleneksel ürün kompozisyonu oluşturma metodlarının uygulanıyor olması en önemli unsurdur. Bu anlamda Geleneksel Özellikler Garantisi kalite şeması, Coğrafi İşaretler ve Orijin Tahsis korumalarından ayrışır. Bu makalenin konusu nedeniyle "Geleneksel Özelliklerin Garantisi" etiketi koruması üzerinde daha fazla durulmayacaktır.



11. AB'de her bir kalite şeması için bir kalite sembolü oluşturulmuştur:¹²



12. 4 Ocak 2016 itibariyle 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 12. maddesinin yürürlüğe girmesiyle bu sembollerin ürün paket ve etiketlerinde koruma altına alınmış isimle kullanılması zorunlu olacaktır.¹³

¹⁰ Belirli karakter sertifikası (the certificate of specific character 'CSC'), "Geleneksel Özelliklerin Garantisi" korumasının daha önce kullanılan şeklidir. Bakınız: 14 Haziran 1992 tarihli tarımsal ürünler ve gıdalar için belirli karakter sertifikası hakkında (EEC) 2082/92 Sayılı Konsey Mevzuat'ı, *Resmi Gazete (OJ) L 208, 24.7.1992, s. 9–14*. Söz konusu mevzuat, 20 Mart 2006 tarihli geleneksel özellikleri garanti edilmiş tarımsal ürünler ve gıda maddeleri hakkında, (EC) 509/2006 Sayılı Konsey Mevzuat'ı ile değiştirilmiş ve kaldırılmıştır, *Resmi Gazete (OJ) L 93, 31.3.2006, s. 1–11*. Bu mevzuat Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu'nun 21 Kasım 2012 tarihli tarım ürünleri ve gıda maddelerinin kalite şeması hakkında (EU) 1151/2012 Sayılı Mevzuat ile değiştirilmiş ve kaldırılmıştır, *Resmi Gazete (OJ) L 343, 14.12.2012, s. 1–29*. 14 Aralık 2012 tarihli, (EEC) 2082/92 Sayılı Konsey Mevzuat'ının 7. maddesine göre AB üyesi ülkeler, belirli karakter sertifikası tescili için daha önce yapılmış başvuruları ve hali hazırda tescillenmiş olanları 'geleneksel özellik garantisi' ni kullanabilmek için Komisyon'a göndermişlerdir.

¹¹ Konsey'in tarım ürünlerinin özel karakterleri için sertifikalar hakkında (EEC) 2082/92 Sayılı Mevzuat'ında belirlendiği üzere, 20 Kasım 1997 tarihli 'belirli isimlerin, spesifik karakterler sertifikası Kayıt Ofisi'ne alınması hakkındaki (EC) 2301/97 Sayılı Komisyon Mevzuat'ı, *Resmi Gazete (OJ) L 319, 21/11/1997, sayfalar 8 – 9*. 'Vieille Kriek', 'Framboise Lambic' ve türevlerinin geleneksel üretim veya imalat metodlarının tam tarifi için bakınız: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/documentDisplay.html?chkDocument=3607_1_en

¹² Avrupa Parlamentosu ve Konsey'i'nin tarım ürünleri ve gıda maddelerinin kalite şemalarına ilişkin (EU) 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ının uygulanmasına ilişkin 13 Haziran 2014 tarihli Komisyon'un (EU) 668/2014 Sayılı Mevzuatı Ek X, *Resmi Gazete (OJ) L 343, 14.12.2012, sayfalar 1–29*.

¹³ Bu tarihten önce piyasaya sunulmuş ürünlerin hakları mahfuz kalmak üzere.

Ancak bu zorunluluk sadece AB orijinli ürünler için zorunlu olacaktır ve sonuç olarak üçüncü ülkeler örneğin; Hindistan, Çin, Türkiye veya Kolombiya orijinli ürünler için bir zorunluluk olmayacaktır.¹⁴

Örnek vermek gerekirse, İtalya'nın Parma Bölgesi'nden gelen Parma Ham'ın üzerinde yer alan "Korunmuş Orijin Tahsisi" sembolü artık zorunlu olacak ancak AB Üye Ülkesi olmayan Hindistan orijinli Darjeeling çayında ise "Korunmuş Coğrafi İşaret" sembolü etiket üzerinde zorunlu olmayacaktır.

II.1.2. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın maddi ve bölgesel uygulama kapsamı

13. 1151/2012 Sayılı Mevzuat, coğrafi orijini korunmuş ürünlerin taklit ve taşıması edilmesini önlemek için AB'de "Korunmuş Coğrafi İşaretler" ve "Korunmuş Orijin Tahsisleri"nin, başvurusu, tescili, kullanılması, korunması ve resmi kontrolleri için oldukça kapsamlı bir sistem oluşturmuştur.
14. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın **maddi kapsamı**, söz konusu Mevzuat'ın 2.1. maddesinde belirtildiği üzere insan tüketimi için olan tarım ürünleri ve gıda maddelerini de kapsar.

Bu ürünler Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma'nın I. Ek'inde belirtilmiştir ('the Treaty on the Functioning of the European Union' (TFEU)). Bu liste toprak ürünlerinin, hayvancılık ve balıkçılık ürünlerinin tamamını kapsadığı gibi (örneğin meyveler, sebzeler, et ve balık) bu ürünlerin ilk aşama işleminden geçmiş ürünlerini de kapsar (örneğin; kurutulmuş meyve, tütülenmiş balık, peynirler, v.s.).

Söz konusu liste 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın Ek I'i ile tamamlanmış, çikolata, ekmek, fırıncılık ürünleri, bisküviler, makarna, tuz, hardal macunu gibi ürün kategorileri eklediği gibi bira ve bitki ekstraktlarından oluşmuş içecekler de eklemiştir.

Ayrıca, 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın Ek I'i gıda olmayan tarımsal ürünleri de listeye eklemiştir, örneğin; esansiyel yağlar, pamuk, çiçekler, süs bitkileri, kürk, deri ve yün.

Ancak, yukarıda da ifade edildiği gibi, 1151/2012 Sayılı Mevzuat alkollü içkilere, aromatize şaraplara, asma ürünlerine uygulanmaz. Söz konusu ürünler, bu ürünlere özgü ayrı bir mevzuat tarafından düzenlenmiştir.¹⁵

15. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın, uygulamasının **bölgesel kapsamı** ise, madde 4 (b)'de: Avrupa Birliği sınırları içerisinde *Coğrafi İşaretler* ve *Orijin Tahsisi* koruma sistemleri ile isimlerin fikri mülkiyet hakları olarak AB içerisinde tek ve herşeyi kapsayıcı bir şekilde korunması amaçlanmıştır.¹⁶ şeklinde ifade edilmiştir.

¹⁴ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 12.6 maddesi şöyledir: 'isimleri tescil edilmiş AB üyesi olmayan ülke orijinli ürünler üçüncü paragrafta belirtilen Birlik sembollerini ürün etiketlerinde **belirtebilirler**'. Bunun tersine, söz konusu Mevzuat'ın 12.3. maddesine göre: 'Ürünlerin orijini AB ise ve bu Mevzuat'ta belirtilen usullere uygun olarak tescil edilmiş ve "Korunmuş Orijin Tahsisi" veya "Korunmuş Coğrafi İşaret" isimleri ile satılıyor ise Birlik sembollerini etikette **belirtilecektir** (...).' (Vurgu eklenmiştir).

¹⁵ Dipnot 3'e bakınız.

¹⁶ Coğrafi tahsislerden yararlanabilmek için ürün orijinin AB'de tescil ettirilmesi gereklidir. Ülkelerin kaliteyi coğrafi orijin korumasına benzer bir şekilde daha küçük bir bölgede korumalarına yer verilmemiştir (örneğin, bir AB üyesi ülkenin sadece kendi sınırları içinde). Bakınız ECJ, C-35/13, 8 Mayıs 2014, (*Assica & Kraft Foods Italia v. Associazione fra produttori per la tutela del 'salamefelino'*), ECLI:EU:C:2014:306, paras 26, 27. Bu anlamda marka koruması coğrafi tahsisler korumasından ayrılır. AB ticari marka sisteminin yanı sıra, ticari markalar için, bölgesel koruması daha sınırlı (ulusal veya Benelüks) paralel koruma sistemleri AB ticari markası sisteminin yanında yer alabilir (bakınız, aşağıdaki 18 numaralı bölüm).

Ancak şu ifade edilmelidir ki hem 28 AB üyesi ülkelerden birinde üretilmiş ürünler hem de diğer ülkelerde üretilmiş ürünler AB'nin Coğrafi İşaretler veya Orijin Tahsisi koruma şemalarının birinden yararlanabilir. AB içerisinde kurulmamış organizasyonlar da yabancı ürünlerinin coğrafi orjinini korumak için, AB sınırları içerisinde "Coğrafi İşaret" veya "Orijin Tahsisi" almak üzere AB Komisyonu'na başvuru yapabilirler. Şimdiye kadar ise AB üyesi olmayan ülkelerden başvuruların az olduğu söylenebilir.

AB'de Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması almış ürünlere örnek olarak Türkiye'den baklava (*Antep Baklavası*, "Korunmuş Coğrafi İşaret"),¹⁷ Çin'den Longjing çayı (*Longjing cha* "Korunmuş Orijin Tahsisi"),¹⁸ Colombiya'dan kahve (*Café de Colombia*, "Korunmuş Coğrafi İşaret")¹⁹ ve Hindistan'dan Darjeeling siyah çayı ("Korunmuş Coğrafi İşaret").²⁰



AB'de "Korunmuş Coğrafi İşaret" veya "Korunmuş Orijin Tahsisi" tesciline tâbi olmuş bir yabancı ürün için bu korumalar için oluşturulmuş Birlik sembollerini ithal edilmiş bu ürünlerin etiketlerinde kullanıp kullanmamak üreticinin tercihinin bırakılmıştır.²¹ Ancak yukarıda da belirtildiği gibi "Coğrafi İşaret" "Orijin Tahsisi" tesciline konu olmuş AB ürünleri için bu sembollerin kullanılması 4 Ocak 2016'dan itibaren zorunlu hale gelmiştir.

II.2. AVRUPA BİRLİĞİ TİCARİ MARKALARI HAKKINDA (EC) 207/2009 SAYILI MEVZUAT

16. Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi'nde ('the European Union Intellectual Property Office' (EUIPO)) AB markası tescili hususunda 207/2009 Sayılı Mevzuat oldukça kapsamlı bir sistem kurmuştur.²²

¹⁷ Antep Baklavası ince hamur katmanlarının/yufka, krema ve şam fıstığı ile doldurularak, şurup ile tatlandırılmış, Gaziantep şehri etrafında üretilen ve hâla halk arasında Antep olarak isimlendirilen bir Türk hamur işidir. Bakınız 18 Aralık 2013 tarihli koruma altına alınmış korunmuş orijin tahsisi ve korunmuş coğrafi işaretlerin kayıt altına alınması ile ilgili Komisyon'un (EU) 1399/2013 Sayılı Uygulama Mevzuatı [Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası ("Korunmuş Coğrafi İşaret")], *Resmi Gazete (OJ) L 349/58, 21.12.2013*.

¹⁸ 6 Mayıs 2011 tarihli belirli isimlerin korunmuş orijin tahsisi veya korunmuş coğrafi işaretlerin kayıt altına alınması hakkında Komisyon'un (EU) 449/2011 Sayılı Uygulama Mevzuatı (Shaanxi ping guo) ("Korunmuş Orijin Tahsisi"), (Longjing Cha) ("Korunmuş Orijin Tahsisi"), (Guanxi Mi You) ("Korunmuş Orijin Tahsisi"), (Lixian Ma Shan Yao) ("Korunmuş Coğrafi İşaret"), *Resmi Gazete (OJ) L 122/67, 11.05.2011*.

¹⁹ Komisyon'un 12 Eylül 2007 tarihli belirli isimlerin korunmuş orijin tahsisi ve korunmuş coğrafi işaretler olarak tescil edilmesine ilişkin (EC) 1050/2007 Sayılı Mevzuatı (Mejillón de Galicia or Mexillón de Galicia ("Korunmuş Orijin Tahsisi") — Café de Colombia ("Korunmuş Coğrafi İşaret") — Castagna Cuneo ("Korunmuş Coğrafi İşaret") — Asparago Bianco di Bassano ("Korunmuş Orijin Tahsisi"), *Resmi Gazete (OJ) L 240/7, 13.9.2007*.

²⁰ 20 Ekim 2011 isimlerin korunmuş orijin tahsisi veya korunmuş coğrafi işaret olarak kayıt altına alınması hakkında Komisyon'un (EU) 1050/2011 Sayılı Mevzuatı (Darjeeling ("Korunmuş Coğrafi İşaret"), *Resmi Gazete (OJ) L 276/5 21.10.2011*.

²¹ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 12.6. maddesi.

²² Not: 23 Mart 2016 tarihinden itibaren İç Pazar Harmonizasyon Ofisi ismi (Office for Harmonization in the Internal Market' (OHIM)), Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi ('European Union Intellectual Property Office' (EUIPO)) olarak değiştirilmiştir. 16 Aralık 2015 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu'nun, Birlik markaları hakkındaki (EC) 207/2009 Sayılı Mevzuat'da değişiklik yapılmasına dair (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuatı ('Değişiklik Mevzuatı'), *Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015*. Ancak, İç Pazar Harmonizasyon Ofisi tarafından 23 Mart 2016 tarihinden önce verilen kararlara bu makalede İç Pazar Harmonizasyon Ofisi olarak referans verilecektir.

17. Avrupa Birliği Ticari Markası ('AB ticari markası' veya 'ABTM') tekli/merkeziyetçi bir karaktere sahiptir. Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi'ne bir başvuru yeterlidir ve şayet başvuru tescille sonuçlanırsa Avrupa Birliği üyesi 28 ülkede koruma geçerlidir. Ayrıca, bir ABTM'yi bireysel bir ABTM veya kolektif bir ABTM olarak tescil ettirmek mümkündür.

Söz konusu Mevzuat'a göre *bir birliğin üyelerinin* ürün veya servislerinin ayırt edici özelliği varsa 'kolektif' bir marka olarak tescil ettirilebilir (bireysel olarak tescil ettirilmeye alternatif olarak).²³

18. 207/2009 Sayılı Mevzuat marka tescili konusunda AB üyesi ülkeler için inhisari bir tescil ve koruma sistemi oluşturmamıştır. Her üye ülkenin ulusal tescil sistemi ülkelerin iç mevzuatlarına bırakılmış ve Benelüks marka tescil sistemi de muhafaza edilmiştir. Bu nedenle, (hangi coğrafi alanlarda korunma istendiğine bağlı olarak), başvuru sahipleri, her bir üye ülkenin ulusal marka tescil sistemine, Benelüks marka tescil sistemine ve/veya Avrupa Birliği ticari marka sistemine başvurmakta serbesttir.

19. Her bir Üye Ülke kendi iç sistemleri uyarınca ulusal marka tescili imkanı sunmaktadır.²⁴ Bu konudaki en önemli fark bir üye ülkenin ulusal sistemine göre tescil edilmiş bir marka sadece markanın tescil edildiği üye ülkede geçerlidir. Sonuç olarak markanın bölgesel koruma kapsamı sınırlıdır. Şirketler bazen sadece bir üye ülkede markalarını tescil ettirmek isteyebilirler çünkü bazen ürün veya servisleri için 28 üye ülkenin hepsinde koruma almak gerekli olmayabilir, böylece bu daha az masraflı bir yol da olabilir.²⁵

20. Benelüks Ticari Markaları ise, Fikri Mülkiyet Benelüks Konvansiyonu'na²⁶ dayanır ('the Benelux Convention on Intellectual Property'). Fikri Mülkiyet Benelüks Ofisi (FMBO) Benelüks sınırları içerisinde (örneğin; Belçika, Hollanda, Lüksemburg) bireysel veya kolektif marka tescili imkanı ve koruması hakkı verir. Bu imkan özellikle ana aktivitelerinin büyük kısmı veya tamamı Benelüks ülkelerinde olan şirketler için bir alternatiftir.

21. Bu makalenin içeriğini net ve kısa tutmak amacıyla makale sadece gıda maddelerinin orijininin kolektif ABTM yoluyla korunması konusuna odaklanacaktır ancak şu unutulmamalıdır ki Benelüks marka sistemi ve her Üye Ülke'nin marka sistemine paralel başvurular yapmak mümkündür.

III. KORUNMUŞ COĞRAFI İŞARET VE KORUNMUŞ ORJİN TAHSİSİ: KAVRAM, ŞARTLAR VE KARŞILAŞTIRMA

III.1. KORUNMUŞ COĞRAFI İŞARET VE KORUNMUŞ ORJİN TAHSİSİ KAVRAMLARI

22. Hem coğrafi işaret hem orijin tahsis tescili, tarım ürünlerin ve gıda maddelerinin coğrafi orijinini korumayı hedefleyen kalite şemalardır.

23. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis başvuruları daha çok gıda maddeleri alanındadır çünkü bu ürünlerin özellikleri ve kaliteleri ürünlerin orijininin doğal faktörlerine bağlıdır örneğin; bölgenin toprağı, iklimi.

²³ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.1. maddesi.

²⁴ Üye Ülkeler'in ulusal korumalarının kapsamı ise 22 Ekim 2008 tarihli Üye Ülkeler'in markalarla ilgili mevzuatının yakınlaştırılması ile ilgili 2008/95/EC Direktifi ile harmonize edilmeye çalışılmıştır. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:299:0025:0033:en:PDF>.

Söz konusu direktif ile AB tam anlamıyla Üye Ülkeler'in mevzuatlarını yakınlaştırmayı tercih etmemiş, ulusal ticari marka sistemlerinin iç pazarın fonksiyonunu direk etkileyecek hükümlerinde yakınlaştırmayı tercih etmiştir.

²⁵ Avrupa Birliği Ticari Markaları Hakkındaki 207/2009 Sayılı Mevzuat, cons. 6.

²⁶ Fikri Mülkiyet Benelüks Konvansiyonu (ticari markalar ve dizayn), 25 Şubat 2005 tarihinde Hague'de kabul edilmiş ve 1 Şubat 2007 tarihinde yürürlüğe girmiştir (http://www.wipo.int/wipolex/en/other_treaties/details.jsp?treaty_id=229).

Bu nedenle gıda maddeleri diğer ürünlere kıyasla Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumalarından daha çok yararlanırlar. Ancak gıda olmayan bazı ürünlerin de kalite ve karakteristiği ürünlerin orijinine bağlı olabilir ve bu ürünler de Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumalarından yararlanabilirler örneğin; 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın I. Ek'inde listelenen pamuk ve yün gibi. Kasım 2011'de Yerli Şetland Yünü (Native Shetland Wool) "Korunmuş Orijin Tahsisi" tescili yaptıran ilk yündü – ve hâla bugünde "Korunmuş Orijin Tahsisi" koruması altında olan tek yün ürünüdür.²⁷

24. Uygulamada, Coğrafi İşaretler ve Orijin Tahsisleri ürünün jenerik ismiyle kombine halde çoğunlukla şehir, bölge veya çok istisnai hallerde, ülke ismi ile birlikte kullanılırlar örneğin; "Korunmuş Coğrafi İşaret" olan '*Citron de Menton*' (Menton Limonu) güney-doğu Fransa'da deniz kenarında bulunan Menton şehrine atıfta bulunur. Bilinen diğer örneklerden biri de, "Korunmuş Coğrafi İşaret" olan, '*Jambon d'Ardenne*' (Ardenne Jambonu) Belçika'nın güney-doğu bölgesinde bir bölgeye atıfta bulunur ve "Korunmuş Coğrafi İşaret" olan '*Café de Colombia*' (Kolombiya Kahvesi) ise ülke ismine atıfta bulunur.



25. İstisnai durumlarda AB sistemi gereği Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi koruması ürünün orijinine isminde atıfta bulunmadan da verilebilir.

Örneğin, Feta peyniri Orijin Tahsisi koruması altındadır ve orijini Yunanistan olan bir beyaz peynirdir ve bu ürünün ismi herhangi bir, yer, bölge veya ülke ismi içermez.²⁸ Ancak Feta AB'de Orijin Tahsisi olarak tescil edilmiştir çünkü sadece 'Feta' isminden dolayı bu peynirin orijininin Yunanistan'da belirli bölgeler olduğunu ve peynirin ayırt ediciliği için yeterli olduğu kabul edilmiştir.

26. Bazende coğrafi işaret bir ürün isminin yerine geçecek kadar bilinir ve tek başına yeterli hale gelmiş olabilir. Örneğin, Darjeeling siyah çayı, bu çay sadece Darjeeling olarak 'siyah çay' kelimeleri eklenmeden Coğrafi İşaret koruması altına alınmıştır.²⁹

²⁷ 31 Ekim 2011 isimlerin korunmuş orijin tahsisi veya korunmuş coğrafi işaret olarak kayıt altına alınması hakkında Komisyon Uygulama Mevzuatı, (EU) No 1121/2011 (Yerli Shetland Yünü ("Korunmuş Orijin Tahsisi")/Native Shetland Wool (PDO)), L 289/14, 8.11.2001.

²⁸ 'Feta' ismi hakkında (EC) No 1107/96 Sayılı Mevzuat'ın Ek'inin değiştirilmesi ile ilgili 14 Ekim 2002 tarihli (EC) 1829/2002 Sayılı Mevzuat, Resmi Gazete (OJ) L 277/10, 15.10.2002.

²⁹ 20 Ekim 2011 tarihli, isimlerin korunmuş orijin tahsisi veya coğrafi işaret olarak kayıt altına alınması hakkında Komisyon Uygulama Mevzuat'ı, (EU) No 1050/2011, (Darjeeling ("Korunmuş Coğrafi İşaret")), Resmi Gazete (OJ) L 276/5 21.10.2011.



27. Son olarak, bazı ürünler ise bir yer adı içermelerine rağmen Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması altına alınabilmeleri için özellikleri yeterli değildir. Bu durumda ürün isimlerinin jenerik isimler haline gelmiş olduğu kabul edilir örneğin; Çedar peyniri, 'Moutarde de Dijon' (Dijon hardalı) ve 'Schwarzwälder Kirschtorte' (Kara orman keki/ Black forest cake). Bu ürünler Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması alma özelliklerini kaybetmişlerdir çünkü tüketiciler bu ürünleri ürün isminde bulunan yer ismiyle artık ilişkilendirmemektedir.³⁰

III.2. COĞRAFI İŞARET/ ORİJİN TAHSİSİ İÇİN GEREKLİ ŞARTLAR

III.2.1. Coğrafi İşaret Koruması için gerekli şartlar

28. 1151/2012 Sayılı Mevzuat "Korunmuş Coğrafi İşaretlerin"³¹ tescil edilebilmesi için coğrafi işaretin ürünün kimliğini tanımladığını belirterek üç esas şartın yerine getirilmesi gerektiğini belirtir:

- (a) orijininin belirli bir bölge, yöre veya ülke olması;
- (b) niteliklerinin, ürünün veya diğer karakteristik özelliklerinin esas itibariyle bu coğrafi bölgeden kaynaklanması; ve
- (c) üretim işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi sınırlar içinde yapılması.

29. Bu şartlar ürünün tescili için gerekli pozitif şartlar olarak nitelendirilebilir, çünkü ancak bu şartları taşıyan ürünler "Coğrafi İşaret" koruması için tescil edilebilir.

III.2.2. Orijin Tahsisi Koruması için gerekli şartlar

30. 1151/2012 Sayılı Mevzuat "Orijin Tahsisi" nin ürünün tanınmasını sağlayan isim olduğunu belirterek, koruma tescili için üç ana şart öngörür:³²

- (a) orijininin coğrafi sınırları belirlenmiş bir alan veya bölgeden, istisnai durumlarda ülkeden, kaynaklanması;

- (b) ürünlerin kalitesi ve karakteristik özelliklerinin, esas itibariyle veya münhasıran bu coğrafi

³⁰ Ayrıca aşağıda yer alan 33 numaralı paragrafa bakınız.

³¹ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 5.2. maddesi.

³² 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 5.1. maddesi.

bölgenin tabii niteliklerinden kaynaklanması veya insani faktörlerine bağlı olması; ve

(c) bütün üretim aşamalarının belirlenmiş coğrafi bölgede gerçekleşmesi.

III.2.3. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması tescili için gereken diğer (negatif) şartlar

31. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 5.1 ve 5.2. maddelerinde belirtilen spesifik pozitif şartların yanında bazı isimlerin aşağıda belirtilen şartlarda bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması alamayacağı belirtilmektedir.³³

- (a) isim jenerik bir isimse (örneğin; 'Cheddar/Çedar peyniri'³⁴ veya 'Gouda peyniri'³⁵);
- (b) isim bir bitki varyetesinin ismi veya hayvan türünün ismi ile çelişiyor ve tüketiciyi ürünün gerçek orijini ile ilgili yanıltabilecek nitelik taşıyorsa (örneğin, 'Abundance')³⁶;
- (c) isim kısmen veya tamamen daha önce tescil edilmiş bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması altında olan bir isim ile eş adlı ise (ancak tüm üreticileri eşit olarak muameleye tâbi tutmak ve tüketicileri yanıltmamak hususlarının uygulanması kaydıyla her iki isim arasında pratikte yeterli bir ayrım mevcutsa tescil edilebilir);³⁷

³³ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 6. maddesi.

³⁴ Çedar/Cheddar İngiltere'nin güneyinde Somerset bölgesinde bir köydür. 'Çedar/Cheddar' kelimesi sarı-turuncu renkli tarihi, üzü olan ve bu bölge kökenli bir peynir türüdür. Ancak çabuk üretilerek İngiliz milletler topluluğunda ve ABD'de yaygın satılır hale gelmesinden dolayı tüketiciler zaman içerisinde Çedar/Cheddar'ın geldiği orijin köyü ile bağlantısını kuramamaya/işkilendirmemeye başlamışlardır. Bunun sonucu olarak da Çedar/Cheddar jenerik bir isim haline gelmiştir. Ancak Çedar/Cheddar'ın jenerik isim haline gelmiş olması Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumaları için tescil edilemeyecek olması, söz konusu korumaların bir parçası olamayacağı anlamına gelmez. Örneğin, 12 Haziran 1996 tarihli coğrafi işaretlerin ve orijin tahsislerinin tesciline ilişkin (EC) 1107/96 Sayılı Komisyon Mevzuat'ı uyarınca ve Komisyon mevzuatı (EEC) No 2081/92'nin 17. maddesinde belirtilen prosedüre göre "« West Country Farmhouse Cheddar Cheese/Batı Ülkesi Çiftliği Çedar Peyniri» 1996 yılında "Korunmuş Orijin Tahsisi" olarak tescil edilmiştir, Resmi Gazete (OJ) L 148, 21.6.1996, s. 1–10.

³⁵ 'Gouda' kelimesi bir peynir türünün jenerik ismi haline gelmesine rağmen, "Korunmuş Orijin Tahsisi" olarak 'Noord-Hollandse Gouda' ve "Korunmuş Coğrafi İşaret" olarak da 'Gouda Holland/Hollanda Gouda'sı' 1996 ve 2010 yıllarında tescillenmişlerdir. 'Gouda Holland' ın Korunmuş Coğrafi İşaret olarak tesciline ilişkin 1122/2010 Sayılı Mevzuat'a Almanya Gouda üreticileri ve dağıtıcıları derneği tarafından Almanya'da ki üreticileri ve distribütörlerini olumsuz etkileyeceği gerekçesiyle itiraz edildi. Söz konusu derneğin talebi menfaatini ispat edememesi ve işlemlerini iletmemesi nedeniyle davanın görülememesinden dolayı reddedildi. Ancak Mahkeme kararında şunu da ifade etmiştir 'Gouda Holland/Hollanda Gouda'sının "Korunmuş Coğrafi İşaret" olarak tescil edilmesi jenerik kelime olan 'Gouda'nın diğer üreticiler tarafından kullanılmasına olumsuz bir yan etkisi olmayacak ve bazı üreticilere rekabetçi bir avantaj vermeyecektir. Bakınız Dava T-113/11, Gouda Holland, (Schutzgemeinschaft Milch und Milcherzeugnisse eV v European Commission), Genel Mahkeme Kararı 3 Eylül 2014, ECLI:EU:T:2014:752. Ayrıca benzer bir dava için bakınız T-112/11, Edam Holland (Schutzgemeinschaft Milch und Milcherzeugnisse eV v European Commission), Genel Mahkeme Kararı 3 Eylül 2014, ECLI:EU:T:2014:752 ve devamında AAD/ECJ'nin temyiz başvurusu reddi C-517/14 P, 6 Ekim 2015 tarihli mahkeme kararı, ECLI:EU:C:2015:700.

³⁶ Komisyon 1996 yılında peynir için "Korunmuş Orijin Tahsisi" olarak tescil edilen 'Abundance' ismini örnek verir. 'Abundance' ayrıca bir inek türüdür. Komisyon, peynir için bu ismin Orijin Tahsisi koruması için tescil edilmesine karar verildiğini çünkü peynir ve inek türü arasında bir karışıklığa neden olmayacağı bildirmiştir. 12 Haziran 1996 tarihli coğrafi işaretler ve orijin tahsisi korumalarına ilişkin (EC) No 1107/96 Komisyon Mevzuat'ı uyarınca ve Komisyon Mevzuatı (EEC) No 2081/92'nin 17. maddesinde belirtilen prosedüre göre, Resmi Gazete (OJ) L 148, 21.6.1996, s. 1–10. Bakınız, Komisyon Servislerinin Çalışma Dökümanları, Birlik Mevzuatı Rehberi, Korunmuş Coğrafi İsimler, Menşe ve Tarımsal Ürünler için Özel Karakter Sertifikası Working Document, Ağustos 2004-2.baskı.

³⁷ Şu farazi örnek verilebilir: 'Café de Colombia/Kolombiya Kahvesi', Kolombiya, Güney Amerika kökenli kahve için AB'de "Coğrafi İşaret" olarak tescil edilmiştir. Ancak Kolombiya ayrıca Küba'da Las Tunas'da bulunan belediyenin'de adıdır. Küba'nın Kolombiya belediyesinden üreticiler aynı isimli bir "Coğrafi İşaret" tescili için yani 'Café de Colombia/Kolombiya Kahvesi' için tescil başvurusunda bulunursa bu başvuru tüketicileri ürünün gerçek orijini konusunda yanıltabileceği gerekçesi ile reddedilebilir. Aynı şekilde, La Rioja, hem İspanya hem de Arjantin'de bir bölge adıdır ve her iki bölgede de şarap üretilir. İspanyol şarabı 'Rioja' Orijin Tahsisi koruması altındadır ve 1986 yılından beri tescillidir. Günümüzde de (EU) No 1308/2013 Sayılı Mevzuat'ın 107. maddesi gereğince korunmaktadır. Bu durum, tüketicinin yanıltılmasını engellenmediği sürece Arjantin'in 'La Rioja' adını Orijin Tahsisi olarak tescil ettirmesini engelleyebilir (ancak örneğin 'La Rioja Arjantin', varsayım olarak, tescil edilebilir çünkü ürünün Arjantin kökenli olduğunu belirtmektedir).

- (d) Eş adlı isim doğru olsa bile tüketiciyi ürünün başka bir bölgeden geldiği yönünde yanıltıcı olacak biçimde ise;³⁸
- (e) Ürünün markasının tanınırlığı ve ünü ve kullanıla geldiği sürenin uzunluğu dikkate alınarak, eğer isim tescilli ürünün gerçek kimliği konusunda tüketiciyi yanıltıcı nitelik taşıyacaksa.³⁹

32. Yukarıda izah edilen şartlar 'negatif' şartlar olarak değerlendirilebilir, şöyle ki eğer ürün yukarıda belirtilen kategorilerden birisine giriyorsa Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumaları için tescilli mümkün olmayabilir.

III. 3. COĞRAFI İŞARETLERİN VE ORIJİN TAHSİSLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

33. Bir ürünün Orijin Tahsisi tescili için, ürün ile coğrafi bölge arasında aranan bağın Coğrafi İşaret'e göre daha sıkı olduğu söylenebilir. Bu durum, 1151/2012 Sayılı Mevzuat'a da yansımıştır. Söz konusu Mevzuat Orijin Tahsisi için daha sıkı şartlar getirmiştir⁴⁰:

- **Ürünün kalitesi ve karakteristiği ile ilgili olarak:** Bir Orijin Tahsisi'nin tescil edilebilmesi için bir ürüne kalite ve karakteristiğini veren elementin *özellikle* ve *inhisari* olarak coğrafi bir alandan kaynaklanması gerekmektedir. Bu özellikler, ürünün üretildiği, depolandığı, paketlenildiği hatta dilimlendiği o coğrafyanın doğal mirası ve insan faktörünü içerir örneğin; hava koşulları, zemin şekli, toprak kompozisyonu, hayvanların yemleri ve/veya insanların özel ustalık/becerileri.⁴¹

Bunun tersine, bir Coğrafi İşaret'in tescil edilebilmesi için, ürün kalitesinin veya karakteristik özelliklerinin özellikle coğrafi bölgeye atfedilebiliyor olması gerekmektedir (muhtemel

³⁸ Bu red gerekçesi bir önceki red gerekçesine benzer bir red gerekçesidir, daha önceden eş adlı bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi tescilli yapılmamış olması durumu hariç. Tekrar vurgulamak gerekirse, tescil talebi eğer tüketiciyi ürünün gerçek orijini konusunda yanıltma riski taşıyorsa, coğrafi isim doğru bir isim olsa bile reddedilir.

³⁹ 'Bayerisches Bier' (İngilizce-Bavarian beer, Türkçe-Bavyera birası) için "Korunmuş Coğrafi İşaret" tescili başvurusu yapıldığında Hollanda ve Danimarka otoriteleri bira için kullanılmakta olan iki ticari markanın başvurusu yapılan "Korunmuş Coğrafi İşaret" ile karışıklık yarabileceği konusunda Komisyon'u bilgilendirdiler. Hollanda ticari markası 'Bavaria' ve Danimarka ticari markası 'Høker Bajer'. Ancak, 'Bayerisches Bier/Bavyera Birası'nın tüketicileri ürünün gerçek kimliği konusunda yanıltmayacağına karar verildi. "Korunmuş Coğrafi İşaret" 'Bayerisches Bier/Bavyera Birası' bugün pazarda 'Bavaria' ve 'Høker Bajer' ticari markalarıyla birlikte satılmaya devam etmektedir. Kaynak: AB Komisyonu, Avrupa Birliği tarım ve kalite politikası genel müdürlüğü, *Coğrafi işaretlerin korunması, orijin tahsisi tarım ürünleri ve gıda maddeleri için özel karakter sertifikasyonu*, Çalışma dökümanı, Birlik Mevzuatı Rehberi, Ağustos 2004, 2. Baskı.

⁴⁰ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 5.1 ve 5.2. maddelerini karşılaştırınız.

⁴¹ Örneğin, 'Prosciutto di Parma/Parma Jambonu' ("Korunmuş Orijin Tahsisi") üretim metodu, ürünün nasıl kesileceği ve paketlenileceğinin tarifini de içerir. Ürün spesifikasyonlarının 4.5 maddesi (üretim metodu) şunu belirtir: 'Logo konulduktan sonra, 'Prosciutto di Parma/Parma Jambonu, bütün olarak, kemikli ve değişen ağırlıklarda ve şekilde veya dilimlenmiş şekilde uygun paketlenir. Bu son durumda, dilimleme ve paketleme aşaması mutlaka üretim alanında gerçekleştirilmelidir ve "Korunmuş Orijin Tahsisi" logosu silinmez bir şekilde aşağıda 4.8'de belirtildiği şekilde paketin üstüne yerleştirilmelidir. Bu, 'Prosciutto di Parma/Parma Jambonu'nun karakteristik niteliği ve ürünün takibi için temel bir gerekliliktir.' EC No: IT/PDO/117/0067/09.06.1998.

coğrafi çevreye inhisari olarak ve coğrafi çevrenin doğal özelliklerine ve insan faktörüne atıfta bulunmadan).

- **Üretim aşamalarıyla ilgili olarak:** Bir Orijin Tahsisi'nin tescil edilebilmesi için *bütün üretim aşamalarının* o bölgede gerçekleştirilmiş olması gerekir.

Bunun tersine bir Coğrafi İşaret'in tescil edilebilmesi için *üretim aşamalarının en az birinin* o bölgede gerçekleşmiş olması gerekir.

34. "Korunmuş Orijin Tahsisi" aslında "Korunmuş Coğrafi İşaret" in daha sıkı şartlara bağlanmış bir alt-kategorisi olarak düşünülebilir.



35. Gıda maddeleri alanında, bir çok ürün "Orijin Tahsisi" koruması almıştır. Örneğin; *Roquefort/Rokfor peyniri*,⁴² *Prosciutto di Parma/Parma Jambonu*,⁴³ *Mozzarella di Bufala Campana*,⁴⁴ Belçika ürünlerinden ise, *fromage de Herve*⁴⁵ ve *beurre d'Ardenne*.⁴⁶
36. Bu isimleri Orijin Tahsisli isim olarak kullanabilmek için üreticiler oldukça sıkı şartlara uymak zorundadır. Bu şartlar AB'de, AB Komisyonu'nun yayımladığı hukuksal dökümanların içerisinde belirtilmiştir ve genel olarak ürün spesifikasyonları olarak isimlendirilirler.

⁴² Komisyon'un (EC) 1107/96 Sayılı 12 Haziran 1996 tarihli coğrafi işaretlerin ve orijin tahsislerinin Konsey'in (EEC) 2081/92 Sayılı Mevzuat'ın 17. maddesinde yer alan prosedüre göre tesciline ilişkin Mevzuat'ı, *Resmi Gazete (OJ) L 148, 21.6.1996, s. 1-10.*

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Komisyon'un (EEC) No 2081/92 Sayılı Mevzuat'ın 17. maddesinde yer alan prosedüre göre, coğrafi işaretlerin ve orijin tahsislerinin tesciline ilişkin (EC) No 1107/96 Sayılı Mevzuat'ın Eklerini Destekleyici 1 Temmuz 1996 tarihli (EC) 1263/96 Sayılı Mevzuat.

⁴⁶ Komisyon'un (EC) 1107/96 Sayılı 12 Haziran 1996 tarihli coğrafi işaretlerin ve orijin tahsislerinin Konsey'in (EEC) 2081/92 Sayılı Mevzuat'ın 17. maddesinde yer alan prosedüre göre tesciline ilişkin Mevzuat'ı, *Resmi Gazete (OJ) L 148, 21.6.1996, s. 1-10.*

37. Ürünün orijini olan coğrafi ortama sıkı bağlılığı açısından Orijin Tahsisi ile koruma altında olan Fransa orijinli yumuşak ve yoğun 'Roquefort' (Rokfor peyniri) spesifikasyonları örnek olarak verilebilir.

Ürün spesifikasyonunda⁴⁷ belirtildiği gibi söz konusu peynirin bütün üretim aşamaları inhisari olarak Fransa'nın güney batısındaki Roquefort-sur-Soulzon belediyesi sınırları içerisinde gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, yapımında Roquefort/Rokfor Lacaune cinsine ait koyunun çiğ sütü kullanılmalı ve kültürü *penicillium roqueforti* ismiyle anılan bir spordan yapılmalıdır. Peynir Roquefort-sur-Soulzon bölgesindeki doğal kireç/kalkerli mağaralarda bu atmosfere maruz kalarak en az 14 gün olgunlaşmaya bırakılmalıdır. Daha sonra peynir koruyucularla sarılarak aynı mağaralarda veya ısısı kontrol altına alınmış kilerlerde yaşlandırmaya bırakılmalıdır.

Koyunların cinsi, beslenmesi, bakımı, kireçli/kalkerli mağaralarda peynirin yaşlandırılması, 'Roquefort' (Rokfor peyniri)'nin üretim metodu bunların hepsi peynire kalitesini, karakteristik özelliklerini vererek Orijin Tahsisi tesciline uygun görülmesi için gereken şartları oluşturur.



38. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumalarında ürün spesifikasyonlarında belirtilen, ilginç noktalardan biri de, spesifikasyonların sadece ürünün kompozisyonunu, üretim işlemlerini veya ürünün kökeni olan bölgeyi tanımlamakla kalmayıp ayrıca dilimleme, paketlenme gibi bazı zorunlu operasyonları ve bu operasyonların nerede yapılması gerektiği hususlarını da kapsıyor olmalarıdır.

Prosciutto di Parma/Parma Jambonu ("Korunmuş OrijinTahsisi") spesifikasyonuna göre, örneğin, jambon ürünün üretildiği bölgede dilimlenmelidir. Bu şart aslında miktar kısıtlaması etkisine sahip bir önlem niteliğinde ve iç ve dış ticarete ayırım yaratıyor olsa dâhi bu durumun *Prosciutto di Parma/Parma Jambonu*'nun ününü korumaya yönelik olduğu düşünülerek söz konusu şart uygun görülmüştür ve kısıtlamanın da söz konusu koruma amacına ulaşma ile orantılı olduğu kanaatine varılmıştır.⁴⁸

⁴⁷ Tarım ürünleri ve gıda maddelerinin coğrafi işaretlerinin ve orijin tahsislerinin korunması hakkındaki Konsey Mevzuat'ı (EC) No 510/2006'nın 6 (2). maddesine göre uygulama değişikliği hakkındaki yayım, 'ROQUEFORT', (2007/C 298/11), *Resmi Gazete (OJ) C 298/28, 11.12.2007*.

⁴⁸ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), Dava C-108/0, 20 Mayıs 2003 tarihli karar, *Consorzio del Prosciutto di Parma and Salumificio S. Rita SpA v Asda Stores Ltd and Hygrade Foods Ltd*, ECLI:EU:C:2003:296.

Bu durum Coğrafi İşaret /Orijin Tahsisi korumalarının bir ürünün kökenini ve karakteristik özelliklerini korumak için kapsamlarının ne kadar ileri gidebileceğini göstermektedir.

IV. AVRUPA BİRLİĞİ TİCARİ MARKASI: KAVRAM, ŞARTLAR VE KARŞILAŞTIRMA

IV.1. AB TİCARİ MARKASI KAVRAMI (BİREYSEL VEYA KOLLEKTİF)

IV.1.1. Ticari Marka Nedir?

- 39.** Ticari marka bir ürünü (veya servisi) benzer ürünlerden (veya servislerden) farklılaştırmak için kullanılan, belirtici işaret olan araçtır. Ticari marka kullanan şirketler, bir ürüne (dolayısıyla ürünle bütünleşmiş ticari markaya) tanınmışlık ve kaliteyle eş değer bir pozisyon kazandırabilmek için çok fazla yatırım yapabilirler. Bu nedenle, bir ticari markayı tescil ettirmek ve ticarete diğer kişiler tarafından kullanılmamasını sağlamak önemlidir.
- 40.** Ticari bir marka genellikle marka kapsamına alınan ürünleri imal eden, üretici şirketin ürünlerine atıf yapar. Ticari bir marka da ürünün orijininin belirlenmesi kadar (*coğrafi olmaktan çok ticari*), karakteristik özellikleri ve kalitesinin de belirlenmesine yarayan bir araçtır.
- 41.** 207/2009 Sayılı Mevzuat bir ticari marka sahibine, tek bir tescil ile, söz konusu Avrupa Birliği ticari markasını ('AB ticari markası' veya 'ABTM') 28 Üye Ülke'de inhisari olarak kullanma hakkı verir.⁴⁹

IV.1.2. Bireysel veya kollektif AB Ticari markası nedir?

- 42.** 207/2009 Sayılı Mevzuat hem bireysel ABTM hem de kollektif ABTM tescil ettirebilme imkanı verir.

Bireysel ABTM bir kişinin ürününü veya o kişinin kontrolü altında üretilen bir ürünü diğer benzer ürünlerden ayırmaya yarayan bir işarettir.

Bunun tersine, kollektif ABTM ise -isminden de anlaşılacağı gibi- bir birliğin üyelerinin ürünlerinin, diğerlerinden ayırt edilmesini sağlar. Kollektif ABTM sahibi üyelerinin ticari aktivitede bulunduğu bir birlik veya

⁴⁹ Lütfen ayrıca II.2 altındaki açıklamalara bakınız.

kamu hukuku⁵⁰ tarafından yönetilen bir tüzel kişilik de olabilir. Bu birlik veya kamu tüzel kişisi üyelerinin söz konusu markayı kullanımını gözetlemekle yükümlüdür.⁵¹

43. Şu özellikle vurgulanmalıdır ki, bireysel ticari markanın tersine ki bu ticari marka ürünlerin orijini hakkında tanımlayıcı olmayabilir, kolektif bir ticari marka ticarete ürünün coğrafi orijinini⁵² belirten işaret yada bildirimlere sahip olabilir.

Örneğin kolektif bir ABTM olan '*Genuine Bavarian beer/Gerçek Bavyera birası*'⁵³ veya kolektif Benelüks markası olan '*Belgian Beer/Belçika Birası*'⁵⁴.



44. Bir taraf olarak kolektif ticari markanın sahibi olarak, bu hakkı kötüye kullanmamalıdır şöyle ki;
- Üçüncü bir şahıs, benzer veya aynı isim veya işareti, dürüst uygulama prensibi çerçevesinde, ticari işlerde kullanıyorsa, özellikle de üçüncü şahıs coğrafi bir ismi tescil edilmiş bir "Korunmuş Coğrafi İşaret" veya "Korunmuş Orijin Tahsisi" ne dayanarak kullanıyorsa, kolektif AB ticari markası sahibi birlik/dernek üçüncü şahısların bu benzer veya aynı isim veya işareti kullanmasını engelleyemeyebilir⁵⁵;
 - Birlik/Dernek ürünleri söz konusu coğrafi bölge orijinli olan her şahsı organizasyona üye olarak kabul etmelidir.⁵⁶

Örneğin; '*Genuine Bavarian Beer/Gerçek Bavyera birası*' kolektif AB ticari markasının sahibi Alman Birliği/Derneği *Bayerischer Brauerbund e.V'* dir. Kullanımı dürüst uygulama prensipleriyle

⁵⁰ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.1. maddesine göre: 'Üreticilerin, imalatçıların, servis tedarikçilerinin veya ticaretle uğraşanların birlikleri/demekleri, kendilerini düzenleyen hukuka göre, kendi adlarına her türlü hak ve borçlara sahip olabilir, sözleşme yapabilir veya hukuksal herhangi bir davranışta bulunabilir, dava açabilir, haklarında dava açılmasına muhatap olabilir, ayrıca kamu hukuku tarafından yönetilen/kamu hukukuna tâbi kişiler de dâhil, AB kolektif markasına başvurabilirler'.

⁵¹ Benelüks Fikri Mülkiyet Ofisi (BOIP), Bireysel ve kolektif ticari markalar, www.boip.int adresinden ulaşılabilir.

⁵² 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.2. maddesi

⁵³ İç Pazar Harmonizasyon Ofisi (Office for Harmonization in the Internal Market' (OHIM)), OHIM, EM Ticari marka, « *Genuine Bavarian Beer* » (kolektif) ticari marka n°0214051.

⁵⁴ Benelüks Fikri Mülkiyet Ofisi (Benelux Office for Intellectual Property (BOIP)), Benelüks Ticari markası, « *Belgian Beer* » (kolektif) ticari marka n° 0639821.

⁵⁵ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.2. maddesi.

⁵⁶ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 67.2. maddesi.

bağdaştığı sürece üçüncü şahısların 'Bavaria' veya 'Bavarian' kelimelerini kullanmasını engelleyemez, özellikle 'Bavarian' (Almanca 'bayerische') ismi geçerli bir Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi'nin bir parçası olarak tescil edilmişse.⁵⁷

45. Kollektif bir AB ticari markasının yaratılması, aynı zamanda standart ve kriterlerinde belirlenmesini gerektirir. Kollektif bir AB ticari markası'na başvururken başvuru sahibi kollektif AB ticari markasının kullanımıyla ilgili bir takım düzenlemeleri/kuralları başvurusu ile birlikte sunmalıdır.⁵⁸ Bu düzenlemeler şunları içerir: (i) AB ticari markasını kullanmaya hakkı olan kişiler, (ii) birliğe üye olma şartları, (iii) uygulanabilirse, yaptırımları da içeren, markanın kullanım şartları. Sadece bu düzenlemelere uyan kişi ve ürünler kollektif AB ticari markasını kullanabilirler veya taşıyabilirler.⁵⁹

46. Kollektif bir AB ticari markasının kullanım koşulları üründen ürüne oldukça farklılık gösterebilir. Örneğin; belirli içerik maddeleri, kullanım miktarları ve/veya ürünün nerede üretilmesi gerektiği.

Kollektif bir AB ticari markası olan 'Authentic Trappist Product' markası TRAPPIST Birliği'ne/Derneği'ne aittir (Hollandaca: *Internationale Vereniging TRAPPIST*) ve söz konusu marka aşağıdaki koşullara uyulmak şartıyla kullanılabilir.⁶⁰

- 1) ürünler manastır çevresinde veya içinde üretilmelidir;
- 2) manastır birliği ticaret için gerekli idari ve tüm kaynak işlerinden sorumludur;
- 3) edilen ticari gelir manastır birliğinin ihtiyaçları için ve sosyal çalışmalar/bağış işlerinde kullanılır.



47. Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi ile benzer olarak kollektif bir AB ticari markası da bir gıda ürününün coğrafi kökenini koruyan bir mekanizmadır.

⁵⁷ Ayrıca 67 numaralı paragraf altındaki ve devam eden açıklamalara bakınız.

⁵⁸ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 67.1.maddesi.

⁵⁹ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 67.2.maddesi; ayrıca WIPO, Kollektif markalar, aşağıdaki adresten ulaşılabilir : http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/collective_marks/collective_marks.htm

⁶⁰ Bilgiye : <http://www.trappist.be/fr/pages/logo-atp> adresinden ulaşılabilir.

Özellikle kolektif bir marka bir yer veya coğrafi alana işaret ediyor ve kolektif ticari markanın kullanım koşulları ürünün nerede üretilmesi gerektiği konusunda şart gerektiriyorsa.

IV.2. AB TİCARİ MARKALARININ KORUMA ŞARTLARI

IV.2.1 Ana Şartlar: Ürünü ayırt etmeye yarayan ve AB Kayıt Ofisi'nde ifade edilebilen işaretler

48. 207/2009⁶¹ Sayılı Mevzuat'ın 4. maddesi şöyledir:

'AB markası aşağıdaki şartları sağlamak koşuluyla herhangi bir işaretten, özellikle, belirli kelimelerden, kişisel isimlerden veya dizaynlardan, harflerden, rakamlardan, renklerden, ürün veya paket şekillerinden veya seslerden oluşabilir,

(a) bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması; ve

(b) yetkili kamu otoritelerinin ve kamunun marka sahibinin korunan ticari markasını net ve kesin olarak belirleyebilecekleri şekilde Avrupa Birliği ticari markalar Kayıt Ofisi'nde ('Kayıt Ofisi') ifade edilebiliyor olması.'

49. 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.1 maddesine göre: *'Avrupa Birliği kolektif ticari markası: birliğe/derneğe dâhil işletmelerce üretilen mal ve/veya hizmetleri, diğer işletmelerin mal ve/veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan ve birliğin/derneğin marka sahibi olduğu bir ticari marka türüdür.'*⁶²

50. Anlaşıldığı üzere, AB ticari markası'nın tescil edilebilmesi için iki şart vardır:

- 1) işaret bir teşebbüsün ürününü diğer teşebbüsün ürününden ayırmaya yaramalı (AB bireysel ticari markası için) veya bir birliğin üyelerinin ürünlerini diğer rakiplerin benzer ürünlerinden ayırt edecek özelliğe sahip olmalı (kolektif AB Ticari markası için);
- 2) işaretin net ve kesin olarak marka hakkı sahibi için korumaya konu olacak kapsamının/konusunun belirlenebilecek/ifade edilebilecek nitelikte olması.

51. Geleneksel olmayan bazı şeylerin de marka olarak tesciline teşebbüsler olmuştur.

⁶¹ Topluluk ticari markaları hakkındaki 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın değiştirilmesine dair Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 16 Aralık 2015 tarihli (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuat'ı ('Değişiklik Hakkında Mevzuat') ile kaldırılarak yerine getirildiği şekliyle, Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015.

⁶² 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.1. maddesi; (EC) No. 207/2009 Sayılı Birlik ticari markaları hakkındaki Mevzuat'ını değiştiren, Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin (EU) 2015/2424 Sayılı ('Değişiklik Hakkında Mevzuat') 16 Aralık 2015 tarihli Mevzuat'ı ile değiştirilmiş şekliyle, Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015.

Bunlar, geleneksel olarak kelimeler, dizaynlar, semboller ve/veya renklerden farklı olarak – ki bunlar geleneksel markalara konu olan işaretlerdir – şirketler, ‘şekil’, ‘ses’, hatta bazen ‘tat’ veya ‘koku’ya da marka alma girişiminde bulunmaktadırlar.

Diğer taraftan ise, bir ürün şekline veya paketinin şekline ticari marka hakkı sağlanmıştır. Bir AB ticari markası olarak bilinen en iyi örnek ‘TOBLERONE’ çikolata kutusudur. Söz konusu kutu Toblerone’u üçgen şekliyle diğer çikolata çeşitlerinden ayırt etmeye yarar.⁶³

Diğer taraftan bir kokunun, tadın veya bir gıda maddesi aromasının ticari marka konusu olabilmesi ise uzak ihtimal görünmektedir.

Sieckman davasında⁶⁴, Avrupa Adalet Divanı (the European Court of Justice (ECJ)), bir ticari Markanın görsel olarak algılanabilir olmayan bir işaretten oluşabileceğini belirtirken ancak bunun grafik, özellikle görüntüler/imaajlarla, çizgisel veya karakter olarak yansıtılabilmesi gerektiğini bildirmiş ve bu yollarla markanın temsil edilebilmesi/simgelenebilmesinin ‘**açık, net/kesin, müstakil, kolayca ulaşılabilen, anlaşılabilir, dayanıklı/devamlı ve objektif**’ olması gerektiğine işaret etmiştir. ECJ koku duyusuyla ilgili işaretleri ‘*grafikle ifade edilebiliyor olma şartının kimyasal formülle, tarifi yazı ile yapılmasıyla, kokunun bir örneğinin depo edilmesiyle veya bu elementlerin kombine edilmesiyle sağlanamamış olduğunu ifade etmiştir.*’⁶⁵ Başka bir ifadeyle, bir ‘koku’ nun AB’de, AB ticari markası olarak tescil edilebilmesi çok zordur, çünkü ECJ bir kokunun ifade edilebilme yollarının bir çoğunu kabul etmemiştir.⁶⁶ (EU) 2015/242 Sayılı Mevzuat⁶⁷ ile 4207/2009⁶⁸ Sayılı Mevzuat’ın 4. maddesinde yapılan değişiklikle, ‘*grafik olarak*’ terimi bastırılmış olmasına rağmen hâlen aynı değerlendirmenin bir aroma için veya bir tat için de yapılabileceği beklebilir.

IV.2.2. Markanın Red/Hükümsüzlük Şartları (negatif şartlar)

52. Ürünleri rakiplerin ürününden ayıran ve AB Tescil Ofisinde temsil edilebilme/simgelenebilme özelliğine sahip olan her işaret geçerli bir ticari marka oluşturmayabilir. Belirtilen iki pozitif şartın yanında, işaretlerin marka olarak tescil edilebilmesi için ayrıca negatif özellikleri de taşıması gerekir. Taşımıyor ise bir işaretin ticari marka olarak tescili reddedilebilir veya hükümsüz kılınabilir.

⁶³ OHIM, EM Ticari Marka, « TOBLERONE » (3-D), ticari marka n°000031203.

⁶⁴ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Sieckmann*, 12 Aralık 2002 tarihli kararı, Dava C-273/00, OJ C 19/3, 25.01.2003.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ *ABD Patent ve Marka Ofisi*’nin daha liberal bir yaklaşım sergilediği söylenebilir, hali hazırda bir kaç koku marka olarak tescil edilmiştir (örneğin, Verizon dükkanlarındaki ‘*çiçeğimsi misk kokusu*’ (the ‘Flowery musk scent’), Brezilya ayakkabı şirketi Grendene’in tescil ettirdiği ‘*sandaletler için balonlu sakız kokusu*’ (‘Bubble gum scent for sandals’)) gibi. Ancak ABD mahkemeleri aromaların marka olarak tescilini şimdiye kadar reddetmişlerdir: Ekim 2014’de Texas yargıçlarından, Gregg Costa, bir pizzanın tadını marka olarak tescil etmeyi reddetmiştir. İlk olarak, bir aromanın doğal olarak ayırıcı olması zordur ve ikinci olarak, bir pizzanın tadı fayda sağlayan bir fonksiyona sahiptir ve ‘*fonksiyonel ürün özellikleri korunabilir nitelikte değildir*’ (ABD Bölge Mahkemesi, Teksas Güney Bölgesi, Galveston bölümü, *New York Pizza Inc. vs Ravinder Syal et al*, NO. 3:13-CV-335, 20 Ekim 2014).

⁶⁷ Birlik ticari markaları hakkındaki (EC) No. 207/2009 Sayılı Mevzuat’ı değiştiren, 16 Aralık 2015 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu’nun (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuat’ı (‘Değişiklik Hakkındaki Mevzuat’), *Resmî Gazete (OJ) L 341/21* 24.12.2015.

⁶⁸ 207/2009 Sayılı Mevzuat’ın 4. maddesinin değişiklikten önceki hali şöyledir: ‘*Bir Birlik ticari markası **grafik olarak**, özellikle kelimelerle, kişisel isimler dâhil, dizayn ile, harflerle, rakamlarla, ürün şekilleriyle veya paket şekilleriyle, ifade edilebilir işaretlerdir ve bu işaretler bir işletmenin ürününü ve servislerini diğer işletmeninkinden ayırt edebilir niteliktedir.*’ (Vurgu yapılmıştır).

53. Söz konusu negatif şartlardan üç tanesi özellikle gıda maddeleriyle ve kalite mesajı taşıyıcısı olan gıda maddelerinin coğrafi orijinleri ile ilgilidir:

- 1) İlk olarak, yeni değiştirilen⁶⁹ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 7(1) (j) maddesine göre '*Birlik mevzuatına göre veya ulusal hukuka göre veya AB'nin veya AB Üyesi Ülkeler'den birisinin taraf olduğu uluslararası sözleşmelere göre marka olarak tescilleri hariç tutulmuş,orijin tahsisi ve coğrafi işaret olarak koruma sağlanmış ise, ticari marka olarak (...) tescil edilemez*'.

Bir ticari marka bu hükme rağmen, hüküm ihlal edilerek tescil edilmişse, bunun yaptırımı ticari markanın iptal edilmesidir.⁷⁰

Korunmuş Coğrafi İşaret/OrijinTahsisi ile bağlantılı söz konusu red ve iptal nedeni Birliğin diğer paralel mevzuatına tutarlılığı sağlamak için ilgili Birlik mevzuatına yeni eklenmiştir.⁷¹

- 2) İkinci olarak, bir işaret bir ürünle ilgili olarak ürünün coğrafi orijinine işaret eden (tanımlayıcı işaret) inhisari bir işaret veya belirticiden oluşuyorsa, ticari marka olarak tescil edilemez veya hükümsüz kılınır.

Örneğin, Himalaya'larda yetişen goji berry (kurt üzümü) için kelime işareti '*Himalayan Goji/Himalaya Gojisi*'nin AB ticari markası olarak tescili reddedilmiştir çünkü söz konusu kelime işareti ürünün sadece kökenini anlatmaktadır⁷².

Diğer taraftan, toplumsal beğenisi fazla olan/moda coğrafi isimleri tamamen bilinen bu coğrafi isimlerle ilgisiz gıda maddeleri için kullanmak mümkündür (örneğin, sakız için '*Hollywood*', şişe suyu için '*Champs Elysées/Eyfel Kulesi*', domates için '*Manhattan*' gibi).⁷³

Bir ticari markanın bir ürün için coğrafi bir kökeni tarif edip etmediğini değerlendirirken hem şimdiki durum hem de gelecekteki durum dikkate alınmalıdır. Başka bir ifadeyle, bir ticari marka eğer toplumda bir ürünün orijinine işaret ediyor olarak algılanıyorsa hem şimdiki zamanda veya gelecekte böyle bir ihtimal varsa,

⁶⁹ (EC) 207/2009 Sayılı Topluluk ticari markaları hakkındaki Mevzuat'ın değiştirilmesine dair Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu'nun 16 Aralık 2015 tarihli (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuat'ın ('Değişikliğe Dair Mevzuat') 1(9). maddesi, *Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015*.

⁷⁰ (EC) 207/2009 Sayılı Topluluk ticari markaları hakkındaki Mevzuat'ın 52.1 (a) ve 53.1 (d) maddeleri, Avrupa Parlamentosu ve Komisyonunun 16 Aralık 2015 tarihli (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuat'ının ('Değişikliğe Dair Mevzuat') 1(50)(a) maddesi ile değiştirilmiş şekliyle, *Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015*.

⁷¹ Bakınız, (EC) No. 207/2009 Sayılı Topluluk ticari markaları hakkındaki Mevzuat'ın değiştirilmesine dair Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu'nun 16 Aralık 2015 tarihli (EU) 2015/2424 Sayılı Mevzuat'ın (Değişikliğe Dair Mevzuat) 10 numaralı Binaen bölümü, *Resmi Gazete (OJ) L 341/21 24.12.2015*.

⁷² OHIM, Temyiz, *Himalayan Goji*, R0888/2005-4, 3 Şubat 2006.

⁷³ Birlik Ticari Markalarının İç Pazarda Harmonizasyon Ofisi (ticari markalar ve dizaynlar) tarafından incelenmesi Rehberi , Bölüm B, İnceleme, Kısım 4, Kesin Red Nedenleri, 01/02/2016, s.68. (<https://oami.europa.eu/ohimportal/en/manual-of-trade-mark-practice>).

söz konusu ticari marka geçerli bir ticari marka değildir.⁷⁴ Ticari markanın ayırt edici özelliği de dikkate alınmalıdır: Gerçekten, coğrafi bir isim zamanla yeni bir önem kazanabilir ve çağrıştırdığı şey artık tanımlayarak bir markaya ayırt edicilik verme niteliğini yitirebilir. Bir ticari markanın sahibi tarafından uzun süreli ve oldukça sık kullanımı ayırt ediciliğin kazanılmasına yardım eder⁷⁵

- 3) Üçüncü olarak, bir işaretin doğası/mahiyeti eğer toplumu yanıltabilecek nitelikte ise örneğin, ürünün doğası, kalitesi veya coğrafi kökeni olarak, söz konusu işaret ticari marka olarak tescil edilemez veya tescili iptal edilir.

Örneğin; ‘Colombiano Coffee House/ Colombiano Kahve Evi’ tanımlamasının, eğer kahve çekirdekleri Afrika’dan elde ediliyor ise kahve ürünleri için AB ticari markası olarak tescilinin reddedilebileceği düşünülebilir, çünkü toplum söz konusu kahve ürünlerinin coğrafi orijini konusunda yanıltılıyor olabilir.⁷⁶



V. KORUMANIN KAPSAMI, COĞRAFI İŞARET, ORİJİN TAHSİSİ İLE AB TİCARİ MARKASI ARASINDAKİ İLİŞKİ VE KIYASLANMASI

54. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ve AB ticari markasının bir gıdanın orijinini koruma açısından benzerlik ve farklılıklarının bir kısmına değinildi. Hangi koruma sisteminin veya hangi koruma sistemi kombinasyonlarının tercih edilmesi gerektiğine karar verirken üreticiler’in (veya birliğin/derneğin üreticilerinin) Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi veya AB ticari marka kapsamlarının farklarını da bilmeleri gerekmektedir.

V.1. AB TİCARİ MARKASININ KORUMA KAPSAMI: 207/2009 Sayılı Mevzuat’ın 9. Maddesi

55. AB Ticari Markası özel hukuk kişinin şahsı menfaati için (genellikle ekonomik) sahip olduğu bir haktır. Hem bireysel hem de kolektif AB ticari markasının ihlallere karşı sağladığı koruma aynıdır:

Şöyleki, AB ticari markası koruması, tescil edilmiş AB ticari markasının aynısının veya bu ticari markaya benzer işaretlerin aynı veya benzer ürünlerde (hatta bazı durumlarda benzer olmayan ürünlerde bile) üçüncü şahıslar tarafından kullanılarak, tescil edilmiş AB ticari markası ile karıştırılmasına yol açması veya zarar verici bir şekilde AB ticari markası ile ilişkilendirilmesine karşı koruma sağlar.

⁷⁴ Birleştirilmiş davalar C-108/97 ve C-109/97, Windsurfing Chiemsee, 4 Mayıs 1999 tarihli kararı, I-02779.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Cfr. OHIM, Temyiz, Colombiano Coffee House, 27 Mart 2014 tarihli kararı, R1200/2013-5.

56. 207/2009 Sayılı Mevzuat, kolektif ve bireysel AB ticari markasının koruma kapsamını şöyle açıklamaktadır:

'(...) marka sahibi [AB Ticari markası] aşağıda belirtilmiş durumlarda onayı olmadan tüm üçüncü şahısların söz konusu markayı ticarete kullanmasını engelleyebilir:

- (a) *AB ticari markasıyla aynı olan bir işaret ve AB ticari markasının kullanılmak üzere tescil edilmiş mal ve hizmetler sınıfıyla aynı sınıfta olan mal ve hizmetler için;*
- (b) *tescil edilmiş AB ticari markası ile özdeşliği veya benzerliği olan herhangi bir işaretin, AB ticari markasının tescil edildiği sınıfla özdeş veya benzer özellikte ürünlerde kullanılması ve bu özdeşlik, benzerliğin ürünlerin toplumda karıştırılmasına neden olabilecek nitelikte olması. Ürünlerin karıştırılmasına neden olabilme hususu işaret ile tescil edilmiş AB ticari markasının birbiri ile ilişkilendirilebilme ihtimalini de kapsar;*
- (c) *tescil edilmiş bir AB ticari markasıyla aynı veya benzer olan ancak AB ticari markasının tescil edildiği mal ve hizmet sınıfıyla benzer sınıflarda kullanılmayan herhangi bir işaret, benzer mal ve hizmet sınıfında kullanılsa bile AB ticari markasının, AB'de tanınırlığı varsa ve kullanımı haksız yarar sağlıyorsa veya AB ticari markasının ayırt edici karakterine veya itibarına zarar veriyorsa.⁷⁷*

57. Sonuç olarak, özetle, AB ticari markası sahibi, başka bir şirketi veya gerçek kişiyi, onayı olmadan (1) aynı işaretin aynı tür ürünlerde AB içerisinde kullanmasını engelleyebilir ayrıca (2) eğer her iki ürün arasında karıştırılabilme ihtimali varsa, aynı işaretin benzer ürünlerde veya benzer işaretin aynı ürünlerde kullanılmasını engelleyebilir⁷⁸. Hatta, AB ticari markası sahibinin daha geniş bir korumadan da yararlanma hakkı vardır. Şöyle ki, eğer bir AB ticari markası sahibinin markası *'Birlik içerisinde tanınıyor ise'*, AB ticari markası sahibi benzer veya aynı işaretin benzer olmayan ürünlerde bile üçüncü şahıslar tarafından kullanılmasını (öncelikle benzer ürünlerde)⁷⁹ engelleyebilir. Ancak kullanımın, üçüncü şahsa haksız bir yarar sağlıyor olması (örneğin zaman ve maddi yatırım açısından) veya AB ticari markasının ayırıcı özelliği veya ününe zarar verici nitelikte olması gerekir⁸⁰ (mesela, oluşturulmuş imaj). Örneğin, kolektif bir AB ticari markası olan 'PARMA'⁸¹ markasının sahibi *Consorzio del prosciutto di parma* isimli bir birliktir ('Konsorsiyum'). Sadece kolektif AB ticari markası kullanım şartlarını yerine getiren Parma ham/jambonu üreticileri Konsorsiyum üyesi olabilir, kolektif ticari markayı ürün paketlerinde, reklamlarında v.s kullanabilirler.

⁷⁷ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1. maddesi.

⁷⁸ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1 (a) ve (b) maddesi.

⁷⁹ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Davidoff & Cie SA, Zino Davidoff SA v Gofkid Ltd*, 9 Ocak 2003 tarihli kararı, Dava C-29/00, [2003] I-389; Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *adidas v Fitnessworld*, 23 Ekim 2003 tarihli kararı, Dava-408/01, [2003] ECR-I2537.

⁸⁰ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1 (c) maddesi.

⁸¹ OHIM, AB Marka, « PARMA », (kolektif) ticari marka n°001116201.



207/2009 Sayılı Mevzuat'ın madde 9.1 (a) ve (b) paragraflarına göre, Konsorsiyum (AB ticari markasının sahibi olarak) aynı veya benzer işaretlerin, PARMA ham/jambonu koşullarına uygun üretilmemiş diğer kurutulmuş jambonlar veya benzer ürünlerin üzerinde eğer bu kullanım kamunun gözünde gerçek Parma ham/jambonu ile diğer ürünler arasında yanıltıcılık yaratacak nitelikte ise, piyasada kullanılmasını engelleyebilir (örneğin kurutulmuş jambonun vejeteryan muadili ürünler için). Kullanımın kamuyu yanıltıcı nitelikte olabilmesi şartı, aynı ürün için aynı işaret kullanılıyorsa gerçekleşmiş kabul edilir⁸².

'PARMA' logosu AB içerisinde 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın maddes 9.1 (c) paragrafı anlamında tanınırlığı ve ünü olan bir AB ticari markasıdır. Dolayısıyla örneğin, Konsorsiyum aynı veya benzer logo ile zeytin yağı (ucuz) üretip pazarlayan kişi hakkında hukuksal prosedür başlatabilir. Ancak, söz konusu kullanımın üreticiye haksız bir yarar sağlaması veya kolektif bir AB ticari markası olan 'PARMA'nın ayırıcı özellik gücüne veya ününe zarar verici nitelikte olması gerekmektedir.⁸³



Ancak, Konsorsiyum, Parma'da yerleşik diğer üreticilerin adil olarak aynı bölgede üretilen ürünler için 'Parma' ismini kullanmasını engelleyemez. Ancak Parma ismiyle ilişkilendirilerek kullanılan logo veya işaretin, PARMA taç işareti imaj logosuna benzer olmaması ve kullanımın endüstriyel ve ticari işlerdeki dürüstlük kurallarına da uygun olması şartıyla kullanılabilir (kullanımı yine tartışmalı olabilir).⁸⁴



⁸² 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1 (a) maddesi.

⁸³ Farazi Örnek.

⁸⁴ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 66.2. maddesine dayanan farazi örnek.

58. Özetle, eğer şartlar varsa, AB ticari markası iki risk teşkil edebilecek duruma karşı koruma sağlar:

- 1) ilk risk teşkil edebilecek durum, AB ticari markası ile benzer veya aynı işaretlerin tüketici tarafından karıştırılabilme olasılığı. Bu durumda tüketici AB ticari markasının kullanıldığı ürünle, benzer/aynı işareti taşıyan ürünün aynı kaynaktan geldiğini düşebilir (direk karıştırılabilme).

Tüketici eğer söz konusu işaretle üretilen ürünler ile AB ticari markası arasında ekonomik bir bağ kurabiliyorsa karıştırılabilme olasılığı vardır (dolaylı karıştırılabilme).⁸⁵

Bir işaretle önceden tescil edilmiş bir ticari marka arasındaki birbirlerine karıştırılabilme olasılığı küresel olarak değerlendirilmelidir ve değerlendirmede, konuyla ilgili tüm faktörler göz önüne alınmalıdır örneğin, işaret ve daha önce tescil edilmiş ticari marka arasındaki benzerlik derecesi, işaretin ve önceden tescil edilmiş ticari markanın kullanıldığı ürünler arasındaki benzerlik, önceden tescil edilmiş markanın ayırt edici özelliği ve tanınmışlığı/ünü ve toplumun ilgili kesimi.⁸⁶ Küresel değerlendirme bazı ilgili faktörleri birbirine bağlı kılar. Örneğin, önceden tescil edilmiş ticari markanın ürünleri ile işaretin kullanıldığı ürünler birbirine daha az benziyor ise bu durum daha önce tescil edilmiş ticari markanın bilinirliği/ününe karşılık/üstün gelir veya tam tersi.⁸⁷

Ferrero v Ferrò davasında Ferrò markasının tescili ile ilgili mal ve hizmetler Ferrero markasının tescil edildiği mal ve hizmetlerle benzer olmadığı halde (ürünler arasındaki benzerliğin düşük olması)⁸⁸ Ferrero markasının yüksek bilinirliğinden dolayı⁸⁹ 'Ferrò' işaretinin 'Ferrero' ile hâla karıştırılma riski taşıdığına karar verilmiştir. Başka bir ifadeyle ürünler arasındaki düşük benzerliğe rağmen 'Ferrero' markasının yüksek bilinirliği, ürünler arasındaki benzerliğin düşük olması faktörüne yapılan değerlendirmede üstün gelmiştir.

- 2) AB ticari markasının korunduğu, ikinci risk teşkil edebilecek durum, AB ticari markası ile benzer işaret arasında gerçek bir bağ (çağrıştırma) olmasıdır. Bu çağrıştırma tescil edilmiş AB ticari markasının, söz konusu benzer işaretle temsil edildiği yönünde, toplumun ilgili kesiminin zihninde bağlantı kurmasına neden olur.

Başka bir ifadeyle, aslında söz konusu işaretle sunulan malların tescil edilmiş AB ticari markasının kullanıldığı ürünlerle aynı orjine sahip olmadığı bilinse bile, toplumun zihninde otomatik olarak işaretin, tescil edilmiş AB ticari markası ile bağlantısının kurulmasına yol açar. Ancak AB ticari markası sahibinin sadece toplumun zihninde böyle bir bağlantı kurulduğunu ispat etmesi yetmez ayrıca üçüncü şahsın haksız yarar sağlaması veya

⁸⁵ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1 (a) ve (b) maddesi.

⁸⁶ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), Canon, 29 Eylül 1998 tarihli karar, Dava C-39/97, [1998] ECR I-05507; Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Sabèl v Puma*, 11 Kasım 1997 tarihli kararı, Dava C-251/95, [1997] ECR I-06191.

⁸⁷ Canon, pt 17.

⁸⁸ Ferro markası tescili Nice Sözleşmesi sınıflandırma listesinde mal ve hizmet sınıflarından 29, 30 ve 42. sınıflar için yapılmıştır, bu, *inter alia* (dolayısıyla şu ürünleri de kapsar): 29. Sınıf için: et, balık, kümes ve av hayvanı, pişirilmiş meyve sebze, jöleler, süt ve süt ürünleri, yenilebilir yağlar, v.s kapsar; 30. Sınıf için: kahve, çay, kakao, şeker, pirinç, ekmek, bisküvi, fırıncılık mamülleri ve şekerlemeler, biber, sirke, vs.; 42. Sınıf için: yiyecek içecek, geçici konaklama, sağlık, hijyen ve güzellik hizmetleri gibi hizmetler

⁸⁹ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Ferrero Deutschland v OHIM*, 17 Nisan 2008 tarihli karar, Dava C-108/07 P, ECLI:EU:C:2008:234.

kullanımın tescil edilmiş AB ticari markasının ayırıcı gücüne veya ününe gerçek bir zarar veriyor olması gerekmektedir.⁹⁰

V.2. COĞRAFİ İŞARETLERİN/ORİJİN TAHSİSİNİN KORUMA KAPSAMI: 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 13. Maddesi

59. AB ticari markasının tersine Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisleri sadece tek bir kişi tarafından kontrol edilen haklar değildir ve bir kişinin özel ve ekonomik çıkarlarını korumaz. Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisleri ürüne bağlı bir etikettir ve bu etiket ürünün kalitesini, karakteristik özelliklerini ayrıca da tarihsel geçmişini, geleceğini ve/veya ürüne bağlı kültürü ve ürünün üretildiği bölgeyi yansıtır. Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisleri'nin gelenek ve kültürel miras taşıdıklarını görmek için sadece bazı ürünlerle ilgi yazılmış Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi spesifikasyonlara bakmak yeterlidir.⁹¹

Sonuç olarak, Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisleri bir grup üreticinin menfaatlerini korumaktan öte kültürel mirası koruyan araçlardır (kamunun menfaatinin korunması söz konusudur) böylece AB ticari markasından daha geniş bir koruma alanı vardır.

60. 1151/2012 Sayılı Mevzuat'a göre:

'Tescil edilmiş isimler aşağıda belirtilmiş durumlara karşı korunurlar :

- (a) *direk veya dolaylı olarak tescil edilmiş bir ismi tescil edildiği ürünlerle karşılaştırılabilir şekilde benzer ürünlerde kullanmak veya tescil edilmiş ismin ürünlerinin bilinirliğine/ününe zarar verecek yerde kullanmak, ürünlerin bileşen olarak kullanıldığı durumlar dâhil;*
- (b) *ürünlerin veya servisin gerçek orijini belirtilse veya tescil edilmiş isim tercüme edilmiş veya 'stil', 'tip', 'method', 'üretildiği gibi', 'taklit' veya 'benzer' gibi herhangi bir anlatımla da sunulsa herhangi bir kötüye kullanma, taklit veya çağrıştırmaya yol açacak şekilde kullanılamaz, ürünlerin bileşen olarak kullanıldığı durumlar dâhil;*
- (c) *ürünün bölgesi, orijini, önemli özellikleri hakkında iç veya dış ambalajda, reklam materyellerinde yanlış veya yanıltıcı bilgi vermek ve ürünün paketini ürünün orijini hakkında yanlış bilgi verecek şekilde düzenlemek;*
- (d) *Ürünün gerçek orijini hakkında tüketiciyi yanıltacak herhangi bir uygulama. Korunmuş Orijin Tahsisi veya Korunmuş Coğrafi İşaret isminde jenerik isim haline gelmiş bir isim varsa bu jenerik ismi kullanmak ilk alt paragraflarda belirtilmiş (a) ve (b) paragraflarına aykırı sayılmaz.*⁹²

⁹⁰ 207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 9.1 (c) maddesi.

⁹¹ Örnek olarak, Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış Krokos Kozanis'in, Yunanistan'dan bir çeşit safran, spesifikasyonlarında söz konusu baharatın erken dönemlerde ki orijini şöyle anlatılmaktadır: 'krokos' kelimesi (...) dünya literatürünün oldukça erken dönem yazılarından bilinir. Krokos kelimesi, aromatik olarak ve çiçek olarak, Atasözleri Kitabı ve Eski Ahit'de Solomon'un Şarkısı 3'de bulunur. Ayrıca Homer (...), Sophocles, Theophrastes, Aristophanes, Hippocrates, v.s'de çiçek veya pigment'e işaret edilmiştir. Ayırıcı özelliklerle (pigment, ilaç, bitki, çeşni) Safran crocus, Antik Yunan'da ve diğer antik çağ insanları tarafından bilinmekteydi. Orta Çağ döneminde, Orta Minos döneminde Yunanistan'da yetiştiği iddia edilir. Bu görüş Girit'de Knossos'un Sarayı'nda bulunan MÖ 1600'e ait Safran Toplayıcıları (Saffron Gatherer) olarak isimlendirilen, bir gencin, bir kızın, veya bazılarına göre, bir maymunun crocus çiçeklerini sepete koyan figürü olan bir duvar boyamasıyla desteklenmektedir. Ayrıca Yunanlılar'ın safranı Makedonya ve Bizans zamanlarında yetiştirdiği ve Büyük İskender kampanyası ile batıya yayıldığı söylenmektedir.' (Konsey'in coğrafi işaretler ve orijinler hakkındaki (EEC) No 2081/92 Sayılı Mevzuat'ının 6(2). maddesine göre tescil başvurusu basımında anlatıldığı gibi), 98/C 207/02, Resmi Gazete (OJ) C 207/2, 03.07.1998).

⁹² 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 13.1 maddesi

61. 1151/2012 Sayılı Mevzuat ayrıca şunu da belirtir; 'Coğrafi İşaretler ve Orijin Tahsisleri jenerik hale gelemmez.'⁹³
62. Sonuç olarak Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisleri dört risk teşkil edebilecek duruma karşı koruma sağlar:

- 1) Karıştırılma riski: Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış bir ürünle karşılaştırılabilecek nitelikte olan ancak, Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunan ürünlerin spesifikasyonlarında belirtilen şartları taşımayan ürünlerde, Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi isimlerinin direk ya da dolaylı olarak ticari bir maksatla kullanılması yasaktır. Böylece tüketicilerin Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması altında olmayan bir ürünle yanıltılması engellenir.
- 2) Gerçek ilişkilendirme (çağrıştırma/taklit): Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş bir ürünün ismini çağrıştıran veya taklit eden bir ürünle Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş ürünün ününe/bilinirliğine zarar verecek şekilde ismin ticari amaçla kullanımı (i) ürünün gerçek orijini belirtilse bile, (ii) korunmuş isim tercüme edilmiş ise veya (iii) korunmuş isim, 'stil', 'tip', 'metot', 'da üretildiği gibi' 'taklit' veya 'benzer' gibi ifadelerle birlikte kullanılsa bile yasaktır. Böyle bir ilişkilendirmeyi (çağrıştırmayı) haksız bir şekilde kullanan ürün, kullanımı koruma altına alınmış isimle karşılaştırılmaz.

Örneğin, bir peynir çeşidi için verilmiş bir isim olan 'Cambozola' ürün paketlerinin üzerinde ürünün gerçek orijini belirtilmiş olmasına rağmen Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış 'Gorgonzola' peyniri ismini çağrıştırdığı kabul edilmiştir.⁹⁴ Tüketicilerin Cambozola'nın Gorgonzola ile aynı ürün olmadığını bilmesine rağmen Gorgonzola ismi ile basit bir çağrıştırma dâhi yasaklanmıştır. Benzer bir örnek olarak; 'Parmesan' kelimesinin Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış *Parmigiano Reggiano*'yu çağrıştırdığı kabul edilmiştir.⁹⁵

Avrupa Adalet Divanı 21 Ocak 2016'da vermiş olduğu karara göre '*ulusal mahkemenin ortalama bir tüketicinin algısına referans yapmasını istemiştir, ortalama bir tüketici makul olarak bilgilendirilmiş ve makul derecede gözlemci ve dikkatli bir tüketicidir. Bu kavramın sadece korunmuş bir Coğrafi İşareti'nin çağrışımına yol açan ürünün üretildiği Üye Ülke'nin tüketicilerini değil AB içerisindeki tüketicileri de kapsadığı anlaşılmalıdır.*'; Hatta Avrupa Adalet Divanı şunu da belirtmiştir '*ilgili mahkemenin söz konusu isimler arasındaki fonetiği ve görsel ilişkiyi de değerlendirmesi gerektiği ve makul ölçüde bilgilendirilmiş, makul bir gözlemci ve dikkatli ortalama Avrupa tüketicisinin ürünün ismini gördüğünde akıllarında canlanan imajın ürünün coğrafi işaretle korunmuş bir isim olduğunu düşünmesi durumunun bir tesadüf olmadığı konusundaki her türlü delili araştırmak zorundadır.*'⁹⁶

⁹³ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 13.2 maddesi

⁹⁴ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Gorgonzola*, kararı 4 Mart 1999, Dava C-87/97, [1999] I – 01301. Mahkeme 'çağrıştırma'yı şöyle tanımlamıştır ' Çağrıştırma bir ürüne verilmiş isim korunmuş tahsis edilmiş bir ismin bir kısmını içeriyorsa ve tüketici ürünle karşılaştığında tüketicide oluşan intiba ürünün orijininin koruma altında olduğu ise çağrıştırma bu durumlarını da kapsar'

⁹⁵ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Komisyon v. Almanya (Parmesan II)*, 26 Şubat 2008 tarihli kararı, Dava C-132/05, [2008] I-00957, pt. 49.

⁹⁶ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Viiniverla Oy v. Sosiaali- ja terveystalun lupa- ja valvontavirasto ('Verlados')*, 21 Ocak 2016 tarihli karar, Dava C-75/15, ECLI:EU:C:2016:35.

- 3) Diğer herhangi bir yanıltıcı işaret veya uygulama: yanıltıcılık riski bulunmasa veya Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile herhangi bir ilişkilendirme (çağrıştırma) olmasa bile ürün paketlerinde veya reklamlarında ürünün gerçek orijini hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgi vermek yasaktır.

Örneğin, bir bayrak veya bilinen bir manzara bir ürünün gerçek orijini hakkında, kamuya ürünün belli bir ülkeden veya bölgeden geldiği yönünde yanlış veya yanıltıcı bir işaret veriyor sayılabilir.

- 4) Jenerik isim haline gelme riski: son olarak, tescil edilmiş bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi, jenerik bir *isim* haline *gelemez*.⁹⁷ Ancak bu durum markalar için geçerli değildir. Tamamen bir işaret veya belirticiden oluşmuş markalar, söz konusu dilde olağan hale gelirlerse veya iyi niyetle ticaretin uygulamaları olmuşlarsa tescilleri hükümsüz kılınabilir.⁹⁸

63. Coğrafi İşaretlerin/Orijin Tahsislerinin koruma kapsamını endüstriye anlatabilmek için Komisyon Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş ürünleri bileşen olarak kullanan gıda maddelerinin etiketlenmesi ile ilgili bir rehber çıkartmıştır.⁹⁹ Gerçekten de asıl konu birden çok bileşenden oluşan bir üründe aynı zamanda Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış bir ürünün bileşen olarak kullanılması konusudur (örneğin, 'Parma ham'lı pizza' veya 'Rokforlu flammekueches').



Komisyon'a göre bir gıda birden fazla bileşenden oluşuyor ise ve gıdanın bileşenleri arasında Coğrafi İşaretle veya Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış bir ürün bileşen olarak kullanılıyor ise:

- Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi ile korunmuş ürün içindekiler kısmında belirtilebilir;¹⁰⁰
- aşağıda belirtilen koşulları sağlaması şartıyla, Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi ile korunmuş ürünün ismi, ana ürünün ticari isminin içinde veya buna yakın bir yerde de belirtilebilir, ayrıca etiket üzerinde, tanıtım materyallerinde ve reklamlarda da kullanılabilir:¹⁰¹
 - Ürün Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş ürün ile karşılaştırılabilecek herhangi bir başka bileşen içermemeli.

⁹⁷ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 13.2. maddesi.

⁹⁸ Madde 7.1 (d) , 207/2009 Sayılı Mevzuat 'ın 52.1 (a) maddesi ile bağlantılı olarak.

⁹⁹ Komisyon İletişimi 2010/C 341/03, bileşen olarak Orijin Tahsisi veya Coğrafi İşaret ile koruma altına alınmış ürün içeren gıda maddelerinin etiketlenmesi hakkında Rehber, Resmi Gazete (OJ) C 341/03, 16.12.2010.

¹⁰⁰ Ibid. Tavsiye 2.1.1.

¹⁰¹ Ibidem. Tavsiye 2.1.2.

Örneğin; mavi damarlı peynir (“mavi peynir” olarak bilinir), ‘Rokfor’ (“Korunmuş Orijin Tahsisi”) ile kıyaslanabilir bir peynirdir. Dolayısıyla mesela, ‘Rokfor’lu *Flammekueches*’ nin satılabilmesi için içinde sadece Rokfor peynirinin kullanılması şarttır, başka bir mavi damarlı peynirin üretim aşmasında kullanılmamış olması gerekir.

- Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış bir ürün içeren bileşik gıda söz konusu Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış üründen, ürüne esas özelliğini vermeye yetecek miktarda kullanılmış değildir. Ancak Komisyon ürün ve Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi çeşitliliği yüzünden her ürüne uygulanabilecek minimum bir değer tespit edememiştir.

Örneğin, bir ürüne az miktarda Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş bir baharat eklemek o ürüne önemli karakteristik özellik vermeye yetebilirken, az miktarda Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş bir et ilave etmek o ürüne önemli bir karakteristik özellik vermek için yetmeyebilir.

- Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile korunmuş bileşen içeren üründe söz konusu bileşenin ürün içerisinde bulunan oranı ürünün ticari isminin yanına yazılmalıdır. Yazılmaz ise bileşen listesinde belirtilmelidir.
- Her hâlükârda Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis edilmiş ürün içeren bileşik ürün, Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması altında ürün olmadığını net bir şekilde belirtiyor olmalıdır. Örneğin, ‘*Pizza Rokfor Orijin Tahsisi*’ yanlış bir etiket iken ‘*Orijin Tahsisi koruması altında olan Rokfor’la Hazırlanmış Pizza*’ doğru bir etiket olur. Çünkü ‘*Pizza Rokfor Orijin Tahsisi*’ tüketiciye bizzat pizzanın Orijin Tahsisi koruması altında olduğu izlenimi verebilir.¹⁰²
- Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi ile koruma altına alınmış bir ürünle karşılaştırılabilen bir ürün bileşen olarak kullanılmış ise Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi ile korunmuş olan isim bileşenler listesinde diğer bileşenlerle birlikte belirtilir (diğer bileşenler ile aynı yazı karakterinde, aynı karakter büyüklüğünde ve renginde v.s).¹⁰³

V.3. COĞRAFI İŞARETLER/ORİJİN TAHSİSİ İLE AB TİCARİ MARKALARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

64. Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi ile AB Ticari markaları arasındaki ilişki eğer ürün aynı coğrafi ismi taşıyorsa belirsiz ve problemlili hale gelebilir. Bu durumda soru hangi ismin diğerine üstün geleceğidir.

65. Bu durumda 1151/2012 Sayılı Mevzuat’ın iki maddesi özellikle konuyla yakından ilgilidir:

¹⁰² Ibidem. Tavsiye 2.1.3.

¹⁰³ Ibidem. Tavsiye 2.1.4.

- 'Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi tescili talep edilen ürün ismi, eğer bir ticari markanın bilinirliği, ünü ve kullanılmakta olduğu süre göz önüne alındığında söz konusu tescil ürünün gerçek kimliği hakkında tüketicileri yanıtabilecek nitelikte ise tescil edilmez'.¹⁰⁴
- 'Komisyon'a Coğrafi İşaret veya Orijin tahsisi tescil talebi, ticari marka tescil talebinden önce yapılmış ise ve ticari markanın kullanımı madde 13 (1) ile çelişki yaratacaksa ve ürün tipi aynı ise, ticari marka tescil talebi reddedilir.

*İlk alt paragrafa aykırı şekilde tescil edilmiş bir ticari marka hükümsüz kılınır.*¹⁰⁵

Ancak, 'madde 6 (4) saklı kalmak kaydıyla, Komisyon'a bir coğrafi işaret veya orijin tahsisi koruması başvurusundan önce, bir ticari markanın kullanımı madde 13 (1) ile çelişiyor ise ve bu ticari marka AB sınırları içinde iyi niyetle, tesciline başvurulmuş, tescil ettirilmiş, tescil ettirilmeden ticari hayatta kullanılarak yaygınlaşmış (...) ise, söz konusu ticari marka kullanılmaya devam edilebilir ve söz konusu ürün için yenilenebilir ancak ticari markanın Konsey'in 26 Şubat 2009 tarihli AB ticari markaları hakkındaki (EC) No 207/2009 Sayılı Mevzuat'ı ve 2008/95/EC No'lu Direktifi'ne göre hükümsüz kılınması veya iptal edilmesi için herhangi bir neden olmaması koşu ile (...)'.¹⁰⁶

66. Genel kural olarak, Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsis'lerinin ticari markalardan daha üstün olduğu söylenebilir. Gerçekten, bir ticari marka, başvurusu yapılmış veya tescil edilmiş bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile çelişki yaratıyorsa tescil edilmez (Bir Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi ile karışıklık yaratması veya çağrıştırması/taklit etmesi/suistimal yaratması veya herhangi bir şekilde yanıltıcı olması). Eğer böyle bir ticari marka yine de tescil edilmiş ise yaptırımı ticari markanın iptal edilmesidir.

Bu genel kuralın sadece iki istisnası vardır:

- Daha önceden mevcut olan bir ticari marka iyi niyetle tescil ettirilmiş ve iptali veya geçersiz kılınması için 207/2009 Sayılı Mevzuat veya 2008/95/EC Sayılı Mevzuat'a göre bir neden yoksa, Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile ihtilaf yaratsa bile kullanılmaya devam edilebilir. Bu durumda hem ticari marka hem de tescil edilmiş Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi geçerli olarak varlığını sürdürür.
- İkinci olarak -ancak bu çok istisnai durumlarda- uzun süredir kullanılan ve yaygın bilinirliği olan markalar 'yeni' yanıltıcı bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi tescilini engelleyebilir.¹⁰⁷

¹⁰⁴ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 6.4. maddesi
¹⁰⁵ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 14.1. maddesi
¹⁰⁶ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 14.2. maddesi
¹⁰⁷ 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın 6 (4). maddesi

67. Bavarian birası Avrupalı kanun koyucuların Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ile ticari markalar arasında nasıl bir denge kurmaya çalıştıklarının göstermektedir.

'Bayerisches Bier' bir Coğrafi İşaret olarak 1347/2001 Sayılı Mevzuat'ın yürürlüğe girmesiyle 2001 yılında tescil edilmiştir. Tescilden hemen sonra *Bayerischer Brauerbund e.V.* şirketi Almanya ve İtalya'da davalar açarak Hollandalı Bavaria Nv şirketinin ve İtalyan Bavaria Italia Srl. şirketinin sahip olduğu 'Bavaria' ve 'Bavaria Holland Beer' ticari markalarının geçerli olmadığını iddia etmiştir.

Avrupa'da ve ilgili ülkelerde süren uzun mücadelelerden sonra, İtalyan mahkemesi 'Bavaria' markasının iyi niyetle tescil edildiğini ve korunmuş bir Coğrafi İşaret olan 'Bayerisches Bier' ile birlikte İtalya piyasasında kullanılabileceğine karar verdi.¹⁰⁸

68. Zamanında davanın özel durumları da göz önüne alındığında, Avrupa Adalet Divanı 'Bavaria' ticari markasının Coğrafi İşaret ile korunmuş olan 'Bayerishes Bier' isminden önce mi sonra mı marka tescili başvurusunda bulunulduğunu incelemiş ve bu hususu belirlerken esas alınacak tarihin Coğrafi İşaretin tescilinin yürürlüğe girdiği tarih olduğunu (2001), Coğrafi İşaret koruması için ilk başvuru tarihi olmadığını belirtmiştir.¹⁰⁹

69. 207/2009 Sayılı Mevzuat'a Avrupa Birliği ticari markası hakkında yeni eklenen bir madde ile ticari markalar ve Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi arasında gelecekte doğabilecek ihtilaflar hakkında daha net bir çerçeve çizmiştir.¹¹⁰

207/2009 Sayılı Mevzuat'ın 8.4 (a) maddesine göre:

'Tâbi olduğu hukukun hükümlerine göre orijin tahsisinden veya coğrafi işareten kaynaklanan hakları nedeniyle bir şahsın itirazı üzerine, ticari marka için başvurulmuşsa söz konusu ticari marka Birlik mevzuatının veya ulusal mevzuatın coğrafi işaretler ve orijin tahsisini korumaya izin verdiği yer ve ölçüde tescil edilemez:

- (i) *bir AB ticari markası başvurusundan veya başvuru önceliği talebinden önce, Birlik mevzuatına veya ulusal mevzuata göre coğrafi işaret veya orijin tahsisi koruması için tescil başvurusu yapılmış ise:*
- (ii) *söz konusu orijin tahsisi veya coğrafi işaret daha sonraki ticari markanın kullanılmasını engelleme hakkı*

¹⁰⁸ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Bavaria NV, Bavaria Italia S.r.l. v Bayerischer Brauerbund eV*, 2 Temmuz 2009 tarihli kararı, Dava C-343/07, [2009] I –05491; Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Bavaria NV v Bayerisches Brauerbund eV*, 22 Aralık 2010, Dava C-120/08, [2010] I –13393; Turin Temyiz Mahkemesi (Court of Appeal Turin), İtalyan Fikri Mülkiyet Hakları Mahkemesi (Italian IP Court), *Bavaria NV ve Bavaria Italia S.r.l. v. Bayerischer Brauerbund e.V.*, 2 Şubat 2011 tarihli kararı.

¹⁰⁹ Avrupa Adalet Divanı (ECJ), *Bavaria NV v Bayerisches Brauerbund eV*, 22 Aralık 2010 tarihli kararı, Dava C-120/08, [2010] I – 13393.

¹¹⁰ Birlik ticari markaları (EC) No. 207/2009 Sayılı Mevzuatı değiştiren, 16 Aralık 2015 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Komisyonu (EU) No. 2015/242 Sayılı Mevzuatı ('Değişiklik Mevzuatı') 1 (10) (a) maddesi, *Resmî Gazete (OJ) L 341/21* 24.12.2015.

V.4. COĞRAFI İŞARETLER/ORİJİN TAHSİSİ VE AB TİCARİ MARKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

70. Sonuç olarak, Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsis ve AB ticari markasının koruma kapsamı şöyle özetlenebilir;

Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis	AB Ticari Markası (Bireysel, Kollektif)
Karşılanabilme riskine karşı koruma: Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis yapılmış ürün isimlerinin - aynı ürünler; - karşılanabilir (benzer) ürünler; veya - farklı ürünler ancak Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis ile koruma altına alınmış ismin bilinirliğini/ününü istismar edici ürünlerde kullanımı yasaktır.	Karşılanabilme riskine karşı koruma: AB Ticari markasıyla aynı veya benzer işaretlerin ticari kullanımı - aynı ürünlerde; veya - benzer ürünlerde yasaktır.
Bağlantı kurulmasına/ilişkilendirmeye karşı koruma: - Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis ile koruma altına alınmış ürün isminin AB’de ünü olmasa bile; - haksız yarar sağlanmıyor/Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis yapılmış ürünün ayıncı karakterine veya ününe zarar vermiyorsa bile; - Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis koruması altına alınmış ismin yanında ‘tip’, ‘stil’ gibi ifadeler ile birlikte kullanılıyor olsa bile; - ürünün gerçek orijini belirtilse bile; bir Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis koruması çakıştırılmaya/taklit’e karşı korunmuştur.	Gerçek bağlantı kurulmasına/ilişkilendirmeye karşı koruma: ancak aşağıdaki hallerde mümkündür: - AB ticari markasının AB içerisinde bilinirliği/ünü varsa; - haksız yarar sağlanıyor/AB ticari markasının ayıncı karakterine veya ününe zarar veriyor ise
Ürünün gerçek orijini hakkında her türlü yanlış veya yanıltıcı belirtmelere ve uygulamalara karşı koruma.	
Jenerik isim haline gelmesi riskine karşı koruma: Tescilden sonra korunmuş isim jenerik isim haline gelemez.	Jenerik hale gelmesi = hükümsüz kalınma için neden
‘odil kullanım’ istisnası yok.	Coğrafi bir ismin ‘odil kullanımı’ aynı ismi ihtiva eden bir AB ticari markasının kullanımının ihlal edildiği anlamına gelmez.

71. Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis bir AB ticari markasından daha geniş bir koruma sağlamaktadır. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis koruması sadece karıştırılmaya karşı

değil her türlü yanlış veya yanıltıcı işaretlere veya uygulamalara karşı ürünlerin gerçek orijinini korumayı ve ismin jenerik bir isim haline gelmesini önler. Hatta ilişkilendirme (çağrıştırma) durumunda Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi hakkındaki 1151/2012 Sayılı Mevzuat korunan ismin 'AB içerisinde tanınırlığının olması' şartını, dava edilebilir haksız yarar sağlama veya Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi¹¹¹ nin ayırt edici gücünü zedeleme veya Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi'nin ününe zarar verici nitelikte olması şartlarını aramaz. En son olarak da, Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi koruma kapsamında 'adil kullanım' istisnası yoktur.

72. Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi korumalarının daha geniş bir korumaya sahip olmaları özel ve tamamen maddi menfaatlerin yanında kamu menfaatini korumak amacı ile açıklanabilir (örneğin, kültürel miras). Söz konusu durum Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi'ne dayalı hakların uygulanmasında da kendini gösterir. Şöyle ki, AB üyesi devletler kendi yargı alanları içinde Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi'lerinin korunması ve hukuka aykırı kullanımlarını engellemek için gerekli bütün idari ve hukuksal tedbirleri almakla yükümlüdürler. Bu anlamda Üye Ülkeler'in bir veya bir kaç otoriteyi gerekli adımları atmak üzere görevlendirmeleri¹¹² ve kontrol prosedürlerini oluşturmaları zorunludur. Böylece, 1151/2011 Sayılı Mevzuat'ın uygulanması sadece hakları ihlal edilen özel kişilerin inisiyatifine bırakılmamış, kamu otoriteleri tarafından da uygulanması sağlanmıştır.
73. Örneğin Belçika'da ilgili bölgeye bağlı olmak üzere farklı kontrol otoriteleri vardır (Brüksel Başkent, Flaman bölgesi veya Valon bölgeleri). Valon bölgesi için,¹¹³ Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis'lerinin uygun kullanılmasının kontrolünden sorumlu otorite 'PROMAG'dır.¹¹⁴ 'PROMAG' senede en az bir kere korunmuş bir ismi taşıyan ürünlerin üreticilerinin spesifikasyonlara uyup uymadığını ve ismin gerekli şekilde korunup korunmadığını denetler. Daha sonra senede bir kere kullanılmış kontrol metodlarını ve bunun sonucunda değerlendirme sonuçlarının sentezini yaparak raporlar.

Paralel olarak, Flaman hükümetinin 19 Ekim 2007 tarihinde aldığı bir kararla Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi/Geleneksel Özelliklerin Garantisi korumalarının Flaman bölgesinde tescil ve kontrolünün çerçevesini belirlemiştir.¹¹⁵ Uygulamada Flaman hükümeti ile 17 Temmuz 2006'da yapılan bir anlaşmayla Federal Ekonomi Kamu Servisleri (Federal Public Services Economy) görevlileri

¹¹¹ 1151/2011 Sayılı Mevzuat'ın 13 (3). maddesi

¹¹² 1151/2011 Sayılı Mevzuat'ın 13 (3). maddesi ayrıca otoritelere 'yeterli objektiflik garantisi sağlamak ve tarafsız davranmak yükümlülüğü' getirmiştir' ayrıca kontrolleri yapmaya 'ehil çalışanlar bulundurmak ve fonksiyonlarını yerine getirirken gerekli kaynakları sağlamak' zorunlulukları da vardır.

¹¹³ 7 Eylül 1989 tarihli Valon kalite etiketi, lokal orijin adı ve orijin tahsisi hakkındaki Düzenlemeyi değiştiren 19 Aralık 2002 tarihli Valon Düzenlemesi, *Resmi Gazete* 05.02.2003; 7 Eylül 1989 tarihli lokal orijin tahsisi ve Valon orijin tahsisi ve (EEC) No 2081/92 ve No 2082/92 sayılı Mevzuat'ların Valon bölgesinde uygulanmasına dair 25 Eylül 2003 tarihli Valon Düzenlemesi, *Resmi Gazete*, 26.01.2004.

¹¹⁴ PROMAG SPRL, Parc d'activités économiques d'Aye, 6900 Marche-en-Famenne, Belgium. PROMAG'ın bazı aktiviteleri BELAC tarafından akredite edilmiştir, resmi akreditasyon otoritesidir (Belac akreditasyon numaraları: 099-INSP, 099-PROD, 099-QMS). PROMAG yerinde kontrol yapar ve Valon bölgesinde Coğrafi İşaret veya Orijin Tahsisi yapılmış ürünleri kontrol eder ve uygun ürünleri sertifikalandırır.

¹¹⁵ 19 Ekim 2007 tarihli Coğrafi İşaretlerin, Orijin Tahsislerinin ve Geleneksel Özelliklerin Garantileri hakkında 07.11.2007 tarihli Flaman hükümetinin Düzenlemesi. Bu düzenleme Flaman Tarım Bakanlığı'nın kontroller hakkında ek kurallar getirebileceğini belirtir. Nitekim, 7 Mart 2008 tarihli Flaman Hükümeti'nin 19 Ekim 2007 tarihli Düzenlemesi'nin uygulanmasına ilişkin Bakanlık Düzenlemesi yapılmıştır, *Resmi Gazete* 25.03.2008.

Flaman bölgesinde Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi'yle ilgili ürünlerin kontrol ve kontrol mekanizmalarıyla ilgili resmi kontrolleri yapar.

Federal Ekonomi Kamu Servisleri aynı zamanda Brüksel Başkent bölgesinin de yetkilendirilmiş kuruluşudur.¹¹⁶

74. Kontrollerin sıklığı büyük ölçüde yetkili otoritelerin kaynaklarına ve 1151/2012 Sayılı Mevzuat'ın getirdiği hakları otoritelerin uygulama kararlılıklarına bağlıdır. Koruma altına alınmış Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi'lerinin kontrol prosedürleri bir Üye Ülkeden diğerine de farklılık gösterebilir.

VI. SONUÇ

75. Bir gıda maddesinin coğrafi orijinini belirten işaretler tüketiciler ve tüketicilerin dikkatini çekmek için rekabet halinde olan gıda işletmecileri için giderek önem kazanmaktadır. Tüketiciler alışverişlerinde ve restoranlarda yedikleri yemeklerde giderek daha artan bir şekilde ürünlerin coğrafi orijinine dikkat etmeye başladılar. Bu durum muhtemelen kalite, kültür, çevresel faktörler hatta bazen politik nedenlerle ilgili olabilir.

Gıda işletmecileride kendi taraflarından ürünlerin etiketlerinde yer alan coğrafi işaretlerin pazarda fark yarattığını anladılar. Bu durum Avrupa Birliği'nin Tüketicilerin Gıdalar Hakkında Bilgilendirilmesi hakkındaki 1169/2011 Sayılı Mevzuat'ının giriş kısmında şöyle ifade edilmiştir, '*Bazı durumlarda gıda işletmecileri gönüllü olarak ürünlerinin kalitesine dikkat çekmek için gıdanın orijinini belirtmek istemektedirler.*'¹¹⁷

76. Böylece coğrafi orijin AB'de ve dünya pazarlarında ürünlere gittikçe daha fazla değer kazandıran bir unsur haline gelmektedir.¹¹⁸ Bunun sonucu olarak bu katma değeri kötüye kullanımlara karşı korumak gittikçe önem kazanmaktadır. AB'de fikri mülkiyet hakkı olarak tanımlanan iki sistem gıda maddelerinin coğrafi orijin değerlerini korumaya yolu sunmaktadır: Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi ve kolektif AB ticari markası.

¹¹⁶ Ekim 2009 tarihli tarımsal ürünlerin ve gıda maddelerinin coğrafi işaretlerinin korunması ve tarım ürünleri ve gıda maddelerine coğrafi orijin tahsisi ve tarım ürünleri ve gıda maddelerinin geleneksel özelliklerinin garanti edilmesi hakkında Brüksel Başkent Bölgesi Hükümeti'nin Düzenlemesi, *Resmi Gazete* 20.11.2009 ve 27 Nisan 2012 tarihli tarımsal ürünlerin ve gıda maddelerinin coğrafi işaretlerinin korunması ve tarım ürünleri ve gıda maddelerine coğrafi orijin tahsisi ve tarım ürünleri ve gıda maddelerinin geleneksel özelliklerinin garanti edilmesi hakkında Bakanlık Düzenlemesi, *Resmi Gazete* 23.05.2012.

¹¹⁷ Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin (EC) 1924/2006 ve (EC) 1925/2006 Sayılı Mevzuatlarını değiştiren, Komisyon'un 87/250/EEC Sayılı ve Konsey'in 90/496/EEC ve Komisyon'un 1999/10/EC ve Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 2000/13/EC Sayılı, Komisyon'un 2002/67/EC ve 2008/5/EC Sayılı Mevzuatları'nı ve Komisyon'un (EC) No 608/2004 Sayılı Mevzuatlarını kaldıran 25 Ekim 2011 tarihli (EU) 1169/2011 Sayılı Tüketicilerin Gıdalar Hakkında Bilgilendirilmesine ilişkin Mevzuat'ının 30. Binaen bölümü *Resmi Gazete (OJ)*, L 304, 22.11.2011, s. 18–63.

¹¹⁸ Bakınız Areté (Araştırma & ekonomi danışmanlığı) tarafından yazılmış Avrupa Birliği Komisyon'u tarafından yetkilendirilmiş *Korunmuş Coğrafi İşaretler/Korunmuş Orijin Tahsisleri'nin katma değerinin değerlendirilmesi* hakkındaki çalışma (*assessing the added value of PGI/PDO products*). Yönetici Özeti için: http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2013/added-value-pdo-pgi/exec-sum_en.pdf

77. İlk olarak Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması daha cazip gelebilir çünkü Coğrafi İşaret/Orijin Tahsis'lerinin koruma kapsamı kolektif AB ticari markasına göre daha geniştir. Ancak birini diğerine tercih bir çok faktöre bağlıdır, bunların arasında (i) ilgili ürünün/işaretin hangi koruma sisteminin şartlarını taşıdığı, (ii) tescil başvurusunun maliyeti ve (iii) koruma altına alınmış ismin, başkaları tarafından uygun olarak kullanılmasını sağlayacak kontrolün yeterliliği.¹¹⁹

Örneğin, Etiyopya hükümeti Sidamo kahvesini (Arabika türü bir kahve) Coğrafi İşaretle değil ticari marka olarak korumayı tercih etmiştir. Çünkü söz konusu kahve Etiyopya'nın neredeyse her bölgesinde bir çok Etiyopya'lı küçük çiftçi tarafından ufak arazilerde üretilmektedir. Sonuç olarak, belirli bir coğrafi bölge ve bu bölgeyle ürünün kalitesi veya karakteristik özellikleri arasındaki bağlantıyı tescil için kurup ispat etmek zordu. Ayrıca Etiyopya hükümeti finansal olarak bir Coğrafi İşaretin uygun kullanılmasını kontrol edecek ve korumasını sağlayacak bir otoritenin finansman kaynaklarını da sağlayamamış olabilir. Dolayısıyla Coğrafi İşaret tescili yerine marka tescili yapmak ihtiyaçları için daha uygun bir çözüm olmuştur.¹²⁰



78. Diğer taraftan eğer ürün şartları yerine getirilebilecekse, söz konusu ürünün üreticiler birliğinin ürünü koruması için hem Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi hem kolektif AB ticari markası tescilini birlikte tercih etmeleri önerilebilir.

¹¹⁹ Örneğin İtalya Kamu Yönetimi (The Public Administration of Italy) tarafından geleneksel İtalyan ürünü olarak listeye alınan 3500 üründen sadece küçük bir yüzdesi Coğrafi İşaret/Orijin Tahsisi koruması şartlarını haizdir. Sonuç olarak İtalyan Ticaret Odası coğrafi kolektif markayı diğer ürünler için çözüm olarak benimsemiştir. Bu kapsamda bakınız Orazio Olivieri, *Geleneksel ürünlerin Korunmasında Kolektif Markaların Kullanılması*, 2004 (*Using Collective Marks for the Protection of Traditional Products*, 2004). http://www.wipo.int/sme/en/documents/collective_mark_fulltext.html.

¹²⁰ Sidamo Etiyopya hükümeti tarafından bireysel ticari marka olarak üç ülkede tescil ettirilmiştir: ABD (USPTO, n° 78589307), AB (OHIM, n°004348751) ve Kanada (CIPO, n° 916800-00). Etiyopya Fikri Mülkiyet Ofisi Genel Direktörü Getachew Mengistie bu konuda şöyle bir açıklamada bulunmuştur: 'Etiyopya'daki durumu anlamalısınız. Kahvemiz dört milyon küçük arazi parçası üzerinde üretiliyor. Bir sertifika sistemi kurmak pratik olmayacağı gibi oldukça da pahalı bir yöntem olacaktı. Ticari marka bizim ihtiyaçlarımıza daha uygundu. Daha fazla kontrol sağlayan daha direk bir yoldu.' Kaynak: Avustralya Fikri Mülkiyet Araştırma Enstitüsü (Intellectual Property Research Institute of Australia (IPRIA)), *Sidamo, WIPO için öğretici vaka*, Mayıs 2009. Kaynak: (http://www.wipo.int/export/sites/www/academy/en/about/global_network/educational_materials/cs4_sidamo.pdf, citing Elizabeth March, 'Making the Origin Count: Two Coffees' (September 2007) 5 *WIPO Magazine*, son e 1 January 2016, from http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2007/05/article_0001.html.

Örneğin, bu durum *Parmigiano Reggiano* için söz konusu oldu ve *Parmigiano Reggiano* peyniri hem kollektif bir AB ticari markası hem Orijin Tahsisi koruması altına alınarak tescil edildi.¹²¹



79. Kollektif AB ticari markaları ve Coğrafi İşaretler/Orijin Tahsisi korumaları gıda maddelerinin orijinini hem AB’de hem de küresel olarak koruyan kullanışlı ve efektif araçlardır.¹²²
80. Bu durum mutlaka gıda işletmecileri tarafından akılda tutulmalıdır. Gerçekten, tüketicilerin (özellikle Millennial’ların) artık alışveriş sepetlerine ve/veya tabaklarına koydukları şeyler ‘eskisinden daha fazla anlamlı. Alışveriş yapmak artık sadece bedenlerine yardım veya gastronomik ihtiyaçları gidermek amacı ile yapılmış bir eylem olarak hissedilmiyor, belkide dünya refahına katkı, çiftliklerde yetiştirilen tavukların ve ineklerin veya küçük çiftçilerin iyi şartlar altında olmalarına katkı olarak da algılanıyor. [...] Bir çok çeşidin ve seçeneğin sunulduğu günümüzde, hangi elmayı seçtiğiniz sizin kim olduğunuz, neye dikkat ettiğiniz, hangi sınıfa ait olduğunuz konusunda yorum yapılmasına neden olabiliyor.’¹²³

Bu durum gıda işletmecileri için, fikri mülkiyet araçları olan coğrafi işaretlerin ve kollektif ticari markaların giderek artan değerini açıklamaktadır.

¹²¹ *Parmigiano Reggiano*’ 12 Haziran 1996 tarihli coğrafi işaretlerin tescili ve orijin tahsisi ile ilgili Komisyon’un (EC) 1107/96 Sayılı Mevzuat’ına göre ve Konsey’in (EEC) No 2081/92 Sayılı Mevzuat’ının 17. maddesindeki prosedüre göre Orijin Tahsisi olarak tescil edilmiştir ayrıca kollektif AB ticari markası olarak da tescilli yapılmıştır (OHIM, n°006103899).

¹²² Ticari markaların, sertifika markalarının veya coğrafi işaretlerin uluslararası kullanımı için lütfen, UNIDO’ya bakınız, *Bölgesel orijini olan geleneksel ürünlere değer katmak, kalite konsorsiyumu oluşturmak için rehber*, 2010. Ulaşım adresi; https://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/Adding_value_to_traditional_products_of_regional_or_igin.pdf

¹²³ E. TUROW, *A taste of Generation Yum*, 191-192 sayfalar (eBook versiyonu).