



Yerel Kalkınmada Yaygınlaşan Bir Araç Olarak Geleneksel Gıdalar ve Geleneksel Gıda Mevzuatının Yaygınlaştırılabilirliği

Alpay ALTUNTAŞ^{1*}, Bülent GÜLÇUBUK²

¹ Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Ankara İl Müdürlüğü, Yenimahalle/Ankara

² Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Dışkapı/Ankara

*e-mail:alpayaltuntas@yahoo.com

Alındığı tarih (Received): 27.03.2014

Online baskı tarihi (Printed Online): 17.09.2014

Kabul tarihi (Accepted): 10.07.2014

Yazılı baskı tarihi (Printed): 00.00.2014

Özet: Kalkınma kavramı önceleri sadece ekonomik büyüme, sanayileşme ve kentleşme kavramlarına karşılık gelirken daha sonraları ise ekonomik büyümenin yanı sıra, sosyal adalet ve dengeli kalkınma, son olarak da sürdürülebilir kalkınma ve yerel ekonomik kalkınma gibi kavramlarla birlikte anılmaktadır. Tüm dünyada yerel ekonomik kalkınma; yereldeki kaynakları yerinde işlemeyi ve yereldeki halkın refahı için değerlendirmeyi öngörmektedir. Bu alanlarda geleneksel ürünlerin, gıdaların üretilmesi, işlenmesi, pazarlanması, yerel kalkınma için önemli bir ekonomik girdi sağlamaktadır. Geleneksel ürünlerin, gıdaların giderek daha fazla önem kazandığı bu yaklaşımda; yerelde istihdam alanları yaratmak, geliri yükseltmek, insanları bulunduğu yerde mutlu kılmak ana ilkelere dendir. Bu bağlamda geleneksel ürünler; küreselleşen dünyamızda yerelin yerinde kalkınması amacıyla günden güne önemi artan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu literatür çalışmasının amacı, yerel kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak kullanılan geleneksel gıdalarla ilgili mevcut mevzuat hakkında bilgi verildikten sonra geleneksel gıda mevzuatının yeterliliği ve yaygınlaştırılabilirliğinin tartışılmasıdır. Sonuç olarak; geleneksel ürünlerin yerel kalkınmadaki öneminin günden güne arttığı ülkemizde, geleneksel ürünlerin korunması ve yerel kalkınmada etkili bir şekilde kullanılabilmesi için anahtar olabilecek coğrafi işaretlerden yeterince faydalanılmadığı, geleneksel ürün mevzuatımızın oluşturulmasında konuyla ilgili yeterli saha çalışmalarının olmaması ve ağırlıklı olarak AB mevzuatının baz alınması sonucu ülkemize özgü gıdalarımızla ilgili hükümlerin yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Kalkınmanın ekonomik boyutu başta olmak üzere, sosyal, kültürel, her türlü boyutunda, bu tip gıdalardan daha fazla fayda sağlamanın ilk şartı, tüm ürünleri kapsayan, geniş çaplı bir mevzuat oluşturulması, bunun yanı sıra bu tip ürünlerin tescil prosedürlerinin kolaylaştırılması, tescil sonrası denetimlerinin ise etkin ve etkili bir şekilde yapılması, bunun içinde konu ile ilgili paydaşların koordineli ve organize bir şekilde çalışması gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel gıda, geleneksel gıda mevzuatı, yerel ekonomik kalkınma

Traditional Foods Widespread As a Means of Local Development and Dissemination of Traditional Food Legislation

Abstract: Development concept was previously corresponding only economic growth, industrialization and urbanization, later, besides to economic growth correspond to social justice and balanced development, finally mentioned together the concepts such as sustainable development and local economic development. All over the world local economic development; forsee to site-processing the resources and evaluation for the prosperity of the people in the local. In these areas, production, processing, marketing of traditional products, foods provides an economic input to local development. In this approach, in which traditional products, foods gain increasingly importance, creating employment opportunities locally, raising incomes, making people happy at the location are the main principles. In this respect, traditional products, emerges as a tool which gains importance day by day for the aim of the site of local development in our globalized world. The aim of this literature study is to discuss qualification and dissemination of traditional food legislation after informing on existing legislation about traditional foods which are used as a widespread tool in local development. As a conclusion; it is detected that provisions on our country-specific foods are inadequate in our country in which the importance of traditional products is increasing daily on local development, geographical indicators are not sufficiently used which could be a key on protecting traditional foods and provides efficient usage in local development, result of not having adequate field work on creating traditional product legislation and taking base of the european union legislation

predominantly. Especially in the economic dimension of development, in social, cultural and all aspects, the first requirement of providing more benefits from this type foods is to constitute a broad legislation covering all products, besides this, simplify registration procedures of these foods, carrying out the post-registration controls active and effective is offered for this aim stakeholders involved should work in coordination and organized way.

Key Words: Traditional foods, traditional foods legislation, local economic development

1. Giriş

Son yıllarda tüm dünyada ve özellikle Avrupa’da gıda tüketiminde en dinamik sektörlerden birisi olarak, yöresel ürünler sektörü gösterilmektedir (Tekelioğlu ve Demirel 2008).

Birçok yöresel ürünün küreselleşmeye ihtiyaç duyduğu günümüzde, birçok küresel ürün de yerelleşmeye ihtiyaç duymaktadır. “Küresel düşün yerel davran” ya da “Yerel düşün küresel davran” düşünce sistemine dayanan “glokalleşme (glocalization)” kavramı, küreselleşmeyi ve yerelleşmeyi eşzamanlı kabul eder ve bütünleştirir. Yerel/tipik ürünler küresel piyasada varolan bazı boşluklarda küreselleşebilir ve küresel ürünler yerel piyasalara uygun adaptasyonu sağlayarak yerelleşebilir. Bu tip ürünler glokalleşme kavramı altında yatan global ürünlerdir. Robertson glokalleşme terimiyle küreselleşmenin heterojen yönünü öne çıkarmaktadır. Küreselleşme yerel olan ile küresel olanın iç içe geçmesi sureti ile işleyen bir süreçtir ve içinde yerelliğin keşfini taşımaktadır (Yurdakul vd. 2004). Glokalleşme kavramıyla birlikte yerel ürünlerin yerel vizyondan küresel vizyona geçişi, yerel ürünler ve bu ürünlerin üretildiği bölgeler için bir fırsat niteliğindedir.

Dünyada birçok ürün üretildiği bölgenin adıyla bilinmekte, o yörenin adıyla tanınmakta ve pazarlanmaktadır. Geleneksel ürünler; bir üretim süreci sonunda, ekonomik bir faaliyet sonucu ortaya çıkan ekonomik değerlerdir. Ancak ürünlerini ve niteliklerini; o yöreye özgü doğal koşullardan ya da o yörede o ürünü üretenlerin çok uzun süreler boyunca geliştirdikleri bilgi, beceri, yöntem ve tekniklerden almaktadırlar. Geleneksel ürünleri, ekonomik değerler olarak tanımlamanın yanısıra o bölgede yaşayan ve üreten insanların geleneksel ürünleriyle gelenek, görenek ve kültürlerini de yansıttıklarını unutmamak gerekir (Çandır 2010).

Önemli bir gıda üretim potansiyeline sahip olan Türkiye, yerel gıda çeşitliliği ve üretimi açısından da zengin bir dokuya sahiptir. Yerel gıdaların üretim ve pazarlamasının ekonomik

boyutları da giderek artmaktadır. Günümüzde pazar bağlantılı gıda üretiminin ticari kuralları ise, gıda güvenliği ve kalitesinden ayrı düşünülmemektedir (Demirbaş vd. 2006).

Yerel ürünlerin geleneksel yollarla üretimi; hem büyük hacimli üretimi engellemekte ve hem de zamanla bu tip geleneksel ürünlerin kaybolmasına yol açabilmektedir. Geleneksel bu tip gıdaların, orijinal özelliklerinin muhafazası koşuluyla, endüstriyel üretime aktarılabilmesi yöresel tatların kaybolmasını önleyebileceği gibi daha geniş kitlelerin bu tip ürünleri tatmasına ve tanınmasına da yardımcı olacaktır (Sarıçoban ve Karakaya 2004). Bu ürünler taklitlerine karşı korunabilmek ve haksız rekabete maruz kalmamak için birçok ülkede yasal düzenlemelere konu olmuştur (Tekelioğlu ve Demirel 2008).

2. Yerel Ekonomik Kalkınma

Yaklaşık 40 yıldır hem akademik dünyada hem de politika geliştirmede gündemde olan yerel ekonomik kalkınma kavramı çerçevesinde geliştirilen stratejilerde, son dönemde, insan kaynakları, kurumsal destek sistemleri, altyapı yatırımları, kamu özel sektör işbirliği, yatırımların bölgeye çekilmesi, ağsal ilişkilerin güçlendirilmesi gibi konulara vurgu yapılmaya başlanmış, yerel firmaların gelişmesi için yerel ölçekte stratejilerin geliştirilmesi, rekabete dayalı bir yerel yatırım ortamının yaratılması, işbirliğinin desteklenmesi, işgücünün niteliğinin artırılması, eğitim ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi önem kazanmıştır (Eceral ve Özmen 2009).

Yerel ekonomik kalkınma; yerel kaynakları ve rekabet avantajını kullanarak belirli bir bölgede kamu ve özel sektör aktörleri arasında ortaklık ve işbirliği faaliyetlerini destekleyen, genel bir kalkınma stratejisinin ortak şekilde oluşumu ve uygulanmasına imkan tanıyan, uygun bir iş ortamının yaratılması ve ekonomik aktivitelerin desteklenmesi gibi önemli hedefleri olan katılımcı bir kalkınma sürecidir (Çetin 2007).

Dünya Bankası'nın tanımına göre YEK; yerel yönetimlere, özel sektör ve kar amacı gütmeyen sektörlerle ve yerel örgütlere yerel ekonomiyi geliştirmek için beraber çalışma fırsatı tanır. Rekabetçiliği ve sürdürülebilir büyümeyi artırmak üzerinde durur ve büyümenin bu sürece dahil olduğunu garanti eder (Özmen 2007).

Az gelişmiş bölgelerde ekonomik yapının tarıma dayalı olması, sermayenin kıt, nüfus artış hızının yüksek olması ve dışarıya sürekli göç verilmesi gibi nedenler, bu tür bölgelere sahip ülkeler için bölgesel kalkınmanın önemini bir kez daha ortaya çıkarmıştır.

Günümüzde ekonomik kalkınma, yerel iş imkanlarını ortaya çıkararak istihdam yaratmak, yöre halkını üretime yöneltmek, yerel bazda kişi başına düşen milli geliri artırmak gibi yerel bir boyut kazanmıştır (Tutar ve Demiral 2007).

Küresel yaklaşımların sunduğu yerel kalkınmanın aleyhine gerçekleşen bazı yanlışlıklar yerel çöküntüler olarak ülkeyi etkilemekte ve yerel söylemleri kuvvetlendirmektedir. Küreselleşmenin aleyhine, yerel ekonomik kalkınmanın uygulanması sonucunda, yerel kalkınmada yaratılacak olan büyüme ve gelişim, eşit olmayan gelişme ile mücadelede önemli bir rol üstlenecektir. Bu iki farklı yaklaşımın dengesini bulmak, sürekli diyalog ve demokratik mekanizmaların değişime olanak veren bir süreç haline getirilmesi ile sağlanabilir. Merkezi yönetimin gelişmenin önünü açıcı düzenlemeler yapması dengeleri koruyacak mekanizmalar oluşturulması büyüklüğü ve gücüne karşı ataletin bulunması karşısında yüzlerce yerel yönetim birimi küçüklük, çeviklik nedeniyle dinamizm ve yaratıcı rolünü kolaylıkla üstlenebilirler (Darıcı 2007).

3. Geleneksel Ürün Kavramı

Gıdalar farklı gruplar altında sınıflandırılabilir. Etnik, tipik, yöresel, bölgesel özellikli ürünler ve geleneksel gıdalar, literatürde en çok kullanılan grup isimleridir. Bütün tanımlarda coğrafik alan sınırlaması ve yöre/bölge esasına dayandırmaya sıkça

rastlanılmakla birlikte, özel isimlerle adlandırılan bu özellikli ürünlerin her biri için literatürde üzerinde uzlaşmaya varılmış tek bir tanım bulmak olası değildir. Nitekim bazı özellikleri itibarıyla tipik ürünler yöresel, ve yöresel ürünlerin çoğu bölgesel özellikli ürün, bunların tümü ise geleneksel ürün olabilmektedir (Demirbaş vd. 2006).

Dünyada birçok ürün üretildiği bölgenin adıyla bilinmekte, o yörenin adıyla tanınmakta ve pazarlanmaktadır. Yöresel ürünler; bir üretim süreci sonunda, ekonomik bir faaliyet sonucu ortaya çıkan ekonomik değerlerdir. Ancak ürünlerini ve niteliklerini; o yöreye özgü doğal koşullardan ya da o yörede o ürünü üretenlerin çok uzun süreler boyunca geliştirdikleri bilgi, beceri, yöntem ve tekniklerden almaktadırlar. Yöresel ürünleri, ekonomik değerler olarak tanımlamanın yanısıra o bölgede yaşayan ve üreten insanların yöresel ürünleriyle gelenek, görenek ve kültürlerini de yansıttıklarını unutmamak gerekir (Çandır 2010).

4. Geleneksel Ürün Mevzuatı

Yöresel ürünlerimizin çoğu aslında geleneksel özellik kazanmış, belli bir bölgeye ait, ait olduğu bölgenin tarımsal koşullarından, iklim koşullarından, ekonomik, sosyal koşullarından etkilenmiş kültürel ürünlerdir. Tarihi bir derinliği olan ve varlıklarını belirli bir süredir buldukları yerde sürdüren ve yerel kültürün önemli bir parçasını oluşturan yöresel ürünler paylaşılan ortak becerilere dayanmakta ve üretildikleri yöre ile aralarında çok güçlü bir bağ bulunmaktadır (Tekelioğlu ve Demirel 2008).

Ülkemizde geleneksel ürünlerle ilgili mevzuat, bir çok farklı kurum tarafından yürütülen kanun, yönetmelik, tebliğ ve standartlardan oluşmaktadır.

Yöresel ürünlerin adeta hukuki zırhlarını oluşturan Coğrafi İşaretler (Cİ) Dünya Ticaret

Örgütü'ne göre "Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülkeyle özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir."

Oldukça uzun bir tarihi geçmişine sahip olan Cİ Eski Mısır'da piramitlerin yapımında kullanılan dayanıklı tuğla ve taşların kökenlerini belirtmek için, Eski Yunan'da ise Thasos adası şaraplarının kalite işareti olarak kullanılmışlardır. Fransız yasalarına göre köken adı korunan ve üretimi titizlikle denetlenen Rokfor Peyniri, 1070 yılından beri korunmaktadır (Tekelioğlu 2012).

Coğrafi işaretlerin pazarlama aracı olarak hizmet vermeleri, çoğu zaman "markalar" ile karıştırılmalarına sebep olmaktadır. Genelde birbirini tamamlayıcı olmalarına rağmen, dayandıkları kanunlar bakımından temelde çok farklı olan marka ve coğrafi işaretlerin koruma sistemleri ise birbirine benzer niteliktedir. Markalar; üretici bazında belirli bir kaynak gösterme gücüne sahiptir, bireysel bir mülkiyet hakkı vardır, bir sahipten diğerine kolayca devredilebilir, her yerde üretilebilir, koruma süresi talep üzerine uzatılır ve bu koruma bazen ciddi maliyetlere ulaşabilir. Ancak coğrafi işaretler: kesinlikle bir coğrafi alan belirtir; ortak bir mülkiyet hakkı sağlar; sadece ürünün kendisinin değil, aynı zamanda üretim zinciri içinde yer alan diğer ürünlerin de katma değerini artırır; söz konusu coğrafi alandaki ilgili ürün üreticilerinden bir başkasına devredilemez; koruma için gerekli olan şartlar var olduğu sürece koruma devam eder (Birinci 2008).

AB'nin 1992 yılında yürürlüğe koyduğu (EEC)No 2081/92 ve (EEC)No 2082/92 numaralı Komisyon düzenlemesi ve bunların yerini alan 510/2006 sayılı Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinde Coğrafi İşaretlerin Korunması hakkındaki konsey tüzüğü ile coğrafi işaretleme sistemi işlemeye başlamıştır (Tekelioğlu 2012). Bu düzende üç temel kalite damgası bulunmaktadır. Bunlar, Protected Designation of Origin (PDO) Menşe Adı, Protected Geographical Indication (PGI) Mahreç İşareti ve Traditional Speciality Guaranteed (TSG) damgalarıdır. Komisyon, PDO, PGI ve TSG etiketlerinin

tüketiciler tarafından tanınmasını sağlamak için çeşitli kampanyalar hazırlamıştır (Halaç 2002).

Günümüzde ise AB'nde, coğrafi işaretlerle ilgili uygulamalar (EC)1234/2007, (EC)110/2008 numaralı ve son olarak da eski mevzuatı bir araya getiren 21 Kasım 2012 (EU) tarihli 1151/2012 numaralı konsey düzenlemelerine göre yürütülmektedir. AB kendi sınırları içerisinde coğrafi işaret korumasına aldığı ürünleri AB sınırları dışarısında üye olmayan ülkelerle yaptığı ikili veya çok taraflı antlaşmalarla korumaya çalışmaktadır.

PDO: Orjinaline en uygun şekilde yetiştirilmiş ürünlerin sahip olduğu bir logodur. PDO sınıflandırmasında yer alan ürünler hem üretim hem işleme ve hem de hazırlanması aşamasında coğrafik özelliklerini korumaktadır. PGI: Bu logoya sahip olan ürünlerde hazırlama, işleme veya üretim aşamalarından en az birinde coğrafik özelliklerinin korumuş olması istenmektedir. TSG: Bu logoya sahip olan ürünler yetiştirildikleri bölgedeki geleneksel özelliklerini koruyan ürünlerdir. Avrupa Birliği ülkelerinde PDI/PGI/TSG logosunu içeren ürünler arasında; taze et, peynir çeşitleri, diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, süt ürünleri, tereyağı v.b.), yağlar, meyve ve sebzeler, tahıllar, balık, bira, bitki ekstraktlarından yapılan çeşitli içecekler, ekmekek, pasta, kek, bisküvi, çikolata ve şekerlemeler yer almaktadır. Bu sistemler sayesinde ürün tanıtımı güvenli bir şekilde gerçekleştirilmekte tüketiciye bu konuda garanti sağlanmış olmaktadır (Turhan 2005).

AB ülkelerinde Coğrafi İşaretler kullanılarak özellikle yöresel ürünlere ayırıcı nitelikler kazandırılmaktadır. Böylece hem yöresel ürünlerin katma değeri artabilmekte, hem ürüne orijinallik kazandırılmakta, hem de Coğrafi İşaretler yoluyla kırsal kalkınmanın ekonomik boyutuna katkılar sağlanmaktadır (Kan ve Gülçubuk 2008).

Fransa'nın günümüzde coğrafi işaretlerle ilgili uygulamanın en iyi gerçekleştirildiği ülke olduğu söylenebilir. Fransa'da halen 610'u şarap, 191'i tarım ve gıda ürünleri olmak üzere toplam 801 ürün Cİ koruması altında olup, bu ürünlerin üretimini yapan toplam 174.000

işletmenin cirosu 30-35 milyar €'ya ulaşmaktadır (Tekelioğlu 2012).

Tescilli şarap sayısının 532, toplam tescil sayısının ise 773 olduğu İtalya'da ise bu ürünlerden elde edilen ciro ise 12 milyar €'yu aşmaktadır. Sadece parmezan peynirinin yıllık cirosu 1,5 milyar €'ya , Cİ'li ürünlerin üretiminde çalışanların sayısı ise 200.000'e ulaşmaktadır (Tekelioğlu 2012).

İspanya sahip olduğu 154'ü şarap 306 Cİ'li ürünle AB sıralamasında üçüncü sırada yer almakta ve bu ürünlerden 3,5 milyar € gelir elde etmektedir.

Sahip oldukları Cİ sayıları bakımından İspanya'yı 139'u şarap 233 Cİ'li ürünle Yunanistan onu da 87'si şarap, 203 Cİ'li ürünle Portekiz izlemektedir. Bu 5 akdeniz ülkesi, AB'deki Coğrafi İşaretli ürünlerin %80'inini oluşturmaktadır (Tekelioğlu 2012).

Coğrafi işaret tescilli ürünlerin dünya ticareti içindeki yeri dikkate alındığında bu ürünlerin taklit ürünlere karşı ulusal ve uluslararası alanda korumalarının ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır (Özgür 2012).

Önemli bir gıda üretim potansiyeline sahip olan Türkiye, yerel gıda çeşitliliği ve üretimi açısından da zengin bir dokuya sahiptir. Yerel gıdaların üretim ve pazarlamasının ekonomik boyutları da giderek artmaktadır. Günümüzde pazar bağlantılı gıda üretiminin ticari kuralları ise, gıda güvenliği ve kalitesinden ayrı düşünülememektedir (Demirbaş vd. 2006).

Türkiye'nin sahip olduğu zengin yöresel ürün varlığının korunabilmesi için gerekli yasal düzenleme, 27.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile gerçekleştirilmiştir. Yasa tescilleri vermek üzere Türk Patent Enstitüsü'nü görevlendirmiştir (Tekelioğlu ve Demirer 2008). Bu kanun hükmünde kararnamenin amaç ve kapsamı "Doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi, ürünlerinden bu Kanun Hükmünde Kararnamede yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaretlerle korunmasına ilişkin kuralları ve şartları

kapsar" şeklinde iken aynı KHK'nin uygulama şeklini gösteren yönetmelikte;

Coğrafi İşaret : Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretleri,

Menşe Adı : Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre , alan veya bölge adını,

Mahreç İşaret : Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını, ifade etmektedir şeklinde tanımlanmıştır (Anonim 1995a; Anonim 1995b).

Coğrafi İşaretlerle ilgili olarak; Türk mevzuatında gerçek ve tüzel kişiler başvuruda bulunabilirken, AB mevzuatında sadece gruplar başvurabilirler. Başvuru Türk mevzuatına göre uzman bir kurumdan görüş istenerek incelenir, AB mevzuatında ise Komisyon yetkili komitelerinde başvuruyu inceler. Mevzuatımızda denetleme organları üreticileri takip ederek denetleme yaparken AB'de üreticiler denetleme kurumunu çağırarak zorundadır aksi taktirde ürününü piyasaya sunamaz (Giray vd. 2006).

Ülkemizdeki gıda zenginliğine rağmen coğrafi işaret almış yerel gıda ürünlerimizin sayısı (116 adet-Anonim 2013a), var olan yerel ürün potansiyelimiz düşünüldüğünde oldukça düşük seviyededir.

Coğrafi işaret kavramı ile ilgili asıl sorunun kavramın yerinde kullanılmaması ve işaret alındıktan sonra kontrol unsurunun yerine getirilememesi nedeni ile AB ülkelerindeki gibi kalkınma için bir kaldıraç vazifesinden ziyade ismin korunması ile sınırlı kalmaktadır. Coğrafi

işaretlerin tek başına kırsal alan için bir çözümden ziyade bir araç olarak görülmesi gerekmekte olup bu aracın uygulanmasındaki en önemli unsur tüm aktörlerin işbirliği ve beraberliğidir (Kan ve Gülçubuk 2008).

Geleneksel ürünlerimizin koruma altına alınması amacıyla 1995 yılında çıkarılan 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname, zaman içinde meydana gelen ulusal ve uluslararası gelişmeler neticesinde günümüz şartlarında yetersiz kalmaya başlamış, bunun neticesinde 31 Aralık 2009 tarihinde Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkındaki Kanun Tasarısı TBMM'ne sevk edilmiştir. 12 Haziran 2011 tarihinde yapılan genel seçimler nedeniyle kadük olan tasarının tekrar gündeme alınması beklenmektedir.

Söz konusu tasarıda kanunun amacı benzer amaçla çıkarılmış 555 sayılı kanunun amacından daha ayrıntılı olarak "Türkiye'de yöresel veya geleneksel karaktere sahip ürünlerin teşviki ve üretimin çeşitlendirilmesi yoluyla ürünlerin piyasa değerlerinin artırılması ve böylece bölgesel ve kırsal ekonomilerin güçlendirilmesine katkı sağlanması, ayrıca üretim metoduna ve coğrafi kaynağa ilişkin garanti sunulması suretiyle tüketicilerin yüksek kaliteli ürünlere erişiminin kolaylaştırılması amaçlarıyla; doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu tarım, maden, el sanatları ve benzeri alanlarda ortaya çıkan her türlü ürünün coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adıyla korunmasına ilişkin usûl ve esasları kapsar " şeklinde ifade edilmektedir (Anonim 2012).

Bu Kanunla, Avrupa Birliği (AB) uygulamasında yer alan ve coğrafi işaret tanımına girmemekle birlikte geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da doğrudan doğruya geleneksel bir üretim biçimi ile karakterize edilen yahut böyle bir üretim tarzını yansıtmaması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürün adlarını ifade etmek üzere "geleneksel özellikli ürün adları" da koruma kapsamına alınmıştır. Bu yolla baklava, pastırma, cezerye, döner, gül likörü ve benzeri geleneksel özellikli ürünlerimizin korumaya alınması ve kökleri

derinlere uzanan Türk kültür ve tarihi kapsamında daha pek çok sayıda ürünümüzün ulusal ve uluslararası arenada haksız rekabetten korunması amaçlanmıştır.

Yasalaşma çalışmalarının devam ettiği söz konusu tasarıda 555 sayılı kanundaki çoğu madde detaylandırılmış, uygulamada karşılaşılan sorunlara çözüm getirilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameden farklı olarak;

-Markalama ve etiketleme kavramlarının yanısıra tescilli adla birlikte kullanılması öngörülen "amblem" uygulaması getirilmiş ve tanımları yapılmıştır.

-Tek bir üreticinin herhangi bir ürün için coğrafi işaret tescili yaptırarak, diğer üreticilerle rekabet halinde olan başvuru sahibine bazı yetkiler verilmesi diğer üreticilerin mağdur olmasına neden olabilmekte iken tasarı ile tescil başvurularının, söz konusu ürünün üreticilerinden oluşan "gruplar" tarafından yapılması ilkesi kural olarak benimsenmiştir.

-Ürün ile yöre arasındaki bağın ispatı ve bu bağ dolayısıyla üründe benzerlerinden farklı olarak meydana gelen hususiyetlerin ortaya konulması daha detaylı ve açık olarak istenilmiştir.

-Yüksek tirajlı gazetelerdeki ilan işlemi yüksek maliyet getirdiğinden ve bu durumun da başvuru yapma ya da tescil işlemlerine devam etme konularında başvuru sahibi açısından caydırıcı olduğu tespit edildiğinden, başvuru sahipleri bakımından ilan maliyetinin azaltılması amaçlanmıştır.

-Reddedilen başvurulara ilişkin verilen kararın bir kez daha incelenmesi amacıyla itiraz prosedürü getirilmiştir.

-Denetim mekanizmasının nasıl olacağı konusunda AB Konsey Tüzüğündeki uygulamalara paralel düzenlemeler getirilmiştir.

-Coğrafi işaret tescil sahibinin sicil bilgilerinde değişikliklere imkan tanınmakta olup, söz konusu değişikliklerin şekil şartları da hükme bağlanmıştır.

- Coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adının devir usul ve şartları düzenlenmiştir.

Tasarının süratle yasalaşması geleneksel

ürünlerimizin ulusal ve uluslararası boyutta korunabilmesi, denetiminin daha etkin yapılabilmesi ve de AB müktesabatına uyum açısından oldukça önemlidir.

Gıda ve yem güvenilirliğini, halk sağlığı, bitki ve hayvan sağlığı ile hayvan ıslahı ve refahını, tüketici menfaatleri ile çevrenin korunması da dikkate alınarak korumak ve sağlamak amacıyla, 13.06.2010 tarihinde yürürlüğe giren 5996 sayılı Gıda Kanunu ile gıda kanununda var olan aksaklıklar giderilmeye ve mevzuatın AB mevzuatına uygun hale getirilmesine çalışılmaktadır. Söz konusu kanunun 23. maddesinin 2. fıkrasında “Bakanlık, tarım ve gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunu denetler.” hükmü ile geleneksel ürünlerin korunması hususunda Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilendirilmiştir. Aynı kanunun 44. maddesinin 2.fıkrasında ise “Bakanlık, hijyen kurallarını da dikkate alarak, gıdanın üretimi, işlenmesi veya dağıtımına ilişkin, geleneksel yöntemlerin kullanımına izin verebilir; coğrafi kısıtları bulunan bölgelerdeki gıda işletmelerinin ihtiyaçlarının çözümüne yönelik istisnaî uygulamalar getirebilir. “ hükmü yer almakta olup, bu madde ile daha önceki kanunlarda yer verilmeyen, temel hijyen gereksinimlerini göz ardı etmemek koşuluyla, geleneksel gıdaların üretiminde geleneksel yöntemlerin kullanılabilmesinin yolu açılmıştır. Her iki kanun maddesinin uygulamasının ne şekilde olacağı yönetmelikle belirlenecektir.

11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 23 ve 27 nci maddelerine dayanılarak hazırlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği’nde geleneksel ürün;

Geleneksel hammaddeler kullanılarak üretilen veya geleneksel bir bileşim ya da geleneksel bir üretim biçimi ile tanımlanan veya doğrudan geleneksel bir üretim biçimine dayanmamakla birlikte, böyle bir üretim tarzını yansıtan işlemlerden geçirilmiş olması nedeniyle aynı kategorideki benzer ürünlerden açıkça ayrılabilen ürünü, ifade eder. şeklinde tanımlanmış aynı

yönetmeliğin Coğrafi İşaretle İlgili Hükümler başlıklı 8. maddesinde ise;

Gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının, tescilde belirtilen özelliklere uygunluğu Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca yapılır. Bu Yönetmelik kapsamında yer alan ve ülkesel veya yöresel adlarıyla belirtilen gıdalar, coğrafi işareten doğan haklara aykırı olmamak koşuluyla bu adlarla üretilebilir . hükümleri yer almaktadır (Anonim 2013b).

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı mevzuatında geleneksel ürünlerle ilgili tebliğler de bulunmaktadır (Anonim 2013c). Bu tebliğlerin amacı; söz konusu ürünlerin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretim, hazırlama, işleme, muhafaza, depolama, taşıma ve pazarlanmasını sağlamak üzere bu ürünlerin özelliklerini belirlemektir. Lokum Tebliği, Üzüm Pekmezi Tebliği, Tahin Tebliği Türk Gıda Kodeksi Geleneksel Ürünler başlığı altında yer alan ürünlerdir.

Bu tip belirli bir gıda için belirlenmiş özel kriterleri içeren tebliğlerin yanısıra, direkt olarak o ürün için hazırlanmasa da, bir takım geleneksel ürünlerimizin özelliklerine, kalite kriterlerine, sahip olması gereken şartlara yer veren tebliğler de mevcuttur. Ayrıca Gıda Katkı Maddeleri, Aroma Vericiler ve Aroma Verme Özelliği Taşıyan Gıda Bileşenleri, Bulaşanlar, Pestisit Kalıntıları ve Veteriner İlaç Kalıntıları, Etiketleme ve Mikrobiyolojik Kriterler gibi tüm gıdalara uygulanacak olan kriterleri içeren tebliğ ve yönetmeliklere geleneksel ürünlerimizde uygun olmak durumundadır.

Distile Alkollü İçecekler Tebliği’nde rakı, geleneksel meyve likörü ve gül likörünün tanımı yapılmış, üretiminde kullanılan hammaddeler, bu hammaddelerin elde edildiği yöreler, son ürünün taşınması gereken kriterler gibi birçok özelliği belirlenmiş ve her üç ürünün de söz konusu isimlerle anılabilmesi için Türkiye’de üretilmiş olması gerektiği vurgulanmıştır (Anonim 2013d).

Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliği’nde geleneksel ve ekstra

geleneksel reçel ve marmelat kavramlarına yer verilmiş, bu ürünlerin geleneksel olmayanlardan farklılıkları belirlenmiştir (Anonim 2013e).

Fermente Süt Ürünleri Tebliği'nde ise geleneksel özellikleri bulunan yoğurt, ayran, kımız ve kefir gibi ürünlerin tanımları yapılarak bazı kalite kriterlerine yer verilmiştir (Anonim 2013f).

Et ve Et Ürünleri Tebliği'nde ise geleneksel bir ürünümüz olan dönerin, pastırmanın ve fermente sucuğun tanımı yapılmış, özellikleri belirlenmiş, taşışın önüne geçmek için yapılan değişikliklerle de bu tip ürünlere et kaynaklı olmayan proteinler, nişasta ve nişasta içeren maddeler ile soya ve soya ürünlerinin katılması yasaklanmıştır (Anonim 2013g).

Ayrıca Şarap Tebliği, Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği, Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği'nde coğrafi işaret kavramları yer almaktadır.

Bunların yanısıra; Türk Standartları Enstitüsü'nün yaptığı çalışmalarla pastırma, lokum, pişmaniye, boza, saray helvası, cezeriye, kestane şekeri, yaz helvası, şalgam suyu gibi ürünlerimizle ilgili mevzuat oluşturulmasına rağmen, halen ülkemizde pek çok yöresel-geleneksel ürünümüzle ilgili herhangi bir mevzuata rastlanılamamaktadır.

5. Sonuç

Ülkemizde son yıllarda kırsal kalkınma, yerel ekonomik kalkınma çalışmaları hız kazanmış olsa da benzer coğrafyada bulunan AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında, yöresel ürünler açısından daha zengin olan ülkemizde ürünlere ayrıcalık sağlanmasında ve böylece ürünlerin kırsal ekonomiye katkılarının artırılmasında coğrafi işaretlerden yeterince faydalanılmadığı ortadadır. Benzer coğrafyada bulunduğumuz AB üyesi akdeniz ülkelerinin sahip olduğu coğrafi

işaretili özellikle şarap ve peynir sayılarının oldukça yüksek olmasına rağmen ülkemizdeki Cİ başvurularının daha çok yöresel yemek ve tarımsal ürün ağırlıklı olduğu görülebilir. Benzer ya da aynı ürünlere birden fazla coğrafi işaret verilmesi ve/veya birden fazla başvuru olması (Kemalpaşa Tatlısı / Mustafa Kemalpaşa Tatlısı, Rakı / Türk Rakısı), tescil işlemlerini güçleştirmekte ve zaman zaman konunun adli vakalara (Antep Fıstığı / Siirt Fıstığı) dönüşmesine neden olmaktadır.

Direkt hedefi yöresel ürünleri korumak olan mevzuatın yanısıra, ülkemizde ticarete konu olan bütün gıdaların uyması gereken kuralların belirlendiği mevzuatın da geleneksel ürünler göz önüne alınarak revize edilmesi gerekmektedir. Zira AB ülkelerine ait birçok peynir, işlenmiş et ürünü, alkollü içki vb bir takım geleneksel ürünle ilgili Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Yönetmeliği'nde bir takım kriterlerin bulunup, kendi ülkemize ait geleneksel ürünlere ait kriterlerin yetersiz yahut hiç olmaması, ürünlerimizle ilgili kalite ve gıda güvenliği parametrelerinin oluşturulmaması ve bu tip ürünlerin korunması çalışmalarının yetersiz olmasının bir sonucudur.

Yöresel gıdaların; pazarda daha fazla yer bulması ile istihdama, üretici ve satıcı gelirlerinde artışa, kadınların işgücüne katılım oranının yükseltilmesine ne kadar katkıda bulunabileceği ortadadır. Gıda sektörünün genelinde olduğu gibi geleneksel ürünler içinde mevcut mevzuat çoğu zaman yetersiz kalmakta olup geleneksel ürünlerden yeterince faydalanabilmek için kapsamlı, koruyucu, standart ürün üretimini sağlamayı hedefleyen bir mevzuat gerekmektedir.

Kaynaklar

- Anonim (1995a). Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname. <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22326.pdf>
- Anonim (1995b). 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin

- Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik. <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22454.pdf>
- Anonim (2012). http://www.basbakanlik.gov.tr/docs/kkgm/kanunta_sarilari/ (Erişim Tarihi: 26.06.2012)

- Anonim (2013a). Tescilli Coğrafi İşaretler. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=431> (Erişim Tarihi: 26.09.2013)
- Anonim(2013b). http://www.gkgm.gov.tr/mevzuat/kodeks/kodeks_yonetmelik/tgk_yonetmelik.html (Erişim Tarihi:21.04.2013)
- Anonim (2013c). http://www.gkgm.gov.tr/mevzuat/kodeks/kodeks_liste.html (Erişim Tarihi: 21.04.2013)
- Anonim (2013d). <http://www.gkgm.gov.tr/kodeks/2005-11.html> (Erişim Tarihi:21.04.2013)
- Anonim (2013e). <http://www.gkgm.gov.tr/mevzuat/kodeks/2006-55.html> (Erişim Tarihi:21.04.2013)
- Anonim (2013f). <http://www.gkgm.gov.tr/mevzuat/kodeks/2009-25.html> (Erişim Tarihi:21.04.2013)
- Anonim (2013g). <http://www.gkgm.gov.tr/mevzuat/kodeks/2012-74.html> (Erişim Tarihi:21.04.2013)
- Birinci Y (2008). Yöresel ürünler için yeni açılımlar. İğeme'den Bakış Dergisi, 36: 85-86.
- Çandır A (2010). Anadolu'nun sahihsiz değerleri: yöresel ürünler. Borsanomi Antalya Ticaret Borsası Bülteni, 25: 30-41.
- Çetin M (2007). Yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı ve uluslararası organizasyonlar. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14/1: 156.
- Darıcı B (2007). Yerel kalkınma'da küresel yaklaşımlar ve Türkiye'nin konumu. Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı: 215-221.
- Demirbaş N, Oktay D ve Tosun D (2006). AB sürecindeki Türkiye'de gıda güvenliği açısından geleneksel gıdaların üretim ve pazarlaması. HR.Ü.Z.F. Dergisi, 10(3/4): 47-55.
- Eceral TÖ ve Özmen AC (2009). Beypazarı'nda turizm gelişimi ve yerel ekonomik kalkınma. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5/2: 46-74.
- Giray FH, Akın A, Ö Dölekoğlu C ve Gün S (2006). Gıda güvenliği ve AB uyum sürecinde Türkiye'de yaşanan gelişmeler. *Türkiye VII.Tarım Ekonomisi Kongresi*, 13-15 Eylül 2006, s.971-979, Antalya.
- Halaç E (2002). Gıda kalitesi ve gıda mevzuatı ile ilgili temel kavramlar ışığında Türk ve AB gıda mevzuatının karşılaştırılması. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 4: 107-131.
- Kan M ve Gülçubuk B (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 22/2: 57-66.
- Özgür D (2012). Türk hukukunda coğrafi işaretlerin denetimi. *III.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 10-12 Mayıs 2012, s.68-70, Konya.
- Özmen CA (2007). Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimi ve Etkileri Beypazarı Örneği. Gazi Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Sarıçoban C ve Karakaya M (2004). Geleneksel gıdalardan köpük helvanın endüstriyel ölçekte üretimi. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 23-24 Eylül 2004, s.23-24, Van.
- Tekelioğlu Y ve Demirel R (2008). Küreselleşme sürecinde, yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. İğeme'den Bakış Dergisi, 36: 87-102.
- Tekelioğlu Y (2012). Coğrafi işaretleme. *III.Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 10-12 Mayıs 2012, s.2-5, Konya.
- Turhan Ş (2005). Tarımda sürdürülebilirlik ve organik tarım. Tarım Ekonomisi Dergisi, 11/1: 13-24.
- Tutar F ve Demiral M (2007). Yerel ekonomilerin yerel aktörleri: Bölgesel kalkınma ajansları. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 2/1: 65-83.
- Yurdakul BN, Dinçer M ve Köseoğlu Ö (2004). Küreselleşme sürecinde markaların pazarlama iletişimi stratejilerinin kilit noktası: Yerel Değerler *2nd International Symposium Communication in the Millennium*, 17-19 Mart 2004, s.417-435, İstanbul.