YİRMİNCİ BÖLÜM

Çanakkale İlindeki Coğrafi İşaretli Ürünler Ve Markalaşma

Serkan ÖZDEMİR[1], Güngör HACIOĞLU[2]

1.GİRİŞ

Hızla gelişen teknoloji ve yol açtığı sanayi devrimleri ile büyüyen ekonomiler ve küreselleşen dünyada endüstriyel üretim giderek daha fazla paya sahip olmaktadır. İşletmelerini, üretimlerini ve pazar payını korumaya çalışan yerel üreticilerin en büyük destekçisinin tüketiciler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Sosyal medyanın ve internetin bilginin hızlı yayılmasındaki etkisi 'tüketici'yi daha bilinçli hale getirmiştir. Ürünlerin içeriklerini daha iyi inceleyen, üretim yöntemlerini merak eden tüketiciler, trendlerin de etkisiyle organik, doğal, sağlıklı ürünlere yani 'bildikleri' ürünlere yönelmektedir. Burada bilmekten kastedilen ise ürünün kaynağını, üretim yöntemini, yurdunu bilmektir.

Tüketicinin bu tercihi Coğrafi İşaret yani ürünün kaynağının, üretim yönteminin, kalitesinin kısacası ürünün kimliğinin garanti edilmesi ve korunması ile birleşince üreticileri, istihdamı ve ekonomiyi destekleyen bir yapı ortaya çıkmaktadır. Özellikle hızla kentleşen dünyamızda, kent ve kırsal kesim arasındaki gelir ve gelişmişlik farkı artmakta iken son yıllarda yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar kırsal kesimin ekonomik gelişimi için önemli bir fırsat olarak belirtilebilir.

Türkiye zengin coğrafyası, kültürü ve tarihi ile birçok özel ürüne sahiptir ve son yıllarda yapılan çalışmalar ile coğrafi işaretli ürün sayısında önemli artışlar görülmektedir. Çanakkale gibi zengin bir tarihe ve özelleşmiş yöresel ürünlere sahip bir ilin sahip olduğu ürünleri incelemek literatür açısından da katkılar sağlayacaktır. Çanakkale ilinde yer alan 10 coğrafi işaretli üründen 6 tanesi köklü geçmişlere sahip olmalarına rağmen coğrafi işaretlerini 2020 yılından itibaren almışlardır ve bu konuda bilinç yerel üreticiler arasında gelişmektedir. Gözlemlenen bu gelişimin sürdürülmesi ve yaygınlaşması ile bölgede istihdamın ve yerel ekonominin gelişmesi, ihracatın artması şehrin ekonomik ve ticari değerini arttırmaya devam edecektir. Özellikle 1915 Çanakkale Köprüsü ve limanları ile lojistik altyapısı güçlü olan Çanakkale daha da değer kazanmak için gerekli tüm potansiyele sahiptir.

2. COĞRAFİ İŞARET: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütünün tanımına göre coğrafi işaret "belirli bir coğrafi menşei olan ve bu menşeye dayalı bir nitelik veya itibara sahip ürünler üzerinde kullanılan bir işaret" anlamına gelmektedir. Coğrafi işaret bir ürünün belirli bir coğrafyada üretildiğini tanımlayan bir işarettir (WIPO, 2022). Türk Patent ve Marka Kurumu da coğrafi işareti "tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işareti" olarak tanımlamakta ve bu tescilin "kalite, geleneksellik, yöreden elde edilen hammaddeler ile belirli bir üne kavuşan ürünleri" koruduğunu belirtmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Ülkemiz mevzuatında iki tür coğrafi işaret bulunmaktadır. Bunlar "Menşe Adı" ve "Mahreç İşareti" olarak belirlenmiştir. Aşağıda Tablo 1'de Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yapılan tanımlamalar sunulmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Tablo 1. Coğrafi İşaret Çeşitleri

Menşe Adı	Bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanıyorsa bu durumdaki coğrafi işaretlere "menşe adı" denir. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümünün belirlenen coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu çerçevede menşe adı olarak tescil edilen coğrafi işaretlerin kaynaklandıkları yöre ile bağları çok kuvvetlidir.
Mahreç İşareti	Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere "mahreç işareti" denir. Hammaddesi veya üretim, işleme aşamalarından bir tanesi yörede gerçekleşen bir ürün mahreç işareti olarak tescillendiğinde diğer üretim ve işleme aşamaları kaynaklandığı yöre dışında da gerçekleştirilebilir.

[1]Dr.Öğr. Üyesi, ÇOMÜ., Biga İİBF, , İşletme Bölümü, serkanozdemir@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9004-6181
[2]Dr.Öğr. Üyesi, ÇOMÜ, Biga İİBF, İşletme Bölümü, gungor.hacioglu@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0694-9607

Coğrafi işaretin Türkiye'de yasal mevzuatı da bulunmaktadır. 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 34. Maddesine göre "coğrafi işaret bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri coğrafi işaret tesciline konu olabilir."

Coğrafi işaretin kullanım biçimi ise tescil belgesine göre genellikle işaret logosunun ürünün ambalajı üzerinde yer almasıdır. Eğer ürünün ambalajında kullanılamıyorsa İşletmede kolayca görülecek bir şekilde işaret bulundurulmalıdır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

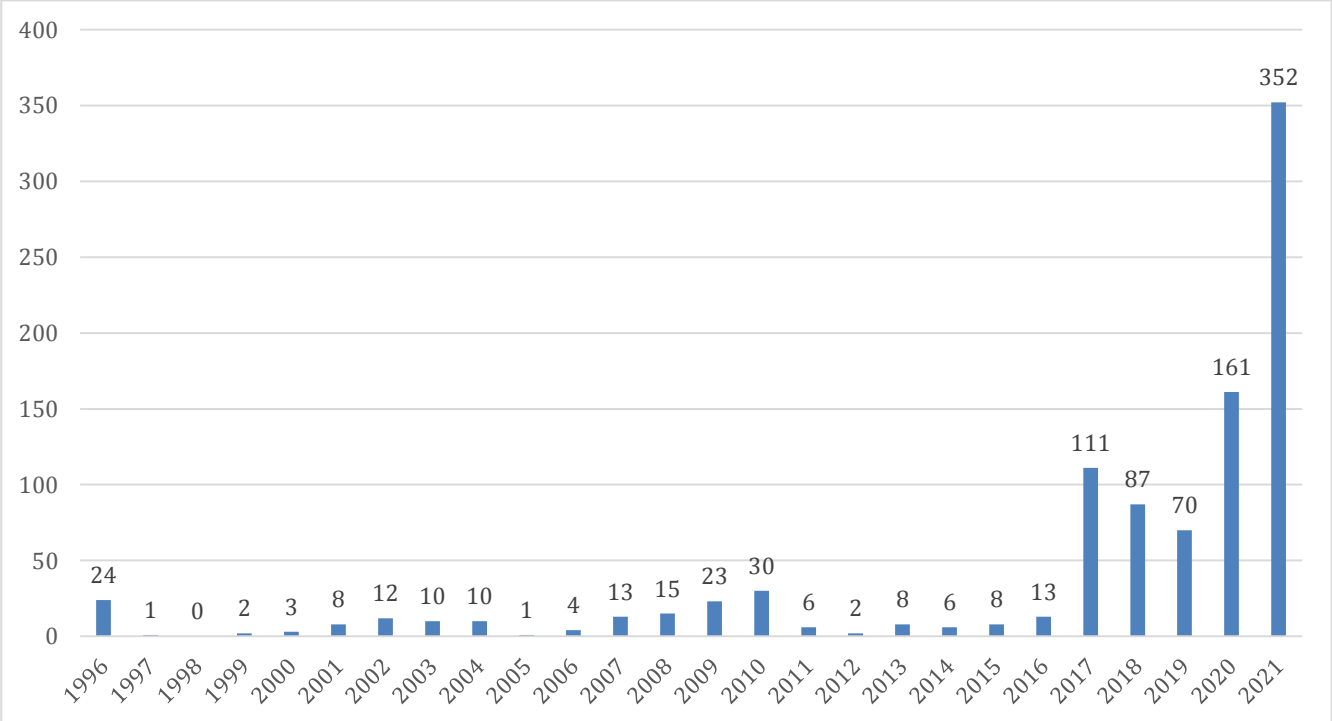
Bir coğrafi işaret çeşitli yasal düzenlemelerle korunabilmektedir. Ülkelerin kendilerine özgü ulusal yasal mevzuatları, tescilli markalar, bölgesel sistemler, uluslararası anlaşmalar bu koruma türlerine örnek verilebilir. Ayrıca ulusal düzeyde koruma ülkelerde birden fazla kurum tarafından da gerçekleştirilebilmektedir (WIPO, 2022).

Coğrafi işaretlerin ihraç edilen ürün miktarını ve birim ürün fiyatını yükselttiğini ve ticarete olan katkısını belirten araştırmalar ve görüşler (Raimondi vd. 2020:330) göz önüne alındığında işaretlere ilişkin güçlü bir koruma yasal mevzuatının olması önemlidir. Düzenli denetlemeler, coğrafi işaretli ürünlerin kalitesinin korunması ve istikrarlı tanıtımı yerel ve ulusal ekonomilere uzun vadede önemli faydalar sağlama potansiyeli taşımaktadır.

3. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜN İSTATİSTİKLERİ

2016 yılında mevzuatın değişmesi ile birlikte Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlerin sayısında ciddi oranda bir yükselme gözlemlenmektedir. Aşağıda Tablo 2'de coğrafi işaret tescilli ürünler sunulmaktadır. Türkiye'de ulusal olarak tescilli toplam 1228 coğrafi işaret tescilli ürün bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

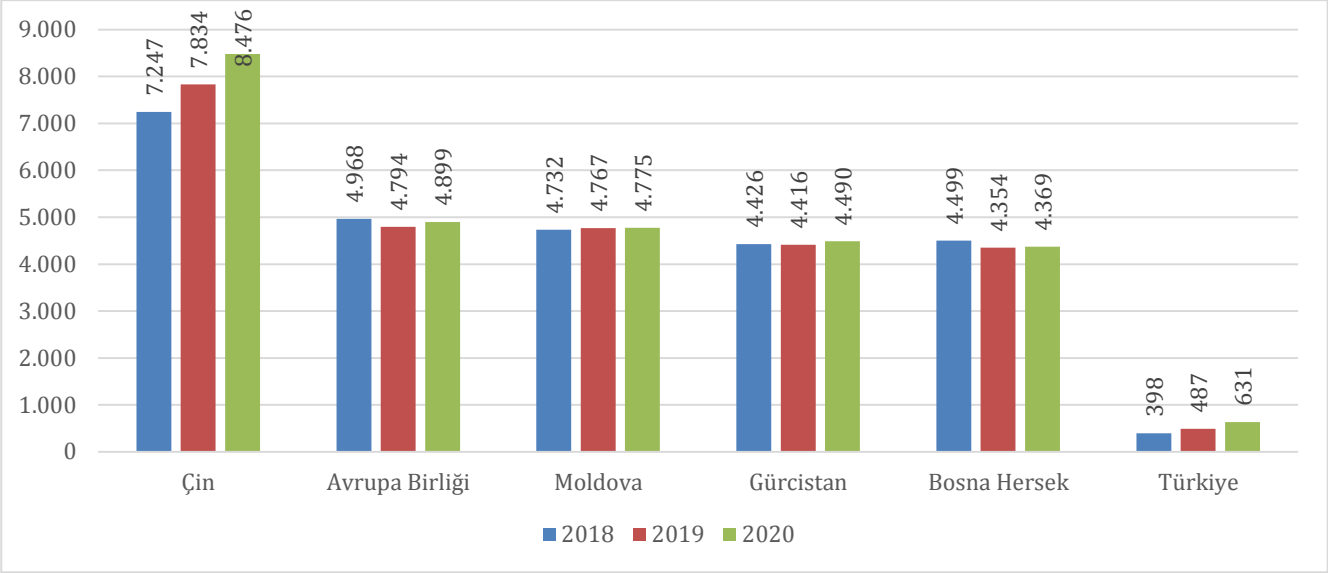
Tablo 2. Coğrafi İşaret Tescil Sayıları



Kaynak: (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Uluslararası olarak Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün en son yayınlanan 2021 raporunda 58.800 coğrafi işaret olduğu belirtilmektedir. Raporda farklı koruma sistemleri sebebiyle bazı tescillerin birden fazla kez eklenebildiği ve her ürün sadece bir kere sayıldığında toplam coğrafi işaretli ürün sayısının 26.800 olduğu ifade edilmektedir. Türkiye'nin 2016 yılından itibaren gösterdiği performans diğer ülkelere kıyasla yüksek olsa da en fazla ürüne sahip 5 ülke ve bölge ile karşılaştırıldığında hala yüksek bir fark göze çarpmaktadır. Aşağıda Tablo 3'de 2018,2019 ve 2020 yılları için ilk 5 ülkenin ve Türkiye'nin verileri sunulmaktadır (WIPO, 2022).

Tablo 3. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütüne Kayıtlı Coğrafi İşaret Tescil Sayıları



Kaynak: (WIPO, 2022).

Türkiye'de coğrafi işaretlere Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesindeki Türk Patent ve Marka Kurumu aracılığı ile e-devlet üzerinden başvurulmaktadır. Ayrıca kamu erişimine açık olan Türk Patent ve Marka Kurumu internet sitesi üzerinden Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünler, tescil belgeleri, başvurular, süreçler ve kriterler ile ilgili detaylı bilgilere ulaşılabilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

4. COĞRAFİ İŞARET VE MARKALAŞMANIN SEBEPLERİ

Gıda ürünlerinin kalite ve niteliğine olan talep ve dikkatin artmasını birçok faktör etkilemektedir. Bunlara gıda güvenliği, belirli yiyecekleri tüketmenin sosyo kültürel statüsü, geleneksel mutfak kültürüne yönelik yenilenen ilgi ve nostalji örnek olarak gösterilebilir. Menşei etiketli ürünler bu durumun önemli bir örneğidir. 21. Yüzyılda gıda sektöründeki trendler tüketicilerin belirli bir yer veya özel üretim yöntemi ile ilişkilendirebildikleri ürünlere giderek daha fazla değer yüklediklerini işaret etmektedir (Bramley vd. 2009:109). Ayrıca endüstriyel üretim ile üretilen işlenmiş gıdaların yol açtığı çeşitli sağlık sorunlarına yönelik tüketici bilinci doğal ürünlere olan talebi de arttırmaktadır (Doğan 2015:60). Yapılan araştırmalar tüketicilerin yer ve üretim yönteminin belirli olması, kökeninin belli olması, kalite sebebiyle coğrafi işaretli ürünlerin tercih edildiğini, tüketicilerin %20'ye kadar daha fazla ücret ödemeye istekli olduğunu göstermektedir (Doğan, 2015:65). Örneğin Türkiye'de Ezine peynirinin diğer benzer ürünlere kıyasla %15 ve %30 aralığında daha yüksek fiyata sahip olduğu görülmektedir (Demirer 2010:163). Özel bölgelerde üretilen şaraplar (QWPSR) üzerine yapılan bir araştırma da (Agostino ve Trivieri, 2014:22) kaliteli ürünlerin daha yüksek ihraç değeri oluşturduğunu ve yüksek gelirli pazarlara ulaşabildiğini belirtmektedir.

Bir ürünün farklılaştırılmasını ekonomik anlamda açıklayan çalışmalar 1980'li yıllardan itibaren literatürde görülmeye başlanmıştır. Bu çalışmalar özellikle işletme itibarı ile ürün kalitesi ilişkisini incelemektedir. İtibar zaman içinde yavaş yavaş gelişmesi sebebiyle işletmeleri kendilerinden beklenen kalitenin daha üzerinde bir kalitede üretim yapmaları için teşvik edecek husus maliyetin üzerinde bir fiyatlandırma gereklidir. Ürün kalitesi ve tüketici tarafından beklenen kalite arasındaki fark ne fazla ise yüksek kaliteye ilişkin bir itibar oluşturmak o kadar fazla olacaktır (Deselcinu vd. 2013:205).

Araştırma geliştirme ve patent faaliyetlerine yüksek kaynakların ayrılmadığı ülkeler ve ekonomilerde coğrafi işaret önemli avantajlar sağlamaktadır. Coğrafi işaretin korunması için kapsamlı altyapıların ve maliyetli AR-GE faaliyetlerinin gerekmemesi, patentlere kıyasla coğrafi işaret maliyetinin daha düşük olması, coğrafi işaret için yeni bir ürün geliştirmenin gerekmemesi üreticiler için önemli avantajlara örnek verilebilir (Gökovalı, 2007:143).

Coğrafi işaret ürünün doğallığını ve kalite sürdürülebilirliğini korumaya fayda sağlamaktadır. Ayrıca ürünün üretildiği coğrafi bölgenin ve ürünün tanıtımına önemli katkılar sunmaktadır. Ulusal ve uluslararası medyada yer alan tanıtım faaliyetleri katma değeri arttırmaktadır. Bir coğrafi bölgede yöresel ürünlerin ortaya çıkarılması, markalaşması, bölgenin istihdam ve ekonomisinin gelişmesi açısından önemli katkılar sağlayabilmektedir (Çalışkan ve Koç, 2012:197).

Coğrafi işaretin üreticilere sağladığı katkıda katma değerden ne kadar pay aldıkları da önemlidir. Bir ürünün hammadde aşamasından tüketiciye ulaşmasına kadar geçen aşamada üreticilerin aldığı pay coğrafi işaretli ürünlerde daha fazla olabilmektedir. Çünkü coğrafi işaret ile birlikte yerel üreticiler ürünlerini direkt olarak tüketiciye sunma imkanına sahip olmaktadır. Bu da ürettiklerini büyük endüstriyel işletmelere satmak durumunda kalan üreticilere göre daha fazla kar payı elde etme imkanı sunmaktadır. Fakat gelişmekte olan ülkeler incelendiğinde coğrafi işaretli ürünlerin satış ve dağıtım aşamasına yerel üreticiler katılmaz ise elde edilen katma değerin çok yüksek bir bölümüne aracıların (toptancılar, marketler vb.) ulaştığı belirtilmektedir. Bu sebeple yerel üreticiler coğrafi işaretli ürünlerin satış, dağıtım ve pazarlamasında da aktif rol oynamalıdır (Doğan, 2015:67).

Coğrafi işaret ile ürün ve marka değerinin yükselmesi birçok faktöre dayanmaktadır. Bazı araştırmalar yerel festivallerin coğrafi işaretli ürünlere katkı sağlayabileceğini belirtmektedir (Çalışkan ve Koç, 2012). Benzer bir örnek Güney Kore'de Beoseong çayında gözlemlenmektedir. Yerel üreticilerin, çalışanların ve kamu kurumlarının çabalarıyla altı yıl içerisinde coğrafi işaretli Beoseong çayının üretimi ikiye katlanmış, bölgeye gelen turist sayısı üçe katlanmış ve ürün fiyatları %90 yükselerek daha fazla katma değer elde edilmiştir (Suh ve MacPherson, 2007:525).

Küresel olarak ün kazanan coğrafi işaretli ürünler yüksek satış değerlerine ulaşabilmektedir. Coğrafi işarete sahip dünyaca ünlü rokfor peyniri yılda 17.000 20.000 ton arasında değişkenlik gösteren bir üretim hacmine sahiptir ve ortalama kilosu 16.15 eurodan satılmaktadır. 2020 yılında yaklaşık 300.000.000 Euro civarında rokfor peyniri satışı gerçekleştiği hesaplanmaktadır (Statista, 2022).

2019 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre tüketiciler coğrafi işaretli ürünlerin geleneksel yöntemlerle üretilmiş olmasını ve direkt olarak üreticiden alınabilir olmasını beğenmektedir. Bu yönlere önem veren tüketiciler daha sık satın alma gerçekleştirmektedir (Ferrandez-Ferrin vd. 2019:1).

5. ÇANAKKALE İLİNDE YÖRESEL VE COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER

Türk Patent ve Marka Kurumu'nun verileri incelendiğinde Çanakkale İlinde kayıtlı 10 coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022). Bu ürünler tescil tarihi alma tarihlerine göre aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Çanakkale El Halısı
- Ezine Peyniri
- Bayramiç Beyazı
- Bayramiç Elması
- Bozcaada Çavuş Üzümü
- Geyikli Zeytinyağı
- Yenice Kırmızı Biberi
- Bayramiç Tahin Helvası
- Bayramiç Zeytinyağı
- Lapseki Şeftalisi

Çanakkale Ticaret İl Müdürlüğü tarafından Çanakkale ili hızlı tüketim malı niteliğindeki yöresel ürünler, üretici ve tedarikçilerinin listesi ve adresleri yasal mevzuat gereği her iki yılda bir denetlenmekte ve duyurulmaktadır. Yukarıda yer alan coğrafi işaretli ürünlerin dışında yöresel ürünler aşağıda sıralanmaktadır (Çanakkale Ticaret İl Müdürlüğü, 2022):

- Bal ve Arı Ürünleri
- Biga Balı
- Biga Biber Turşusu
- Biga Cevizli Lokumu
- Biga Işıkeli Nohut Kahvesi
- Biga Peynir Tatlısı
- Biga Pirinci
- Biga Yoğurdu
- Çanakkale Domatesi
- Çan Cevizi
- Çanakkale Peynir Helvası
- Gelibolu Peynir Helvası
- Gelibolu Sardalyası
- Gelibolu Tuzlu Sardalyası
- Keçi Sütlü Dondurma
- Lapseki Kirazı

- Salça
- Yenice Akçakoyun Çileği
- Yenice Sazak Fasulyesi
- Zeytin-Zeytinyağı

Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü tarafından yapılan açıklamalarda kentte 115 farklı ürün üretildiği ve bu ürünlerden 47 çeşidin kendi alanlarında ülke üretiminde ilk 10'da yer aldığı belirtilmektedir (Mynet, 2022).

Çanakkale El Halısı

1997 yılında tescillenen ve Mahreç İşareti alan Çanakkale El Halısını diğer halılardan ayırt eden özellikleri Türk Patent ve Marka Kurumunda yayınlanan tescil belgesine göre:

"Bir daire içine işlenmiş sekiz kollu yıldız (yıldız tabak), altın tabak, turnalı (turna göbeği), enli sular, baklava keseği, toplu yıldız, çınar yaprağı, asma yaprağı (Türkmen gülü), topak, yağlık ve kavak yaprağı" olarak belirtilmektedir. Bunlar dışında kullanılan mavi, yeşil ve tonları, kahverengi, siyah ve beyaz renginde kök boya kullanımı da ayırt edici bir özelliktir. Tescil belgesinde tamamen geometrik şekillerden oluştuğu ifade edilmektedir.

Bazı kaynaklarda 1997 yılında Sümer Halı Sümer Halıcılık El Sanatları Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından Ankara'da yapılan başvuru ile tescillendiği belirtilmektedir fakat yapılan değişikliklerle tescil Çanakkale Belediyesine geçmiştir ve Türk Patent ve Marka Kurumunda da bu şekilde bilgi verilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Coğrafi işaret kapsamında Çanakkale ili ile tarihi bir geçmişi olması ve ustalık gerektirmesi sebebiyle el halısı üretiminin tüm aşamalarının Çanakkale ili içinde gerçekleşmesi gerektiği belirtilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Diğer coğrafi işaretli ürünler kadar ünlü olmasa da Çanakkale'nin çeşitli bölgelerinde üretilen halıların Almanya, Norveç, A.B.D. ve diğer ülkelere ihraç edildiği belirtilmektedir (Ceylan Erol, 2018:53). Ayrıca çeşitli sosyal bilimler ve güzel sanatlar alanında çeşitli akademik araştırmaların da odak noktası olduğu görülmektedir. Çanakkale'de en uzun tescil geçmişine sahip Çanakkale El Halısı'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 2.890 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

2020 yılında yapılan bir araştırmada (Şahin ve Balcı Akova, 2020:465) Çanakkale El halısının; halı, yolluk, seccade, heybe, divan örtüsü şeklinde dokumaları olduğu belirtilmektedir. Araştırmada sektörün taklit halılar ve pazarların kaybolması nedeniyle yaşanan sıkıntıları bu ürünü kaybolma noktasına getirdiği ifade edilmektedir. Ayvacık ilçesine bağlı Çamkalabak ve Yukarıköy köylerinde düşük seviyede ürünün üretiminin devam ettiği belirtilmektedir (Şahin ve Balcı Akova, 2020:465).

Ezine Peyniri

2006 yılında tescillenen ve Menşe Adı alan Ezine Peynirinin tescil belgesinde tanımı "üretim bölgesini kapsayan coğrafi sınırında bulunan doğal endemik bitki örtüsü, iklimi ve su kaynakları ile beslenen koyun, keçi ve ineklerden elde edilen sütlerin mevsimine göre; koyun sütü % 35-45, keçi sütü en az % 40, inek sütü en fazla % 25 oranlarında karıştırılmasıyla üretilen tam yağlı muhtelif büyüklükte teneke tipi peynir" olarak ifade edilmektedir. Ezine Peynirini ve Mandıracılarını Koruma, Geliştirme ve Tanıtma Derneği tarafından yapılan başvuru ile tescillenen bu ürün Çanakkale ilinde üretilen ulusal düzeyde en ünlü ürünlerden biri olarak ifade edilebilir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Menşe Adı tescilli bir ürün olması sebebiyle üretiminin tüm hammaddeleri yöresel olmalı ve üretim aşamaları coğrafi sınır içerisinde gerçekleşmektedir.

28 üreticiye sahip Ezine peynirinin yapımında bölgede yetiştirilen "Tahirova, Sakız, Dağlıç ve Sakız+Dağlıç melezi ırkı koyunlardan, Siyah Alaca (Holstein) ırkı kültür ineklerinden ve Karakeçi (kılkeçisi) ve Türk Saanen ırkı keçilerden" elde edilen sütler kullanılmaktadır.

Ezine bölgesinde kurulmakta olan Ezine Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi ile istihdamın ve ekonomik altyapının gelişmesi için gerekli adımlar da atılmaktadır (AA, 2022). Coğrafi işaret ile ünü artan Ezine Peyniri'ne ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 2.040 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Bayramiç Beyazı

Bayramiç Ziraat Odasının başvurusuyla 2012 yılında ulusal coğrafi işaret tescili ve Menşe Adıalan Bayramiç beyazı 2021 yılında Avrupa Birliği coğrafi işaret tescili de almıştır. Türkiye'de AB tescili alan 7. ürün olan Bayramiç beyazı Çanakkale'nin Bayramiç ilçesinde yetişen bir nektarin ürünüdür. Aynı türdeki diğer ürünlere göre daha küçük bir hacmi ve çekirdeği olan ürünün ağaçları da benzerlerinden farklılaşmaktadır. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Özellikle AB tescili ile birlikte ulusal medyada birçok habere konu olan Bayramiç beyazının tanınmasının hızlandığı ifade edilebilir. Bayramiç beyazına ilişkin tanıtım sadece geleneksel medya aracılığı ile değil sosyal medya aracılığı ile de gerçekleşmektedir. Facebook, Youtube, Twitter, İnstagram gibi platformlarda tüketicilerin, Tema vakfı gibi STK'ların, işletmelerin ürüne yönelik paylaşımları olduğu görülebilmektedir. Coğrafi işaret ile ün kazanan Bayramiç Beyazı'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 1.450 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Bayramiç Elması

Bayramiç Ziraat Odasının başvurusuyla 2013 yılından itibaren tescillenen ve Menşe Adı alan Bayramiç Elması, Çanakkale'nin Bayramiç ilçe merkezi ve ilçeye bağlı Evciler, Yeşilköy, Çırpılar, Karaköy, Tongurlu, Külcüler, Ahmetçeli ve Saçaklı köylerinde üretilmektedir. Bayramiç Elması'nın Türk Patent ve Marka Kurumu'na kayıtlı 26 üreticisi bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022). Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Bayramiç Ziraat Odası ve bölge temsilcileri tarafından 2020 yılında yapılan açıklamalarda yıllık yaklaşık 130 bin ton üretim hacminin olduğu, coğrafi işaret ile birlikte bilinirliğin arttığı, özellikle Rusya'ya yüksek miktarda ihraç edildiği ifade edilmektedir (Hürriyet Gazetesi, 22 Aralık 2020). Coğrafi işaret ile ün kazanan Bayramiç Elması'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 299 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Bozcaada Çavuş Üzümü

S.S. Bozcaada Tarımsal Kalkınma Kooperatifi başvurusuyla 2020 yılında tescillenenve Menşe Adı alan Bozcaada Çavuş Üzümü Çanakkale ilinin Bozcaada ilçesinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Birçok ulusal sanatçı tarafından tanıtımına katkı sağlanan Bozcaada Çavuş üzümü ulusal medyada da haberlere konu olmuş ve ün kazanmıştır. 2018 yılında Ata Demirer'in ürünün üretimini desteklemek için bulduğu reklam spotu ve 2020'de tescillenmesi medyada yer almıştır (NTV, 2020). Coğrafi işaret ile ünü artan Bozcaada Çavuş Üzümü'ne ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 204 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

S.S. Bozcaada Tarımsal Kalkınma Kooperatifi başkan yardımcısı İbrahim Günel yaptığı bir açıklamada ürün üretiminin turizm tarafından olumsuz etkilendiğini belirtmektedir. Turizmden sağlanan yüksek gelirin üreticileri ve çalışanları yüksek emek gerektiren bağcılıktan uzaklaştırdığını aslında turizm ile üzüm üretiminin beraber ilerlemesi gerektiğini ve konuda kararlar alınması gerektiğini ifade etmektedir (NTV, 2020). Coğrafi işaret tescili ile beraber ürünün koruma altına alınmasının yerel coğrafyada bu yönde gelişmeler açısından olumlu etki yapacağı söylenebilir.

Geyikli Zeytinyağı

S.S. Geyikli Beldesi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi tarafından yapılan başvuru ile 2020 yılında tescillenen ve Menşe Adı alan Geyikli Zeytinyağı Çanakkale ili Ezine ilçesi Geyikli Beldesi ile Gökçebayır, Kemallı, Bozköy, Mecidiye, Kumburun, Çamoba, Dalyan, Tavaklı, Uluköy, Üvecik, Alemşah, Körüktaşı, Karadağ, Akçakeçili, Yeniköy, Yahyaçavuş, Aladağ ve Hisaralan köylerinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Çanakkale gerçekleştirilen Zeytinyağı üretiminin %29'u Geyikli ilçesinde gerçekleştirilmektedir (Mynet, 2022). Geyikli Zeytinyağı'nın İngiltereye düzenli ihracatı da gerçekleşmektedir (TRT, 2021). Coğrafi işaret ile ün kazanan Geyikli Zeytinyağı'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 250 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Yenice Biberi

Yenice Ziraat Odasının başvurusuyla 2020 yılında tescillenen ve Menşe Adı alan Yenice Biberi Çanakkale ilinin Yenice ilçesinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Kapya biberi üretiminde Türkiye'de 1. sırada olan Çanakkale ilinde üretimin %57'si Yenice ilçesinde gerçekleşmektedir. 2020 yılında Türkiye'de yaklaşık 1.300.000 ton salçalık biber üretiminin 266 bin tonu Çanakkale'de gerçekleşmiştir (Mynet, 2022). Coğrafi işaret ile ün kazanan Yenice Biberi'ne ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 1.460 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Bayramiç Tahin Helvası

Bayramiç Ziraat Odasının başvurusuyla 2021 yılında tescillenen ve Mahreç İşareti alan Bayramiç Tahin Helvası, Çanakkale ilinin Bayramiç İlçesinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

İstiklal Marşı'nın yazarı olan şair Mehmet Akif Ersoy'un da hatıralarında yer verdiği Bayramiç Helvası uzun bir geçmişe sahiptir. Ulusal ve uluslar arası tanıtım çalışmalarının sürdüğü belirtilen coğrafi işaretli Bayramiç Helvasının özellikle Avrupa Birliği ülkelerine ihracatının yapılabilir olması üreticilere güven vermektedir (Milliyet, 2022). Coğrafi işaret ile ün kazanan Bayramiç Tahin Helvası'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 119 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Bayramiç Zeytinyağı

Bayramiç Ziraat Odasının başvurusuyla 2022 yılında tescillenen ve Menşe Adı alan Bayramiç Zeytinyağı, Çanakkale ilinin Bayramiç İlçesinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

Bayramiç ilçesinde yaklaşık bin ton işleme kapasitesine sahip Pıtıreli Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifinde üretilen Bayramiç Zeytinyağı 2021 yılında 240 ton üretilmiştir. 50 yıllık kooperatif coğrafi işaret ile birlikte daha da güçlenme yolundadır (AA, 2022). Coğrafi işaret ile ün kazanan Bayramiç Zeytinyağı'na ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 711 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

Lapseki Şeftalisi

Lapseki Ziraat Odasının başvurusuyla 2022 yılında tescillenen ve Menşe Adı alan Lapseki Şeftalisi, Çanakkale ilinin Lapseki İlçesinde üretilmektedir. Coğrafi işaret logosu aşağıda gösterilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).



Her yıl ortalama 150.000 ton üretildiği ifade edilen Lapseki şeftalisinin hem ulusal hem de uluslar arası ticareti gerçekleşmektedir. Özellikle coğrafi işaret ile birlikte pazar payının güçlenmesi beklenmektedir (AA, 2022).

Çanakkale'nin en son coğrafi işaret alan ürünü olan Lapseki Şeftalisi'nin tescilinin ulusal medyada sıklıkla yer aldığı gözlemlenmektedir. Coğrafi işaret ile ün kazanan Lapseki Şeftalisi'ne ilişkin Google arama motoru üzerinde yapılan aramada 2.840 ulusal habere ulaşılmaktadır (Ekim 2022).

6. SONUÇ

Çanakkale tarıma uygun yapısı ve binlerce yıllık zengin tarihi ile Türkiye'nin değerli şehirlerinden biridir. Yöresel ürünler incelendiğinde daha birçok ürünün coğrafi işaret almaya aday olduğu görülebilmektedir. İlde yer alan ürünlere ilişkin gerek üreticiler gerekse kamu kurumları tarafından önemli adımlar ve çalışmalar gerçekleştirildiği coğrafi işaretli ürün sayısındaki artışa bakıldığında görülebilmektedir. Özellikle altyapı ve tescile ilişkin çalışmaların il genelinde hızla devam ettiği Ziraat odaları ve kooperatifler tarafından yapılan açıklamalardan anlaşılmaktadır.

Çanakkale El Halısı'nın Çan ve Ayvacık ilçesinde üretiminin gerçekleştiği görülmektedir. Bayramiç ilçesinin dört coğrafi işaretli ürün ile bu yolda ciddi adımlar attığı ve gelişme gösterdiği görülmektedir. Lapseki, Yenice, Geyikli ve Bozcaada'da coğrafi işaret almış 1'er ürün bulunduğu görülmektedir. Ulusal üne sahip Ezine Peyniri'nin Ezine'de önemli altyapı yatırımlarıyla üretiminin güçlenerek devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu durum değerlendirildiğinde coğrafi işaretli ürün kapsamında önemli çalışmaların yapıldığı gelişmelerden anlaşılmaktadır. Fakat Biga, Ayvacık, Gelibolu, Gökçeada, Çan, Eceabat gibi zirai ürünler ve gıda ürünleri açısından zengin bölgelerde hala coğrafi işaretli bir tarım ürünü olmadığı görülmektedir. Tescillenerek koruma altına alınabilecek diğer yöresel ürünler yerel bölgelerde ürün çeşitliliğini arttırarak istihdamı ve ekonomiyi geliştirecektir. Bölge halkının refahının arttırılması ve yerel ticaretin gelişmesi açısından halihazırda deneyimin ve uzmanlığın olduğu, üretimin devam ettiği ürünlerin tescillenerek koruma altına alınması, kalitesinin garanti edilmesi üreticilerin gelişmesine olanak sağlayacaktır. Türkiye'nin gelişen değerlerinden biri olan Çanakkale'yi daha da yukarılara taşımak için bu alanda yapılacak bilgilendirmeler, eğitimler ve çalışmalar önem arz etmektedir.

Coğrafi işaret almış ürünlere yönelik ise farklı önerilerde bulunulabilir. Araştırma sürecinde ürünlere yönelik yapılan araştırmalar özellikle ürünlerin tanıtımına ilişkin sosyal medya ve internet sitelerinin yetersiz kaldığını göstermektedir. Coğrafi işaret alan ürünlerin birçoğuna ilişkin internet araştırmalarında tescilli olan bu ürünlere adanmış, tanıtan ve detaylı bilgiler sunan internet sitelerinin olmadığı gözlemlenmiştir. Her ne kadar yerel ve ulusal medyada üzerine açıklayıcı haberler yapılmış olsa da, üretim yöntemini tanıtan, yerel üreticilerle görüşmelere yer veren, tüketicilerin yorumlarını içeren genel bir tanıtım çalışması faydalı olacaktır. Uluslararası ün kazanmaya aday bu ürünlerin tanıtımında görsel ve yazılı medyanın ötesinde hem sosyal medya üzerinden hem de ürünlere yönelik detaylı bilgiler sunan internet siteleri üzerinden de çalışmaların gerçekleştirilmesi olumlu olacaktır. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri ve diğer ülkelere yapılabilecek ihracatın artması için yerel üreticiler desteklenmelidir. Bu konuda gerek kamu kurumları gerekse Çanakkale

Onsekiz Mart Üniversitesi önemli faydalar sağlayabilecek bir birikime sahiptir. Ürünlerin geliştirilmesi, pazarlaması, marka ve pazar stratejilerinin geliştirilmesi, yerel üreticilerin işletme yapılarına ve üretim yönetimi sistemlerine yönelik teknik, ekonomik ve idari eğitimler üniversite ve kamu kurumlarının sağlayabileceği destekler arasındadır.

KAYNAKÇA

AGOSTINO, M.; TRIVIERI, F. (2014) "Geographical Indication and Wine Exports: An Empirical Investigation Considering the Major European Producers", *Food Policy,* 46, 22-36.

AKKOYUNLU, Ş. (2015). "The Potential of Rural–Urban Linkages for Sustainable Development and Trade". International Journal of Sustainable Development & World Policy, 4(2), 20–40.

BRAMLEY, B.; BIENABE, E.; KIRSTEN, J. (2009) "The Economics Of Geographical Indication: Towards a Conceptual Framework for Geographical Indication Research in Developing Countries", Wipo (İçinde) Ed., *The Economics of Intellectual Property: Suggestions for Further Research in Developing Countries and Countries with Economies in Transition,*Cenova, İsviçre: Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü. 109-149.

CEYLAN EROL, E. (2018) "Çanakkale-Çan Halıları Üzerine Bir Değerlendirme", *Kadim Akademi SBD,* 2(1), 50-68.

ÇALIŞKAN, V.; KOÇ, H. (2012) "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılış Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Doğu Coğrafya Dergisi,* 17(28), 193-214.

DEMİRER, H. R. (2010) "Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme", Yayımlanmamış Doktora Tezi, *Akdeniz Üniversitesi.*

DESELCİNU, O. C.; COSTANİGRO, M.; SOUZA-MONTEİRO, D. M.; MCFADDEN, D. T. (2013) "A Meta-Analysis Of Geographical Indication Food Valuation Studies: What Drives The Premium For Origin-Based Labels?", *Journal Of Agricultural And Resource Economics,* 38(2), 204-219.

DOĞAN, B. (2015) "Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi", *Social Sciences,* 10(2), 58-75.

FERNANDEZ-FERRIN, P.; BANDE, B.; GALAN-LADERO, M. M.; MARTIN-CONSUEGRA, D.; DIAZ, E.; CASTRO-GONZALEZ, S. (2019) "Geographical Indication Food Products And Ethnocentric Tendencies: The Importance of Proximity, Tradition, And Ethnicity", *Journal of Cleaner Production,* 241,

GÖKOVALI, U. (2007) "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 21(2), 141-160.

RAIMONDI, V.; FALCO, C.; CURZI, D.; OLPER, A. (2020) "Trade Effects of Geographical Indication Policy: The EU Case", *Journal Of Agricultural Economics,* 71(2), 330-356.

SUH, J.; MACPHERSON, A. (2007) "The Impact of Geographical Indication on The Revitalisation of a Regional Economy: A Case Study of Beoseong Green Tea", *Area,* 39(4), 518-527.

ŞAHİN, G.; BALCI AKOVA, S. (2020) "Coğrafi İşaret Kapsamındaki Türk Halı ve Kilimlerinin Analizi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 13(69), 447-482.

İnternet Kaynakları

Anadolu Ajansı – Lapseki Şeftalisi Coğrafi İşaretiyle Üreticisinin Elini Güçlendirecek

https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/lapseki-seftalisi-cografi-isaretiyle-ureticisinin-elini-guclendirecek/2592207 (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

Anadolu Ajansı - Kazdağları'nın zeytininden coğrafi işaretli 'Bayramiç zeytinyağı' üretiyorlar

https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/kazdaglarinin-zeytininden-cografi-isaretli-bayramic-zeytinyagi-uretiyorlar/2599696 (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

Çanakkale Ticaret İl Müdürlüğü – Çanakkale İli Yöresel Ürünler Kesinleşmiş Listesi

https://canakkale.ticaret.gov.tr/duyurular/canakkale-ili-yoresel-urunler-kesinlesmis-listesi (Erişim Tarihi: 16.06.2022).

Hürriyet Gazetesi – Paris'in Afrodit'e sunduğu Bayramiç elması tüm Türkiye'de çok seviliyor

https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/galeri-parisin-afrodite-sundugu-bayramic-elmasi-tum-turkiyede-cok-seviliyor-41695032/2 (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

Milliyet - Bayramiç tahin helvası da tescillendi!

https://www.milliyet.com.tr/yemek/bilgi/bayramic-tahin-helvasi-da-tescillendi-6577629 (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

Mynet - Türkiye'de ilk sırada! Yenice kapya biberi tescillendi

https://www.mynet.com/turkiye-de-ilk-sirada-yenice-kapya-biberi-tescillendi-1205294-myyemek (Erişim Tarihi: 03.09. 2022).

NTV – Ata Demirer'in Tanıttığı Bozcaada Çavuş Üzümü Tescillendi

https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/ata-demirerin-tanittigi-bozcaada-cavus-uzumu-tescillendi,h1EYeQeLYkKMHLgfoacQnQ/05X87SDLyESTdRdg5J5f9w (Erişim Tarihi: 02.09.2022).

Statista- Consumer Goods & FMCG: Food & Nutrition

https://www.statista.com/statistics/454967/volume-of-roquefort-cheese-produced-in-france/

https://www.statista.com/statistics/455165/average-expenditure-household-roquefort-cheese-france/ (Erişim Tarihi: 02.09. 2022).

TRT Haber – https://www.trthaber.com/haber/guncel/tescilli-geyikli-zeytinyagi-ingiltereye-ihrac-ediliyor-619105.html

https://www.trthaber.com/haber/guncel/tescilli-geyikli-zeytinyagi-ingiltereye-ihrac-ediliyor-619105.html (Erişim Tarihi: 02.09.2022)

Türk Patent ve Marka Kurumu – Coğrafi İşaret, https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir (Erişim Tarihi: 01.09.2022).

WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) – Geographical Indications, https://www.wipo.int/geo_indications/en/ (Erişim Tarihi 01.09.2022).