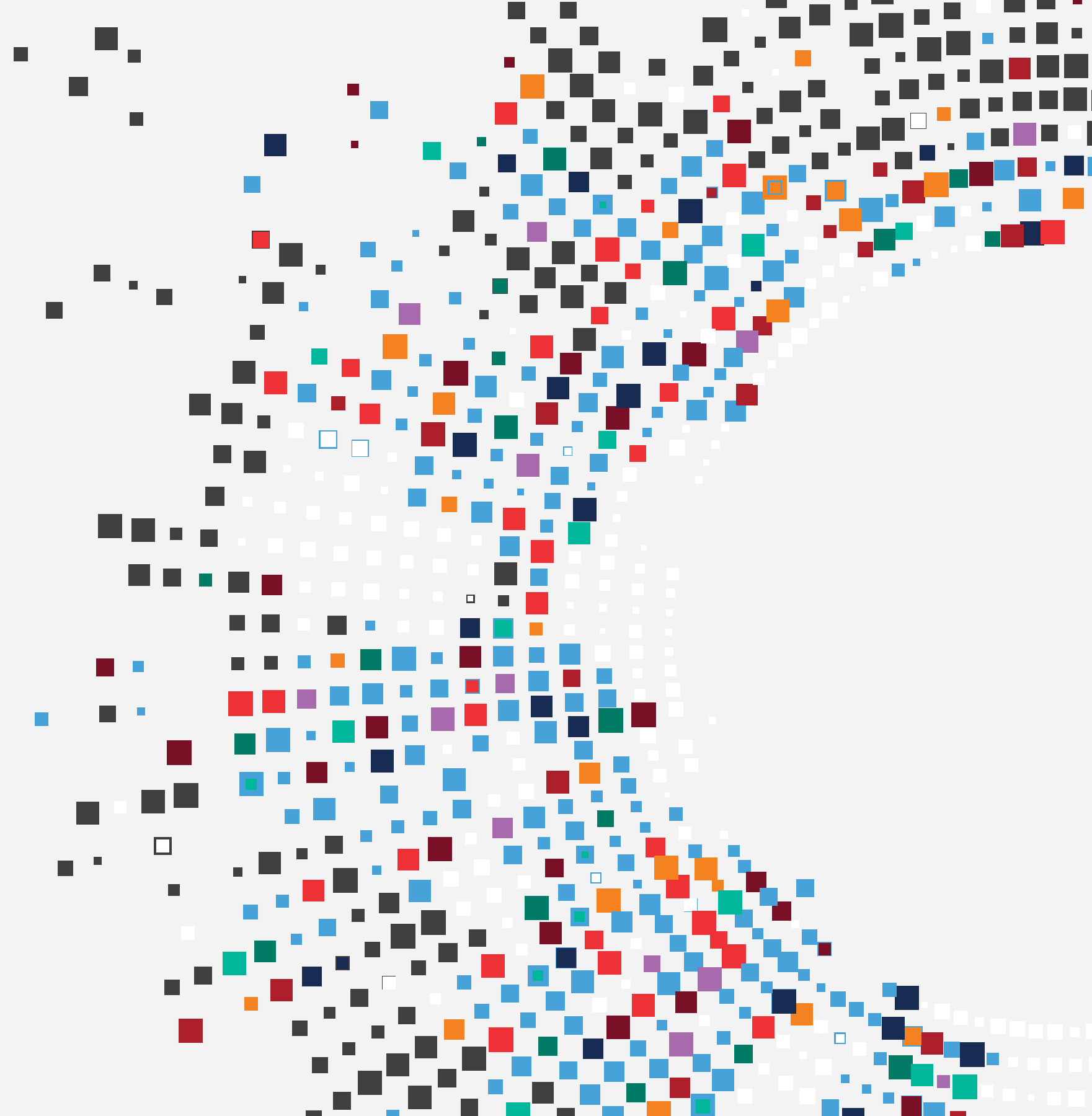


**Esin**  
**Attorney**  
**Partnership.**

# IP Quarterly Newsletter

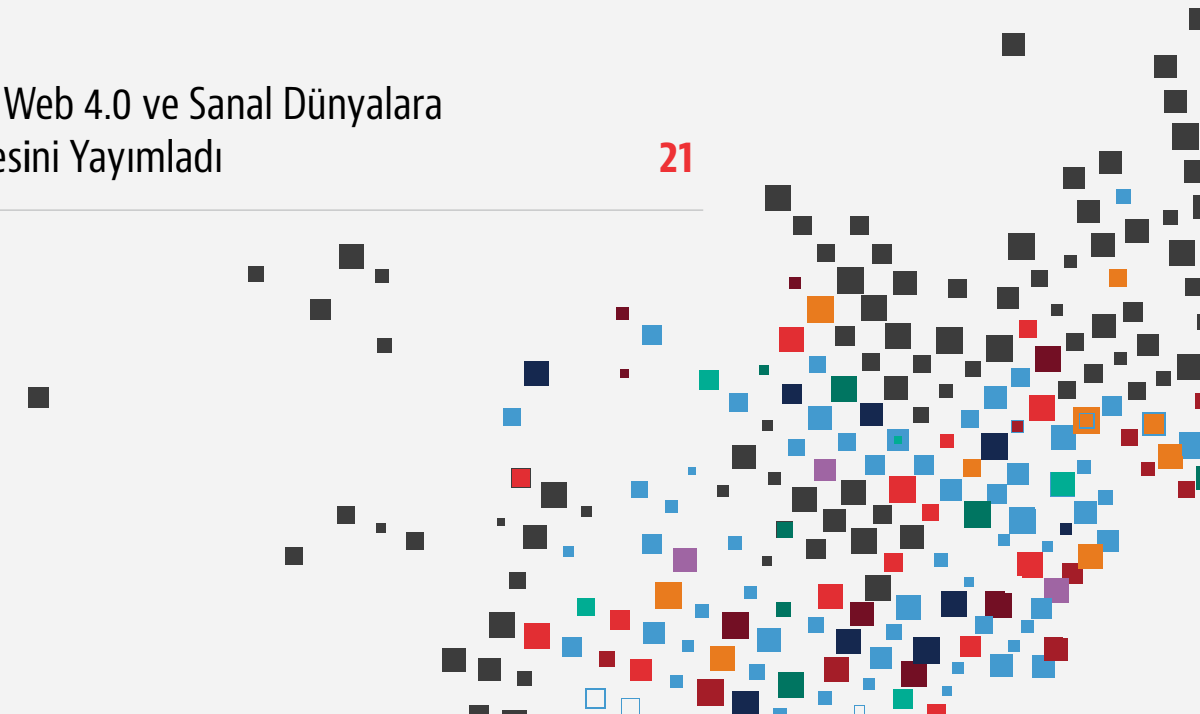
Issue 3 | September 2023



# Contents / İçindekiler

- 01** Can the “upcycling” trend dominating the fashion industry “cycle” into trademark infringement? **3**
- 
- 02** The legal armor of local production: geographical indication protection in Türkiye and the EU **7**
- 
- 03** Effects of the annulment of the provisions for deferral of the announcement of judgment to Intellectual Property Law **17**
- 
- 04** European Commission publishes strategy paper on Web 4.0 and virtual worlds **19**
- 
- Key Contacts / Önemli İletişim Bilgileri **23**
- 

- 01** Moda sektörüne hakim “ileri dönüşüm” trendi, marka hakkının ihlaline “dönüşebilir” mi? **5**
- 
- 02** Yöresel Üretimin Yasal Zırhı: Türkiye ve Avrupa Birliği’nde Coğrafi İşaret Koruması **12**
- 
- 03** Hükümün Açıklanmasının Geri Bırakılması Kurumunun İptalinin Fikri Mülkiyet Hukukuna Etkileri **18**
- 
- 04** Avrupa Komisyonu Web 4.0 ve Sanal Dünyalara İlişkin Strateji Belgesini Yayımladı **21**
- 



# 01 Can the “upcycling” trend dominating the fashion industry “cycle” into trademark infringement?

## I. What is the “upcycling” trend?

In today’s modern world, because of increasing environmental problems and the climate crisis, environmental awareness is becoming increasingly widespread on a global scale, both individually and socially. The momentum of environmental awareness has not only led to changes in behavior on an individual level, but also pushed commercial corporations and businesses to carry out their activities with an environmental awareness index. This shows that the issue transcends sectors. In fact, since the environmental awareness and sensitivity has spread in almost every aspect of the economy, the concept of “upcycling” has entered into our lives.

Upcycling essentially means the reuse of old and/or obsolete objects by transforming them into a product that will have a new value in a completely different way than the original. Upcycling is an environmentally sensitive recycling method that has applicability in many branches of the industry. By purchasing upcycled products, consumers have the opportunity to purchase luxury branded products, while engaging in environmentally beneficial behavior. In fact, sometimes upcycled new products are more in demand than the original ones.

One of the most common examples of upcycling is the fashion industry. The fashion industry offers a favorable practical and technical infrastructure for upcycling. Indeed, the fashion industry is a convenient platform for upcycling, as an outdated and unusable blouse can easily be transformed into a handy cloth bag. Likewise, this favorable platform also explains the acceleration of upcycling activities in the fashion sector.

## II. Potential legal issues arising from upcycled branded products

Upcycling activities, which have become increasingly widespread in the fashion industry, constitute positive sectoral progress indicating that environmental and climate awareness is also increasing at the same rate. Therefore, upcycling activities may occasionally lead to violations of intellectual and industrial property rights (IPRs). When the upcycled product keeps the original trademark, consumers may think that the original proprietor owns the upcycled product. Besides, if there is a particularly well-known trademark included in the upcycled product, this may turn into taking unfair advantage for the traders engaged in the upcycling activity. Absolute authorization of the use of upcycled products in the market may cause the trademark owners to lose reputation and control over their trademarks.

Likewise, the fashion industry is one of the industries where trademark rights are essential especially in the luxury clothing and accessories industry. The underlying reason for the current trend toward upcycling activities in the fashion sector may stem from the prestige, brand value or recognition of the upcycled brands, as well as the durability or quality of the material of the old or obsolete product. Thus, the relationship between possible trademark infringements and the upcycling trend, which is common especially in the luxury clothing and accessories industry, should also be examined. In fact, by retaining the trademark on an old or obsolete clothing or accessory, it may be possible to transform it into an alternative product. Such upcycling transactions may cause trademark infringement disputes, especially if the trademark becomes the main focus of the upcycled product. On the other hand, the “principle of exhaustion of rights” can be asserted against these claims.

Naturally, anyone who buys an original product on the market is free to use it as they wish and then resell it. As a rule, the original trademark owner does not have the right to prevent these activities. However, the “principle of exhaustion of rights” has some restrictions in various jurisdictions, including Türkiye. A trademark owner’s legitimate reason is a way to oppose further commercialization of its trademarks that are already on the market. It is debated whether an upcycled and trademarked product that is altered and transformed into a different form falls within this scope. Unfortunately, today, the boundary between trademark infringement and upcycling activities that are considered legitimate is not clear. At this point, it is necessary to discuss what kind of upcycling activities may constitute trademark infringement, the relationship between this and the “principle of exhaustion of rights” and what kind of criteria should be sought in this regard.

## III. Decisions by US jurisdictions on whether upcycled branded products constitute trademark infringement

It is necessary to determine the fine line between the compatibility of upcycling activities with industrial property law, which are common in the fashion industry, and the infringement of trademark rights. At this point, concrete disputes examined by global judicial authorities, particularly in the US, are important. As there are no direct and detailed decisions yet by Turkish courts on upcycling and possible constitution of trademark infringement, it will be useful to examine the issue in light of foreign court decisions. While examining these decisions, it is discussed which types of upcycling activities may constitute trademark infringement and under what conditions.

In a dispute before the US District Court of the Central District of California, the defendant engaged in the upcycling of swimming

trunks by a luxury brand into a hat. It was discussed whether this constitutes trademark infringement. The court ruled that the defendant's production of hats that retain the trademark of the plaintiff constitutes trademark infringement. The products that were offered for resale were significantly different from the plaintiff's original swimming trunks, and, therefore, they fell outside the principle of exhaustion of rights.

Another upcycling activity related to the luxury fashion industry has been the subject of a trademark infringement dispute before the US District Court for the Northern District of Texas. In this dispute, the defendant's upcycled products were imported from old and original watches produced by the plaintiff, a luxury watch manufacturer. The defendant integrated parts produced by third parties into these upcycled watches and carried out sales activities claiming that the products were "original." The court ruled that these products were counterfeit. In this respect, the court prohibited the defendant from producing the upcycled watches and from marketing these products as "original." Although the court found that the watches produced by the defendant through upcycling were counterfeit products, the court rejected the claimant's claim for payment of the defendant's profits from these products, having been aware of the defendant's activities for more than 10 years.

However, in a dispute before the US District Court for the Southern District of New York concerning the manufacture and marketing of new watches by upcycling old products of another luxury watch manufacturer, the court ruled that there was no infringement of the trademark right. The dispute is related to the production and sale of watches by the defendant as a result of the upcycling activities of watches produced between 1894 and 1950 by the plaintiff, a luxury watch company. Although the plaintiff's trademark is still legibly preserved in these upcycled watches, the defendant has clearly stated that the commercial source of the product is the defendant itself, both directly on the products in question and on the website and advertising materials through which the defendant carried out the marketing and sales. In this respect, the court rejected the plaintiff's claims, stating that reasonably prudent consumers would not have any doubt that the commercial source of the upcycled products was the defendant and, therefore, there would be no likelihood of confusion on the part of the relevant consumer.

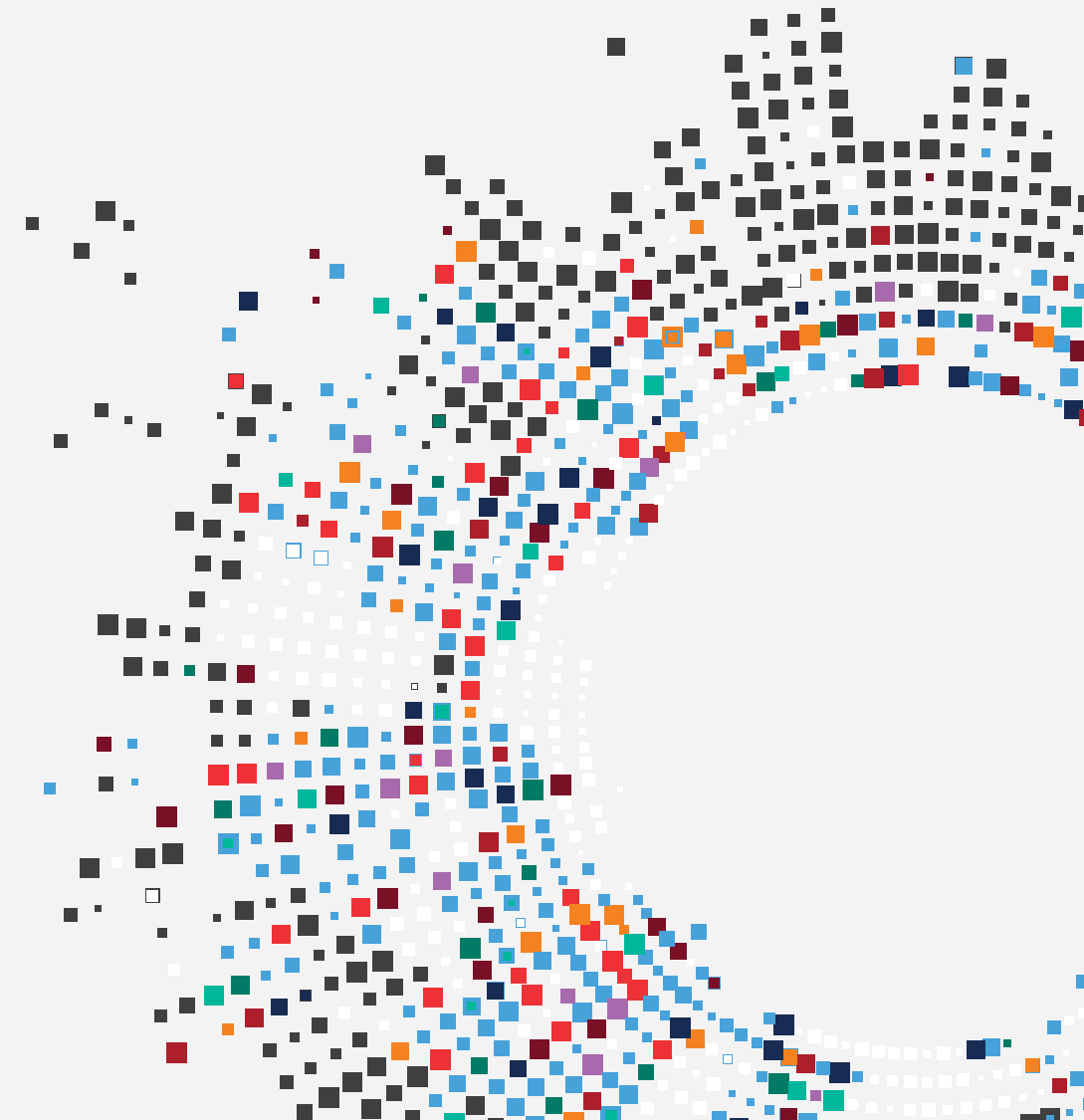
Although in the above-mentioned dispute it was ruled that the nuances added to the upcycled products by the defendant indicate that the defendant is the commercial source of the products, and this prevented a possible trademark infringement by eliminating the likelihood of confusion, in a case filed by a luxury watch company, the US District Court for the Central District of California ruled differently. In that case, the defendant converted watches manufactured by a luxury watch company into new watches by upcycling. The defendant company especially changed the dials of the old watches and removed the plaintiff's trademark. However, following the dial replacement and a fresh coat of paint, the defendant placed the plaintiff's trademark back on the dial. The court permanently prohibited the defendant from producing these upcycled products, even though the defendant had placed on a number of its products a representation that it was the commercial source of these watches.

#### IV. Conclusion

In the above-mentioned cases on upcycled products given by various courts in the US, the courts evaluated the merits of the case by considering multiple criteria and decided on whether the products subject to the lawsuit caused trademark infringement. Primary criteria addressed in the relevant cases include the type of the upcycled original and new products, whether the upcycled products are subject to commercial activity to a significant extent, how the trademark of the original product is used, how the commercial source of the upcycled new product is specified, and whether the upcycled new products would lead to likelihood of confusion. The courts have considered these criteria on a case-by-case basis, with a cumulative approach, together with the facts and circumstances of the case, and have decided whether the upcycled new products constitute trademark infringement.

It is of utmost importance to promote the concept of upcycling in order to mitigate the side effects of the climate crisis and the consumer society. For this reason, it should be accepted that upcycling activities carried out in accordance with certain criteria and within the framework of justified use do not constitute infringement, but it is not always necessary to use the original trademark or other IPRs in an upcycled product. For instance, when transforming a blouse with the logo of a luxury clothing brand into a tote bag, the upcycling can be completed without using the trademark. In cases

where the branded parts of the product cannot be separated from the item during the upcycling activity, labeling and explanations indicating the true origin of the upcycled products may reduce the risk of likelihood of confusion for consumers. Otherwise, the owner of the upcycled product may be perceived as having a connection, sponsorship or cooperation relationship with the original brand owner, which is not the case. The unlimited authorization of upcycling may create a new market for upcycled products to the detriment of trademark rights. With an increasing number of disputes on this issue, it is expected that the courts will more clearly specify the boundaries of the intricate relationship between upcycling activities and the trademark rights and the principle of exhaustion of rights.



# 01 Moda sektörüne hakim “ileri dönüşüm” trendi, marka hakkının ihlaline “dönüşebilir” mi?

## I. İleri dönüşüm (“upcycling”) trendi nedir?

Günümüz modern dünyasında, artan çevre sorunları ve iklim krizlerinin bir getirisi olarak çevre bilinci gerek bireysel gerekse toplumsal boyutta küresel çapta yaygınlaşmaktadır. Çevre bilincinin ivmelenmesi, yalnızca bireysel boyutta çevreye duyarlı bir davranış biçiminin gelişmesine yol açmamış, aynı zamanda ticari şirket ve işletmeleri de faaliyetlerini çevre bilinci endeksli olarak yürütmeye iterek, sektörleri aşan bir mesele haline gelmiştir. Nitekim, “ileri dönüşüm” (“upcycling”) kavramı da endüstrinin hemen her tabakasında yaygınlaşmakta olan çevre bilinci ve duyarlılığının bir getirisi olarak hayatımıza girmiştir.

İleri dönüşüm kavramı en temel anlatımıyla, eski ve/veya kullanılmayan nesnelerin orijinalinden daha farklı bir şekilde ve yeni bir değere sahip olacak bir ürüne dönüştürülmesi yoluyla yeniden kullanılmasıdır. İleri dönüşüm, endüstrinin pek çok dalında uygulanabilirliği olan çevre duyarlı bir atık değerlendirme yöntemidir. Tüketiciler ileri dönüşüm uygulanan ürünleri satın alarak, genellikle pahalıya yüksek markalı ürünlere sahip olma imkanı edinirken, aynı zamanda da çevreye yararlı bir davranış sergilemiş olurlar. Öyle ki, kimi zaman ileri dönüşümle oluşturulan yeni ürünler, ilk üründen daha fazla rağbet görmektedir.

İleri dönüşümün örneklerine en çok rastlanan sektörlerden biri moda sektörüdür. Moda sektörü, ileri dönüşüm işleminin uygulanabilirliği yönünden elverişli bir pratik ve teknik altyapı sunmaktadır. Gerçekten de, eskimiş ve kullanılamaz durumdaki bir bluzun birtakım işlemlerden geçirilerek kolaylıkla kullanıma elverişli bir bez çanta haline getirilmesi, moda sektörünün ileri dönüşümüne hazırladığı bu elverişli zeminin göstergesidir. Keza bu elverişli zemin, ileri dönüşüm faaliyetlerinin moda sektörü özelinde yakaladığı ivmelenmeyi de açıklamaktadır.

## II. İleri dönüşüm uygulanan markalı ürünler etrafındaki olası hukuki problemler

Her ne kadar moda sektöründe giderek yaygınlık kazanan ileri dönüşüm faaliyetleri, çevre ve iklim bilincinin de aynı oranda artmakta olduğunu gösteren olumlu bir sektörel ilerleme mahiyetinde olsa da ileri dönüşüm faaliyetleri zaman zaman fikri ve sınai mülkiyet hakkı ihlallerine de sebebiyet verebilmektedir. İleri dönüşüm uygulanmış bir üründe orijinal marka da aynen muhafaza edildiğinde, kimi zaman tüketiciler ileri dönüştürülen ürünün arkasında da yine orijinal marka sahibi olduğunu düşünebilirler. Aynı zamanda ileri dönüştürülen üründe özellikle tanınmış bir markanın yer alması ileri dönüşüm faaliyetini yapan tacirler açısından haksız fayda sağlama aracına dönüşebilir. İleri dönüştürülen ürünlerin piyasadaki kullanımlarına mutlak surette izin verilmesi, marka sahiplerinin markaları üzerindeki itibar ve kontrolü kaybetmelerine yol açabilir.

Keza moda sektörü, özellikle lüks giyim ve aksesuar pazarı yönünden, marka hakkının ön planda olduğu endüstri kollarından birini teşkil etmektedir. Moda sektöründeki ileri dönüşüm faaliyetlerine yönelik güncel eğilimin altında yatan sebep, ileri dönüştürülen markaların sahip olduğu prestij, marka değeri veya tanınımlıktan kaynaklanabileceği gibi, eski ve/veya kullanılmayan ürünün materyalinin sağlamlığı veya kalitesinden de kaynaklanabilmektedir. Bu bağlamda özellikle lüks giyim ve aksesuar pazarında sıklıkla rastlanan ileri dönüşüm trendinin olası marka hakkı ihlalleriyle ilişkisi de incelenmelidir. Nitekim, eski veya kullanılmayan bir giyim ya da aksesuar ürününün üzerinde yer alan markanın muhafaza edilmesi suretiyle bu ürünün başka ve daha farklı bir ürüne dönüştürülmesi söz konusu olabilmekte ve bu tip ileri dönüşüm işlemleri, özellikle markanın ileri dönüştürülen bir ürünün ana odağı haline gelmesi durumunda, marka hakkına tecavüz tartışmalarını doğurabilmektedir. Diğer yandan, bu iddialara

karşı ileri sürülebilecek “hakkın tüketilmesi ilkesinin” ne şekilde yorumlanması gerektiği de gündeme gelmektedir.

Elbette ki piyasaya sunulan orijinal bir ürünü satın alan kişi, bu ürünü istediği gibi kullanmakta ve daha sonra tekrar satmakta özgürdür. Kural olarak orijinal marka sahibi bu faaliyetleri engelleme hakkına sahip değildir. Ancak “hakkın tüketilmesi ilkesinin” de Türkiye de dahil çeşitli hukuk düzenlerinde bazı sınırları vardır. Marka sahibi meşru bir nedeni varsa, halihazırda piyasaya sunulmuş markalarının daha fazla ticarileştirilmesine karşı çıkabilir. İleri dönüşüm ile değiştirilen ve farklı bir forma sokulan markalı bir ürünün bu kapsama girip girmediği tartışılmaktadır. Ne yazık ki bugün hangi ileri dönüşüm faaliyetlerinin haklı kullanım sayıldığı, hangilerinin marka ihlali oluşturduğu arasındaki sınır net değildir. Bu noktada, marka hakkına tecavüz teşkil edebilecek nitelikteki ileri dönüşüm faaliyetlerinin neler olabileceğinin, bu durumun “hakkın tüketilmesi ilkesi” ile ilişkisinin ve bu hususta ne tip kriterlerin aranacağı tartışılması icap etmektedir.

## III. İleri dönüşüm uygulanan markalı ürünlerin marka tecavüzü teşkil edip etmeyeceğine ilişkin Amerika Birleşik Devletleri yargı mercileri tarafından verilen kararlar

Moda sektöründe yaygın örnekleri görülen ileri dönüşüm faaliyetlerinin sınai mülkiyet hukukuna uygunluğu ile marka hakkına tecavüz teşkil etmeleri arasındaki ince çizginin tespiti yönünden, küresel çaptaki *-özellikle Amerika Birleşik Devletleri nezdindeki-* yargı makamları tarafından incelenmiş somut uyuşmazlıklar büyük önem taşımaktadır. Henüz Türk mahkemeleri tarafından ileri dönüşüm ve muhtemel marka ihlalleri hakkında verilmiş doğrudan ve detaylı kararlar bulunmadığından, özellikle yabancı mahkeme kararları ışığında konuyu incelemek faydalı olacaktır. Bu uyuşmazlıkların

incelenmesi kapsamında, hangi tip ileri dönüşüm faaliyetlerinin hangi koşullarda marka hakkına tecavüz teşkil edebileceği tartışılmıştır.

Amerika Birleşik Devletleri Kaliforniya Merkez Bölgesi Bölge Mahkemesi nezdinde görülen bir uyuşmazlıkta, lüks bir giyim ve aksesuar firmasının ürettiği bir yüzme şortundan ileri dönüşüm faaliyetleri sonucunda davalı şirket tarafından şapka üretilmesi hususu, bu eylemin marka hakkına tecavüz teşkil edip etmediği bağlamında ele alınmıştır. Mahkeme, davacı firmaya ait marka muhafaza edilmek suretiyle davalı şirket tarafından üretilen şapka ürünlerinin, marka hakkına tecavüz niteliği taşıdığını zira yeniden satışa sunulan bu ürünlerin davacı firmaya ait orijinal yüzme şortundan önemli ölçüde farklı olduğunu ve bu itibarla markanın tükenmesi ilkesi dışında kalarak ihlale yol açtığını karara bağlamıştır.

Lüks moda sektörüyle ilişkili olarak gerçekleştirilen başka bir ileri dönüşüm faaliyetinin marka hakkıyla ilişkisi, Amerika Birleşik Devletleri Kuzey Teksas Bölgesi Bölge Mahkemesi nezdinde görülen bir uyuşmazlığa da konu olmuştur. İşbu uyuşmazlık kapsamında mahkeme, lüks bir saat üreticisi olan davacı tarafından üretilen eski ve orijinal saatleri ithal ederek bu saatlere üçüncü kişilerce üretilen parçaları entegre eden ve ürünlerin "*orijinal*" olduğu iddiasıyla satış faaliyetleri gerçekleştiren davalı firmaya ait ileri dönüşüm ürünlerinin taklit ürün niteliğinde olduğunu karara bağlamıştır. Bu bağlamda mahkeme davalı şirketi, söz konusu ileri dönüştürülmüş saatleri üretmekten ve bu ürünlerin "*orijinal*" nitelikte olduğu yönünde pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktan menetmiştir. Her ne kadar mahkeme, davalı şirket tarafından ileri dönüşüm suretiyle üretilen bu saatlerin taklit ürün niteliğinde olduğuna kanaat getirmişse de davalı şirketin işbu faaliyetlerinden on yılı aşkın süredir haberdar bulunan davacı lüks saat üreticisinin, davalı şirketin söz konusu ürünlerden elde ettiği karın tarafına ödenmesi yönündeki istemini reddetmiştir.

Bununla birlikte, Amerika Birleşik Devletleri Güney New York Bölgesi Bölge Mahkemesi nezdinde görülen ve başka bir lüks saat üreticisine ait eski ürünlerden ileri dönüşüm suretiyle yeni kol saatleri üretilip pazarlanmasını konu alan bir uyuşmazlık kapsamında mahkeme, marka hakkına tecavüz teşkil eden herhangi bir eylemin söz konusu olmadığı yönünde hüküm kurmuştur. İlgili uyuşmazlık, lüks bir saat firması olan davacı tarafından 1894 ile 1950 yılları arasında üretilmiş cep saatlerinden ileri dönüşüm faaliyetleri sonucunda davalı şirket tarafından kol saati üretilmesi ve satılmasına ilişkindir. Her ne kadar ileri dönüşüm suretiyle üretilen bu kol saatlerinde halihazırda

davacı firmanın markaları okunaklı şekilde muhafaza edilmiş olsa da davalı şirket, gerek söz konusu ürünlerin üzerinde gerekse bu ürünlerin pazarlama ve satışını yürüttüğü internet sitesi ile reklam materyallerinde, ürünün ticari kaynağının bizzat davalı şirket olduğunu açıkça belirtmiştir. Mahkeme bu itibarla makul ölçüde ihtiyatlı tüketicilerin, ileri dönüşüm suretiyle meydana getirilen ürünlerin ticari kaynaklarının davalı şirket olduğu yönünde herhangi bir şüpheye düşmeyeceklerini ve dolayısıyla ilgili tüketici nezdinde karıştırılma ihtimalinin ortaya çıkmayacağını belirterek davacı şirketin iddialarını reddetmiştir.

Her ne kadar yukarıda işaret ettiğimiz uyuşmazlıkta, davalı şirket tarafından davaya konu ileri dönüşüm ürünlerine eklenen ve ürünlerin ticari kaynağının kendisi olduğunu belirten nüansların karıştırılma ihtimalini elimine ederek olası bir marka tecavüzünü engellediği hükme bağlanmışsa da, yine lüks bir saat firması tarafından dosyalanan bir davada Amerika Birleşik Devletleri Kaliforniya Merkez Bölgesi Bölge Mahkemesi farklı yönde hüküm kurmuştur. Nitekim ilgili dava dosyası kapsamında davalı şirket, lüks bir saat firması tarafından üretilmiş eski saatleri ileri dönüşüm faaliyetleri sonucunda yeni saatlere dönüştürmektedir. Bu kapsamda davalı şirket, özellikle eski saatlerin kadranslarını değiştirmekte ve bu değişim esnasında, davacı lüks saat firmasına ait tescilli markaları çıkarmaktadır. Bununla birlikte davalı şirket, kadrans değişimi ve yeni boya uygulanmasının akabinde, davacı şirkete ait söz konusu markaları yeniden kadransına yerleştirmiştir. Her ne kadar davalı şirket birtakım ürünlerinin üzerine, bu saatlerin ticari kaynağının kendisi olduğuna yönelik baskılar yapmışsa da mahkeme, davalı şirketi işbu ileri dönüşüm ürünlerini üretmekten kalıcı olarak menetmiştir.

#### IV. Sonuç

Yukarıda işaret ettiğimiz, Amerika Birleşik Devletleri nezdindeki çeşitli mahkemelerce karara bağlanan ve ileri dönüşüm ürünlerini konu alan dosyalar kapsamında mahkemeler, pek çok kriteri dikkate alarak esasa ilişkin değerlendirme yapmış ve davaya konu ürünlerin marka hakkı ihlaline sebebiyet verip vermediğini hükme bağlamıştır. İlgili dosyalar kapsamında ele alınan başlıca kriterler arasında, ileri dönüşümüne konu eski ve yeni ürünlerin cinsi, ileri dönüşüm sonucunda meydana getirilen ürünlerin ticari faaliyete önemli ölçüde konu edilip edilmediği, ileri dönüşümüne konu eski ürünün taşıdığı markanın ne şekilde kullanıldığı, özellikle ileri dönüşüm suretiyle meydana getirilen yeni ürünün ticari kaynağının ne şekilde belirtildiği ve bu itibarla ileri dönüşüm suretiyle

üretilen yeni ürünlerin ilgili tüketici nezdinde karıştırılma ihtimaline yol açıp açmayacağı hususları yer almaktadır. Mahkemeler söz konusu kriterleri somut olay bazında, olayın vuku buluş şekli ve koşullarıyla birlikte kümülatif bir yaklaşımla ele alarak ileri dönüşüm suretiyle üretilen yeni ürünlerin marka hakkına tecavüze yol açıp açmadıkları hususunu karara bağlamıştır.

İklim krizinin ve tüketim toplumunun yan etkilerinin azaltılması amacıyla ileri dönüşüm kavramının desteklenmesi elbette ki çok önemlidir. Bu sebeple belli başlı kriterlere uygun, haklı kullanım çerçevesinde gerçekleştirilen ileri dönüşüm faaliyetlerinin ihlal teşkil etmediğinin kabulü gerekmektedir de, ileri dönüştürülen bir üründe, orijinal markanın ya da diğer fikri ve sınai mülkiyet haklarının kullanılması her zaman zorunlu değildir. Örneğin, lüks bir giyim markasının logolu bluzu bir bez çantaya dönüştürülürken, ürünün orijinal halinde yer alan ve marka niteliğinde olan logo kullanılmadan da ileri dönüşüm faaliyeti tamamlanabilir. Üründeki markalı bölümlerinin ileri dönüşüm faaliyeti sırasında üründen ayrılmadığı durumlarda ise, ileri dönüşüm faaliyetini gerçekleştirenlerin, dönüştürülmüş ürünlerin gerçek menşeyini belirtmek suretiyle etiketleme ve açıklamalar yapmaları tüketiciler nezdinde oluşabilecek karıştırılma ihtimali riskini düşürebilir. Aksi durumda, ileri dönüştürülen ürün sahibi ile orijinal marka sahibi arasında gerçekte olmayan bir bağlantı, sponsorluk veya iş birliği ilişkisi bulunduğu algısı yaratılabilir. İleri dönüşüm faaliyetlerine sınırsızca izin verilmesi, ileri dönüştürülmüş ürünler aracılığı ile, marka hakları aleyhine büyüyen yeni bir pazar yaratabilecektir. Bu hususu konu alan dosya sayısının giderek artmakta olduğu dikkate alındığında, ileri dönüşüm faaliyetleri ile marka hakkı ve marka hakkının tükenme ilkesi arasındaki girift ilişkinin sınırlarının mahkemeler tarafından daha net bir şekilde çizilmesi beklenmektedir.



## 02 The legal armor of local production: geographical indication protection in Türkiye and the EU

### I. Introduction

The delicious taste of Nigde Darboğaz Kirazı (Niğde Darboğaz Cherry), the intense spices of Afyon Pastırması (Afyon Pastrami) or the authentic aroma of Kars Balı (Kars Honey) will immediately bring the relevant regions to the minds of anyone who has ever tasted these products. If the raw material for a product is sourced from a particular region or has been produced in that region for a long time, blended with the traditional rules of that region, the product now embodies the subjectivity of that region. Geographical indications are the legal instruments to protect this traditionality, authenticity and uniqueness arising from the natural and human elements of a specific geographical area. Geographical indication registration aims to protect quality and tradition in favor of both producers and consumers, to support local production and rural development, and to combat counterfeiting.

In this article, we will examine geographical indication protection in Türkiye, and the EU, where we have reached the 14th registration as of the publication date of this article allowing various products produced in our country to spread across the world.

### II. What is geographical indication?

Although the flavors such as Ezine Perniri (Ezine Cheese) or Kars Kaşarı (Kars Kashar) first come to mind when “geographical indication” is mentioned, the protection of geographical indications is not exclusive to food. Geographical indication means the protection of products that are locally distinct from similar ones and that owe this distinction to the region in which they are located.<sup>1</sup> In line with Uğur Çolak’s

interpretation and pursuant to the Industrial Property Code No. 6769 (IPL), “geographical indications are signs that indicate a product identified with the region, area, territory or country of origin in terms of its distinctive quality, reputation, or other features.”<sup>2</sup>

Geographical indications constitute intellectual property rights for specific products that derive their features from the geographical area in which they are produced. In the EU, as in Türkiye, where quality, reputation or other features can be attributed to the geographical origin of the product, geographical indications emphasize the relationship between the geographical area and the name of the product. Additionally, geographical indications protect the product against misuse and counterfeiting, and especially **guarantee consumers the actual origin of the product**. As long as the requirements set out in the geographical indication registration certificate and the relevant legislation are fulfilled, all producers in the relevant geographical area have collective rights over the protected product.

### III. Geographical indication protection in Türkiye

In line with the IPL, food, agriculture, mining, handicraft and industrial products can be subject to registration of geographical indication or traditional specialty guaranteed. To be registered as a geographical indication, a product should have certain features, namely a geographical area with defined boundaries, a product that belongs to this specific area, a strong relationship between the features of this product and the geographical area, and unique features of the product.

Geographical indications are divided into two categories: **protected designation of origin (PDO)** and **protected geographical indication (PGI)**. The PDOs derive all their essential features from the specific natural and manufactured factors of a region, area or, in exceptional cases, a country and are produced, processed or handled entirely within the boundaries of this geographical area. For instance, Darboğaz Kirazı (Darboğaz Cherry) and Kars Balı (Kars Honey) are PDO products.

PGI is identified with a region, area or country whose geographical boundaries are determined in terms of distinctive quality, reputation or other features, and at least one of the production processes is carried out in this specific region. For instance, Afyon Pastırması (Afyon Pastrami) is registered as a PGI. Although it does not necessarily contain the name of a specific geographical area, the names that are traditionally used and settled in daily language to indicate a product that is identified with a geographically defined region by virtue of distinctive quality, reputation or other features can also be registered as a PDO or PGI.

**Traditional specialty guaranteed (TSG)**, on the other hand, protects names that are proven to have been used traditionally for at least 30 years to describe a product in the relevant market and that are not covered by the PDO or the PGI while some of the conditions are met. To obtain this protection, at least one of the following conditions must be satisfied: TSG must (i) originate from the traditional production, processing method or traditional composition; or (ii) be produced from traditional raw materials or ingredients. Ayvalık Tostu (Ayvalık Toast), Ezo Gelin Çorbası (Ezo Gelin Soup) and Şevket-i Bostan (Blessed Thistle

1 Metintaş, Ü. M., “Coğrafi İşaretler,” Fasıkül Hukuk Journal, 10.100, (2018): 241-252.

2 Çolak, U., “Türk Marka Hukuku,” Onikilevha Publishing, 4th Edition (2018): 191.

Dish) are some of the products registered as TSG in Türkiye. In TSG, a specific geographical area is not defined.

In terms of geographical indications and TSG, it is obligatory to use the emblems created by the Turkish Patent and Trademark Office (TPTO) to indicate their registration:



*Emblems of geographical indications and TSG used in Türkiye*

Producers or producer groups of the product subject to the geographical indication, public institutions and organizations and public professional organizations, public interest associations, foundations and cooperatives related to the relevant geographical area are eligible to apply for geographical indication registration. In Türkiye, the chambers of commerce and industry and commodity exchanges that operate in the relevant regions generally apply for geographical indication registration.<sup>3</sup>

Geographical indication and TSG registration provide added value to the protected product, prevent infringement of intellectual property rights and counterfeits, protect producers from unfair competition, enlighten consumers who want to be informed about the quality and features of the products they consume, ensure the actual origin of the product and support local production and rural development. **Geographical indications represent a distinct culture and quality and contribute to the protection and passing of traditional values of the relevant region to the next generations.**

The geographical indication registration also grants significant powers to those who register or have the right to use the geographical indication. In this regard, certain prohibitions can be requested from the competent and authorized court to prevent and cease malicious acts such as: the use of the emblems of geographical indications and TSG for commercial purposes on products that do not meet the conditions specified in the registration; the misleading use or counterfeit of the geographical indication in products that do not satisfy the conditions specified in the registration; the use of incorrect or deceptive explanations regarding the features and origin of the product registered as geographical indication; and the use of the emblem in a manner that misleads the consumer.

The registration of a geographical indication not only grants significant power to registrants but also imposes various responsibilities. The most significant responsibility is the inspection of the production, placing on the market, distribution or the conformity of the use of the protected products as specified in the registration while the product is on the market by the inspection authority specified in the registration certificate after registration, and the submission of the inspection reports to the TPTO every year. Furthermore, registrants also bring producers together, work in cooperation with them and lead promotional activities related to the product. The expected results of geographical indication registration depend on the strict cooperation and rigorous work of registrants and producers.

In Türkiye, in recent years, the application and registration of geographical indications and TSG have gained significant momentum. In fact, while the number of registered geographical indications before the TPTO was 31 in 2002, this has climbed to 1,382 as of June 2023.<sup>4</sup> The leading province in the geographical indication registration is Gaziantep, also known as the gastronomy capital of Türkiye. Gaziantep is closely followed by Konya, Diyarbakır, Şanlıurfa, Malatya and Erzurum from Central, Southern and Eastern Anatolia. The main reasons behind this momentum include the increased awareness of both producers and consumers about the importance

of geographical indication registration, policies to support rural development and the added value<sup>5</sup> that geographical indication registration provides to the product in other countries.

The contribution of geographical indication registration to economic development, especially in rural areas, is significant. It is expected that geographical indication registrations will increase the trust between the product and the consumer and thus increase the production and revenue of the product. For instance, Isparta Gülyağı (Isparta Rose Oil) was registered as a PDO in 2019. The major market for Isparta's rose products is European countries, which corresponds to more than 90% of its export revenues. In the five-year period between 2016-2020, Türkiye's average export revenue from rose products amounted to EUR 12.6 million.<sup>6</sup> In 2019, the Rose and Aromatic Plants Application and Research Center was established within the body of Isparta University of Applied Sciences.

Geographical indications not only support economic development in the relevant region but also provide sociocultural contributions such as preventing migration from the region, promoting the territory and boosting tourism.<sup>7</sup> For instance, in 2016 the Eastern Mediterranean Development Agency initiated the Project for Creating an Action Plan for Obtaining Geographical Indication<sup>8</sup> in cooperation with the Ministry of Science, Industry and Technology to increase the added value of local products in Kahramanmaraş and to strengthen cooperation among all stakeholders. In the scope of this project, relevant products have been identified and the preparation of technical reports has been accelerated. The registration process of products such as Maraş Parmak/Sıkma Peyniri (Maraş Squeezed Cheese) as a geographical indication has benefited from these efforts. One of the best examples of cooperation between stakeholders is the registration of Çağlayancerit Cevizi (Çağlayancerit Walnut) in the EU.

Geographical indication registration provides substantial benefits not only to the producers, registrants or users of the product

<sup>3</sup> <https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=10466&lst=Haberler>

<sup>4</sup> <https://www.turkpatent.gov.tr/haberler/gemlik-zeytini-avrupa-birligi-terafindan-tescillendi>

<sup>5</sup> <https://www.fao.org/3/i8737en/i8737en.pdf>

<sup>6</sup> Basari Hikayesi\_IspartaGulYagi2023.pdf (turkpatent.gov.tr)

<sup>7</sup> İsmail Demir, "Coğrafi İşaretlerin Sosyoekonomik Etkileri Uzmanlık Tezi," Turkish Patent and Trademark Office Geographical Indications Division, Ankara 2020.

<sup>8</sup> <https://www.dogaka.gov.tr/dokuman-merkezi/arastirma-ve-planlama/cografisiaret-alinmasina-yonelik-eylem-planlari/>



but also to consumers<sup>9</sup>. Thanks to the geographical indication registration system, which has an effective control mechanism, the consumers can be confident of the origin, quality and local features of the product they purchase. Acts that are frequently encountered and have the potential to cause dangerous consequences, such as product counterfeiting, can also be prevented in this way.

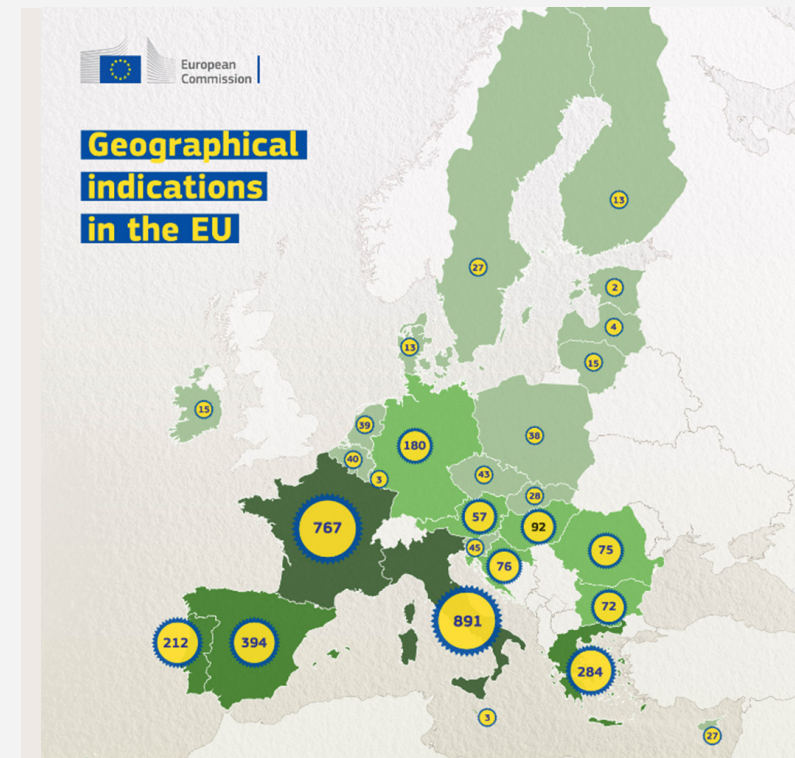
#### IV. Geographical indication protection in the EU

Geographical indication protection, as with other industrial property rights, is only valid in the country of registration. Therefore, having a geographical indication registration in the EU, one of the main trade partners of Türkiye, has a crucial role in enabling local products to reach their actual commercial value.

In the EU, geographical indication protection is regulated by legal instruments called regulations, which are directly applicable in all EU member states. The geographical indication application made before the European Commission provides legal protection in all EU member states. In the EU, unlike Türkiye, only food and agricultural products, spirits, wines and flavored wines can benefit from geographical indication or TSG protection. The main legislation of the EU on geographical indication protection for food and agricultural products is Regulation No. 1151/2012<sup>10</sup> and regulation on its implementation. Geographical indication protection on wine products is carried out in accordance with Regulation No. 1308/2013<sup>11</sup> and regulation on its implementation, and geographical indication protection on flavored wines is implemented under Regulation No. 2019/787<sup>12</sup> and regulation on its implementation.

In EU legislation, as in Turkish law, geographical indication registration is divided into three categories as PDO, PGI and TSG. In the EU, as in Türkiye, to obtain PDO, all stages of production should be performed within the boundaries of a specific geographical area, whereas to receive a PGI, at least one of the production stages should be carried out in the relevant geographical area.

Pursuant to the preamble of Regulation No. 1151/2012, the main purposes of the geographical indications are to protect the reputation of the local product, to promote rural, agricultural and traditional activities, to help producers obtain a value-added price for their original products, to ensure a fair income for both farmers and producers, to contribute to the conscious choice of consumers by ensuring the dissemination of accurate information about the products, to eliminate unfair competition and to prevent consumers being deceived about inauthentic products.



Distribution of geographical indications in EU member states

In the EU, unlike Türkiye, the application and registration procedures for geographical indications are not operated by the EU Intellectual Property Office but implemented directly by the European Commission. Pursuant to Regulation No. 1151/2012, only applications for geographical indications related to agricultural products and foodstuffs can be made to the European Commission. Applications examined by the European Commission and approved for registration are published in the E-Ambrosia database.<sup>13</sup> At the same time, since 2020, the Giview<sup>14</sup> database publishes all geographical indications. Products entitled to geographical indication registration in third countries are protected by bilateral agreements between the EU and these respective countries. In the EU, as in Türkiye, it is obligatory to use emblems on the packaging and labels of products protected by geographical indication registration:



Geographical indication emblems used in the EU

Application for the registration of geographical indication in the EU primarily requires the registration of geographical indication in Türkiye by applying to the TPTO. Subsequently, the applications are filed by the "group of producers of the product subject to the application, regardless of its legal form and composition" or through the TPTO and are directly addressed to the European Commission.

The sales value of products registered as geographical indications in the EU increased by 42% from 2010 to 2017 and the total economic

9 "Türkiye'de Coğrafi İşaretler Ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi," Doğu Coğrafya Journal, June 2018, Year: 23, Number: 39, 65-82.

10 Regulation No. 1151/2012 of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs.

11 Regulation No. 1308/2013 of 17 December 2013 establishing a common organization of the markets in agricultural products and repealing Council Regulations No. 922/72, No. 234/79, No. 1037/2001 and No. 1234/2007.

12 Regulation No. 2019/787 of 17 April 2019 on the definition, description, presentation and labelling of spirit drinks, the use of the names of spirit drinks in the presentation and labelling of other foodstuffs, the protection of geographical indications for spirit drinks, the use of ethyl alcohol and distillates of agricultural origin in alcoholic beverages, and repealing Regulation No. 110/2008.

13 <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

14 <https://www.tmdn.org/giview/>

value reached EUR 77.1 billion in 2017. Based on 2017 data, the total economic value generated by the food and beverage sector in the EU amounted to EUR 1.1 trillion, 7% of which was attributable to geographical indication products.<sup>15</sup>

Geographical indications registered in the EU also have a positive impact on the profit shares of producers. For instance, manchego cheese, produced from sheep milk in the La Mancha region of Spain, was registered as a geographical indication in 1996. The Manchego Cheese Regulatory Council was established, and 785 milk producers became involved in manchego cheese production in 2014. By 2018, the contribution of manchego cheese to the Spanish economy reached EUR 71 million.<sup>16</sup>

Aceto Balsamico di Modena (Modena Balsamic Vinegar), produced in the Moderna region of Italy, was registered as a geographical indication in 2009. Based on 2017 data, the market value of Modena balsamic vinegar reached approximately EUR 400 million and production value increased by 67% and consumer value by 108% in the six years following the geographical indication registration.<sup>17</sup> Likewise, Tuscan oil, which is registered as a geographical indication, can be purchased at 20% higher prices than other types of oil.<sup>18</sup>

Turkish geographical indications registered in the EU are also expected to increase the economic value of the products. For instance, Malatya Kayısı (Malatya Apricot) was registered in the EU in 2017. In 2020, 8,836 tons of apricot production yielded USD 23.4 million in revenues, whereas in 2021, 8,228 tons of production brought USD 28.1 million in revenues. Based on 2020 data from the Turkish Statistical Institute, the global production shares of Turkish geographical indication products are 8% for apricots, 3% for chestnuts, 11% for olives and 26% for figs.<sup>19</sup>

The number of geographical indications that originated in Türkiye and obtained protection in the EU has gained significant momentum in recent years and has increased to 14 products by the date of publication of this article. Currently, geographical indication applications for 43 products are pending before the European Commission. Turkish geographical indications currently protected in the EU, whose registration process has been completed in 2023, are: Antakya Künefesi, Suruç Narı (Suruç Pomegranate), Çağlayancerit Cevizi (Çağlayancerit Walnut), Gemlik Zeytini (Gemlik Olive), and Edremit Zeytinyağı (Edremit Olive Oil), Aydın İnciri ve Kestanesi (Aydın Fig and Chestnut), Gaziantep Baklavası, Malatya Kayısı (Malatya Apricot), Milas Zeytinyağı (Milas Olive Oil), Bayramiç Beyazı (Bayramiç Nectarine), Taşköprü Sarımsağı (Taşköprü Garlic) Giresun Tombul Fındığı (Giresun Hazelnut) and Milas Yağlı Zeytini (Milas Oily Olive). Furthermore, the examination processes of the geographical indication applications filed in the EU for Ayaş Domatesi (Ayaş Tomato), Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini (Edremit Scratched Green Olives), Ezine Peyniri (Ezine Cheese)

and Maraş Tarhanası (Maraş Soup with Dried Yoghurt) have been completed and published in the Official Journal of the European Union.



Some of the Turkish products whose geographical indication registration procedures have been successfully completed in the EU

The European Commission also initiates new efforts to strengthen geographical indication protection. In this respect, on 31 March 2022, the European Commission adopted a proposal<sup>20</sup> to strengthen the geographical

15 European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, "Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs): final report," Publications Office, 2021.  
 16 Doğu Karadeniz Development Agency, "Doğu Karadeniz Coğrafi İşaret Stratejisi Araştırma Raporu ve 2020-2022 Eylem Planı," December 2019.  
 17 Doğu Karadeniz Development Agency, "Doğu Karadeniz Coğrafi İşaret Stratejisi Araştırma Raporu ve 2020-2022 Eylem Planı," December 2019.  
 18 Karademir, N. (2021), "Türkiye'de Avrupa Birliği Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünlerin Ekonomik Kalkınma Kapsamında Değerlendirilmesi," Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(41):1164-1183.  
 19 Karademir, N. (2021). The Work Mentioned.  
 20 Proposal for a Regulation on European Union geographical indications for wine, spirit drinks and agricultural products, and quality schemes for agricultural products, amending Regulations No. 1308/2013, 2017/1001 and 2019/787 and repealing Regulation No. 1151/2012.

indication system. The proposal aims to reinforce sustainability, increase sales on online platforms and enhance protection measures in the use of geographical indications in the domain name system.<sup>21</sup> Other innovations also include the provision of access between customs and competent authorities and geographical indication producers to combat counterfeiting at EU borders, and the implementation of a single procedure for EU and non-EU applications by initiating the accelerated registration procedure.

Furthermore, on 13 April 2022, the European Commission adopted a proposal<sup>22</sup> to extend geographical indication protection to handicraft and industrial products. According to the European Commission, the lack of protection for handicraft and industrial products across the EU reduces investment incentives for these products. Investments in these products will not only provide the establishment of niche markets but also ensure the protection of local skills and traditions in the EU. The envisaged protection aims to increase market opportunities for small producers, to enable consumers to make informed choices among quality products, as in the case of food and agricultural products, and to promote the equivalent development of handicrafts and industry.

## V. Conclusion

Effective protection of IPRs is important for economic growth and competition. According to the report published in October 2022 by the EU Intellectual Property Office and the European Patent Office, IP-intensive industries<sup>23</sup> such as manufacturing, technology and commercial services generate 47% of the EU's gross domestic product, which is worth EUR 6.4 trillion and 39.4% of all businesses (in total 81 million). Likewise, in 2019, 80.5% of EU imports and 80.1% of EU exports were carried out by IP-intensive industries.

According to the report, geographical indication products constitute 7.1% of all food and beverage sales in all EU countries. Based on the average between 2017 and 2019, geographical indications accounted for 0.1% of the EU gross domestic product, which corresponds to approximately EUR 15 billion. Geographical indication products exported from the EU made an average contribution of approximately EUR 11.3 billion to foreign trade between 2017 and 2019.<sup>24</sup>

Geographical indications ensure the transmission of local wealth from generation to generation by preserving the desired quality and also enabling people from different cultures to experience each other's customs in the most authentic form. The geographical indication emblem, which emphasizes the protection of the quality and authenticity of the product, also offers consumers the opportunity to open the door to another cultural region.

Turkish geographical indications, which are currently registered in the EU, both guarantee the origin of the distinguished products produced in the territory of Türkiye also within the EU borders and ensure that European consumers are aware that they have access to a product made by traditional methods and products are protected from counterfeit.

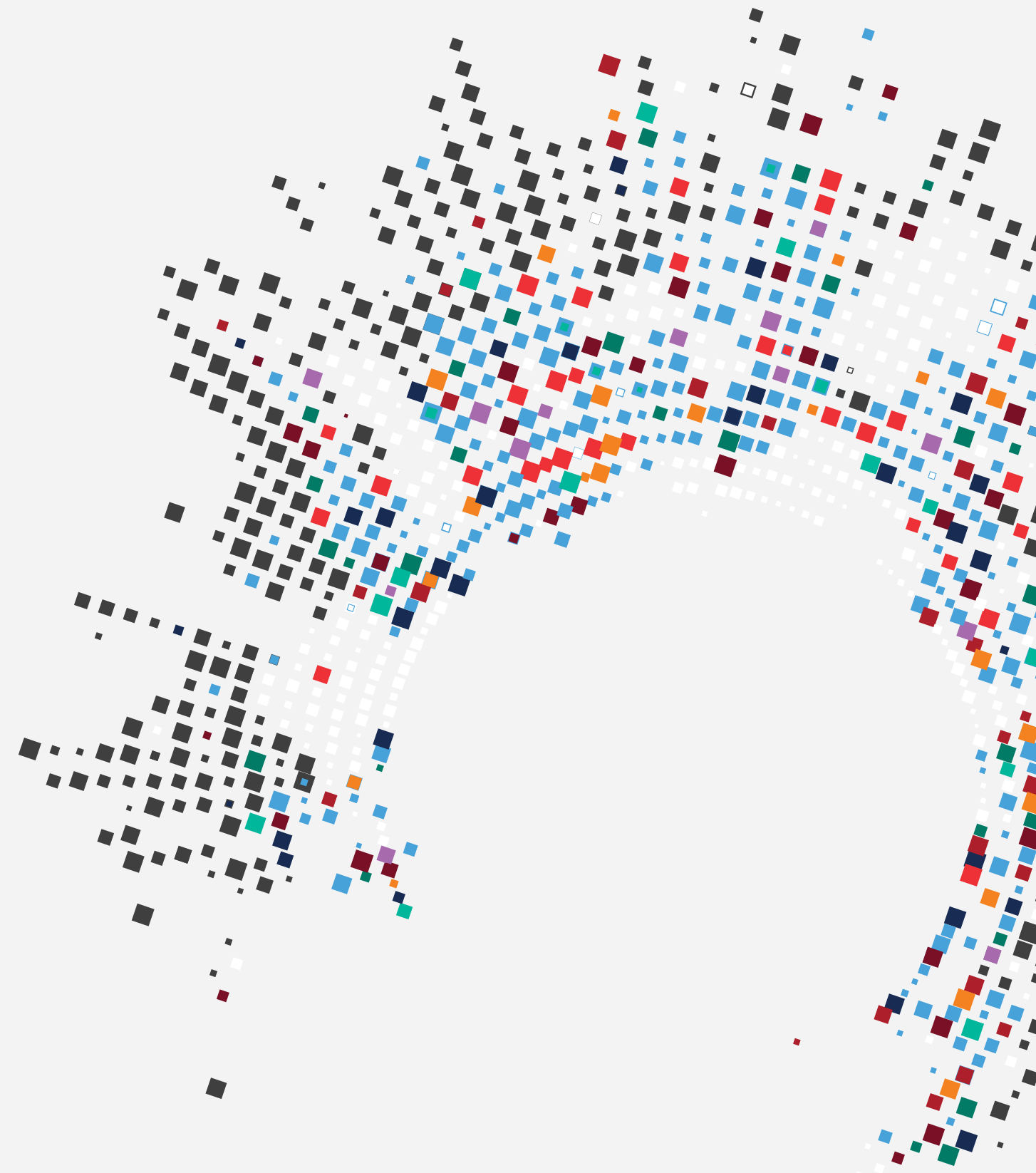
---

21 Geographical indications and quality schemes explained ([europa.eu](https://europa.eu))

22 Regulation on geographical indication protection for craft and industrial products and amending Regulations No. 2017/1001 and No. 2019/1753 and Council Decision No. 2019/1754.

23 IP-intensive industries are defined as industries in which IPRs are used on above average per employee compared to other industries.

24 IPR-intensive industries and economic performance in the EU industry-level analysis report, fourth edition, October 2022, a joint project of the European Patent Office and European Union Intellectual Property Office.





# 02 Yöresel Üretimin Yasal Zırhı: Türkiye ve Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaret Koruması

## I. Giriş

Niğde Darboğaz Kirazı'nın enfes lezzeti, Afyon Pastırması'nın güçlü baharatları ya da Kars Balı'nın otantik aroması, bu ürünleri denemiş herkesin aklına doğrudan ilgili yöreleri getirecektir. Bir ürünün hammaddesi belirli bir yöreden elde edilmiş veya ilgili yörede uzunca bir süre o bölgenin geleneksel kuralları ile harmanlanarak üretilmişse, ürün artık o yörenin özneliğini bünyesinde barındırmaktadır. Coğrafi işaretler işte bu gelenekselliği, yöreselliği ve belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanan özgünlüğü korumaya yönelik hukuki bir araçtır. Coğrafi işaret tescili ile hem üretici, hem de tüketici lehine kalite ve gelenekselliğin korunması, yerel üretimin ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi ve taklitçiliğin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır.

Bu yazımızda Türkiye'de coğrafi işaret korumasının yanı sıra, yazının yayım tarihi itibarıyla 14. tescile ulaştığımız, ülkemizde üretilen pek çok ürünün dünyaya açılmasına olanak sağlayan Avrupa Birliği'nde ("**AB**") coğrafi işaret korumasını ele alacağız.

## II. Coğrafi İşaret Nedir?

Her ne kadar "coğrafi işaret" denilince akla ilk olarak Ezine Peyniri veya Kars Kaşarı gibi lezzetler gelse de, coğrafi işaretlerin koruması yalnızca böylesi gıda ürünlerine has değildir. Coğrafi işaret, benzer ürünlerden yöresel olarak farklılaşmış ve bu farklılığını da bulunduğu coğrafyaya borçlu olan mahsullerin üzerindeki koruma anlamına gelmektedir.<sup>1</sup> Uğur Çolak'ın yorumuyla ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ("**SMK**") uyarınca "coğrafi işaretler belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işaretlerdir."<sup>2</sup>

Coğrafi işaretler, niteliklerini üretildikleri coğrafi alandan alan belirli ürünler için fikri mülkiyet hakları yaratmaktadır. Ülkemizde olduğu gibi AB nezdinde de kalite, itibar veya diğer özelliklerin ürünün coğrafi kökenine atfedilebildiği yerlerde, coğrafi işaretler coğrafi bölge ile ürünün adı arasındaki ilişkiyi vurgulamakta, ürünü yanlış kullanımlara ve taklitlerine karşı koruyarak **tüketicilere ürünün gerçek menşeyini garanti etmektedir**. Coğrafi işaret tescil belgesinde ve ilgili mevzuatta belirtilen gereklilikler karşılandığı sürece, ilgili coğrafi alandaki tüm üreticiler korunan ürün üzerinde toplu haklara sahip olmaktadır.

## III. Türkiye'de Coğrafi İşaret Koruması

SMK uyarınca gıda, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri, coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı tesciline konu olabilir. Bir ürünün coğrafi işaret olarak tescil edilebilmesi için çeşitli özelliklere sahip olması gerekmektedir, ki bu da coğrafi sınırları belirli bir alan, bu alana ait ürün, bu ürünün karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasında güçlü bağ ve ürünün kendine has özellik kazanmış olmasıdır.

Coğrafi işaretler **menşe adı** ve **mahreç işareti** olarak ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, tüm veya esas özelliklerini coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeye özgü doğal ve beşeri unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlamaktadır. Örneğin Darboğaz Kirazı ve Kars Balı, menşe adı olarak korunmaktadır.

Mahreç işareti ise belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülke ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birisi bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlamaktadır. Örneğin Afyon Pastırması, mahreç işareti olarak tescillidir. Coğrafi bir

yer adı içermese de, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri ile coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre ile özdeşleşen bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan ve günlük dilde yerleşmiş adlar da menşe adı veya mahreç işareti olarak tescil edilebilir.

**Geleneksel ürün adları** ise menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve fakat ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı ispatlanan adları korumaktadır. Bu korumadan yararlanabilmek için (i) geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması veya (ii) geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması şartlarından en az birisinin sağlanması gerekmektedir. Ayvalık Tostu, Ezo Gelin Çorbası, Şevket-i Bostan ülkemizde geleneksel ürün adı olarak tescil edilmiş ürünlerden bazılarıdır. Geleneksel ürün adlarında, sınırları belli bir coğrafi alan belirlenmez.

Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları için, tescil edilmiş olduklarını gösteren ve Türk Patent ve Marka Kurumu ("**TÜRK PATENT**") tarafından oluşturulan amblemlerin kullanılması zorunludur.



Türkiye'de kullanılan coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı amblemleri

Coğrafi işarete konu ürünün üreticisi veya üretici gurupları, ilgili coğrafi alanla ilişkili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, ürünle ilgili kamu yararına çalışan

1 Metintaş, Ü. M., Coğrafi İşaretler, Fasikül Hukuk Dergisi, 10.100, (2018): 241-252.

2 Çolak, U., Türk Marka Hukuku, Onikilevha Yayıncılık, 4. Baskı (2018): 191.

dernek, vakıf ve kooperatifler, tescil başvurusunda bulunabilirler. Ülkemizde coğrafi işaret tescil başvurularının genelde ilgili yörelerde faaliyet gösteren ticaret ve sanayi odaları ile ticaret borsaları tarafından yapıldığı gözlemlenmektedir<sup>3</sup>.

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili, koruma kapsamındaki ürüne katma değer sağlar, fikri mülkiyet haklarının ihlallerini ve taklitleri önler, üreticileri haksız rekabetten korur, tükettiği ürünlerin kalitesi ve özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak isteyen tüketicileri aydınlatır, ürünün gerçek menşeiini garanti eder ve yerel üretimi ve kırsal kalkınmayı destekler. **Coğrafi işaretler belirgin bir kültürü ve kaliteyi simgeler, ilgili yöreden kaynaklı geleneksel değerlerin korunmasına ve sonraki kuşaklara aktarılmasına katkı sağlar.**

Coğrafi işaret tescili, işareti tescil ettirenler ile işaretin kullanım hakkına haiz kimselere önemli yetkiler de tanımaktadır. Bu kapsamda coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı amblemlerinin, ticari amaçla, tescilde belirtilen şartları sağlamayan ürünlerde kullanılması, coğrafi işaretin tescil kapsamındaki şartları taşımayan ürünlerde yanıltıcı kullanılması veya taklidi, tescilli coğrafi işareti taşıyan ürünün özelliklerine ve menşeiine ilişkin yanlış veya yanıltıcı açıklamaların kullanılması ile amblemin tüketiciyi yanıltıcı biçimde kullanılması fiillerinin önlenmesi ve durdurulması yetkili ve görevli mahkemeden talep edilebilir.

Coğrafi işareti tescili, tescil ettirenlere önemli yetkiler tanıdığı gibi çeşitli sorumluluklar da yüklemektedir. Bu sorumluluklardan en önemlisi, tescil sonrası tescil belgesinde belirlenmiş olan denetim merci tarafından, koruma kapsamındaki ürünlerin üretimini, piyasaya arzının, dağıtımının veya ürün piyasada iken kullanılmasının tescilde belirtilen özellikle uygunluğunun denetlenmesi ve denetim raporlarının her yıl TÜRKPATENT'e sunulmasıdır. Tescil ettirenler, ayrıca üreticileri bir araya getirerek onlarla işbirliği içerisinde hareket eder ve ürünle ilgili tanıtım faaliyetlerine öncülük ederler. Coğrafi

işaret tescilinin arzu edilen sonuçları vermesi, tescil ettiren ile üreticilerin sıkı işbirliği ve disiplinli çalışmalarına bağlıdır.

Ülkemizde coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı başvuru ve tescili son yıllarda önemli bir ivme yakalamıştır. Öyle ki, TÜRKPATENT nezdinde tescilli coğrafi işaret sayısı 2002 yılında 31 iken 2023 yılı Haziran ayı itibariyle bu sayı 1382'ye ulaşmıştır.<sup>4</sup> Coğrafi işaret tescilinde en önde gelen ilimiz Türkiye'nin gastronomi başkenti olarak da bilinen Gaziantep'tir. Gaziantep'i İç, Güney ve Doğu Anadolu illerimizden Konya, Diyarbakır, Şanlıurfa, Malatya, Erzurum takip etmektedir. Bu ivmenin arkasındaki nedenler arasında coğrafi işaret tescilinin önemine ilişkin hem üreticiler, hem de tüketiciler nezdinde farkındalığın artması, kırsal kalkınmanın desteklenmesine yönelik politikalar ve diğer ülkelerde coğrafi işaret tescilinin ürüne kazandırdığı katma değer<sup>5</sup> sayılabilir.

Coğrafi işaret tescilinin özellikle kırsal alanda ekonomik gelişime katkısı önemli boyuttadır. Coğrafi işaret tescili ile birlikte ürün ile tüketici arasındaki güvenin artması, bu sayede de ürünün üretiminde ve gelirinde artış olması beklenir. Örneğin Isparta Gülyacağı, 2019 yılında menşe adı olarak tescil edilmiştir. Isparta'nın gül ürünlerinin en büyük pazarı ihracat gelirlerinin %90'ından fazlasına tekabül eden Avrupa ülkeleridir. 2016-2020 yılları arasındaki 5 yıllık dönemde, Türkiye'nin gül ürünlerinden elde ettiği ortalama ihracat kazancı 12,6 milyon Euro olmuştur<sup>6</sup>. 2019 yılında ise, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi bünyesinde Gül ve Aromatik Bitkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi kurulmuştur.

Coğrafi işaretler ilgili bölgede ekonomik kalkınmanın desteklenmesinin yanı sıra, bölgeden göçün önlenmesi, bölgenin tanıtılması ve turizmin canlandırılması gibi sosyokültürel katkılar da sağlamaktadır.<sup>7</sup> Örneğin, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, Kahramanmaraş'ta bölgesel ürünlerin katma değerinin arttırılması ve paydaşlar arasında işbirliğini güçlendirmek amacıyla, Sanayi ve

Teknoloji Bakanlığı ile birlikte 2016 yılında "Coğrafi İşaret Alınmasına yönelik Eylem Planı Oluşturulması Projesi"ni <sup>8</sup> başlatmıştır. Proje kapsamında ilgili ürünler tespit edilerek teknik raporların oluşturulma süreci hızlandırılmıştır. Maraş Parmak/Sıkma Peyniri gibi ürünlerin coğrafi işaret olarak tescil süreci, bu çalışmalardan faydalanmıştır. Paydaşlar arasında işbirliğinin en güzel örneklerinden birisi de Çağlayancerit Cevizi'nin AB'de tescilidir.

Coğrafi işaret tescili yalnızca ürünü üreten, tescil ettiren veya kullananlara değil, aynı zamanda tüketicilere de önemli faydalar sağlamaktadır<sup>9</sup>. Etkili bir denetim mekanizmasına sahip coğrafi işaret tescil sistemi ile tüketiciler, satın aldıkları ürünün menşe ve kalitesinden ve ürünün yöresel nitelikleri taşıdığından emin olmaktadır. Ürün taklitçiliği gibi sık karşılaşılan ve tehlikeli sonuçlara yol açma riski bulunan fiiller de, bu sayede engellenmektedir.

#### IV. AB'de Coğrafi İşaret Koruması

Diğer sınai mülkiyet haklarında olduğu gibi, coğrafi işaret koruması da yalnızca tescil edildiği ülkede geçerlidir. Dolayısıyla yerel ürünlerin gerçek ticari kıymetine ulaşmasında, ülkemizin en önemli ticari ortaklarından AB'de de coğrafi işaret tesciline sahip olmaları, çok önemli bir rol oynamaktadır.

AB'de coğrafi işaret koruması, Tüzük olarak adlandırılan ve AB üyesi tüm ülkelerde doğrudan uygulanan yasal metinler ile düzenlenmektedir. Avrupa Komisyonu nezdinde yapılan coğrafi işaret başvurusu, AB üyesi ülkelerin tamamında koruma sağlamaktadır. AB'de Türkiye'den farklı olarak yalnızca gıda ve tarım ürünleri, alkollü içkiler, şaraplar ve aromalı şaraplar coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı korumasından yararlanmaktadır. AB nezdinde gıda ve tarım ürünlerine ilişkin coğrafi işaret korumasını düzenleyen temel mevzuat, 2012/1151 sayılı Tüzük<sup>10</sup> ve söz konusu Tüzük'e ait Uygulama

3 <https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=10466&lst=Haberler>

4 <https://www.turkpatent.gov.tr/haberler/gemlik-zeytini-avrupa-birligi-tarafindan-tescillendi>

5 <https://www.fao.org/3/i8737en/i8737en.pdf>

6 Basari Hikayesi\_IspartaGulYagi2023.pdf (turkpatent.gov.tr)

7 İsmail Demir, Coğrafi İşaretlerin Sosyoekonomik Etkileri Uzmanlık Tezi, Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Ankara 2020.

8 <https://www.dogaka.gov.tr/dokuman-merkezi-arastirma-ve-planlama/cografi-isaret-alinmasina-yonelik-eylem-planii/>

9 Doğu Coğrafya Dergisi: *Türkiye'de Coğrafi İşaretler Ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi*, Haziran-2018, Yıl: 23, Sayı: 39, 65-82.

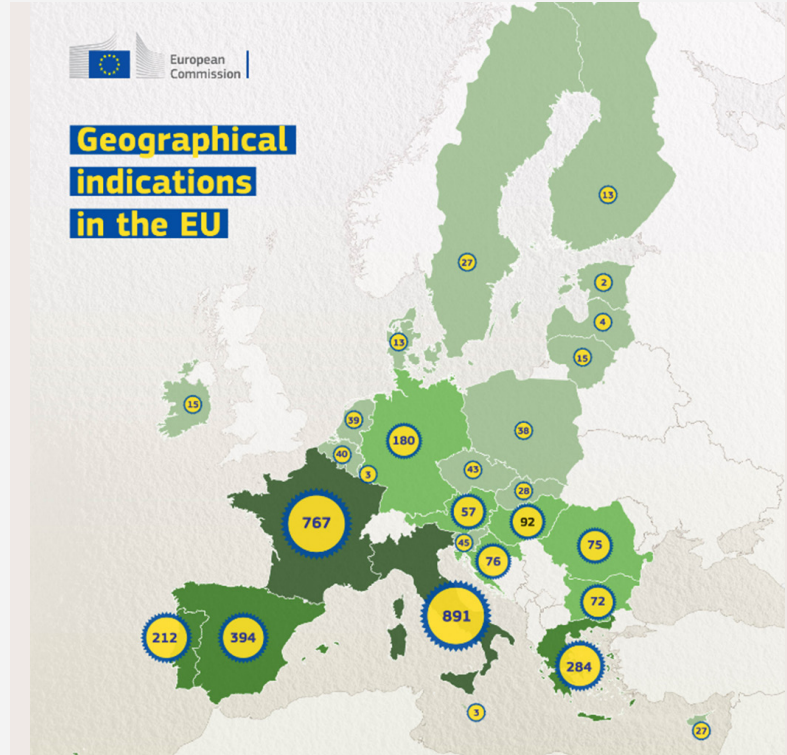
10 Regulation No 1151/2012 of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs.



Yönetmeliği'dir. Şarap ürünleri üzerindeki coğrafi işaret koruması 1308/2013 sayılı Tüzük<sup>11</sup> ve uygulama yönetmeliği uyarınca, aromalı şaraplar üzerindeki coğrafi işaret koruması ise 2019/787 sayılı Tüzük<sup>12</sup> ve uygulama yönetmeliği uyarınca yürütülmektedir.

Türk Hukukunda olduğu gibi AB mevzuatında da coğrafi işaret tescili menşe adı (*Protected Designation of Origin*), mahreç işareti (*Protected Geographical Indication*) ve geleneksel ürün adı (*Traditional Speciality Guaranteed*) olarak üçe ayrılmaktadır. AB'de de, ülkemizde olduğu gibi, menşe adı korumasından yararlanabilmek için ilgili ürüne ilişkin tüm üretim aşamalarının belirli bir coğrafi alanın sınırları içerisinde gerçekleştirilmesi gerekirken, mahreç işareti için üretim aşamalarından en az birisinin ilgili coğrafi alanda gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

2012/1151 sayılı Tüzük'ün gerekçesine göre coğrafi işaretin temel amaçları, yöresel ürünün imajını korumak, kırsal, tarımsal ve geleneksel faaliyetleri teşvik etmek, üreticilerin orijinal ürünleri için katma değerli fiyat elde etmesine yardımcı olmak, çiftçiler ve üreticiler için adil bir gelir sağlamak, ilgili ürünler hakkında doğru bilginin yayılmasını sağlayarak tüketicilerin bilinçli tercih yapmasına katkı sağlamak, haksız rekabeti ortadan kaldırmak ve orijinal olmayan ürünler konusunda tüketicilerin kandırılmasını engellemektir.



AB ülkelerindeki coğrafi işaret dağılımı

AB'de Türkiye'den farklı olarak coğrafi işaret başvuru ve tescil süreçleri AB Fikri Mülkiyet Ofisi'nce değil, doğrudan AB Komisyonu tarafından icra edilmektedir. 2012/1151 sayılı Tüzük uyarınca AB Komisyonu'na yalnızca tarım ürünleri ve gıda maddeleri ile ilgili coğrafi işaretler için başvuru yapılabilmektedir. AB Komisyonu tarafından incelenen ve tesciline karar verilen başvurular E-Ambrosia veri tabanında yayımlanmaktadır<sup>13</sup>. Aynı zamanda tüm coğrafi işaretlerin çevrimiçi bir platformda toplandığı Glview<sup>14</sup> veri tabanı

da, 2020 yılından itibaren erişime açılmıştır. Üçüncü ülkelerde yer alan coğrafi işaret tescili almaya hak kazanmış ürünler ise, AB ile söz konusu ülkeler arasında yapılan ikili anlaşmalar ile koruma altına alınmaktadır. Ülkemizde olduğu gibi, AB'de de coğrafi işaret tescili ile korunan ürünlerin ambalaj ve etiketlerinde amblem kullanılması zorunludur.



AB'de kullanılan coğrafi işaret amblemleri

AB nezdinde coğrafi işaret tescil başvurusu yapabilmek için öncelikle TÜRKPATENT nezdinde başvuru yapılarak ülkemizde coğrafi işaret tescilinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Akabinde başvurular, "yasal oluşumuna ve bileşimine bakılmaksızın başvuruya konu ürünü üreten üreticilerden oluşmuş bir grup" tarafından veya TÜRKPATENT aracılığı ile yapılır ve doğrudan AB Komisyonu'na yöneltilir.

AB nezdinde tescil edilmiş coğrafi işaret konusu ürünlerin satış değeri 2010 yılından 2017 yılına kadar %42 oranında artış göstermiş ve 2017 yılında toplam ekonomik değer 77.1 milyar Euro'ya ulaşmıştır. 2017 yılı verilerine göre gıda ve içecek sektörünün AB'deki toplam yarattığı ekonomik değer 1.1 trilyon Euro iken bu rakamın %7'si coğrafi işaretli ürünlere aittir<sup>15</sup>.

AB nezdinde tescilli coğrafi işaretlerin, üreticilerin kar paylarını da olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Örneğin İspanya'nın La Mancha bölgesinde koyun sütünden üretilen Manchego peyniri,

11 Regulation No 1308/2013 of 17 December 2013 establishing a common organization of the markets in agricultural products and repealing Council Regulations No 922/72, No 234/79, No 1037/2001 and No 1234/2007.

12 Regulation 2019/787 of 17 April 2019 on the definition, description, presentation and labelling of spirit drinks, the use of the names of spirit drinks in the presentation and labelling of other foodstuffs, the protection of geographical indications for spirit drinks, the use of ethyl alcohol and distillates of agricultural origin in alcoholic beverages, and repealing Regulation No 110/2008.

13 <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

14 <https://www.tmdn.org/giview/>

15 European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs): final report, Publications Office, 2021.

1996 yılında coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Manchego Peyniri Düzenleyici Konseyi kurularak, 2014 yılında 785 süt üreticisi Manchego üretiminde yer almıştır. 2018 yılı itibarıyla Manchego peynirinin İspanya ekonomisine getirisini 71 milyon Euro olarak tespit edilmiştir.<sup>16</sup>

İtalya'nın Moderna bölgesinde üretilen Aceto Balsamico di Modena (*Modena Balzamik Sirkesi*), 2009 yılında coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. 2017 yılı verilerine göre Modena Balzamik Sirkesi'nin piyasa değeri yaklaşık 400 milyon Euro'ya ulaşmış ve ürün coğrafi işaret tescilini takiben 6 yıl içerisinde üretim değerini %67, tüketici değerini ise %108 arttırmıştır.<sup>17</sup> Benzer şekilde coğrafi işaret koruması altında olan Toskana yağlı diğer yağ türlerine göre %20 daha yüksek fiyattan alıcı bulabilmektedir.<sup>18</sup>

AB nezdinde tescilli Türk coğrafi işaretlerinin de ürünün ekonomik değerini arttırması beklenmektedir. Örneğin Malatya Kayısı 2017 yılında AB'de tescil edilmiştir. 2020 yılında 8,836 ton kayısı üretimi ile 23.4 milyon ABD doları gelir elde edilirken, 2021 yılında 8,228 ton üretimle 28.1 milyon ABD doları gelir elde edilmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu 2020 verilerine göre coğrafi işaretli ürünlerimizin dünya genelinde üretim payları Kayısı'da %8, Kestane'de %3, Zeytin'de %11 ve İncir'de ise %26'dır.<sup>19</sup>

AB'de koruma elde eden Türkiye menşeli coğrafi işaret sayısı son yıllarda önemli bir ivme kazanarak bu yazının yayım tarihi itibarıyla 14'e çıkmıştır. AB Komisyonu nezdinde tescil süreçleri devam eden coğrafi işaret başvuru sayısı ise 43'tür. 2023 yılı içerisinde tescil işlemleri tamamlanan Antakya Künefesi, Suruç Narı, Çağlayancerit Cevizi, Gemlik Zeytini ve Edremit Zeytinyağı ile birlikte Aydın İnciri ve Kestanesi, Gaziantep Baklavası, Malatya Kayısı, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Taşköprü Sarımsağı Milas Yağlı Zeytini ve Giresun Tombul Fındığı, halihazırda AB'de korunan Türk coğrafi işaretlerini oluşturmaktadır. Aynı zamanda Ayaş Domatesi, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Ezine Peyniri ve Maraş Tarhanası için AB'de yapılan coğrafi işaret başvuruları da, inceleme süreçleri tamamlanarak AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanmıştır.

**Avrupa Birliği'nin Türkiye'den PDO ve PGI (korunmalı coğrafi işaret) statüsü verdiği gıda maddeleri:**

ANTEP BAKLAVASI / GAZİANTEP BAKLAVASI	AYDIN İNCİRİ	MALATYA KAYISI	AYDIN KESTANESİ	MİLAS ZEYTİNYAĞI	BAYRAMIÇ BEYAZI
Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi
Bula	Bula	Bula	Bula	Bula	Bula
Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk
Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye
DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA
PDO-TB-0781	PDO-TB-106	PDO-TB-020	PDO-TB-042	PDO-TB-0379	PDO-TB-0381
DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI
Kategori 1.1. (Bula, peynir, zeytin, tahin, kuruyemiş, tahin, kuruyemiş, tahin ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Zeytin yağı ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)
Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk
Tescil	Tescil	Tescil	Tescil	Tescil	Tescil
Tarih	Tarih	Tarih	Tarih	Tarih	Tarih
21/12/2015	03/12/2018	01/01/2017	24/06/2020	23/12/2020	16/04/2021

TAŞKÖPRÜ SARIMSAGI	GİRESUN TOMBUL FINDIĞI	ANTAKYA KÜNEFESİ	SURUÇ NARI	ÇAĞLAYANCERİT CEVİZİ
Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi	Ürün Yöresi
Bula	Bula	Bula	Bula	Bula
Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk
Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye
DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA	DOHA ALANINDA
PDO-TB-2237	PDO-TB-2419	PDO-TB-0421	PDO-TB-0380	PDO-TB-0380
DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI	DOHA KATILIMCI
Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Bula, peynir, zeytin, tahin, kuruyemiş, tahin ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)	Kategori 1.1. (Aydın inciri, kayısı, kestane ve diğer besin maddeleri)
Ülk	Ülk	Ülk	Ülk	Ülk
Tescil	Tescil	Tescil	Tescil	Tescil
Tarih	Tarih	Tarih	Tarih	Tarih
16/04/2021	20/04/2022	01/01/2022	05/04/2022	15/04/2022

AB'de coğrafi işaret tescil işlemleri tamamlanan Türk ürünlerinden bazıları

Coğrafi işaret korumasının güçlendirilmesi adına AB Komisyonu yeni çalışmalara da imza atmaktadır. AB Komisyonu tarafından 31 Mart 2022 tarihinde coğrafi işaret sisteminin güçlendirilmesi için bir önerge<sup>20</sup> kabul edilmiştir. Önerge ile sürdürülebilirliğin güçlendirilmesi, çevrimiçi platformlarda satışların artırılması, alan adı sisteminde coğrafi işaretlerin kullanımında daha fazla koruma önleminin alınması hedeflenmektedir<sup>21</sup>. AB sınırlarında sahtecilik ile mücadele için gümrük ve yetkili makamlarla coğrafi işaret üreticileri arasında erişim sağlanması ve hızlandırılmış tescil usulünün uygulanmasına başlanılarak AB ve AB dışı başvuruların tek bir usul ile yürütülmesi, öngörülen diğer yenilikler arasındadır.

16 Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, Doğu Karadeniz Coğrafi İşaret Stratejisi Araştırma Raporu ve 2020-2022 Eylem Planı, Aralık 2019.

17 Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, Doğu Karadeniz Coğrafi İşaret Stratejisi Araştırma Raporu ve 2020-2022 Eylem Planı, Aralık 2019.

18 Karademir, N. (2021). "Türkiye'de Avrupa Birliği Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünlerin Ekonomik Kalkınma Kapsamında Değerlendirilmesi", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(41):1164-1183.

19 Karademir, N. (2021). Adı Geçen Eser.

20 Proposal for a Regulation on European Union geographical indications for wine, spirit drinks and agricultural products, and quality schemes for agricultural products, amending Regulations No 1308/2013, 2017/1001 and 2019/787 and repealing Regulation No 1151/2012.

21 Geographical indications and quality schemes explained ([europa.eu](https://europa.eu))

Ayrıca AB Komisyonu, 13 Nisan 2022 tarihinde el sanatları ve sanayi ürünlerinin coğrafi işaret korumasından yararlanmasını adına bir önerge<sup>22</sup> kabul etmiştir. AB Komisyonu'na göre tüm AB'yi kapsayacak bir el sanatları ve sanayi ürünleri korumasının bulunmaması, bu ürünlere yapılan yatırımlardaki teşviği azaltmaktadır. Bu ürünlere yapılacak yatırımlar hem niş pazarların oluşmasını, hem de yerel beceri ve geleneklerin AB nezdinde korunmasını sağlayacaktır. Öngörülen koruma ile, küçük üreticilerin pazar fırsatlarının artırılması, gıda ve tarım ürünlerinde olduğu gibi tüketicilerin bilinçli ve kaliteli ürünler arasından seçim yapabilmeleri ve el sanatları ve sanayinin eşit düzeyde kalkınması amaçlanmaktadır.

## V. Sonuç

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının etkin bir şekilde korunması, ekonomik büyüme ve rekabet için kritik bir öneme sahiptir. Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi ve Avrupa Patent Ofisi tarafından Ekim 2022'de yayımlanan rapora göre imalat, teknoloji ve ticari hizmetler gibi fikri hak yoğun endüstriler<sup>23</sup>, AB'de 6.4 trilyon Euro değerindeki gayrisafi yurtiçi hasılanın %47'sini ve tüm işlerin %39.4'ünü (toplam 81 milyon iş) yaratmaktadır. Benzer şekilde, 2019 yılında AB ithalatının %80.5'i ve AB ihracatının %80.1'i fikri hak yoğun endüstriler tarafından gerçekleştirilmiştir.

Rapora göre AB ülkelerinin tamamında coğrafi işaretli ürünler tüm gıda ve içecek satışlarının %7.1'ini oluşturmaktadır. 2017-2019 yılları arasında ortalama bakıldığında, AB gayrisafi yurtiçi hasılanın %0.1'ini coğrafi işaretlerin oluşturduğu ve bu oranın yaklaşık 15 milyar Euro'ya denk geldiği belirtilmiştir. AB'den ihraç edilen coğrafi işaretli ürünlerin 2017-2019 yılları arasındaki dış ticarete ortalama katkısı ise yaklaşık 11.3 milyar Euro'dur.<sup>24</sup>

Coğrafi işaretler yöresel zenginliklerin nesilden nesile aynı kaliteyi koruyarak taşınmasını sağlarken, bir yandan da farklı kültürlerden insanların birbirlerinin geleneklerini en doğal haliyle deneyimlemesine yardımcı olmaktadır. Ürünün kalitesi ve orijinalliğinin korunduğunun sembolü olan coğrafi işaret amblemi, tüketiciler için de başka bir bölgenin kültür kapısını aralama imkanı sunmaktadır.

Halihazırda Türkiye'den yapılan başvurular arasından AB'de tescilli coğrafi işaret olarak yerlerini alan değerlerimiz, hem ülkemiz topraklarında üretilen güzide ürünlerin AB sınırları içerisinde de menşeinin garanti altına alınmasını, hem de ürünlerimizi tüketen Avrupalı tüketicilerin geleneksel yöntemlerle üretilmiş bir ürüne ulaştığını bilmesini, taklit ve sahte ürünlerden korunmasını sağlamaktadır.

22 Regulation on geographical indication protection for craft and industrial products and amending Regulations 2017/1001 and 2019/1753 and Council Decision 2019/1754.

23 Fikri hak yoğun endüstriler, diğer endüstriler ile karşılaştırıldığında, çalışan başına ortalamanın üzerinde fikri mülkiyet hakkı kullanılan endüstriler olarak tanımlanmaktadır.

24 IPR-intensive industries and economic performance in the European Union Industry-level analysis report, fourth edition, October 2022, A joint project of the European Patent Office and European Union Intellectual Property Office.





## 03 Effects of the annulment of the provisions for deferral of the announcement of judgment to Intellectual Property Law

The Turkish Constitutional Court (“**Constitutional Court**”) decided<sup>1</sup> to annul provisions 5 to 14 of Article 231 of Criminal Procedural Law No. 5271(CPL) related to the deferral of the announcement of the judgment. The Constitutional Court’s decision (“**Decision**”) was published on the Official Gazette of the Republic of Türkiye on 1 August 2023. You can access the Turkish text of the Decision via [this link](#).

To summarize what deferral of the announcement of the judgment means: it is an option for the defendants to choose in the criminal proceedings instead of waiting for the judgment of the court to be announced. However, certain criteria must be met for the defendant to be eligible for this option. First, the punishment of the crime for which the defendant is tried must be within certain limits. In addition, the defendant must not have been convicted of an intentional crime in the past. Then, the damages suffered by the victim or the state due to the crime must have been compensated. Also, the defendant must choose the option of deferral of announcement of judgment. Once these criteria are met and the decision for deferral of the announcement of judgment is issued, a probation period of five years starts for the defendant. During this period, the defendant must not commit any intentional crimes, otherwise, they will be sentenced for the crime for which the decision to defer the announcement of the judgment was issued along with the new intentional crime.

The option of choosing the deferral of the announcement of the judgment has been widely criticized since it came into force. Even in the 2022 Türkiye Report of the European Union, it is mentioned that there are no deterring sentences in criminal proceedings related

to intellectual rights. This is mostly due to the deferral of the announcement of the judgment. Likewise, the Constitutional Court justly focuses on these criticisms in the Decision and demonstrates the uncertainties caused by the deferral of the announcement of the judgment. The most common of these criticisms is that decisions for deferral of the announcement of the judgment are not subject to the normal recourse process such as the two-tiered appeal system, respectively before the district court of appeals and the Supreme Court of Appeals. Article 231/12 of the CPL clearly states that one can only file objections against the decisions for deferral of the announcement of the judgment. However, many decisions rendered at the end of criminal trials, including the sentencing decision, are subject to this two-tiered appeal process. This results in the limitation of the defendant’s right to legal remedies. Additionally, the defendant is asked whether they accept the decision for deferral of the announcement of the judgment while the criminal trial continues. Hence, the defendant is somehow presumed to be guilty of the charges, and asked to somewhat gamble away their chances.

The Constitutional Court found reason in all these criticisms and decided to cancel the provisions for the deferral of the announcement of the judgment, because it violates the defendants’ right of property and right to legal remedies.

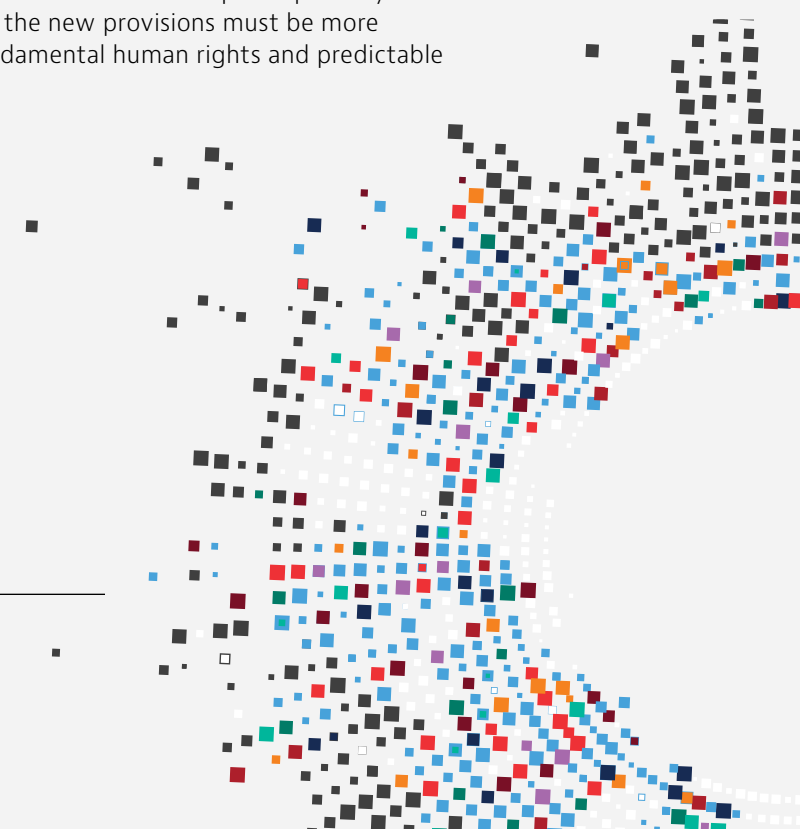
The decision for deferral of the announcement of the judgment is especially important in criminal trials related to violation of IPRs. According to the report on Justice Statistics 2022<sup>2</sup> published by the Turkish Ministry of Justice, the total number of decisions rendered by IPR criminal courts is 4,704, whereas the number of conviction

decisions is 1,186, and the number of decision for deferral of the announcement of the judgment is 1,822. Therefore, it is clear that the decisions for deferral of the announcement of the judgment is the most common type of decision rendered by IPR criminal courts, even surpassing the number of convictions. This has been the same almost every year since 2015. Thus, this annulment decision is likely to affect criminal trials related to IPRs before all else.

The effects of this annulment decision for criminal trials related to IPRs will be seen more clearly in the coming days. As the effective date of the annulment decision was postponed for one year, it is to be seen what kind of new mechanisms will be put in place by the lawmakers. It is clear that the new provisions must be more transparent, respectful to fundamental human rights and predictable in terms of consequences.

<sup>1</sup> (AYM, E.2022/120, K.2023/107, 01/06/2023, § ...)

<sup>2</sup> [https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/29032023141410adalet\\_ist-2022cal%C4%B1sma100kapakl%C4%B1.pdf](https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/29032023141410adalet_ist-2022cal%C4%B1sma100kapakl%C4%B1.pdf)



## 03 Hükümün Açıklanmasının Geri Bırakılması Kurumunun İptalinin Fikri Mülkiyet Hukukuna Etkileri

Anayasa Mahkemesi somut norm denetimiyle önüne gelen yakın tarihli bir dosyadaki kararı<sup>1</sup> ("**AYM Kararı**") ile 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu'nun ("**CMK**") 231. maddesinin 5 ila 14. fıkralarında yer alan ve hükümün açıklanmasının geri bırakılması ("**HAGB**") müessesine ilişkin hükümleri iptal etti. 1 Ağustos 2023 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan AYM Kararı'na [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

HAGB'nin ne olduğuna kısaca değinecek olursak; HAGB, sanık hakkındaki ceza yargılaması devam ederken, isnat edilen suçun cezasının belirli sınırlar içinde kalması, sanığın daha evvel kasten işlenmiş bir suçtan hüküm giymemiş olması, ve suçtan zarar gören mağdurun veya kamunun zararının telafi edilmesi koşullarının sağlanması durumunda sanığın HAGB kararını kabul etmesiyle birlikte verilebilecek bir karardır. HAGB kararı verilmesi durumunda sanık hakkında bir mahkumiyet kararı verilmez. Ancak, hakkında HAGB kararı verilen sanık hakkında beş yıllık denetim süresi başlamaktadır. Sanığın bu süre boyunca kasten bir suç işlemesi durumunda sanık, hem kasten işlediği yeni suçtan hem de hakkında HAGB kararı verilmiş olan eski suçtan dolayı hüküm giyecektir.

HAGB kurumu yürürlüğe girdiği günden bu yana hem teorik hem de pratik açıdan birçok yönden eleştirilmektedir. Avrupa Birliği tarafından hazırlanan 2022 yılı Türkiye raporunda dahi fikri haklara ilişkin ceza yargılamalarında caydırıcı cezaların verilmiyor oluşu eleştirilmektedir. Aslında bunun da en başta gelen sebebi HAGB kararlarıdır. Nitekim AYM Kararı da bu eleştirileri haklı bir şekilde merkezine almış ve HAGB kurumunun belirsizliklerini açıkça ortaya koymuştur. Bu eleştirilerin en başında HAGB kararlarının olağan kanun yollarına tabi olmaması gelmemektedir. CMK m. 231/12 hükmünde açıkça belirtildiği üzere

HAGB kararları yalnızca itiraz yoluna tabidir. Oysa mahkumiyet kararı da dahil olmak üzere ceza yargılamasında verilen birçok karar istinaf ve temyiz kanun yollarına tabii olacaktır. Bu da aslında sanığın hak arama hürriyetinin sınırlandırılması anlamına gelmektedir. Buna ek olarak, sanığa hakkında HAGB kararının verilmesini kabul edip etmediği ceza yargılaması henüz devam ederken sorulmaktadır. Dolayısıyla sanığın suçlu olduğu varsayımıyla hareket edilmekte ve adete sanıktan bir kumar oynaması beklenmektedir.

Bu eleştirilerin tamamı AYM Kararı ile de haklı bulunarak HAGB'ye ilişkin düzenlemenin başta mülkiyet hakkı ve hak arama hürriyetinin ihlâline yol açtığını belirterek düzenlemeyi iptal etmiştir. İptal kararı 1 Ağustos 2024 tarihinde yürürlüğe girecektir.

HAGB kararları fikri ve sınaî haklara ilişkin yargılamalarda özellikle büyük bir öneme sahiptir. Adalet Bakanlığı tarafından yayımlanan 2022 Adalet İstatistikleri<sup>2</sup> raporu incelendiğinde 2022 yılında fikri ve sınaî haklar ceza mahkemeleri tarafından verilen toplam karar sayısı 4704 iken mahkumiyet sayısı 1186, HAGB kararı sayısı ise 1822'dir. Dolayısıyla HAGB karar sayısı mahkumiyet sayısını da geçerek fikri ve sınaî haklar ceza mahkemelerince verilen en yaygın karar türü olmuştur. Bu durum 2015 yılından beri de neredeyse her yıl bu şekilde ilerlemiştir. Haliyle HAGB kurumunun iptalinin en çok etkilediği alanların başında fikri ve sınaî haklara ilişkin ceza yargılamaları gelmektedir.

Bu iptal kararının fikri ve sınaî haklara ilişkin suçlara ilişkin ceza yargılamalarına etkisi ilerleyen günlerde görülecektir. İptal kararının yürürlüğünün bir yıl ertelenmiş olduğu düşünüldüğünde kanun

koyucunun bu süreçte ne gibi bir muadil düzenleme yapacağı ise bir merak konusudur. Ancak, yapılacak yeni düzenlemenin daha şeffaf, kişi temel hak ve hürriyetlerine saygılı, ve sonuçları bakımından öngörülebilir olması gerektiği açıktır.

1 (AYM, E.2022/120, K.2023/107, 01/06/2023, § ...)

2 [https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/29032023141410adalet\\_ist-2022cal%C4%B1sma100kapakl%C4%B1.pdf](https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/29032023141410adalet_ist-2022cal%C4%B1sma100kapakl%C4%B1.pdf)



# 04 European Commission publishes strategy paper on Web 4.0 and virtual worlds

## A. The content and significance of the strategy paper

On 11 July 2023, the European Commission published a strategy paper titled **“An EU Initiative on Web 4.0 and Virtual Worlds: A Head Start in The Next Technological Transition” (“Strategy Paper”)**.<sup>1</sup> The main purpose of the Strategy Paper is to set out the strategies to be used to ensure an open, trustworthy, fair and inclusive digital environment for EU citizens, businesses and public administrations by steering technological developments.

After Web 1.0, the infancy of the internet, which is referred to as the read-only web, came the participative social web era, in which user-generated content and people’s interaction with each other have been part of our daily life. Since the 2010s, the semantic web, namely Web 3.0 technology, which is information-oriented and whose main features are openness, decentralization and full authorization of users, has become widespread. Now Web 4.0 focuses on digitization, enabling a more complex interaction between humans and machines and significantly increasing the integration between digital and real objects and environments.

The European Commission has estimated that digitalization will be one of the main drivers of the EU economy from 2030 onward, become increasingly crucial, in particular, in health, green transition, industry, education, art and design, and that the size of the global

market of virtual worlds will grow to over EUR 800 billion by 2030 and create 860,000 new jobs by 2025.<sup>2</sup>

The Strategy Paper, based on previous studies conducted with EU citizens, businesses and academia, adopts an integrated approach focused on four main pillars: (1) the human resource-oriented approach to raise awareness, promote access to reliable information and train new-generation experts in virtual worlds; (2) business-oriented approach encouraging innovation by establishing a uniform ecosystem across the EU; (3) public administration-oriented approach to support virtual public services; and (4) governance approach focused on the shaping and administration of global standards based on openness aiming to prevent Web 4.0 and the virtual worlds from being dominated by a few large market players.

## B. The future of IPRs in the Strategy Paper

The main legislation on IPRs in force in the EU, especially the Regulation on the EU Trademark,<sup>3</sup> the Directive on the Protection of Know-How and Trade Secrets,<sup>4</sup> the Directive on Copyright in the Digital Single Market<sup>5</sup> and the Directive on the Legal Protection of Computer Programs,<sup>6</sup> is, in principle, valid and applicable to Web 4.0 and the virtual worlds.

The first innovation envisaged in the Strategy Paper on IPRs is the establishment of a virtual worlds toolbox to enable citizens to understand how to protect and manage their identities, virtual creations, assets and data in virtual worlds, and to advise them and provide guidance on their rights under EU legislation. The virtual worlds toolbox will also cover digital identity and digital wallet solutions for secure authentication, virtual transactions, management of digital data and assets, data protection and privacy, consumer protection and cybersecurity, as well as copyrights and other IPRs.

According to the European Commission, the unauthorized reproduction and distribution of virtual assets in virtual worlds, as in the real world, poses a serious threat to both consumers and owners of IPRs. Especially for rights holders, counterfeiting in virtual worlds entails a significant risk of loss of revenue and dilution of brand value. In the context of combating counterfeiting, the Strategy Paper envisages the creation of a toolbox to guide rights holders on the enforcement of IPRs in online and offline environments, including virtual worlds.

Even though the Strategy Paper contains no further explanation of the future of IPRs apart from the creation of a toolbox, the Staff Working Document (**“Working Document”**)<sup>7</sup> accompanying the Strategy Paper contains a more comprehensive examination.

1 European Commission, Communication, “An EU initiative on Web 4.0 and virtual worlds: a head start in the next technological transition,” Strasbourg, 11 July 2023, COM (2023) 442/final.

2 European Commission, “EU competitiveness beyond 2030: looking ahead at the occasion of the 30th anniversary of the Single Market,” Brussels, 16 March 2023.

3 Regulation No. 2017/1001 of 14 June 2017 on the European Union trademark.

4 Directive 2016/943 of 8 June 2016 on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use and disclosure.

5 Directive 2019/790 of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC.

6 Directive 2009/24/EC of 23 April 2009 on the legal protection of computer programs.

7 European Commission, Commission Staff Working Document, accompanying the document: “An EU initiative on Web 4.0 and virtual worlds: a head start in the next technological transition,” Strasbourg, 11 July 2023, SWD (2023) 250 final.



Virtual worlds not only have the potential to foster human creativity and offer new business opportunities but also provide new methods for the creation and processing of content protected by IPRs. In this context, the Working Document evaluates the effects of Web 4.0 and the virtual worlds on the enforcement of IPRs, particularly copyrights, trademarks, designs and trade secrets.

The protection and management of **copyright and related rights** are intimately associated both with the structure of virtual worlds, such as software, computer programs and website design, and with the works created for virtual worlds by developers, users or artificial intelligence (AI), such as works of art, avatars, music and stories. While especially the rules on the exceptions to economic rights and copyright have been harmonized across the EU, it is unclear how rules that differ across EU countries, such as moral rights, will be handled by national courts in virtual worlds.

The use of non-fungible tokens (NFTs) also raises various copyright issues. For instance, whether storing NFTs on the blockchain causes copyright infringement, and if so, how to destroy those infringing NFTs, is a rather significant matter.

Moreover, the interaction between AI and copyright also has a complicated structure, and both the use of copyright-protected works in the training of AI technologies and whether the works created by AI can be protected by copyright give rise to legal disputes. While Directive 2019/790 on copyright in the Digital Single Market contains a general text and data mining exception, it is considered that creations of AI cannot be protected by copyright, as the EU legislation requires the condition of the author's own intellectual creation, similar to the regulations in Türkiye.

Another issue related to copyright is whether virtual world platforms can enforce content providers to grant nonexclusive free licenses to themselves or third parties. The Working Document emphasizes that these practices should not deprive users of the profits arising from their own content.

In the EU, a significant increase in trademark applications covering virtual goods or NFTs has recently been observed. However, it remains unclear whether the use of a trademark on virtual goods constitutes actual/serious use in relation to the physical goods within its scope. Similarly, it is not clear how to handle disputes involving the comparison of virtual and physical goods or services.

Due to the increase in trademark infringement in virtual worlds,<sup>8</sup> the European Commission states that it will consider whether legislation on trademark protection in virtual environments should be reinforced.

The existing EU legislation on **designs** will be amended with the entry into force of the Draft Directive on Designs<sup>9</sup> and the Draft Regulation on Community Designs.<sup>10</sup> The main legal discussions raised by virtual worlds in relation to designs are the registration and protection of virtual goods as designs, including NFTs, the disclosure of unregistered designs to the public, the classification of goods, the use of registered or unregistered designs in virtual worlds, and how to ensure legal certainty in infringement cases related to virtual designs.

**Trade secrets** are regulated by Directive 2016/943 on the protection of know-how and trade secrets. As in the real world, commercially sensitive information revealed in the context of a virtual office also needs to be protected by the owner or provider of virtual worlds from unlawful interception by third parties.

In terms of **enforcing IPRs**, the most important issue created by virtual worlds is their cross-border nature. This feature makes it difficult to make a regional determination in infringement cases. The Working Document emphasizes both that the inability to identify users in virtual worlds should not prevent the determination of liability for violation of rights and the need for all stakeholders interacting in virtual worlds to comply with the rules on the enforcement of IPRs.

### C. Conclusions and evaluations

As in the birth of the internet, AI and innovations in virtual worlds pave the way for the emergence of new legal debates on IPRs. The effective registration, protection and enforcement of IPRs in virtual worlds, particularly trademarks, designs and copyrights, are crucial for both rights holders, users and a sustainable IPR system.

In the Strategy Paper, the first actual plan of the European Commission on Web 4.0 and virtual worlds is the creation of toolboxes to guide both citizens and rights holders on the protection and enforcement of IPRs. These toolboxes mentioned in the Strategy Paper are expected to be ready for use by 2024.

On the other hand, while the Working Document touches upon various legal issues and states that it will assess whether the relevant legal framework, in particular on trademark protection, needs to be reinforced by being revised, the exact arrangements and amendments envisaged are not elaborated.

Web 4.0 and virtual worlds raise similar concerns regarding IPRs in Türkiye, as in the EU. In Türkiye, these legal issues are currently being discussed mainly in literature. Even though an important step has been taken toward the harmonization of national legislation on trademark, design and patent rights with the EU legislation through the Industrial Property Code No. 6769, the efforts of modernization to harmonize the legislation on copyright, particularly the Law on Intellectual and Artistic Works No. 5846 dated 5.12.1951, with international agreements and EU legislation have not yet been completed. Considering the complicated relationship between Web 4.0 and virtual worlds, especially with copyrights, the steps taken in this field by the EU and other countries should be carefully monitored during the harmonization process.

In the determination of an effective IPR policy regarding Web 4.0 and virtual worlds, it will be highly valuable for rights holders to closely follow the regulatory studies, the court precedents and the decisions issued by national and international intellectual property offices.

8 For example, <https://www.thefashionlaw.com/the-metabirkins-verdict-5-key-takeaways-for-brands-and-creators/>.

9 European Commission, "Proposal for a Directive on the legal protection of designs," Brussels, 28 November 2022 COM (2022) 667 final.

10 European Commission, "Proposal for a Regulation amending Council Regulation No. 6/2002 on Community designs and repealing Commission Regulation No. 2246/2002," Brussels, 28 November 2022 COM (2022) 666 final.

# 04 Avrupa Komisyonu Web 4.0 ve Sanal Dünyalara İlişkin Strateji Belgesini Yayımladı

## A. Strateji Belgesi'nin Kapsam ve Önemi

Avrupa Komisyonu, 11 Temmuz 2023 tarihinde "**Web 4.0 ve Sanal Dünyalar Üzerine bir AB Girişimi: Bir Sonraki Teknolojik Geçişte Avantajlı Bir Başlangıç**" başlıklı Strateji Belgesini ("**Strateji Belgesi**") yayımlanmıştır<sup>1</sup>. Strateji Belgesi'nin hedefi teknolojik gelişmeleri yönlendirerek Avrupa Birliği ("**AB**") vatandaşları, işletmeleri ve kamu idareleri için açık, güvenilir, adil ve kapsayıcı bir dijital ortam yaratmak amacıyla kullanılacak stratejileri belirlemektir.

Salt okunur web olarak ifade edilen ve internetin ilk dönemi Web 1.0 akabinde, kullanıcılar tarafından yaratılan içeriklerin ve insanların birbirleriyle etkileşimlerinin arttığı sosyal web dönemine geçilmiş, 2010'lu yıllardan itibaren de bilgi odaklı, ana özellikleri açıklık, tek bir merkezden yönetilmeme ve kullanıcıların tam yetkilendirilmesi olan semantik web, yani Web 3.0 teknolojisi yaygınlaşmıştır. Web 4.0 ise dijitalleşmeye odaklanarak insanlar ile makineler arasında daha karmaşık bir etkileşime izin vermekte, dijital ve gerçek nesne ve ortamlar arasında entegrasyonu önemli ölçüde arttırmaktadır.

Avrupa Komisyonu, dijitalleşmenin 2030'dan itibaren AB ekonomisinin temel itici güçlerinden birisi olacağını, özellikle sağlık, yeşil geçiş, sanayi, sanat ve tasarım ile eğitim alanlarında giderek önem kazanacağını, küresel sanal pazar büyüklüğünün 2030 yılında 800 milyar Euro'nun üzerine çıkacağını ve 2025 yılına kadar 860.000 yeni iş hacmi yaratacağını tahmin etmektedir<sup>2</sup>.

AB vatandaşları, işletmeleri ve akademi ile yürütülen önceki çalışmaları temel alan Strateji Belgesi, 4 ana sütun üzerinde, **(1)** farkındalığı arttırmak, güvenilir bilgiye erişimi teşvik etmek ve sanal dünyalara ilişkin uzmanlar yetiştirmek amacıyla insan kaynağı odaklı, **(2)** AB genelinde yeknesak bir ekosistem oluşturarak yeniliği teşvik eden işletme odaklı, **(3)** sanal kamu hizmetlerini desteklemek üzere kamu idareleri odaklı ve **(4)** Web 4.0 ve sanal dünyaların birkaç büyük piyasa oyuncusu tarafından domine edilmesini önlemek amacıyla açıklığı temel alan küresel standartların şekillendirilmesi ve yönetişimi odaklı bir yaklaşım benimsemektedir.

## B. Strateji Belgesi'nde Fikri Mülkiyet Haklarının Geleceği

AB'de yürürlükte olan başta Marka Tüzüğü<sup>3</sup>, Know-How ve Ticari Sır Direktifi<sup>4</sup>, Dijital Tek Markette Telif ve Bağlantılı Haklar Direktifi<sup>5</sup> ve Bilgisayar Programlarının Korunması Direktifi<sup>6</sup> gibi fikri ve sınai mülkiyet haklarına ilişkin temel mevzuat, kural olarak Web 4.0 ve sanal dünyalar için de geçerli ve uygulanmaktadır.

Strateji Belgesi'nde fikri mülkiyet haklarına ilişkin öngörülen yeniliklerden ilki, vatandaşların sanal dünyalarda kimliklerini, sanal yaratımlarını, varlıklarını ve verilerini nasıl koruyup yöneteceklerini anlamalarını sağlamak, onlara yol göstermek ve AB mevzuatı kapsamındaki haklarına ilişkin rehberlik etmek amacıyla sanal dünyalar araç kutusu (toolbox) kurulmasıdır. Sanal dünyalar araç

kutusu, telif hakları ve diğer fikri ve sınai mülkiyet haklarının yanı sıra, güvenilir kimlik doğrulama için dijital kimlik ve dijital cüzdan çözümleri, sanal işlemler, dijital veri ve varlıkların yönetimi, veri koruma ve gizlilik, tüketicilerin korunması ve siber güvenlik alanlarını da kapsayacaktır.

Avrupa Komisyonu'na göre gerçek dünyada olduğu gibi, sanal dünyalarda da sanal varlıkların izinsiz çoğaltılması ve dağıtılması, hem tüketiciler hem de fikri ve sınai mülkiyet hak sahipleri için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Özellikle hak sahipleri yönünden sanal dünyalarda sahtecilik, ciddi bir gelir kaybı ve marka değerinin aşınmaya uğraması riski barındırmaktadır. Strateji Belgesi ile sahtecilikle mücadele kapsamında, sanal dünyalar da dahil olmak üzere çevrimiçi ve çevrimdışı ortamlarda fikri ve sınai mülkiyet haklarının icra edilmesine ilişkin hak sahiplerine rehberlik etmek üzere bir araç kutusu yaratılması öngörülmektedir.

Her ne kadar Strateji Belgesi'nde fikri ve sınai mülkiyet haklarına ilişkin araç kutusu yaratımı hariç başka bir açıklama yer almasa da, Strateji Belgesi'ne eşlik eden Komisyon Personeli Çalışma Belgesi ("**Çalışma Belgesi**")<sup>7</sup> daha detaylı bir inceleme içermektedir.

Sanal dünyalar insan yaratıcılığını destekleme ve yeni iş fırsatları yaratma potansiyeline sahip olmasının yanı sıra, fikri ve sınai mülkiyet haklarıyla korunan içeriğin yaratımı ve işlenmesine ilişkin yeni

1 European Commission, Communication, an EU initiative on Web 4.0 and virtual worlds: a head start in the next technological transition, Strasbourg, 11.7.2023, COM(2023) 442/final.

2 European Commission, EU competitiveness beyond 2030: looking ahead at the occasion of the 30th anniversary of the Single Market, Brussels, 16.3.2023.

3 Regulation 2017/1001 of 14 June 2017 on the European Union trade mark.

4 Directive 2016/943 of 8 June 2016 on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use and disclosure.

5 Directive 2019/790 of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC.

6 Directive 2009/24/EC of 23 April 2009 on the legal protection of computer programs.

7 European Commission, Commission Staff Working Document, accompanying the document: An EU initiative on Web 4.0 and virtual worlds: a head start in the next technological transition, Strasbourg, 11.7.2023, SWD(2023) 250 final.

yöntemler de sağlamaktadır. Bu kapsamda Çalışma belgesinde, Web 4.0 ve sanal dünyaların özellikle telif hakları, markalar, tasarımlar, ticari sırlar ile fikri ve sınai mülkiyet haklarının icrasına etkileri değerlendirilmiştir.

**Telif hakları ve bağlantılı hakların** korunması ve yönetimi, hem yazılım, bilgisayar programları, internet sitesi tasarımı gibi sanal dünyaların mimarisıyla; hem de sanat eserleri, avatarlar, müzik, hikaye gibi geliştiriciler, kullanıcılar veya yapay zeka tarafından sanal dünyalar için yaratılan eserlerle yakından ilişkilidir. Özellikle ekonomik haklar ile telif haklarının istisnalarına ilişkin kurallar AB nezdinde uyumlaştırılmışsa da, manevi haklar gibi AB ülkelerinde farklılık gösteren kuralların sanal dünyalarda ulusal mahkemeler tarafından nasıl ele alınacağı belirsizdir.

Nitelikli Fikri Tapuların (NFT – Non-Fungible Token) kullanımı da telif haklarına ilişkin çeşitli sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Örneğin NFT'lerin blok zincirinde (*blockchain*) depolanmasının telif hakkı tecavüzü teşkil edip etmediği, eğer ediyorsa hak ihlali yaratan NFT'lerin nasıl yok edileceği önemli bir konudur.

Ayrıca yapay zeka ile telif hakkı arasındaki etkileşim de karmaşık bir yapıdadır ve hem yapay zekaların eğitilmesi sırasında telif hakkı korumalı içeriğin kullanımı, hem de yapay zeka tarafından yaratılan eserlerin telif hakkıyla korunup korunmayacağı hukuki fikir ayrılıklarına yol açmaktadır. 2019/790 sayılı Dijital Tek Markette Telif ve Bağlantılı Haklar Direktifi genel bir metin ve veri madenciliği istisnası içermektedirken, yapay zeka yaratımlarının telif hakkı ile korunamayacağı; zira, AB mevzuatının Türkiye'deki düzenlemelere benzer şekilde eser sahibinin kendi entelektüel yaratımı şartı gerektirdiği değerlendirilmektedir.

Telif haklarıyla ilgili bir diğer husus, sanal dünyalara ilişkin platformların içerik yaratan kullanıcıları kendilerine veya üçüncü kişilere münhasır olmayan ücretsiz lisanslar vermeye zorlayıp zorlayamayacağıdır. Çalışma Belgesi'nde bu tür uygulamaların kullanıcıları kendi içeriklerinden doğan kardan mahrum bırakmaması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

AB nezdinde sanal malları veya NFT'leri kapsayan **marka başvurularında** önemli bir artış görülmektedir. Ancak bir markanın

sanal mallar üzerindeki kullanımının, kapsamında yer alan fiziksel mallara ilişkin gerçek/ciddi kullanım teşkil edip etmeyeceği belirsizliğini sürdürmektedir. Benzer şekilde sanal ve fiziksel mal veya hizmetlerin karşılaştırılmasını gerektiren uyumsuzlukların nasıl ele alınacağı da net değildir.

Sanal dünyalarda marka tecavüzü fiillerindeki artış nedeniyle<sup>8</sup>, Avrupa Komisyonu sanal ortamlarda marka korumasına ilişkin mevzuatın revize edilerek güçlendirilmesinin gerekip gerekmediğinin değerlendirileceğini ifade etmektedir.

**Tasarımlara** ilişkin mevcut AB mevzuatı, Tasarımlara ilişkin Direktif Taslağı<sup>9</sup> ile Birlik Tasarımlarına ilişkin Tüzük Taslağı'nın<sup>10</sup> yürürlüğe girmesiyle değişikliğe uğrayacaktır. Sanal dünyaların tasarımlara ilişkin getirdiği hukuki tartışmaların başlıcaları NFT'ler de dahil olmak üzere sanal ürünlerin tasarım olarak tescili ve korunması, tescilsiz tasarımların kamuya ifşası, ürünlerin sınıflandırılması, sanal dünyalarda tescilli veya tescilsiz tasarımların kullanılması ve sanal tasarımlara ilişkin tecavüz davalarında hukuki belirliliğin sağlanmasıdır.

Ticari sırlar 2016/943 sayılı Know-How ve Ticari Sır Direktifi ile düzenlenmektedir. Gerçek dünyada olduğu gibi, bir sanal ofis bağlamında üretilen ticari açıdan hassas bilgilerin de sanal dünyaların sahibi veya sağlayıcısı tarafından, üçüncü kişilerce yasa dışı ele geçirilmesinden korunması gerekmektedir.

Fikri mülkiyet haklarının icra edilmesi noktasında sanal dünyaların yarattığı en büyük sorun sınır ötesi doğasıdır. Bu husus hak ihlallerinde bölgesel bir belirleme yapılmasını güçleştirmektedir. Çalışma Belgesi'nde, hem sanal dünyalarda kullanıcıların belirlenemiyor olmasının hak ihlallerine ilişkin sorumluluğun tespit edilmesine engel olmaması, hem de sanal dünyada etkileşime giren tüm paydaşların fikri ve sınai mülkiyet haklarının icrasına dair kurallara tabi olması gerekliliğinin üzerinde durulmuştur.

### C. Sonuç ve Değerlendirmeler

İnternetin doğuşunda olduğu gibi, yapay zeka ve sanal dünyalarda meydana gelen yenilikler fikri ve sınai mülkiyet haklarına ilişkin yeni hukuki tartışmaların doğuşuna zemin hazırlamaktadır. Başta marka,

tasarım ve telif hakları olmak üzere fikri ve sınai mülkiyet haklarının sanal dünyalarda etkin bir şekilde tescili, korunması ve icrasının sağlanması hem hak sahipleri, hem de kullanıcılar ve sürdürülebilir bir fikri ve sınai mülkiyet hak sistemi için çok önemlidir.

Strateji Belgesi'nde Web 4.0 ve sanal dünyalara ilişkin Avrupa Komisyonu'nun ilk somut planının hem vatandaşlara, hem de hak sahiplerine fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması ve icrasına ilişkin yol gösterecek araç kutularının yaratımıdır. Strateji Belgesi'nde sözü edilen araç kutularının 2024 yılından itibaren kullanıma hazır hale geleceği öngörülmektedir.

Öte yandan Çalışma Belgesi'nde çeşitli hukuki sorunlara değinilmiş ve özellikle marka korumasına ilişkin mevzuatın revize edilerek güçlendirilmesinin gerekip gerekmediğinin değerlendirileceği ifade edilmişse de, bu bağlamda tam olarak hangi düzenleme ve değişikliklerin öngörüldüğüne ilişkin ayrıntıya girilmemiştir.

Web 4.0 ve sanal dünyalar AB'de olduğu gibi Türkiye'de de fikri ve sınai mülkiyet haklarına yönelik benzer problemleri gündeme getirmektedir. Ülkemizde bu hukuki sorunlar halihazırda ağırlıklı olarak akademik ortamda tartışılmaktadır. Her ne kadar 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nu ile birlikte marka, tasarım ve patent haklarına ilişkin ulusal mevzuatın AB mevzuatıyla uyumu noktasında önemli bir adım atılmışsa da, başta 5.12.1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu olmak üzere telif haklarına ilişkin mevzuatın uluslararası anlaşmalar ve AB mevzuatı ile uyumlaştırılması için gereken modernizasyon çalışmaları henüz tamamlanamamıştır. Web 4.0 ve sanal dünyaların özellikle telif hakları ile karmaşık bir ilişkisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, uyumlaştırılma çalışmaları sırasında AB ve diğer ülkelerde bu alanda atılan adımların dikkatle takip edilmesinin önemli olacağı değerlendirilmektedir.

Hak sahipleri açısından Web 4.0 ve sanal dünyalara ilişkin etkin bir fikri ve sınai mülkiyet hakkı politikasının belirlenmesinde, hem regülasyon çalışmalarının, hem de mahkeme içtihatları ile ulusal ve uluslararası fikri mülkiyet ofislerine verilen kararların yakından takip edilmesi oldukça değerli olacaktır.

8 Örn.: <https://www.thefashionlaw.com/the-metabirkins-verdict-5-key-takeaways-for-brands-and-creators/>.

9 European Commission, Proposal for a Directive on the legal protection of designs, Brussels, 28.11.2022 COM(2022) 667 final.

10 European Commission, Proposal for a Regulation amending Council Regulation No 6/2002 on Community designs and repealing Commission Regulation No 2246/2002, Brussels, 28.11.2022 COM(2022) 666 final.

# Key Contacts / Önemli İletişim Bilgileri



**Can Sözer**  
Partner

+90 530 555 39 63  
can.sozer@esin.av.tr



**Pelin Aydoğdu**  
Senior Associate

+90 533 629 6423  
pelin.aydogdu@esin.av.tr



**Fulden Tezer**  
Senior Associate

+90 549 439 01 92  
fulden.tezer@esin.av.tr



**Mustafa Çağatay Akbaş**  
Associate

+90 549 439 0216  
mustafa.akbas@esin.av.tr



**İbrahim Barış Sayar**  
Associate

+90 546 502 41 94  
baris.sayar@esin.av.tr



**Selin Umay Özmen**  
Associate

+90 549 439 02 11  
umay.ozmen@esin.av.tr



**Elifsu Gözen**  
Trainee

+90 549 133 63 78  
elifsu.gozen@esin.av.tr



**Seçil Nibat**  
Trademark Paralegal

+90 549 439 02 27  
secil.nibat@esin.av.tr



**Ulaş Biçici**  
Senior Trademark Paralegal

+90 549 804 9754  
ulas.bicici@esin.av.tr



## **Baker McKenzie delivers integrated solutions to complex challenges.**

Complex business challenges require an integrated response across different markets, sectors and areas of law. Baker McKenzie's client solutions provide seamless advice, underpinned by deep practice and sector expertise, as well as first-rate local market knowledge. Across more than 70 offices globally, Baker McKenzie works alongside our clients to deliver solutions for a connected world.

[bakermckenzie.com](https://bakermckenzie.com)

© 2023 Baker McKenzie. All rights reserved. Baker & McKenzie International is a global law firm with member law firms around the world. In accordance with the common terminology used in professional service organizations, reference to a "partner" means a person who is a partner or equivalent in such a law firm. Similarly, reference to an "office" means an office of any such law firm. This may qualify as "Attorney Advertising" requiring notice in some jurisdictions. Prior results do not guarantee a similar outcome.