

## Türk Sınai Mülkiyet Hukuku Çerçevesinde Marka ile Coğrafi İşaretlerin Karşılaştırılması

Comparison of Brand and Geographical Indications in Turkish Industrial Property Law

### Öz

Marka ve coğrafi işaretler, sınai mülkiyet kapsamının önemli öğeleri sayılır. Bu işaretler, mal ve hizmet ürünleri bağlamında ayırt edici tanıtımına ve kalite güvencesine aracılık etmektedir. Bu işaretler kapsadığı ürünlere bağlı olarak tescil ile işaret sahiplerine özel yasal koruma olanakları sağlar. Her iki marka ve coğrafi işaretler kasadığı ürünlerin tanıtımına ve güvenine yarayan yöntemlerle yasanın sağladığı hakların kullanımını işlevsel hal getirmekle gerek ülkenin ekonomi ve ticaret ortamının güven ve gelişmesini etkilemekle, ürünlere bu işaret araçlarla büyük pazar çevresi oluşturmaktadır. Bu bakımdan her iki işaretin de kapsadığı ürünlere ilişkin genel amacı ve ilişkin olduğu ürünlerin kimliklerini ayırt edici biçimde tanımlamak bu işaretlerin ortak ve bezer işlevleri olmakla birlikte her birinin bu yönde izlediği ve sağladığı haklar bir bütünlük içinde birbirinden farklı işlev ve yöntemler izlemektedirler. Sınai mülkiyeti simgeleyen marka ve coğrafi arasındaki ilişkinin milli ve yerli boyutları bağlamında mal ve hizmetlerin tanıtımı ve üretim yer ve kültürünün rekabetçi biçimde güven sağlaması yönünde birbirini tamamlayan bir kimlik bütünü olarak ortaya çıktığı görülecektir. Bu açıdan bu iki işaretin benzer ve farklı yönlerinin incelenmesi, aralarındaki ilişkinin anlaşılması ve tüketicilere sağladığı yararlar ile bu mülkiyet işaretlerinin sahiplerine sağlanan hakların belirlenmesi için yararlı olacaktır. Bu çalışmada marka ve coğrafi işaretlerin özellikle Türk Sınai Mülkiyet Kanunu çerçevesinde tescili için gereken koşullar ile bu işaretlerin kapsadığı ürünler ve koruma altına alınan haklar bağlamında arasındaki benzer ve farklı yönler karşılaştırmalı olarak incelenecektir.

### Abstract

Trademarks and geographical indications are considered important items of industrial property. These signs mediate distinctive presentation and quality assurance in the context of goods and services. In addition, these markings provide special legal protection possibilities for signatories, depending on the products they cover. Both brands and geographical indications constitute a major market environment for these products by influencing the confidence and well-being of the economy and the trade environment of the country, with the use of the rights provided by the legislation of the legislature to promote and trust the merchandise of the merchandise. In this respect, to define the identities of the products which are both general and related to the products covered by both marks, the rights and obligations that each one follows and follow different functions and methods in a unity.

As a matter of fact, it will be seen that the relationship between trademarks and geographical indications symbolizing industrial property in the framework of the national economy and cultural composition emerged as a complementary identity to each other in the promotion of goods and services in the context of national and indigenous dimensions and in the competitive form of production and culture. In this respect, the examination of similar and divergent aspects of these two marks will be useful for understanding the relationship between them and for the benefit they provide to the consumers and for determining the rights granted to the owners of these property signs. In this study, the similarities and differences between the trademark and geographical indications, in particular the requirements for registration under the Turkish Industrial Property Law, and the products covered by these marks and the rights under protection, will be examined comparatively.

### Giriş

Marka ve coğrafi işaretler, sınai mülkiyetin önemli öğeleri sayılır. Her ikisi de sınai mülkiyet niteliğinde belirli amaç ve işlevleri kapsamında birbirini tamamlamaktadır. Bu tür öğeler, esas



**Mohammad Maghaminia**

Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane  
Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,  
m.magami@gumushane.edu.tr

### Article Type / Makale Türü

Review / Derleme

### Anahtar Kelimeler

Marka, Coğrafi İşaret, Türk Sınai mülkiyet  
hukuku, hakların Korunması

### Keywords

Trademark, Geographical Indication, Turkish  
Industrial Property Law, Protection of Rights

### Bilgilendirme

Bu çalışma, Gümüşhane Üniversitesi ev  
sahipliğinde düzenlenen Uluslararası Marka ve  
Marka Kent Kongresi'nde Bildiri olarak  
sunulmuştur.

Submitted: 06 / 01 / 2019

Revised:

Accepted: 16 / 01 / 2019

itibariyle mal veya hizmet ürünleri temsil eden belirli işaretlerdir. Bu işaretler, belirli işletme/işletmeler veya üretücü/ üretücülerin mal ve/veya hizmet ürünlerinin tanımı veya üretim yer kökeni itibariyle diğer ürünlerden ayırt etmeye yarayan işaretlerdir.

Diğer sınai mülkiyet işaretleri gibi, marka ve coğrafi işaretlerinin de rekabet alanında önemli etkinliğe sahiptir. Çünkü bu işaretler, ürünlerle müşteri çevresi arasında güçlü iletişim ve algı aracı olmakla birlikte bu ürünlerin kolayca tanımı, kalitesi ve kaynağı konusunda müşterilere güven sağlama işlevi görmektedir. Genel olarak yetkili kişilerce ürünlerle özdeş olan bu işaretlere bağlı hakların mülkiyet edinilmesi mümkündür. Bu tür sınai mülkiyet hakkının daha güvenli ve özel yasal düzenlemeler ile korunabilmesi için marka veya coğrafi işaretlerin ilgili yetkili kurum nezdine kanunda belirtilen biçimde tescil ile özel koruma kapsamına alınmaktadır. Marka ve Coğrafi işaretlerin karşılaştırılması, her birinin kendine özgü yapı ve işlevlerinin anlaşılması sağlamla bu işaretlerin aynı zamanda sınai mülkiyet değeri niteliğinde aynı amaca hizmet eden algısal iletişim araçları sayılmaktadır. Bu çalışmada, konunun daha düzenli ve kolay anlaşılması için önce marka ve coğrafi işaret kavramı üzerine durulacaktır. Daha sonra iki işaret türlerinin çeşitli yöleriyle farklı ve benzeri yönleri incelenecektir.

## 1. Marka ve Coğrafi İşaret Kavramı

### 1.1. Marka Kavramı

#### 1.1.1. Marka'nın Tanımı

Marka, sözcük itibariyle Latince kökenli olup, Fransız hukukunun etkisi ile Türkçeye aktarılmıştır<sup>1</sup>. Marka sözcüğü, Osmanlı dönemine ait yasal düzenlemelerde " Alamet-i Farika" olarak ifade edilirdi. Türkçe'de genel olarak ayırt edici bir simge, özgünlüğüyle tanınmış ürün veya belirli tanınmış bir değer için ifade edilmektedir<sup>2</sup>. Marka, bir değere ilişkin özelliğin veya yaklaşımın algılanmasına aracı olan bir simgedir. Marka sözcüğü çeşitli sosyal, ekonomi ve hukuki alanlarda özel tanıtım aracı olarak kullanılmaktadır. Marka, muhabatı olan tüketiciler bakımından<sup>3</sup>, tüketicilerin bir ürünü marka algısıyla satın aldıklarında veya yararlandıklarında, her şeyden önce bu ürünün kalitesini, niteliğini, fiyatını veya diğer her yönünü simgesel olarak duyularında oluşturduğu algı beklentilerini tatmin edici olmasını sağlar<sup>4</sup>.

Diğer bir deyişle markanın bu değer kaynağı, konu ettiği ürünün bütün niteliğinin algılamasını sağlayan işaretiyle tüketicilerin algısında tanımlayıcı bir olgu oluşturur. Bu bakımdan bir ürünün tanımında veya diğer ürünlerden ayırt edilmesinde sadece teknik özellikler yeterli değildir. Bunların temelinde işlemenin sağladığı güven gelmektedir. Güven, sosyal değerlerin ve bu değerler üzerinden oluşan bir değer yargısına ilişkin bir kavram olmakla birlikte bir işaretin özellikle marka gibi algı aracı veya tanıtım bağı olması itibariyle bu bağın, sosyal güven esasına dayanmadan oluşması olanaksızdır<sup>5</sup>.

Ekonomik anlamda işletme ürünleri bağlamında tüketicilerde güçlü bir algı bağı yaratmak üzere bu ürünleri diğer rakiplerinin benzer ürünlerinden ayırt edici biçimde kendine özgü bir tanıtıcı işareti kullanmaları özellikle ticaret alanında çok eski çağlardan beri alışa gelmiştir. Marka aracılığıyla tüketici çevresinin ürünün kalitesi, özelliği ve ayırt edici niteliğinden edindiği algı bağı, bir yönüyle ürünü üreten veya pazarlayan işletme ile müşterileri arasında güçlü bir bağ ve güven sağlayacaktır<sup>6</sup>. Diğer bir yönüyle marka aracılığıyla işletme ile tüketici çevresi arasında kurulan veya kurulacak güven bağının sürekliliği için ürünü işleten işletmeye veya ürünün kaynak yeriyene ilişkin yasal düzenlemelerle sağlanan özel koruma olanak ve haklarından yararlanmasını

1. Bu sözcük, Cumhuriyetin ilk yasal düzenlemelerinde özellikle 1932 yılından itibaren kullanılmaya başlamıştır. Osmanlı dönemindeki yasal düzenlemelerde marka anlamında kullanılan sözcük ise " alamet-i farika"dır. Marka sözcüğü, İtalyanca "marca", İngilizce "brand, mark", Fransızca "marque" olarak ifade edilmektedir. Bkz. Karayalçın, Y. (1957), Ticaret Hukuku Dersleri, Ankara, s.280.

2. Karayalçın, 1957, s. 280

3. Bkz. Taşkın, Ç./ Akat, Ö. (2008), Marka ve Marka Stratejileri, Burasa, s. 8-10

4. Bkz. Wood, L. (2000), Brands And Brand Equity, Definition And Management, Management Decision, Vol.38, p.662

5. Ayrıca bkz. Taşkın/ Akat, 2008, s. 39-40

6. Bkz. Dönmez, İ. (1997), Markalar ve Haksız Rekabet Davaları, Ankara, s. 20; Camcı, Ö. (1999), Marka davaları, İstanbul, s. 16-17.

sağlayacaktır. Bu bağlamda marka özellikle ticaret faaliyetler, tacirler bir ürünün kendi işletmesinde üretildiğini veya pazarlandığını, belirli özellikler taşıdığını göstermek veya tanıtmak üzere kullandıkları ürün işaretidir<sup>7</sup>. Doktrinin marka bağlamındaki tanımlarının bir çoğu, sadece bu işaretlerin teknik işlevine yöneliktir. Oysa, onun hukuki alanda korunan sınai mülkiyet değeri üzerine durulmamıştır. Bu bağlamda doktrinde marka, işletmelerin mal yada hizmetlerini diğer işletmelerin mal ya da hizmetlerinden ayırt etmek için kullanılan işaretlerdir<sup>8</sup>. Marka, diğer bir benzer tanıma göre, satıcı veya satıcılarca ürünlerini rakiplerindekinden ayırttırmak ve tanımlanması üzere kullandıkları simgelerdir<sup>9</sup>. Ayrıca fikri mülkiyet haklarının ticari niteliklerine ilişkin 1994 tarihli TRIPS<sup>10</sup> anlaşmasının 15. maddesi gereğince, marka, bir işletmenin mal ve hizmetlerini diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayıran herhangi bir işaret veya işaret bileşimidir. Türk Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 4. maddesi gereğince, marka, tescile konu olabilecek işaretler bağlamında "bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlaması ve marka sahibine sağlanan korumanın konusunun açık ve kesin olarak anlaşılmasını sağlayabilecek şekilde sicilde gösterilebilir olması şartıyla kişi adları dâhil sözcükler, şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işareten oluşur". Bu bakımdan gerek uluslararası hukuk gerek ulusal hukukta marka bir ticari değer olarak sınai mülkiyet hakkını kazandıran bir değer varlığı olarak tanımlanmaktadır<sup>11</sup>.

### 1.1.2. Markanın Niteliği

Marka kavramına ilişkin yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı gibi, marka, teknik niteliği itibariyle bir ürünün belirli özelliği itibariyle tanıtımına yarayan bir işarettir. Bu işaretin geniş anlamda göreme duyusu dışında koklama veya işitme duyular aracılığıyla tanıtma niteliğini taşımaktadır<sup>12</sup>. Bu itibariyle markayı, kişilerin duyu algısında bir ürün özdeşliğini çarıştıran işaret olarak nitelendirmek mümkündür. Ayrıca, özellikle marka değerinin haksız rekabet ilişkisinde ihlal edilmesi dolayısıyla korunması, dar biçimde bu ilişkinin hükümlerini düzenleyen genel hükümlere tabi olmakla birlikte markanın etkin ve özel hukuki korumadan yararlanabilmesi, SMK'nda öngörülen koşullar çerçevesinde tescil edilmesiyle sağlanmaktadır. Bunun için özellikle ticari ürünler bağlamında belirli işletme ürünlerini diğer işletmelerin ürünlerinden açıkça ayırt edici bir işaret olmasını ve bu işaretin sicilde gösterilebilir nitelikte olmasını gerektirmektedir. Marka tescil ile sahibine hem mülkiyetindeki değeri hem kullanılmasında tekel hakkına kavuşacak hem hukukunun sağladığı etkin korumadan yararlanabilecektir. Doktrinde marka üzerindeki hak, parayla ölçülebilen ve hukuki işlemlere konu olabilecek şekilde herkese karşı ileri sürülebilen mutlak bir sübjektif hak olarak nitelendirilmektedir<sup>13</sup>.

Türk doktrinde markaya ilişkin yasal düzenlemelerle markanın sınai mülkiyeti hakkına ilişkin özel korumanın sağlanması için anılan kanunda öngörülen tescil, bu hakkın doğumu için kurucu nitelikte olduğu ileri sürülmektedir<sup>14</sup>. Nitekim ticari ilişkilerde marka, ticari bir değer niteliğinde ticari işletmenin maddi olmayan malvarlığının önemli bir bölümünü oluşturmakla birlikte ticari işletmenin en önemli iletişim aracı ve koruyucu simgesi sayılmaktadır.

7. Karayalçın, 1957, s.276

8. Dönmez, 1997, s. 19; Feyzan Hayal, Ş. (1998), Patent Hakkının Korunması, Ankara, s.23.

9. Marka kavramına ilişkin ABD Pazarlama Birliği Örgütü'nün tanımı olarak bkz.Keller, K. (2003), Strategic Brand Managment, secound Edition, USA, Prentie Hall, p.3

10. Ticarete İlişkin Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması

11. Camcı, 1999, s. 127

12. Bu bağlamda Arkan'a göre, "önemli olan , işaretin, çizimle görüntülenebilmesi yada benzer bir biçimde ifade edilmesidir. Üç boyutlu şekillerin ve notaya dökülebilmesi koşuluyla bir melodinin de marka olarak kullanılması mümkündür. Kimyasal bir formülle ifade edilebilen koku da, marka olabilir.".(Arkan, 2014, s. 275).

13. Karayalçın, 1957, s. 284.

14. Karayalçın, 1957, s. 291; Karayalçın bu görüşünü, markaya ilişkin sınai mülkiyet hakkını, bir taşınmaz mala benzetmekle, bu taşınmazın tapuya tescili ile bu hakkın doğumunu herkese karşı ileri sürebileceğinden mutlak bir koruma hakkına sahip olacağından ve buna karşılık tapuya tescil edilmeyen taşınmazın ancak haklı bir sebebe dayalı sadece zilyetlikten doğan haklara sahip olacağını örnek göstermektedir. Oysa doktrinde Arseven, marka tescili, açıklayıcı nitelikte olduğunu ileri sürmektedir. Bu yazara göre, eğer marka üzerindeki hak ancak tescil ile doğmuş sayılması halinde tescil edilmeyen markalar, tescil edilen markalar karşısında korunmaz idi.(Bkz. Karayalçın, 1957, s. 291, dpn: 22).

Marka, bir yandan konu ettiği ürünün niteliği gereği mal markaları ve hizmet markaları olarak ikiye ayrılır. Diğer yandan marka, kullanım biçimi itibarıyla bireysel markalar, ortak markalar ve garanti markalar şeklinde belirli türlerle nitelendirilmektedir<sup>15</sup>. Garanti marka, bireysel ve ortak markalardan farklı olarak, marka sahibinin denetimi altında birçok işletmenin kendi ürünlerinin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yönelik belirledikleri işarettir<sup>16</sup>. Ayrıca bu tür markanın marka sahibinin veya marka sahibine iktisaden bağlı olan işletmenin mal veya hizmetlerinde kullanılması yasaktır. (SMK.m.31/1-2)

### 1.1.3. Markanın Özelliği

Markanın en başta gelen özelliği, markaya ilişkin SMK'nda belirtilen tanım ve koşullar çerçevesinde tescil edilmesiyle markadan doğan hakların bu kanuna göre özel olarak korunmaya elverişli olmasıdır. Bu yönde marka hakkına sahip olanlar çeşitli dava ve taleplerle bu değere ilişkin gerek ticari ve gerek ekonomi haklarını koruyabileceklerdir. Markanın mülkiyet değeri, markanın kimliği ve işlevleriyle ayrılmaz bir bütünlük oluşturmaktadır. Marka'nın diğer bir özelliği de markanın gerek teknik oluşumuna ve gerek sınai mülkiyet hakkı olarak korunmasına ilişkin uluslararası hukuk alanında her yönüyle geniş yasal kaynaklara dayanmasıdır. Bu bağlamda ulusal düzeyde sınai mülkiyet hukukunun gittikçe genişleme ve gelişme sürecinde olması, özellikle Türk Sınai mülkiyet hukukundaki gelişen yasal düzenlemeler bunun bir sonucudur. Bu bakımdan marka hukukunun uluslararası özelliği diğer hukuk alanlarına oranla daha baskındır. Sınai mülkiyet öğeleri içinde en eski uygulama geçmişine sahip olan marka hakkı ayrıca, ticari faaliyetlerde girişimcilerin meslek ahlaki, dürüstlük kuralları ve iyi niyet ölçeklere göre davranmalarını gerektirmektedir. Bu bağlamda SMK, girişimcilerin markadan kaynaklanan haklarını korumaya yönelik ve buna karşılık tüketicilerin hakkaniyet ve yarar sahipliği içinde en azami yararlarını sağlamada en etkin yasal düzenleme özelliğini taşımaktadır.

Markaya ilişkin hak, başkasına devredilebilir özelliğine sahiptir. Bu bakımdan marka, başkasına kullandırmak üzere lisans sözleşmesine konu olabileceği gibi, miras yoluyla devredilir veya güvence amaçlı sözleşmelere ve haciz işlemine konu olabilir. Ayrıca markanın tesciline konu olan mal ve hizmetlerin tamamı veya bir bölümü için işletmenin devir kapsamından bağımsızca devredilebilir<sup>17</sup>. Ancak ortak ve garanti markaların devri, marka siciline kayıtlı geçerlilik kazanmaktadır (SMK.m.148/7). Markanın diğer bir özelliği de bu markaya bağlı haklarının SMK'nın ilgili hükümleri bağlamında korunmasının onar yıllık tescil işleminin belirli ücrete bağlı yenilemeye tabi olmasıdır. Ayrıca bu koruma süresince haklı bir neden olmaksızın beş yıl aralıksız kullanım dışı olmamalıdır.

### 1.1.4. Markanın İşlevleri

Marka'nın teknik anlamda bir işletmeye ilişkin ürünlerini diğer işletme ürünlerinden ayırt etmeye yönelik işlevi ile markanın konu ettiği ürünler ile tüketici arasında algı iletişimi işlevi gibi algı iletişimi ve tanıtım işlevleri dışında marka genel olarak, sahibine üretim veya pazarlama bağlamında ürünün özelliği, kalitesi ve üretim teknikleriyle ticari değer ve itibar kazandırma işlevi görmektedir. Bu bakımdan rekabet piyasasında marka sahiplerini rakiplerin haksız rekabetine karşı korumak ve teknoloji ve ekonomi alanlarda gelişme güvenini sağlamak, marka hukukunun temel amaçlarını oluşturmaktadır. Marka'nın bütün ekonomi ve sosyal alanlarda olduğu gibi ticaret hayatında da bir çok değişik işlevleri söz konusudur. Bu işlevleri başında özellikle aşağıdaki işlevlere değinmek mümkündür.

#### 1.1.4.1. Ürünleri ayırt edici işlevi

Marka'nın ayırt edici işlevi aynı zamanda onun konu ettiği ürünün özelliğiyle tanınmasını da sağlayacak bir işlevini de beraberinde getirecektir. Marka, ayırt edici işleviyle bir markaya konu olan ürünler ile diğer işletme ürünleri arasında tüketicilerin karıştırılma olasılığını ortadan kaldırmakta ve karşılaştırma olanağını sağlamaktadır. Böylece tüketicilerin tercih haklarına önemli ölçüde etki sağlamaktadır. Oysa, eğer marka ile oluşturulan işaret, tüketicilerde benzer ürünler arasında

<sup>15</sup>. Bkz. Bahtiyar, 2012, s.120-12.

<sup>16</sup>. Yön Birliği'nin "woolmark" markası, Türk patent Enstitüsü'ne ait "TES" markası gibi (Bkz, Arkan, 2014, s. 277).

<sup>17</sup>. Arkan, 2014, s. 293; Bahtiyar, 2012, s. 130-131.

yanıltıcı biçimde bir benzerlik algısının oluşmasına sebep olursa, markanın ayırt edici gücünü kaybettiğinden söz edilir. Bu bakımdan buna sebep olan diğer marka işaretlerinin bu duruma yol açan yanıltıcı işaretlerin tescilinin önlenmesine veya iptaline ilişkin hukuki olanklarından tararlanabilir. Veya markayı diğer bir kişi tarafından izinsizce ürünlerinde kullanılması da bu markanın güven işlevini zedeleyecektir. Dolayısıyla markanın ayırt edici gücünün zayıflaması büyük ölçüde markanın diğer işlevlerini olumsuz etkileyecektir. Ayrıca, tescil başvurusunda ayırt edici gücü olmayan bir işaret, marka olarak tescilinin ret edilmesi gerekir<sup>18</sup>. Markanın ayırt ediciliği, markanın tescili bakımından aranan temel bir unsur olmakla birlikte bu markaya ilişkin hakların korunmasında da önmeli ölçüt sayılır.

#### **1.1.4.2. Kaynak gösterme işlevi**

Marka'nın ayırt edici işlevi aynı zamanda hangi işletme veya işletmeler tarafından üretildiğini veya piyasaya sürüldüğünü gösterir<sup>19</sup>. Marka'nın oluşturduğu işaret, özellikle markaya ilişkin hakların korunmasında büyük önem taşımaktadır. Bir ürüne ilişkin markanın bu işlevi, ürünün kaynağı olan işletme ile tüketicilerin arasında sürekli ve kapsamlı bir güven bağının oluşmasına da önemli bir algı ortamını sağlamış olacaktır. Dolayısıyla bu güven bazında işletmenin diğer ürünlere olan ilgi ve iletişimi kolaylaştıracaktır. Nitekim, bu işaretlerin diğer işletme ürünlerin marka işaretleriyle tüketicilerin algısında benzerlik veya yanıltma oluşturacak biçimde olması halinde markanın tescili mutlak veya nispi biçimde ret nedeni sayılabilmektedir.

#### **1.1.4.3. Tanıtma işlevi**

Marka'nın ayırt edici ve kaynak gösterme işlevleri dolayısıyla işletmeler, bu işaretin biçimsel ve anlamsal algılama ölçütü bağlamında kendiliğinden bir tanıtım aracı olma yapıda olması için özen gösterirler. Bu bakımdan markanın sosyal algıda özellikle konu ettiği ürünlere ilginin artması için algıda kalıcı ve dikkat çekici olması için uzmanca işaretler seçilmektedir. Çünkü marka, tanıtma yetkinliğiyle tüketicilerin ürün seçiminde ve tüketiminde bu ürünlere olan ilginin yaygınlaşmasında etkili olacaktır.

#### **1.1.4.4. Garanti işlevi**

Marka, konu ettiği ürünlerin niteliği veya kalitesini tüketicilerin algı değerlerinde oluşturduğu güvene göre bu ürünlerin bilinen bir işletme tarafından üretildiği veya piyasaya sunulduğu itibarıyla algılanan nitelikte veya kalitede olduğunu göstermektedir<sup>20</sup>. Böylece marka tüketicilerin sosyal algılarında yarattığı güven bağı, markanın konu ettiği ürünlerde beklenen nitelikleri taşıdığına ilişkin sosyal bir garanti sayılmaktadır. Nitekim, marka bazı ürünlerin kalites, özelliği veya kendisiyle özdeş hale gelebilir<sup>21</sup>. Marka türleri içinde garanti markaların garanti kapsamında markaya konu olan ürünün coğrafi menşesini ve üretim usullerini garanti etmektir. Ancak, markanın garanti işlevi bir bakımdan markanın uzun bir süre tescil edildiği kullanım şartlarına uygun olarak kullanımda olmasını gerektirebilir. Oysa, bir markanın haklı bir neden olmaksızın aralıksız beş yıl boyunca kullanılmaması halinde, ilgili markanın iptaline karar verilir (SMK.m.9)<sup>22</sup>.

Nitekim, markanın lisans sözleşmesine konu olması halinde lisans verenin bu markayı lisans alan tarafından üretilecek veya sunulacak ürünün kalitesini garanti altına alacak biçimde gereken önlemleri almakla yükümlüdür. Ayrıca lisans alanın da lisans sözleşmesiyle öngörülen koşullara göre davranması gerekir Yoksa, marka sahibi, markanın tescilinden doğan haklarını lisans alana karşı ileri sürebilir (SMK.m.24/4). Markanın garanti işlevine ilişkin SMK'nun ilgili hükümlerinden de anlaşılacağı gibi, gereken önlemlerinin alınması ve denetlenmesi büyük ölçüde marka sahibinin girişimine bağlıdır.

<sup>18</sup>. Bkz.Arkan, 2014, s. 278.

<sup>19</sup>. Bahtiyar, 2012, s. 120, 122

<sup>20</sup>. Karayalçın, 1957, s. 277; Bahtiyar, 2012, 122,

<sup>21</sup>. Bahtiyar, 2012, s. 120

<sup>22</sup>. Aynı maddenin ikinci bendine göre, markanın temel özelliği olan ayırt edici biçimi değişmeksizin farklı unsurlarla kullanılması ve markanı sadece ihracat amacıyla mal ve ambalajlarında kullanılması markanın kullanıldığını ifade etmektedir.

### 1.1.5. Markanın korunmasına ilişkin yasal düzenlemeler

Marka'nın korunmasına ilişkin Türk hukukunda ilkin Osmanlı devletinde 1857 tarihli Fransız Marka yasasından esinmekle "Alameti Farika Nizamnamesi"<sup>23</sup> adı ile 1888 yılında düzenlenmiştir. 1965 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. 1965'de Markalar Kanunu 1995'e kadar uygulanmış ve 1995'de 556 sayılı KHK ile Markaların Korunması'na ilişkin yasa yürürlüğe konulmuştur. 22.12.2016 tarihinde ise, 6769 sayılı kanunla "Sınai mülkiyet Kanunu" markaya ilişkin kanuni düzenleme bu kanunun 1.kitabında öngörülmüştür. Bu düzenleme markaya ilişkin başvuruları, tescil, tescil sonrası işlemleri ve bu hakların ihlaline dair hukuki ve cezai yaptırımları içermektedir.

Nitekim, TTK'nun 54 ile 63 maddeleri arasında hakız rekabete ilişkin hükümleri, haksız rekabete karşı marka değerinin korunmasına ilişkin tacirlere gereken önlemleri almayı ve çeşitli davalarla hukuki olanaklardan yararlanmayı sağlamıştır. Bu hükümlerin amacı genel olarak rekabete katılan bütün paydaşların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır (TTK.m. 54). Nitekim aynı bağlamda TBK'nun haksız rekabete ilişkin 57.maddesi gereğince marka sahipleri, dürüstlük kurallarına aykırı davranışlarla marka müşterilerini azalması veya onları kaybetme tehlikesiyle karşılaşması hainde bu davranışlara son verilmesini ve kusurları ölçüsünde uğradığı zararın karşılanmasını isteyebilir.

### 1.2. Coğrafi İşaret Kavramı

#### 1.2.1. Coğrafi İşaret'in Tanımı

Coğrafi işaret, bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle belirli bir coğrafi yere ait olan ürünleri adlandırmak için kullanılan işaretlerdir. Örneğin, Antep Fıstığı, Amasya Elması, Çorum Leblebisi gibi adlar. Bazı yazarlar, coğrafi işareti, bir ürünün gerçek bir coğrafi yere bağlılığını veya bir coğrafi yerin adına özdeş bir kaynak kimliğini gösteren bir işaret olarak tanımlamaktadır<sup>24</sup>. Diğer bazı yazarlar, coğrafi işareti, belirli bir coğrafi yöre, alan veya bölge adı ile anılan ürünlerin korunmasını sağlayan bir hak olarak tanımlamaktadır<sup>25</sup>. Coğrafi işaret, ayrıca SMK'nun 34.maddesinin birinci bendi gereğince, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren bir işaret olarak tanımlanmıştır. Coğrafi işaret, TRIPS Anlaşması'nın 22. maddesinin birinci fıkrasında yapılan tanıma göre, üye bir ülkenin toprağından, bölgesinden veya yöresinden kaynaklanan ve belirgin bir niteliği, kalitesi, ünü veya herhangi bir özelliğiyle önplana çıkan bir coğrafi yerin adıyla bağdaştırılan ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir.

Coğrafi işarete ilişkin yukarıda anılan doktrin ve kanun tanımların ve diğer birçok benzer tanımların özünde bu işaretin bir ürünün kökeni itibariyle hukuken korumaya değer gören ekonomik bir kimlik olmasıdır. Coğrafi işaretlere ilişkin uluslararası ve ulusal hukuk alanındaki özel yasal düzenlemeler, belirtilen amaç ve koşulları çerçevesinde bu işaretin teknik oluşumuna hukuki bir nitelik kazandırmakla kalmayıp bu işarete ilişkin hakların korunmasına ilişkin düzenleyici ve koruyucu hükümler öngörmüştür. Bu bağlamda coğrafi işareti, belirgin bir özelliğiyle bir yerin adıyla özdeşleşen bir ürünü tanımlayan simgeleyen ve işaret sahiplerine sınai mülkiyet hakkını kazandıran bir işaret olarak tanımlama mümkündür. Coğrafi işaretlere konu olan ürünlerin hangi biçimde ve koşullarda SMK'nun sağladığı korumadan yararlanacağını anılan kanunda açıkça belirtilmiştir. Nitekim SMK'nun 33.maddesi ile 34. maddenin birinci fıkrası bir arada değerlendirildiğinde, coğrafi işaret, doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan gıda, tarım, maden, el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerin belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökeni olduğu coğrafi yer ile özdeşleşmiş olduklarını gösteren işaret olup ayrıca bu işaretlere ilişkin hak sahiplerinin öngörülen koşullara uygunluğu çerçevesinde SMK'nun korunmasından yararlanacaktır.

Coğrafi işaretler, ayrıca tescili bakımından kanunda belirtilen özelliklerine göre ya menşe adı veya mahreç işareti olarak tescil edilmesi gerekmektedir (SMK.m.34/1). Coğrafi işaretin menşe adı

<sup>23</sup>."Fabrikalar Mamulâtı ile Eşyayı Ticariyeye Mahsus Alamet-i Farikalara Dair Nizamname" Bkz. Arkan, 2014, s. 271.

<sup>24</sup>. Lackert, C. (1998), Geographical Indications: What Does the WTO TRIPs Agreement Require?", *Trademark World*, Vol: 109, p. 2; Stoll, R. (1999), "TRIPs Implementation on Geographical Indications", *APEC IPR International Symposium*, Taejon, p:1.

<sup>25</sup>. Yalçın, U. (2000), Türkiye'deki Coğrafi İşaretlerin Tescil İşlemlerinin Tamamlanmasının Önemi", *Finansal Forum*,

veya mahreç işareti niteliği, SMK'nun 34.maddesinin (a) ve (b) bendinde belirtilen özellikleriyle tespit edilir. Coğrafi işaretin tescil başvurusunda hak sahibinin coğrafi işaretin hangi özellikte olduğuna ilişkin Kuruma gereken bilgi ve belgeleri sunması gerekir. Menşe adı, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlardır (SMK.m.34/1-a). Mahreç işareti ise, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlardır (SMK.m.34/1-b). Menşe adı kavramı, 1958 tarihli Menşe Adların Korunması ve Uluslararası Tesciline ilişkin Lizbon Anlaşması'nın ikinci maddesine göre "bir yer alanı,, bölge veya ülkeye ait belirgin bir niteliği ve kalitesi ile bu coğrafi yer ile özdeşleşmiş olup doğal ve beşerî unsurların sonucu olan ürünü belirtmeye yarayan bir coğrafi addır.". Madrid Anlaşmasının birinci maddesinin birinci fıkrasının menşe adına ilişkin ifadesinden anlaşılacağı gibi, her üye ülke, ithalat sırasında malların menşe ülkesinin anlaşılabilir biçimde gösterilmesi gerektiğinde ve sahte ve aldatici menşe ülke işaretlerini taşıyan mallara el konulacaktır. Bu bağlamda, menşe adı ile mahreç işareti arasındaki önemli ayırım, menşe adının ürünün kalitesi ve niteliğinin coğrafi yer ile özdeşleşmiş olmasıdır. Oysa mahreç işareti, belirli ürünün kaynak ülkesi veya coğrafi bir yerin adını taşımasıdır. Nitekim, SMK'nun 34. maddesinin ikinci fıkrasına göre, coğrafi işaret, bir coğrafi yer adını içermeyip ancak aynı kanun birinci fıkrasındaki şartları taşıması koşuluyla bir ürünü belirtmek için geleneksel kullanılan ve günlük dilde yerleşmiş bir adın da menşe adı veya mahreç işareti olarak sayılması mümkündür. Bu gibi adlara, "Eyfel Kulesi" ve "Boğaziçi Köprüsü" örnek verilebilir<sup>26</sup>.

### 1.2.2. Coğrafi İşaretin Niteliği

Bir coğrafi işaretin sahibine sınai mülkiyet hakkını kazandırabilmesi için bu işaretin belirli nitelikleri taşıması gerekmektedir. Coğrafi işaretlerin önemli niteliklerini şu şekilde belirtmek mümkündür: Birincisi, coğrafi işarete konu olacak ürünün kökeni olduğu coğrafi yerinin doğal unsuru ile beşerî unsurun bir aradaki oluşumu ile sonuçlanan bir ürün biçiminde olmalıdır. Aynı el sanatlar, çıkartılmış veya işlenmiş madenler, gıda ürünleri veya sınayi biçimde işlenmiş ürünler gibi. İkincisi, coğrafi işarete konu olan ürünün belirgin niteliğinin veya ününün veya diğer bir özelliğinin bu ürünün kökeni sayıldığı bir yöre, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş olması gerekmektedir. Üçüncü, Coğrafi işaretin belirtilen özellikleri bakımından ya menşe adı veya mahreç işareti şeklinde tescile konu edilebilmesidir. Dördüncü, coğrafi işaretin teknik yapısını oluşturan işaretin görsel ve basılabilen biçimde coğrafi yerin adı ile ürünün o yer ile özdeş özelliği, ünü veya adını içeren bir nite adının bileşik şekilde olmasıdır. Ayrıca, coğrafi işaretin konusunu oluşturan ürünlerin eşya veya maddi mal niteliğinde olması gerekir. Bu durum coğrafi işaretin tescil başvurusunda ürünün maddi yapısına ve gerekirse hammaddesinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyuşal özelliklerini açıklayan teknik bilgi ve belgelerin sunulmasını gerektirebilir (SMK.m.37/1-ç). Coğrafi işaretlerin SMK'nun ilgili hükümlerinden anlaşılacağı ölçüde başta gelen niteliklerini aşağıda belirtilen yönleriyle açıklamak mümkündür:

#### • Bir sınai mülkiyet değer taşıması bakımından

Coğrafi işareti, SMK'nun 2.maddesinin (ı) bendinde bir sınai mülkiyet hakkı olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla bu hak bağlamında kanunda hakkın kullanımına ve korumasına ilişkin çeşitli haklar öngörülmüştür. Bir ürüne ilişkin coğrafi işaretin sağladığı sınai mülkiyet hakkının korunması SMK'nun öngördüğü koşullar çerçevesinde tescil edilmekle sağlanmaktadır<sup>27</sup>. Ancak, coğrafi işarete ilişkin sınai mülkiyet hakkı diğer marka, patent ve sınai tasarım ve faydalı modeller gibi sınai

<sup>26</sup>. Coşkun, Y.A. (2001), Coğrafi İşaretler, TPE Uzmanlık Tezi, Ankara, s.11

<sup>27</sup>.Sınai mülkiyet haklarının belirlenmesi ve bu hakların korunması için ilkin 1883 tarihindeki "Sınai Mülkiyetin Himayesi İçin Bir İttihat Teşkilî Hakkındaki Mukavelename" konulu Paris andlaşması ve bu andlaşmanın günümüze kadar çeşitli tarihlerde bütünlüğü, kapsamı ve etkinliği bakımından bazı değişikliklere uğramıştır (Ayrıntılı bilgi için Bkz. Arkan, 2014, s. 273-274).

mülkiyet hakların aksine devir, haciz, işlemlere benzer hukuki işlemlere konu olmaz ve ayrıca teminat olarak da gösterilmez (SMK.m.149/1).

- **Tescil ile korunan haklar bakımından**

Coğrafi işaretlerin usulüne ve gerektirdiği koşullar altında kullanmayan veya aldatıcı ve gerçeğe aykırı işlem ve davranışlara karşı hak sahiplerinin haksız rekabet kuralları kapsamında önleyici ve koruyucu hukuki yollara başvurma hakkına sahiptir. Ayrıca, SMK'nun kapsamında bu işaretin tescil edilmesiyle edinen hakların özel olarak korunacağı anılan kanunun amacı olarak belirtilmiştir. Bu kanun kapsamında tescil edilen coğrafi işaretleri kullananların bu bağlamdaki haklarının ihlaline ilişkin hukuki ve cezai yaptırımlar yer almaktadır (SMK.m.1/1-2). Coğrafi işaretin tescil ile sağlanan haklar, işaretin bültende yayımlandığı tarihte üçüncü kişilere karşı hüküm ifade eder. Bu bakımdan başvuru yapan, bu tarihten sonra gerçekleşen ve coğrafi işaret tescilinin yayımlanmış olması durumunda yasaklanması söz konusu olabilecek eylemler sebebiyle bu eylem sahiplerine tazminat davası açmaya yetkilidir. (SMK.m.44/3).

Coğrafi işaretin tescili ile hak sahipleri çeşitli haklara sahiptir. Birincisi, üçüncü kişilerin, tescilli corafi işarete konu olan ürün özelliklerine uymadığı halde üründen yarar sağlayacak biçimde veya tescil kapsamındaki ürünlerle ilgili coğrafi işaretin veya SMK'nun 46. Maddesinin gereği kullanılması, belirtilen amblemin ticari amaçlı olarak doğrudan veya dolaylı kullanımının önlenmesini isteme hakkına sahiptir (SMK.m.44/2/a). Üçüncü kişilerin, ürünün gerçek özellikleri içerse de tescilli coğrafi işaretin, tescil kapsamındaki özelliklerini taşımayan yada çağrışım yapacak biçimde benzeri olan ürün üzerindeki yanıltıcı kullanımının veya taklidinin önlenmesini isteme hakkına sahiptir (SMK.m.44/2/b). Üçüncü kişilerin, tescilli coğrafi işarete konu olan ürünün ambalajında, reklamında veya yazılı açıklamasında ürünün tescil edilmiş doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşesine ilişkin olarak yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya belirtmeye yer verilmesinin önlenmesini isteme hakkına sahiptir (SMK.m.44/2/c). Üçüncü kişilerin tescilli coğrafi işarete ait amblemin tüketiciyi yanıltıcı biçimde kullanımının önlenmesini isteme hakkına sahiptir (SMK.m.44/2/ç).

- **Coğrafi işaret türlerinin tescili bakımından**

Coğrafi işaretler, SMK'nda öngörülen özellikleri bakımından iki tür kapsamında tescil edilebilmektedir. Bunlar, menşe adı veya mahreç işaretidir. Bunlar SMK'nun 34.maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bendinde özellikleriyle belirtilmiştir. Buna göre, menşe adları, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlardır. Mahreç işaretleri ise, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlardır. Başvuru sahibinin coğrafi işarete ilişkin başvurusunda her bir menşe adı veya mahreç işareti tescil ettirmek istiyorsa ona göre anılan özelliklerini bilgi ve belgelerle belirtmesi gerekir. Coğrafi işaretlere ilişkin anılan hükümlerden ve gerek ilgili uluslararası anlaşmalardan anlaşıldığı gibi mahreç adlarının, coğrafi işaretler bağlamında en geniş kapsamlı olduğu anlaşılmaktadır. Coğrafi işaretlerin menşe adlarla bağlantısına gelince, tüm menşe adları aynı zamanda coğrafi işarettir, fakat bazı coğrafi işaretler menşe adı değildir. Kısaca, mahreç işareti belli bir ürünün coğrafi menşesini çağrıştıran her çeşit sözcükleri içeren geniş bir deyim bileşimidir. Coğrafi işaret ve menşe ad ise ürünün ünü, kalitesi ve niteliklerini coğrafi kaynağı ile ilişkilendiren terimlerdir.

Ayrıca, coğrafi işaretin tesciline başvurma hakkına şip olacak kişilerin kapsamı nitelikleri bakımından SMK'nun 36.maddesince sınırlandırmıştır. Bu maddenin birinci fıkrasına göre, "Aşağıda sayılanlar coğrafi işaret... tescil başvurusunda bulunma hakkına sahiptir: a) Üretici grupları, b) Ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alanla ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, c) Ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler, ç) Ürünün tek bir üreticisi varsa, bu durumu ispat etmesi şartıyla ilgili üretici". Bu anlamda ürünün kaynak coğrafi



yeri bakımından ülke içi veya ülke dışı ayrımı yapmaksızın yurtdışı yurtdışı, yabancı veya Türk vatandaşların da kanunda belirtilen nitelik ve koşullara göre coğrafi işaret sicilinde bulunabilecektir. Tescil başvurusunun konusu yabancı ülke kaynaklı bir coğrafi işaretin Türkiye'deki korunan coğrafi işaret ile aynı olması halinde bunlar arasında tüketicilerin karıştırmaları olasılığı göz önünde tutulur ve yabancı ülke kaynaklı coğrafi işaretinde üretim yeri olan kaynak ülkenin açık ve görülebilir biçimde belirtilmesi koşuluyla kullanımına izin verilebilir (SMK.m.39/2).

Nitekim hangi ürünlerin veya işaretlerin coğrafi işaret olarak tescile konu olmayacağı SMK'nun 35.maddesinde belirtilmiştir. Bunlar, coğrafi işaretin tanımı ve özelliğine ilişkin SMK'nun 34.maddesinin kapsamına girmeyen adlar, ürünlerin öz adları, ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek benzer adlar, kamu düzenine ve genel ahlaka aykırı adlar, yabancı ülke kaynaklı olup kendi ülkesinde korunmayan veya kullanılmayan adlar ve tescilli veya başvurusu yapılmış bir coğrafi işaret ile tamamen veya kısmen eş sesli olan ve tüketiciyi yanıltabilecek adlardır. Ayrıca, tescilli veya tescile konu olan bir coğrafi işaretin, mal veya hizmet markası olarak yapılan tescil başvurusu kabul edilmez ve eğer tescil edilmişse dava yolu ile geçersiz kılınabilir (SMK.m. 48).

- **Coğrafi işaretlerin teknik oluşumu bakımından**

Coğrafi işaret olarak oluşturulacak adların kapsamı ve niteliği ise marka, patent veya diğer sınai mülkiyet işaretlere oranla teknik anlamda daha dar ve sınırlıdır. Çünkü, coğrafi işaretlerin ancak ilgili ürünün kökenini gösteren coğrafi bir yerin adları ile sınırlanmıştır (bir yöre, bölge veya ülke). Coğrafi işaret olarak tescile elverişli olmayan adlar, genel olarak, coğrafi işaretin gerek menşe adı ve gerek mahreç adı bakımından tescil edilebileceği ölçüde SMK'nda tanımlanan niteliğine uymayan adlardır (SMK.m.33/a, 34).

- **Coğrafi işaretlerin kullanımı bakımından**

Coğrafi işaretleri denetim süreçleri içinde usulüne göre kullanılmadığına ilişkin kurum incelemesi sonucu bu işaret hakkı da iptal edilebilecektir. Ayrıca coğrafi işaretlerde Kurum tarafından oluşturulan amblemin<sup>28</sup> kullanımı da zorunlu görülmüştür. Tescilli coğrafi işaretler, ancak sicilde belirtilen şartlara uygun ürünleri üretiminde veya bu ürünlerin pazarlamasında faaliyet gösterenlerce kullanılabilir. Bunun için bu kişilerin coğrafi işarete yönelik üretim ve pazarlama faaliyet gösterdiklerine ilişkin tescil ettirene bildirimde bulunmaları gerekir. Tescilli coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip kişilerin bu işareti kullanırken bunu amblem ile birlikte ürün veya ambalaj üzerinde kullanmaları zorunludur<sup>29</sup>. Oysa, ürünün niteliği gereği bu tür kullanım biçimi elverişli değilse, amblem ile tescilli işaret veya ad, işletmede kolayca görülecek şekilde gösterilmesi gerekir (SMK.m.46)<sup>30</sup>. Türkiye'nin ikili veya çok taraflı ülkelerle yaptığı anlaşmalar kapsamında öngörülen yabancı ülkelere ilişkin coğrafi işaretler için amblemin kullanımı zorunlu değildir. Bu amblemler, Türkiye piyasasında Türkçe biçimi ve dış ticarete konu olan ürünlerde ise yabancı biçimde amblemin kullanımını tercih edenler kurumun internet sayfasında Türkçe karşılığında yabancı dilde biltilen biçimini kullanabilirler.

Coğrafi işaretin kullanımı, diğer sınai mülkiyet değerindeki ticari işaretlerin iyi niyetli kullanımı ile uyumludur. Bu çerçevede gerçek kişi tacirin adı veya tüzel kişi unvanı, ilgili kişilerce ticaret

<sup>28</sup>.SMK'nun 2.maddesinin (a)bendindeki tanıma göre, bu kanun kapsamında Amblem: Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adlarının bu Kanun hükümlerine uygun olarak tescil edilmiş olduğunu gösteren ve Kurum tarafından oluşturulan; tescil edildiği adla birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanılan ya da niteliği gereği ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda kolayca görülebilecek şekilde hak sahibi kullanıcılar tarafından uygulanan ve coğrafi işaretler bakımından kullanılması zorunlu olan işareti, ifade eder.

<sup>29</sup>.Bu yönetmeliğin 6. Bendi gereğince Amblem, çapı 15 milimetreden küçük olmayacak şekilde kullanılır. Ayrıca aynı yönetmeliğin 7.maddesi gereğince, Amblem, yönetmeliğin ek-1'de belirtilen şekilde, üçgenlerin çevrelediği daire içinde yer alan köşeli parantez arasındaki Türkiye haritasından oluşur. Menşe adı ambleminde kırmızı, mahreç işareti ambleminde yeşil, geleneksel ürün adı ambleminde ise turkuaz rengi hâkimdir. Görünürlüğü zorlaştıran renkli zemin üzerinde amblemin kullanılması halinde, amblemin etrafında sınırlandırıcı bir dış daire kullanılır. Bu durumda dış daire ile üçgenler arasında kalan zemin beyaz olmalıdır. Ambalajda yer alan diğer tüm unsurların sadece siyah, sadece beyaz veya siyah-beyaz olması halinde amblemin siyah-beyaz kullanımı da mümkündür.

<sup>30</sup>. Tescilli coğrafi işaretin kullanımı ile amblem ve amblemin kullanımına ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirleneceği SMK'nun 46.maddesinin 5. Bendinde öngörülmüştür.

faaliyetlerinde halkı yanıltıcı nitelikte olmadıkça coğrafi işaretin SMK'nun 44 ve 45.maddelerinde öngörülen durumların ihlali sayılmamaktadır (SMK.m.47). Aynı şekilde, coğrafi işaretle aynı veya benzer bir marka, coğrafi işaretin korunmasından önce iyi niyetle tescil edilmiş veya bu markanın kullanım hakkı iyi niyetle kazanılmışsa, coğrafi işaretin hak sahibine verilen yetkiler, marka başvurusunun tesciline ve iyiniyetli kullanımına zarar vermez (48/2).

### 1.2.3. Coğrafi İşaret'in Özellikleri

Coğrafi işareti, SMK'nun 33. maddesi gereğince, doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan gıda, tarım, maden, el sanatları ürünlerle sanayi ürünlere konu olduğu durumda tescil ile edinen haklar, koruma altına alınacaktır. Nitekim, coğrafi işarete konu olan ürünün maddi anlamda bir mal özelliğinde olmalıdır. Bu anlamda SMK'nun 37.maddesinin 2.fıkrasının (c) bendi gereğince, coğrafi işaretin tescil başvurusunda bu işaretin kapsamındaki ürünün veya hammaddesinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyuşsal özelliklerini açıklayan teknik bilgi ve belgelerin sunulması gerekir. Bu bakımdan sırf hizmet niteliğindeki ürünlerin örneğin bankacılık, sigortacılık veya turizmciilik hizmetler, coğrafi işaretlerin konu kapsamı dışında kalacağı anlaşılmaktadır.

Ayrıca coğrafi işaretler, diğer bazı sınai mülkiyet değerleri simgeleyen işaretlerin aksine tescil edenin bu işaretin kullanımında münhasır tek hakkına sahip olmamasıdır (SMK.m.44/7). Dolayısıyla bu hakkı kullanma, coğrafi işareti tescil eden kişiye özgü olmadığından bu işaretin tescilde belirtien kullanım koşullarına uygun faaliyet gösteren bu hakkın kullanımında bulunabilir. Bu bakımdan bu coğrafi işarete ilişkin mülkiyet hakkı ve kullanımı, kolletif hak özelliğine sahiptir.

Coğrafi işaretlerin kullanımı, bazı diğer sınai mülkiyet değerini taşıyan işaretlerin aksine Türk Patent ve Marka Kurumu'nun denetimine tabidir. Tescilli coğrafi işarete konu olan ürünlerin üretimi, pazarlaması veya dağıtımını süreçlerinde veya piyasadaki kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğu bu denetimin her türlü faaliyetini içerecektir. Bu denetim başvuruda belirlenir ve Türk Patent ve Marka Kurumu'nca yeterliliği onaylan denetim yetkilisi tarafından yerine getirilir. Coğrafi işaretin tescili Kurum bülteninde yayımı tarihinden itibaren denetim raporları, kural olarak her yıl bir defa ilgili Kurum'a sunulur (SMK.m. 49/2-3-4)<sup>31</sup>.

### 1.2.4. Coğrafi İşaret'in İşlevleri

Coğrafi işaretin ana işlevleri başında ürünün coğrafi yer kaynağını diğer coğrafi yerlerdeki aynı ürünleri, niteliği, ünü veya diğer bir özelliği bağlamında ayırt edici işlevidir. Coğrafi işaretin bu işlevi aynı zamanda konu ettiği ürüne bir coğrafi ve yerli bir kimlik kazandırmıştır. Coğrafi işaret, diğer bir yönüyle konu ettiği ürünün üretim biçiminin (doğal üretimiyle beşeri unsurların üretiminden pazarlanmasına dek yapılan biçimsel katkılar) ve kalitesinin özelliklerini garanti etmeye yönelik işlevidir. Bu işlevin görülmesinde coğrafi işaretin tescilinde sunulan tescil şartnamesiyle belirlenen teknik yöntem ve koşullar ile ürünün bu şartnameye göre sürekli Kurumun denetim altında bulunmasının büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, coğrafi işaretin anılan işlevleri güdümünde bu işaretin konu ettiği ilgili ürünün ulusal ve uluslararası ilgili pazarlarda pazarlama aracı olarak işlev görmesidir.

Hukuki ve ekonomi bakımından coğrafi işaret, hak sahipleri bağlamında sınai mülkiyet değerindeki ekonomi bir hak niteliğiyle ulusal ve uluslararası alanda haksız rekabet karşı etkin koruma hakkından yararlanmaya ve bu işaretin konu ettiği ürünün kaynak yeri bağlamında üretim kültürünün, geleneğinin sürdürülebilir bir hukuki korumanın altında olmasını sağlayacak bir işlevi gütmektedir. Coğrafi işaretler bu işlevi ile büyük etkende ulusal ekonominin eşit dağılımda kalkınmasını da sağlayacaktır. Çünkü her yöre veya bölge, gerek şehir gerek köy veya kasaba düzeyinde kendi coğrafi yerlerinin doğal ürünlerine kendi özgün kültürel emekleriyle belirgin

<sup>31</sup>. Şikayet halinde Kurum denetim raporların bu sürenin dolmasından önce talep edebilir. Tescil ettiren, denetim masraflarını denetlenenlerden isteyebilir. Coğrafi işaretin kullanım süreçlerinin denetim usul ve esasların ayrıca yönetmelikle belirleneceği kanunda öngörülmüştür. SMK'nun ikinci kitabın ana konusunu oluşturan coğrafi işaretler ve geleneksel ürünler adlara ilişkin denetim, başvuru yapan tarafından oluşturulan denetim merciinin yaptığı denetimleri kapsamakta olup, 11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu ile diğer kanunlarda yer alan coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının denetimine ilişkin hükümler saklıdır (SMK.m.49/5,6,7).

nitelik veya özellik katmakla ekonomi ve ticari gelişmesine özen göstermelerine ve bununla birlikte sosyo ekonomi birikimleriyle teknoloji ve ekonomi gelişmelere katkıda bulunabileceklerdir. Coğrafi işaretlerin coğrafi yerin ürününe, bölgesine ve kültürüne yönelik sağlayacağı bu işlevlerle ülkenin turizmüne de büyük katkı sağlayacaktır.

### 1.2.5. Coğrafi İşaretin Korunmasına Yönelik Yasal Düzenlemeler

Coğrafi işaretler<sup>32</sup>, Türk hukukunda 1995 yılından önce tescil yoluyla korunma hakkından yoksun idi. Bu dönemde coğrafi işaretlerin korunması bir yönüyle genel olarak TTK'nun "Haksız Rekabet Hükümleri" çerçevesinde ve diğer yönüyle marka hukuku kapsamında bu koruma dolaylı olarak sağlanmakta idi<sup>33</sup>. Coğrafi işaretlere özgü yasal düzenleme "Coğrafi işaretlerin korunması hakkında kanun hükmünde kararname" 27 Haziran 1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, 22 Aralık 2016 tarihinde yürürlükten kaldırılmış ve coğrafi işarete ilişkin yasal düzenlemeye 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun (2.kitabı)33-54. maddelerinde yer verilmiştir.

Coğrafi işaretlerin marka hukuku içerisinde dolaylı korunması ilkin 1965 tarihli yasa ile başlamış olup 1995 tarihli ve 551 sayılı Markalar Kanunu'nun 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde "...markanın tescilini isteyen kimsenin ikamet, istihsal, imal veya ticaret mahalli ile ilgisi bulunmayan menşe işaretlerini havi işaret ve adlar"ın marka olarak tescil edilemeyeceğini hükme bağlamıştır. Aynı kanununun 6.maddesinin 1. fıkrasının (a) bendin ise"...münhasıran markanın üzerine konacağı eşyanın çeşidi, cinsi, vasfı, miktarı, kıymet ve menşeyini, sevk ve tahsis bulunduğu yeri veya zamanı gösteren işaret ve kayıtlardan ibaret bulunan markalar marka olarak tescil edilemez" hükmünü içermektedir. Anılan bu hükümde, menşe adlarının marka olarak tescil edilmeyeceği öngörülmektedir.

Ayrıca coğrafi işaretler de aynı marka gibi sınai mülkiyet değeri olduğundan genel olarak TTK'nun 54 ile 63 maddeleri arasında hakız rekabete ilişkin hükümlere tabi olup haksız rekabete karşı edinen hakları korumaya yönelik hukuki yollara başvurabilecektir. Görüleceği gibi coğrafi işaretlerinin de bu bağlamdaki hakları genel olarak, BK ve gerek TTK'nun anılan hükümleriyle haksız rekabet karşı korunabilecektir.

## 2. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Farklı Yönleri

### 2.1. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Teknik Yapı Ve Niteliği

Marka ve coğrafi işaretin temel amacı genel olarak konu ettikleri bir ürünü belirli kaynak temelinde diğer benzer ürünlerden ayırt etmeyi sağlamaktır. Marka bu bağlamdaki ayırt edicilik yönünde bir işletmeyi kaynak almaktadır. Coğrafi işareti ise, gerçek bir coğrafi yer kaynağını temel etmektedir. Anlaşılabileceği gibi marka, bir işletmenin mal veya hizmet niteliğindeki ürününü diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlamaktır. Her iki marka ve coğrafi işaret türleri aynı güdümden, ürünleri piyasada ayırt edici kaynak ve özellikleriyle tanıtıcı amacıyla sınai mülkiyet hakkını taşıyan ticari bir değer katmaktadır. Ancak bu işaretler gerek teknik yapısı ve niteliği ve gerek hak sahipliği, kullanımı, konu ettikleri ürünlerin özelliği ve işlevleri bakımından birbirinden farklılık göstermekle birlikte, aynı zamanda temel niteliklerinde ve amaç güdümlerinde bazı benzer yönleri sahiptir.

Bu işaretlerin ayırt edici ölçüsünün önemli temel yapısını, hitap ettiği kişi çevresinin kayde değer bölümündeki algılama gücü oluşturmaktadır<sup>34</sup>. Bu bakımdan SMK kapsamında gerek bu işaretlerin teknik oluşumuna ve gerek bu işaretlere konu olan ürünlerin özelliklerine ve kapsamına belirli sınırlam getirilmiştir. Bunun için marka ve coğrafi işaretleri, SMK'nun ilgili hükümlerinde teknik özelliklerinin tanımından sonra anılan sınırlamalar kapsamında hangi işaretlerin marka veya

<sup>32</sup>.a) **Menşe adı**:Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlardır. b) **Mahreç İşaretler**: Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan işaretlerdir.(2) Coğrafi bir yer adı içermese dahi birinci fıkrada yer alan şartları taşıyan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan, günlük dilde yerleşmiş ve coğrafi bir yer adı içermeyen adlar da menşe adı veya mahreç işareti olabilir.

<sup>33</sup>.Marka kanununun ilgili hükümlerine göre "coğrafi işaret" marka olarak tescil edilmemesidir.

<sup>34</sup>. Bkz. Eroğlu, S. (2003), Soyut Renk, Ses ve Üç Boyutlu İşaretlerden Marka Olarak Tescili, DEÜHF, Cilt:5, Sayı:1, s.98-99.

coğrafi işaret olarak tescile tabi olup olmayacağı ve daha sonra hangi ürünlerin bu işaretlere konu olup olmayacağı belirtilmiştir.

Marka bakımından kanun koyucu ticaret alanında bazı işaretlerin tescil edilmesini yasaklamıştır. Bunlar malın cinsi, türü, niteliği, kalitesi, miktarı, amacı, değeri, coğrafi kaynağı ile malın üretildiği, hizmetlerin sunulduğu zamanını gösteren, malın veya hizmetin diğer özelliklerin, belirten veya adlandırması özgü veya esas unsur olarak içeren işaretlerdir (SMK.m.5/1-c). Bununla bir coğrafi işaret bir marka olarak veya malın coğrafi kaynağı da halkı yanıltacak biçimdeki işaretler de marka olarak tescile elverişli değildir. Nitekim, tescilli coğrafi işaretten oluşan veya tescilli coğrafi işaret içeren işaretler de SMK'nun 5.maddesi gereğiince marka tescilinde kesin ret nedenleri arasında sayılmıştır.

Sınai mülkiyet haklarının kapsamında yer alan marka veya coğrafi işaretler, belirli mal veya hizmetler ile müşteri çevresi arasında bir çekim algısını oluşturan araçlardır. Bu araçlar, görülebilen basılabilen maddi simgelerdir. Ancak coğrafi işaretlerden farklı olarak marka işaretler, kayıta görülebilen nota veya formül temelinde dayalı ses ve kokunun kullanımı mümkündür. Nitekim her iki marka ve coğrafi işaretlerin tescilinde bu işaretlerin görülebilir ve basılabilen nitelikte olması yeterli olsa da kullanımında ise bilimsel yapıda objektifliği ölçüsünde kişi duyularını hitap edecek duyu işaretlerin kullanımında sakınca olmayacağı düşünülebilir. Çünkü, duyu işaretlerin etkin biçimde çağırıştıran etkiye sahip olabilmektedir<sup>35</sup>.

Coğrafi işaretlere konu olan ürünün, kökeni olduğu coğrafi yerin doğal unsuru ile beşeri emeğin bir araya gelmesinin bir sonucu olmalıdır. Bu nedenle coğrafi işarete konu olacak ürünlerin beşeri unsurun hizmet katkısıyla ortaya çıkan bir maddi anlamda bir mal veya eşya nitelikte olması gerektiği anlaşılmaktadır(SMK.m.37/1-ç)<sup>36</sup>. Coğrafi işaretler, SMK'nun 5.maddesinin 1.bendinin (d),(e), (f) ve (i) fıkraları gereği, marka olarak tescile elverişli değildir. Nitekim, coğrafi işaret SMK'nun 34. maddesinde nitelendirilen işaretlerle sınırlı tutulduğundan marka olarak tesciline elverişli değildir (SMK.m.35). Bu bakımdan her türlü sayılar, renkler, sesler, sözcükler, şekiller, harfler ve kişi adları bu anlamda bir malın kökeninin bulunduğu belirli bir yerin adıyla özdeşleştirilmedikçe coğrafi işaret olarak tescil edilememektedir. Ayrıca tüketicileri yanıltacak biçimde tescile konu olacak coğrafi işaretin tescilli veya başvurusu yapılmış bir coğrafi işaret ile tamamen veya kısmen eş sesli bir ad olmaması gerekir (SMK.m.35/1-e).

Coğrafi işaretin ad kapsamı marka'ya oranla teknik anlamda daha sınırlıdır. Çünkü, coğrafi işaretlerin ancak ilgili ürünün kökenini gösteren bir yerin sınırlarını belirtir (bir yöre, bölge veya ülke) biçimde olmasıyla bu coğrafi alan ile ürünün bilgin bir niteliği, ünü veya diğer özelliğinin özdeşleşmiş olması gerekir.

Coğrafi işaret olarak tescile elverişli olmayan adlar, SMK'nun 35.maddesinde belirtilmiştir. Bu adlar, coğrafi işaretin gerek menşe adı ve gerek mahreç işaret olarak tescil edilebileceği ölçüde tanımlanan niteliğine uymayan adlar; Ayrıca SMK'nun 35/a maddesine göre gibi, coğrafi işaretlere konu olacak ürünün öz adını oluşturan adlar ile coğrafi işaretlere konu olan ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olab bitki tür ve çeşitleri, hayvan ırkları veya benzer adlar, coğrafi işaret olarak tescil edilmez.

## 2.2. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Tescil ve Kullanımı

Marka'nın kullanımı ve tescili veya tescilli markanın kullanımı, hak sahibi için kural olarak yasal bir zorunluluk değildir. Ancak tescilli bir marka, tescil edildiği tarihten markaya konu olan mal veya hizmete ilişkin hak sahibi Türkiye'de ciddi bir şekilde kullanılmaması veya haklı bir neden gösterilmeksizin 5 yıl aralıksız kullanılmaması durumunda tescilin iptaline karar verilir (SMK.m.9). Ancak coğrafi işaretin tesciliyle tescil ettiren, bu işarete ilişkin münhasır bir mülkiyet hakkına sahip olmadığı ve her kişi coğrafi işaretin tescilinde öngörülen koşullara uygun bu işaretin kullanım hakkına sahip olabilecektir. Bu bakımdan coğrafi işaretin kullanım hakkı, markanın aksine uzatılabilir nitelikte belirli bir süre ile sınırlı olmamakla birlikte hak sahibinin coğrafi işarete ilişkin kullanım hakkını belirli süre içinde kullanmamasından dolayı tescilin iptaline karar

<sup>35</sup>. Bahtiyar, 2012, s. 119.

<sup>36</sup>. Bkz. bu makalede 1.2.2.Coğrafi işaretin niteliği

verilmemektedir. Gene, coğrafi işaret, markanın aksine Türk Patent Enstitüsü Kurumca yeterliliği onaylanan merci tarafından denetime tabi tutulacak ve yapılan kullanımın tescil koşullarına uygunluğu bakımından her yıl Kuruma rapor sunulacaktır. Yapılan denetim işlemleri, kanunda belirtilen biçimde yerine getirilmemesi dolayısıyla coğrafi işaretin hükümsüzlüğü, her menfaat sahibice mahkemede istenebilir (SMK.m.49,50) <sup>37</sup>. Ayrıca, coğrafi işaretin tescili, SMK'nun bakımından zorunlu olmamakla birlikte, uygulamad özellikle ithalat ve ihracat işlemlerin kolaylaştırılmasında bu tür işaretlerin kullanılması gerekli hale gelmiştir. Ayrıca, coğrafi işaretin tescilinin ülkesel etkiye sahiptir. Böylece Türkiye'de tescil edilen bu işaret, sadece Türkiye sınırları içinde geçerlidir. Yurtdışında coğrafi işaretin kullanımından yararlanmak isteyen her ülkede yasal düzenlemesine göre başvurması gerekmektedir<sup>38</sup>.

Markaya konu olan mal ve hizmet ürünlerin her biri, hak sahibinin markasını kullanmadan her yerde ve her kişiye üretilmesi veya pazarlaması mümkündür. Ancak bu kullanımı diğer bir kişiye ait marka işareti altında yapmak isterse, marka sahibinden izin alması gerekir. Marka sahibinin izni oldukça diğer her kişi ürünlerine ilişkin faaliyetlerinde her yerde bu markayı kullanabilir. Ancak coğrafi işaretler bakımından bu durumun kapsamı sınırlıdır. Coğrafi işaretin menşe adına konu olan ürünler, tescilli olduğu coğrafi yer kaynağı dışında üretilmez. Ancak mahreç işareti, ürünün özelliklerinin en az birinin o coğrafi yer kaynağının sınırları içinden kaynaklanması koşuluyla bu sınırlar dışında ülke çapında da üretilebilmektedir<sup>39</sup>. Ayrıca, coğrafi işaretin kullanım hakkı münhasiren sadece tescil ettirene ait olmayıp, her kişi anılan coğrafi işareti, tescil edildiği koşullarına ve özelliklerine uygun biçimde kendi üretim ve pazarlamasında tescil ettirene durumu bildirme koşuluyla kullanma hakkına sahiptir (SMK.m.46).

Marka'ya ilişkin SMK'nca sağlanan koruma haklardan yararlanmak için markanın kanunda belirtilen koşullara uygun olarak SMK'nun 11.maddesinde belirtilen belgelerle tescil için Kurumu'na marka sahibince veya marka vekilince başvurulur. Her bir markanın tescil talebi, ayrı başvuru ile yapılır. Nitekim, Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü'nün anlaşmasına taraf üye ülke uyruğuna veya bu ülkeden yerleşim yeri veya ticari işletmesi olan gerçek veya tüzel kişiler, bu üye ülkenin yetkili mercilerce markasını usulüne uygun tescil yaptırdığı tarihten itibaren alt ay içinde Paris sözleşmesi hükümleri kapsamında aynı marka ve aynı mal veya hizmetler için Türkiye'de başvuru talebi yönünde rüçhan hakkından yararlanabilir<sup>40</sup>. Belirtmek gerekir ki, marka tescili için başvuran kişi, SMK'nun 3. maddesinin kapsamı içinde sayılan niteliği taşımayan başvuranın başvurusu reddedilir (SMK.m.15/4). Tescilli markaya ilişkin SMK'nun sağladığı hakların koruması bakımından kullanım süresi başvuru tarihinden 10 yıldır. Bu süre isteğe bağlı olarak onar yıllık dönemler için yenilenir (SMK.m.23). Tescilli markanın kapsadığı mal ve hizmetler, inhisari veya inhisari olmayan biçimde lisans sözleşmesine konu olabilir. Marka türleri içinde garanti markalara konu olan ürünün coğrafi menşesini ve üretim usullerini garanti edilmektedir.

Coğrafi işaretin tesciline başvurma hakkına sahip kişilerin kapsamı, markaya göre daha dardır. Çünkü, bu işaret ilişkin başvuru sadece bu işarete konu olacak ürünün üretimi veya belirli nitelikteki ilgili coğrafi yer bağlamındaki kurum ve kuruluşlarla sınırlı tutulmuştur. Bu kapsamda coğrafi işaretin tesciline başvurabilecek kişiler, bu işarete konu olacak ürünün üreticisi veya üretici grupları, ürünün coğrafi alanına ilişkin kamu ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, ürünle ilgili kamu yararına veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatiflerdir (SMK.m.36).

Tescilli coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip kişilerin bu işareti kullanırken bunu amblem ile birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanmaları zorunludur. Oysa, ürünün niteliği gereği bu tür kullanım biçimi elverişli değilse, amblem ile tescilli işaret veya ad, işletmede kolayca görülecek

<sup>37</sup>. Coğrafi işaretlerin denetimine ilişkin usul ve esasların yönetmelikle belirleneceği SMK'nun 49.maddesinin altıncı bendine öngörülmüştür. Ancak, aynı maddenin 7.bendine göre, 11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu ile diğer kanunlarda yer alan coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının denetimine ilişkin hükümler saklıdır.

<sup>38</sup>. TESK yayınları, Bkz. www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/Cografii.html 02.11.2018.

<sup>39</sup>. TESK yayınları, Bkz. www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/Cografii.html 02.11.2018

<sup>40</sup>. Bkz. Arkan, 2014, s. 273

şekilde gösterilir (SMK.m.46)<sup>41</sup>. Tescilli coğrafi işaret, SMK'nun 44.maddesinde belirtilen biçimlerde veya tescile konu olan bir coğrafi işaretle ilgili olarak mal ve hizmetler için kullanılmak üzere yapılan marka başvurusu reddedilir. Anılan biçimde marka başvurusu tescil edilmişse dava yoluyla bu marka tescili hükümsüz kılınabilir (SMK.m.48/1). Nitekim SMK'nun 48.maddesinin 3.bendine göre, bir coğrafi işaret, marka ile aynı veya benzer olması halinde markanın coğrafi işaretin korunmasında önce iyi niyetle tescil edildiği veya bu markanın kullanım hakkı iyiniyetle kazanıldığı söz konusu ise, coğrafi işaretin hak sahibine verdiği yetkiler, marka başvurusunun tesciline ve iyiniyetli kullanımına zarar vermez. Menfaati olanlar, coğrafi işaretin tescilinin hükümsüzlüğünü mahkemeden isteyebilirler. Buna göre mahkeme coğrafi işaretin tescilin, SMK'nun 33, 34, 37 veya 39. maddelerde belirtilen şartlardan herhangi birine uygun olmadığını, tescil başvurusunda bulunanın SMK'nun 36.maddesinde belirtilen başvuru yetkisine sahip olmadığını ve SMK'nun 49.maddesi gereğince denetim işlemlerinin gereği gibi yerine getirilmediğinin tesbiti üzerine tescilli coğrafi işaretin hükümsüz sayılmasına karar verir. Coğrafi işaretin hükümsüzlüğüne ilişkin dava, sicilde tescil ettiren olarak kayıtlı olan kişiye karşı açılır. Bu tür davalarda kurum, taraf olarak gösterilmez (SMK.m.50). Ayrıca coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip olanların kötüniyetli hareket etmesinden dolayı zarar görenler tazminat istekleri saklı olmak üzere bu işaretin hükümsüzlüğü kararının geri dönük etkisi, karardan önce tescilin sağladığı haklara tecavüz nedeniyle alınan kesinleşmiş ve uygulanmış kararlar ile kurulmuş ve uygulanmış sözleşmeleri kapsamaz (SMK.m.51/2-a-b).

### 2.3. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Sahibine Sağladığı Haklar

Tescil edilen Marka, sahibine münhasır kullanım hakkını sağlamakla aynı zamanda bu hakkını başkasına kullandırma hakkını verir. Ayrıca kanunda belirtilen durumlara göre markanın tescilinden doğan haklarını korumaya yönelik tecavüzün engellenmesine, uğradığı zararın tazminat isteme hakkına ilişkin dava hakkını verir.

Coğrafi işaretler ise, bir ürünün belirli bir coğrafi yöre, alan veya bölge adı ile özdeşleşen özelliğinin veya niteliğinin korunmasına yönelik bir hak sağlanmaktadır. Coğrafi işaretlerin tescil edilmesi, tescil edene bireysel mülkiyet ve kullanım hakkı yaratmaz (SMK.m.33). Bazı yazarlara göre<sup>42</sup>, coğrafi işaretler, bireysel marka olarak korunmazlar. Ancak bununla birlikte, sadece kullanım sonucu belirli özellik taşımakla ayırt edici nitelik kazanan adlar ile fantezi isim olarak kabul edilenler, ürünlerin kaynağına ilişkin yanıltıcı veya tanımlayıcı bir durum oluşturmadıkları sürece bireysel marka olarak kullanılabilirler. Gene, coğrafi işaretin bireysel marka olması için gerçekleştirilen bu şartlar, sertifika markaları ve ortak markalar için geçerli olmayacağı ve bu yönde coğrafi işaretlerin bazı ülkelerde özellikle ABD'de etkin şekilde ortak marka ve sertifika markaları olarak kullanıldığını korunurlar.

### 2.4. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Sağladığı Hakların Sona Ermesi

Marka'nın, sona ermesi şu durumların birisinin gerçekleşmesiyle sona erir:

a)Tescilli marka, tescil edildiği tarihten itibaren 5 yıl aralıksız haklı bir neden olmaksızın kullanılmaması veya ciddi olarak mal ve hizmete ilişkin alanlarda kullanılmadığı durumda mahkemce markanın hükümsüzlüğüne karar verilir (SMK.m.9).

b) Marka sahibinin marka hakkından vazgeçmesi (SMK.m.28) (Ancak sicilde kaydedilmiş hak ve lisans veya tedbir kararları söz konusu ise, sahiplerinin izni olmadıkça marka sahibi, marka hakkından vazgeçmez).

c)Tescilli marka, belirtilen koruma süresi sonunda (10 yıl), gereken işlemlerle yenilemedikçe, sahibine sağlanan haklar sona erir (SMK.m.23, 28)<sup>43</sup>.

<sup>41</sup>. Tescilli coğrafi işaretin kullanımı ile amblem ve amblemin kullanımına ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirleneceği SMK'nun 46.maddesinin 5. Bendinde öngörülmüştür.

<sup>42</sup>. Coşkun, Y.A. (2001) Uzmanlık Tezi, TPE, Ankara, s.20.

<sup>43</sup>. Marka tescilinin nisbi ret nedenlerinden "Tescilli markanın yenilenmeme sebebiyle koruma süresinin sona ermesinden itibaren iki yıl içinde yapılan, bu markayla aynı veya benzer olan ve aynı veya benzer mal veya hizmetleri içeren marka başvurusu, önceki marka sahibinin itirazı üzerine bu iki yıllık süre içinde (ortak ve garanti markalarda ise 3 yıl) markanın kullanılmış olması şartıyla reddedilir.(SMK.m.2/7-8).

d) Tescilli markanın SMK'nun 25.maddede belirtilen durumlarda menfaati olanların davalarına konu olup hakkında hükümsüzlük kararının verilmesiyle sona erir.

e) Tescilli marka, SMK'nun 26.maddesinde belirtilen durumlara ilişkin Türk Patent Kurumu'nun İptal kararına konu olan olmasıyla sona erir.

Coğrafi işaretler ise, aşağıdaki durumlarda sona erir:

a)Coğrafi işareti, 36 ve 49.maddelerde belirtilen şartları sağlanmadığı durumda ya mahkeme kararında veya kurumca resen veya dolaylı olarak tespit edilmesiyle bültende yayınlanmasına müteakip 3 ay içinde ilgililerce başvuru veya tescil kayıtlarında değişiklik talebinde bulunmaması veya talebin uygun olmaması halinde coğrafi işaret hakkı sona erir. (SMK.m.43).

b)Mahkemece aşağıda belirtilen durumlarda SMK'nun 50.maddesi gereğince tescilin veya başvurunun hükümsüzlüğüne kara verebilir:

aa)tescilin 33, 34, 35, 39. maddelerde belirtilen şartlardan birine uygun olmaması

bb)Tescilin başvurusu 36.maddesi kapsamında ilgili kişilerce yapılmamış olmasıyla tescil hakkının mahkemece hükümsüz kılınması (SMK.m.50/b)

cc)SMK'nun 49.maddesinde belirtilen biçimde denetim işlemlerinin yerine getirilmemesi, tescilin mahkemece hükümsüz kılınması (SMK.m.50/c)

c)Coğrafi işareti, tescil ettirenin tescilden sağladığı hakların ve kullanımının denetimine ilişkin sorumluluktan vazgeçilmesi halinde kanunda belirtilen koşullar altında sicil kaydının silinmesiyle sona erir.(SMK.m.52/2-3).

## **2.5. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Koruma Kapsamını Oluşturan Ürünler**

### **2.5.1. Ürünlerin Türü Bakımından**

Marka hakkının koruma kapsamını oluşturan ürünler ticari anlamda her türlü mal ile birlikte hizmet ürünleridir. Coğrafi işaretlere konu olan ürünler ise maddi nitelikteki malları kapsamakta olup niteliği itibarile doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesiyle oluşan gıda, tarım, maden, el sanatları ürünler ile sanayi ürünleri SMK'nun koruma kapsamındaki ürünleri içermektedir. Bu ürünler SMK'nun 33.maddesinde de belirtildiği gibi, gıda, tarım, maden, el sanatları ile sanayi ürünlerdir. Coğrafi işaretlerin tescili ile koruma kapsamına giren ürünler, mal ürünlerdir. Nitekim, coğrafi işaretin konusunu oluşturan ürünlerin eşya veya maddi niteliğinde olması gerektiğini SMK'nun 37.maddesinin hükümünden anlamak mümkündür. Bu durum coğrafi işaretin tescil başvurusunda başvuranın, ürünün maddi yapısına ve gerekirse hammaddesinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyuşsal özelliklerini açıklayan teknik bilgi ve belgeleri sunması gerektir (SMK.m.37/1-ç).

### **2.5.2. Ürün Sahibinin Niteliği Bakımından**

Marka hukuki anlamda ekonomi alanda bir girişimcinin mal veya hizmetlerinin diğer girişimcilerin mal veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayan ve kanunda belirtilen koşullar çerçevesinde bu ürünlerle bütünleşen her türlü simgelerdir. Bu bakımdan marka sahibine sağlanan koruma hakkının kullanımı, doğrudan doğruya girişimciye aittir. Gerçi, kanunda ve uygulamada markanın tescil ile sağlanan koruma haklarından yararlanmak isteyen kişinin girişimci veya ticari veya sınai faaliyette bulunması gerekmez. Nitekim SMK'nun 3. maddesi gereğince marka tesciliyle korumadan yararlanacak kişilerin başvuru koşulları çerçevesinde Türkiye vatandaşı veya Türkiye'de yerleşik olması yeterlidir. Ancak markanın sağladığı temel hak, sınai bir mülkiyet hakkı olmasında dolayı markanın en çok bağlı olduğu alan ticari piyasalarıdır. Oysa coğrafi işaretler, tescili ile koruma hakkından yararlanmak isteyen kişilerin SMK'nun 36. maddesi gereğince, ilgili ürünün üreticisi<sup>44</sup> veya üretici grubu<sup>45</sup>, coğrafi alanla ilgili kamu kurum ve kuruluşlar ile kamu

<sup>44</sup>Sınai Mülkiyet Kanununda üretici, sadece coğrafi işaret ve geleneksel ürün adlarını düzenleyen ikinci kitap kapsamına özgü olarak, "tarım ürünlerini, gıda maddelerini, madenleri, el sanatları ve sanayi ürünlerini üreten veya işleyen yahut tedarik zincirinde yer alarak ürünün tescile konu özelliklerini etkileyen bir işlem yapan kişi" olarak tanımlanmıştır (SMK.36/2).

<sup>45</sup>Sınai Mülkiyet Kanunu'nda üretici, sadece coğrafi işaret ve geleneksel ürün adlarını düzenleyen ikinci kitap kapsamına özgü olarak "kanuni oluşumuna veya bileşimine bakılmaksızın aynı ürünün üreticilerinden oluşan birlikler" biçiminde tanımlanmıştır.

kurumu niteliğindeki mesleki kuruluşu veya ürünle ilgili yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler olması gerekir.

### 3. Marka ve Coğrafi İşaretlerin Benzer Yönleri

Marka ve coğrafi işaretler, SMK kapsamında, belirtilen koşullar altında sahibine sınai mülkiyet hakkı tanıyan işaretler sayılmaktadır (SMK.m.2/1). Bu bakımdan her iki işaret türleri tescil ile sınai mülkiyet hakları, SMK'nun özel koruması altına alınmaktadır. Bu işaretler, temel amaçları bakımından konu ettikleri ürünleri belirli kaynak ve özellikleriyle özel bir tanıtıma araçları sayılır. Bu bakımdan bu özel tanıtım işlevleri gereği marka ve coğrafi işaretler konu ettikleri ürünleri diğer işletmelerin ve coğrafi yer kaynaklardaki ürünlerden ayırt edici niteliğe sahiptir. Bu ayırt edicilikleri, bu işaretlere ilişkin hakların korunmasındaki en temel etken sayılmaktadır.

Marka ve coğrafi işaretler, haksız rekabet eylemlere karşı özellikle ticari uygulamalarda aldatıcı eylemler ve yanıltıcı davranışlara karşı genel bir koruma haklarına sahip ise de, ancak sürekli ve düzenli bir bütüncül korumayı özel olarak SMK'nun belirlediği koşullar altında Türk Patent Enstitüsü Kurumu'na tescil ile elde etmektedirler (SMK.m. 7,44). Nitekim, her iki işaretin tescil ile sonuç itibarıyla bütünlüğü amaç, ülkenin teknolojik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktır (SMK.m.1). Her iki marka ve coğrafi işaretler, konu ettikleri ürünlerin kalitesini güvence altına almayı yönelik işlev görmektedir. Bu bakımdan bu işaretlere benzer olup tüketicileri yanıltacak veya tanımdak karıştırma olasılığının olmasına karşın bu işaretin hak sahiplerinin bu yönde bir takım hukuk tedbirleri alma hakkına sahiptir.

Her iki işaretin sınai mülkiyet hakkının korunması, özellikle işaretlerin ilişkilendirilmesinde ve kullanımında dürüstlük kuralına uygun davranmayı ve özene dayalı kişilerin iyi niyetini ölçü almıştır. Bu bağlamda coğrafi işaret ile aynı ve benzer bir marka, coğrafi işaretin korunmasından önce iyiniyetle tescil edilmiş veya markanın kullanım hakkını iyiniyetle kazanmışsa, coğrafi işaretin hak sahibin verdiği yetkiler, marka başvurusunun tesciline ve iyiniyetli kullanımına zarar vermez (SMK.m.48/2). Nitekim, bir marka tescil başvurusu veya rüçhan hakkının tarihinden önce ticaret alanında kullanılan diğer bir işaret için hak elde edilmişse bu işaret sahibinin itirazı üzerine marka başvurusu reddedilir (SMK.m.6/3). Coğrafi işaretler, kolektif bir kullanım hak niteliğinde olduğundan tesciline ilişkin kötü niyete dayalı bir davranışın ortaya çıkması çok kıt görünen bir durumdur. Ancak coğrafi işaretin kullanım hakkına sahip olanların kötüniyetli hareket etmelerinden dolayı zarara uğrayanlar, tazminat hakları saklı olmakla bu işaret hakkında verilen hükümsüzlük kararının geriye dönük etkisi, a) Karardan önce tescilin sağladığı haklara tecavüz sebebiyle verilen kesinleşmiş ve uygulanmış kararları, b) Karardan önce kurulmuş ve uygulanmış sözleşmeleri, etkilemez (51/2). Ancak, SMK'nun 6.maddesinin 9.bendini gereğince, kötüniyetle yapılan marka başvuruları itiraz üzerine reddedir. Markanın bu hükmünün öngörülmesinde markanın münhasir bir kullanım hak niteliğinde olmasının önemli bir payı olduğu anlaşılır.

### Sonuç ve Değerlendirme

Marka ve coğrafi işaretler, teknik ve hukuki nitelikleri bağlamında temel amaç ve işlevleri bakımından benzer ve ortak yönlere sahip olmakla birlikte işlevleri ile yönetim tekniklerinin farklı yönleri söz konusudur. Marka ve coğrafi işaretler benzer yönleri bakımından bir ürünün tanıtıcı kimlik niteliğini taşımaktadır. Her ikisi de kişilerin duyularını algılamaya iten iletişim gücüne sahip görsel araçlardır. Hukuki anlamda her iki işaret, uluslararası ve ulusal özellikle ticari ve ekonomi faaliyetlerde geniş ve genel biçimleriyle yeknesak kurallar niteliğindedir. Her iki işaret türü, sahibi için sınai mülkiyet değeri taşımaktadır. Bu değerden kaynaklanan haklarını özellikle mülkiyet hukuku çerçevesinde özel ve kapsamlı koruma hakkını elde etmektedir. Marka ve coğrafi işaretler, çeşitli ürünlerin üretim veya pazarlanmas faaliyetlerinde özellikle ticaret alanında girşimcilere ve üreticilere sağladığı sınai mülkiyet hakkı, doğal olarak fikri haklarda olduğu gibi doğasıyla sınai ve ticari girişimciliğinin bir ürünü olmakla birlikte bu hakların etkin bir hukuki düzeni içinde koruma altına alınması, hukuki iradenin bir sonuçudur. Bu bağlamda bu işaretlerin kullanım haklarının sınai mülkiyet hukuku kapsamında tescil ile elde edilmesi, sınai mülkiyet değerlerin bir bütünlük içinde her bir marka ve coğrafi işaretin ortak ve farklı yönlerinin karşılaştırılmasını ve hem aynı amaç ve



ortak mahiyette yakınlaşmasını sağlamaktadır. Çünkü, hukuki alanda bu işaretlerin hem mülkiyet değerlerinin ekonomi ve ticari değerler niteliğinde tanınmış olması ve bu değerlere ilişkin hakların korunmasını kendine özgü düzenleyici ve koruyucu hukuk disipline tabi edilmesi, her yönüyle bu işaretleri hukuki yapılar üzerine ülkenin teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmene önemli katkı ve amaç sayılmaktadır.

Marka ve coğrafi işaretlerin farklı yönleri, aslında bu işaretlerin herbirinin kendine özgü işlevinden kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan işaretin ekonomik işlevi, teknik özelliklerini de farklılaştırmaktadır. Marka, konu ettiği ürünleri belirli işletme bağlamında tanıtmakta olup coğrafi yer kaynağından bağımsızdır. Buna göre teknik anlamda işaret yapısının kapsamı, coğrafi işaretten daha geniş ve tercihe bağlı bir nitelik taşır. Ayrıca marka işareti, konu ettiği ürünlerin niteliği veya çeşitliliği bakımından belirli bir sınırlamaya tabi değildir. Bu ürünler, mal ürünleri olabileceği gibi hizmet ürünleri olabilir. Coğrafi işaretin temel işlevi ise, bir ürünü belirli bir coğrafi yer kaynağı bağlamında onu özdeşleşen belirgin bir niteliği, ünü veya özelliğiyle diğer coğrafi yer kaynağına ait ürünlerden ayırt etmeye yöneliktir. Buna göre, coğrafi işaretleri, teknik anlamda simgesel bir nitelikten ziyade gerçek bir coğrafi yer adı ile ürünün o yerle özdeşleşen bir özelliği ile oluşan bileşim adıdır. Coğrafi işarete konu olan ürünlerin, kural olarak doğal ve beşeri unsurların bir arda olmasının sonucu elde edilmiş olması gerekir. Aynı gıda, tarım, el sanatları ürünleri veya sınai ürünler gibi. Nitekim, coğrafi işaretleri, markadan farklılaştıran diğer bir sebep de, coğrafi işaretin, kamusal nitelikte olan coğrafi yerlerin kişilikleri ve ayrıca bu yerlerden üretilen ürünlerinin özelliğinin, ününün veya niteliklerinin kamusal yarara ilişkin olmasıdır. Bu bakımdan coğrafi işaretlerin tescil başvurusunda, tescil işlemlerinde, kullanım biçiminde ve bu bağlamda edinen hakların korunmasında ilgili Kurumun gözetimi ve denetimi daha anlaşılardır. Ayrıca coğrafi işaretin kullanılmasında amblemin zorunlu görülmesi, bu hakkın kullanılmasına yönelik kanuni bir şekil sayılır. Bu bağlamda bu işaretlerin kullanımını özel bir denetim biçimine tabi tutmuştur.

Anlaşılabacağı gibi, marka ve coğrafi işaretler temel mahiyeti gereği sınai mülkiyet değerinde mal veya hizmet üretiminde veya piyasas sunumunda ürünün farklı kimliğini tanımlayan ve benzer ürünlerden ayırıştırıcı iliştişim niteliğini taşımaktadır. Sınai mülkiyet işaretleri özellikle marka ve coğrafi işaretler, farklı ve ortak yönleriyle birbirini tamamlayan önmlü ticari ve ekonomi mülkiyet değerleridir. Bu değerler, görünüşte özel girişimcilik sonucu olarak görünse de, temelinde koruma ve güvenin yaratacağı kamusal güce bağlı olanaklara dayanmaktadır. Çünkü bu işaretler, muhtabı olan tüketiciler bağlamında ve koruyucu kurallar düzeninde kamusal temelden beslenmektedir. Bu nedenle bütün alanlarda bu değerlerin ediniminde ve kullanımında sosyal değerlerle kamu yararlarının temel alınması bir yönüyle bu değerlerin ekonomi ve ticari alanlarda korunması ve gelişmesine yol açacaktır. Nitekim, Türk sınai mülkiyet hukukunda bu değerlerin tanımlanması ve korunması, Türkiye'nin gerek ulusal ve gerek uluslararası alanda ekonomi, teknoloji ve sosyal disiplinlerin ilerlenmesindeki amacının önemli sonuçlarından sayılır.

#### Kısaltmalar

|       |  |
|-------|--|
| SMK   | : Sınai Mülkiyet Kanunu  |
| TBK   | : Türk Borçlar Kanunu  |
| TES   | : Türk Standartlar Enstitüsü   |
| TPE   | : Türk Patent Enstitüsü  |
| TRIPS | : The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights |
| TTK   | : Türk Ticaret Kanunu  |

#### Kaynakça

- Arkan, Sabih: Ticari İşletme Hukuku, 19.Baskı, Ankara 2014  
Bahtiyar, Mehmet: Ticari İşletme Hukuku, 12.Baskı, İstanbul 2012  
Berzek, Ayşe Nur: Ticaret Hukukunun Genel İlkeleri, 10.Baskı, İstanbul 2013  
Bozkurt, Tamer: Ticaret Hukuku I, Ticari İşletme Hukuku, 2.Baskı, İstanbul 2012  
Dönmez, İrfan: Markalar Ve Haksız Rekabet Davaları, Ankara 1997

- 
- Eroğlu, Sevilay: Soyut Renk, Ses ve Üç Boyutlu İşaretlerden Marka Olarak Tescili, DEÜHF, Cilt:5, Sayı:1, 2003,(s.95-165).
- Feyzan Hayal Şehirali, Patent Hakkının Korunması, Ankara 1998
- Karayalçın, Yaşar: Ticaret Hukuku Dersleri, Ankara 1957
- Keller, K: Strategic Brand Managment, Secound Edition, Prentie Hall,Usa 2003
- Lackert, Clark: Geographical Indications: What Does The WTO, TRIPS Agreement Require?", Trademark World, Vol: 109, 1998
- Stoll, Robert., "Trips Implementation On Geographical Indications", Apec Ipr International Symposium, Taejon 1999
- Stoll, Robert., "Trips Implementation On Geographical Indications", Apec Ipr International Symposium, Taejon 1999
- Taşkın, Çağatan/ Akat, Ömer: Marka Ve Marka Stratejileri, Buras 2008
- Yalçın, Uğur: Türkiye'deki Coğrafi İşaretlerin Tescil İşlemlerinin Tamamlanmasının Önemi", *Finansal Forum*, 2000.
- Coşkun, Yıldız. Asu, Coğrafi İşaretler, TPE Uzmanlık tez, Ankara 2001
- Wood, L: Brands And Brand Equity, Definition And Management, Management Decision, Vol.38, 2000.
- [www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/Cografi.html](http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/Cografi.html)