

# COĞRAFI İŞARET ve NAZİLLİ İLÇESİNİN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜN POTANSİYELİ

Dr. Öğr. Üyesi Bilge DOĞANLI

*Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, NAZİLLİ İİBF, UTF Bölümü*

Coğrafi işaretler, bir ürünün bulunduğu bölgeden kaynaklı olarak öne çıkan, karakteristik özellik ve niteliklerinden dolayı o yöre, bölge ya da ülke ile özdeşleşerek coğrafi kaynağına atfedilen işaretler ve sınai mülkiyet haklarıdır. Bu işaretler ile bölge, emsallerinden olan belirgin farklılıkları ile ayırmakta ve bölgenin bir destinasyon merkezi olarak algılanma ve markalaşmasında doğal bir avantaja kavuşmaktadır. Coğrafi işaretle markalaşarak, yerel ekonomisini canlandırma imkânını yakalayan bölge, geçmişten gelen tarihini, gastronomisini, yerel ürünlerini, kültürel özelliklerini, doğal yaşam imkânlarını tanıtarak pazarlama olanağına kavuşmaktadır. Coğrafi işaretli ürün sayısına sahip olan yörelerin sayısı, dünyanın pek çok ülke, yöre ve şehrinde olduğu gibi Türkiye'nin şehirlerinde de artmakta, kendisini coğrafi işaret ile bütünleştirmek isteyen yeni yörelerin sayısı da, gün geçtikçe artış göstermektedir. Teknoloji, alt ve üst yapı imkânları vb. ile dünya sıralamasında benzerleri ile yarışmakta zorlanan kırsal yöreler için, var olan zenginliklerin coğrafi işaretleme ile belirginleştirilmesi, yerel kalkınmanın sağlanarak markalaşmanın sağlanması adına önem arz etmektedir. Ülkemiz, yöreleri, kendilerine özgü ürünlere, el sanatlarına, farklı kaynaklara, imkânlar, tarihe ve kültürel yapısı ile doğal bir zenginlik yapısına sahiptir. Bu doğal dinamiklerin harekete geçirilerek, kırsal turizmin ve ekonominin canlandırılması için coğrafi işaretlemenin gerçekleştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çalışma ile coğrafi işaretlemenin, özellikle de kırsal bölgelerin kalkınmasında ne derece önemli bir role sahip olduğu ve coğrafi işaretleme ile markalaşabilecek bir bölgenin ekonomik kazançlarının büyüklüğü ortaya konulmaya çalışılmıştır. Nazilli'nin pidesi, kar helvası gibi coğrafi işaretli ürünleri, kestanesi, turuncu, yaş almayan yaşlıları gibi coğrafi işaretleme potansiyeline sahip ürünleri ve bu ürünlerin coğrafi işaretleme belgesine sahip olması ile gerçekleştirilecek kazanımları bulunmaktadır.

## COĞRAFI İŞARET

Küreselleşmeyle beraber, rekabet ulusal olmaktan çıkarak uluslararası bir boyut kazanmıştır. Kıtalar arası uzaklıklar ve öğrenimler, internet ve teknoloji sayesinde saniyeler kadar kısa sürelerle incele ürünler birbirine benzemeye ve taklit ürünler ile kaliteli ürün kavramı arasındaki açıklık azalmaya başlamıştır. Tarımsal ürünlerde verimliliğin artmasını sağlamak amacıyla uygulanan sonras (GDO vb.) rekolte artmış, katkı maddeli yiyecekler hemen her ürünün içeriğine eklenmiş ve gıda kaynaklı hastalıkların oranında ciddi artışlar görülmeye başlandığı için de bireyler, tükettikleri gıdaların kaynaklarını, üretim şekillerini ve üretim yerlerini öğrenmeye ve sorgulamaya yönlenmişlerdir. Bu durum, tüketicilerin, doğal ve/veya organik üretimin gerçekleştiği düşünülen kırsal yerleşim alanlarına ilgisini artırarak, Coğrafi İşaret tesciline ayrı bir anlam kazandırmıştır. Bu koşullar altında, ürünlere olan talebi, üretici lehine avantajlı konuma getirmede, geleneksel ve yöresel ürünlerin önemi de giderek artmaktadır. Hem üreticinin, hem yörenin/yöre halkının, hem de ülkelerin değerlerinin ve ekonomik refahlarının artarak korunması adına Coğrafi İşaret'li (Ci) ürünler ciddi bir öneme sahiptirler. Klasik tatil anlayışına (deniz-güneş-kum) karşı, farklı alternatif turizm seçenekleri arayışında olan turizm hareketliliğine, doğal ve organik yaşam beklentilerine cevap verme potansiyeli yüksek olan seçenek olarak Ci'li ürünler ve üretildikleri kırsallar öne çıkmaktadır. Üretildikleri kırsalların kalkınmasını ve sürdürülebilir turizmle, bölgede turizm talebinin oluşmasını sağlayan Ci'li ürünler, ürünle ilişkili bilgilerin sağlanan korumalar ile nesiller boyu değişmeden kalmasına imkân tanımaktadırlar. Bu çalışma, Ci konusuna ve ilişkili kavramlara dikkat çekerken, Ege bölgesinde bulunan Aydın ilinin, Nazilli ilçesinin Ci ürünlerine ve potansiyel ürünlerine ve Ci tescili ile

yaşadığı bölgeyi seven, mutlu bir topluluğun oluşması mümkün hale gelecektir.

Nazilli pidesinin ve Nazilli Kar helvasının Ci ile tescillenmeleri elbette ki Nazilli için gurur verici sevindirici bir durumdur. Ancak amaç, bu ürünlerden en yüksek katma değeri elde etmek olmalıdır. Nazilli şehrinin, Ci tescilli ürünleri sayesinde elde edebileceği kazanımları, kırsal turizm ve markalaşmaya ait getirilerin neler olabileceğinin belirlenmeye çalışıldığı çalışmanın sonunda, konuya sorular sorarak açıklık getirmeye çalışılmıştır.

Nazilli'nin Ci'li ürünlerinden, üreticilerin kişisel üretimde bulunmaları haricinde nasıl bir katma değer elde edilmektedir? Bu ürünlerin markalaşma süreçleri gerçekleştirilmekte midir? Kırsal turizm çalışmaları ve bu sürece ilişkin stratejiler nelerdir? Yeni Ci tescilleri ve alınacak tescillerin ortak bir marka çatısı altında toplanmasına ilişkin bir çalışma bulunmakta mıdır? Tüm bu tesciller, turizm amaçlı bir beklentiye hizmet etmekte midirler? Bu süreç çok fazla paydaşın bu sürece destek vermesini mi gerektirmektedir? Bu paydaşlar bir plan çerçevesinde birlikte bir çalışmaya başlamışlar mıdır? Farklı beklentileri olan tüketicilere/turistlere, antik kentlerin mistik varlığı eklenerek oluşturulmuş ve markalaşması sağlanmış Ci tescilli ürünler sunulmasına ilişkin stratejiler geliştirilmiş midir? AB tescilli Aydın İncirinin yetiştirildiği Nazilli ve çevresinde bu ürünün geleceğini olumsuz etkilediğinden bahsedilen JES'ler ve İncir kalitesine olan etkilerini araştırmak için bir çalışma yapılmış mıdır, ya da böyle bir plan bulunmakta mıdır? Aynı etki, zeytin zeytinyağı gibi ürünleri içinde geçerlidir.

#### KAYNAKLAR

- Acharya, A. – Rahman, Z. 2016. "Place Branding Research: A Thematic Review And Future Research Agenda", *International Review on Public and Marketing Nonprofit* 13(3): 289-317.
- Akerlof, G. A. 1970. "4. The Market for Lemons", *Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, *Market Failure or Success*, 66.
- Alonso, A. D. – Liu, Y. 2011. "The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine: The Case Of The Fortunate Islands", *International Journal of Hospitality Management*, 30(4): 974-981
- Altiner, B, 2017. *Kentlerin Rekabetinde Önemli Bir Turizm Faktörü Olarak Coğrafi İşaretleme Ve Planlamaya Yansımaları*, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Arfini, F. - Albisu, L. M. - Giacomini, C. 2011. "Current Situation and Potential Development of Geographical Indications in Europe", *Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition* (Eds: E. Barham, B. Sylvander), CAB International: 29-44.
- Ayhan, Ç. K. - Taşlı, T. C. - Özkök, F. - Tatlı, H. 2020. "Land use suitability analysis of rural tourism activities: Yenice, Turkey", *Tourism Management*, 76: 103949.
- Babcock, B. 2003. "Geographical Indications, Property Rights, and Value-Added Agriculture", *Iowa Ag Review*, Vol. 9, No. 4: 1-3.
- Bessière, J. 1998. "Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas", *Sociologia Ruralis* 38 (1): 21–34.
- Bramley, C. 2011. "A Review of the Social Economics Impact of Geographical Indications: Considerations for the Developing World in WIPO WORLDWIDE", *Symposium on Geographical Indications, Lima 22-24, June 2011*.
- Cei, L. – Stefani, G. – Defrancesco, E. – Lombardi, G. V. 2018a. "Geographical indications: A first assessment of the impact on rural development in Italian NUTS3 regions", *Land Use Policy*, 75: 620-630.
- Cei, L. – Defrancesco, E. – Stefani, G. 2018b. "From Geographical Indications to Rural Development: A Review of the Economic Effects of European Union Policy", *Sustainability*, 10: 3745.
- Cucari, N. - Wankowicz, E. - De Falco, S. E. 2019. "Rural tourism and Albergo Diffuso: A case study for sustainable land-use planning", *Land use policy*, 82: 105-119.
- Çalışkan, V. - Koç, H. 2012. "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28): 193-214.
- Çeken, H. - Karadağ, L. - Dalgın, T. 2011. "Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm Ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma", *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1): 1-14.
- Dam, M. 2017. *Ar-Ge İnovasyon ve Ekonomik Büyüme*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Ankara.

- European Commission (2011), Workshops on Geographical Indications, [http://ec.europa.eu/agriculture/events/gi-africa-2011\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/events/gi-africa-2011_en.htm).
- Giovanachi, D. – Josling, T. - Kerr, W. O. - Connor, B. - Yeung, M. T. 2009. *Guide to Geographical Indication Linking Products and Their Origins International Trade Center*, Geneva.
- Giray, F. H. - Kadakoğlu, B. - Çetin, F. - Bamoi, A. G. A. 2019. "Rural Tourism Marketing: Lavender Tourism in Turkey, *Ciência Rural*, 49(2).
- Gönenç, S. 2007. "Coğrafi İşaretlerin Koruyucu Mekanizmasını Engelleyen Faktörler", *Gıda Mühendisliği Dergisi. TMMOB Yayını, Yıl: 10 Sayı: 25*: 45-54
- Green, G. P. - Dougherty, L. M. 2008. "Localising Linkages For Food And Tourism: Culinary Tourism As A Community Development Strategy", *Community Development*, 39(3): 148-158.
- Günel, V. – Şahinalp, M. S. – Falaeddinoğlu, F. 2009. "Türkiye'ye Yönelik Kültürel Turizm Turları ve Başlıca Güzergâhlar", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1): 275 -298.
- Hall, C. M. 2003. "Food Tourism Around The World: Development Management And Markets", *Butterworth Heinemann*, Oxford, UK.
- Halloway, C. J. - Taylor, N. 2006. "The Business of Tourism", *Seventh Edition. Prentice Hall s.199*. England.
- Hazarhun, E. - Tepeci, M. 2018. "Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1): 371-389.
- Ilbery, B. - Kneafsey, M. 1999. "Niche Markets And Regional Speciality Food Products In Europe: Towards A Research Agenda", *Environment and Planning A* 31 (12): 2207–2222.
- Ittersum, V. K. - Candel, J. J. M. - Meulenber, M. 2003. "The Influence Of The Image Of A Product's Region Of Origin On Product Evaluation", *J. Bus. Res.* 56 (3): 215–226.
- Ittersum, V. K. - Meulenber, M. T. - Van Trijp, H. C. - Candel, M. J. 2007. "Consumers' Appreciation of Regional Certification Labels: a Pan-European Study", *Journal of Agricultural Economics*, 58(1): 1-23.
- Jenkins, T. - Parrott, N. 1999. "The Socio-Economic Potential For Peripheral Rural Regions Of Regional Imagery And Quality Products", *No: 730-2016-50606*: 127-140.
- Kan, M. 2011. *Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü(Basılmamış Doktora Tezi), Ankara.
- Kan, M. - Gülbuçuk, B. 2008. "Kırsal Ekonominin Canlanmasında Ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler", *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2): 57-66.
- Kan M. - Gülbuçuk, B. - Küçükçongar, M. 2012. "Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22): 93-101.
- Karaca, O. B. 2016. "Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizminde Önemi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (2): 17-39.
- Kezer, T. Ş. 2013. "AB ve Türkiye'de Coğrafi İşaretler", *Uzman Gözüyle Aylık Avrupa Birliği Bülteni*, 1 (4): 9-10.
- Kılıçhan, R. "Coğrafi İşaretler ve Gastronomi Turizmi", Erciyes Üni. Turizm Fakültesi Er: 10.06.2022, ([http://www.gastronomi-mutfaksanatları.com/FileUpload/ks241201/File/coğrafi\\_isaretler\\_ve\\_gastronomi.pdf](http://www.gastronomi-mutfaksanatları.com/FileUpload/ks241201/File/coğrafi_isaretler_ve_gastronomi.pdf)).
- Kingir, S. - Şeyhanoğlu, H. Ö. - Gör, R. 2021. "Türkiye'de Fındığın Tarım Turizmi (Agro Turizm) İçindeki Yeri, Önemi ve Turizme Katım Çabaları Hakkında Bir Alan Araştırması", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1): 206-223.
- Kneafsey, M. - Ilbery, B. - Jenkins, T. 2001. "Exploring The Dimensions Of Culture Economies In Rural West Wales". *Sociologia Ruralis* 41 (3): 296–310.
- Kodaş, D. - Sü Eröz, S. 2012. "Kırsal Turizm İle Kültürel Turizmin Bütünleşmesi", *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22): 169–174
- Köşker, H. 2022. "Batı Karadeniz Bölümünün Coğrafi İşaretle Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi", *Journal of Humanities and Tourism Research* 2022, 12 (1): 22-35.
- Lalelidağ, A. L. 2020. *Coğrafi İşaretle Ürünlerde Markalaşma ve Pazarlama Stratejileri Üzerine Bir Çalışma*, TOBB Ekonomi Ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Yüksek Lisans Tezi, Nisan.
- Lopez, X. A. - Martin, B. G. 2006. "Tourism and Quality Agro-Food Products: An Opportunity For The Spanish Countryside", *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 97, No. 2: 166–177.
- Marette, S. - Crespi, J. M. - Schiavina, A. 1999. "The Role Of Common Labelling In A Context Of Asymmetric Information", *European Review of Agricultural Economics*, 26(2): 167-178.
- Marsden, T. - Banks, J. - Bristow, G. 2000. "Food Supply Chain Approaches: Exploring Their Role In Rural Development", *Sociologia Ruralis* 40 (4): 424–439.
- Mercan, Ş. O. – Üzülmöz, M. 2014. "Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 29, Sayı: 2: 67-94.
- Murdoch, J. - Marsden, T. - Banks, J. 2000. "Quality, Nature And Embeddedness: Some Theoretical Considerations In The Context Of The Food Sector", *Economic Geography* 76 (2): 107–125.
- Nanayakkara, T. 2011. "Role of Intellectual Property in Enhancing the Competitiveness of the Tourism Industry", [http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism\\_ip.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism_ip.html)

- Neilson, J. - Wright, J. - Aklimawati, L. 2018. "Endonezya Kahve Sektöründe Coğrafi İşaretler Ve Değer Yakalama", *Kırsal Araştırmalar Dergisi*, 59: 35-48.
- OECD, 2000. "Appellations of Origin and Geographical Indications in OECD Member Countries: Economic and Legal Implications"/COM/AGR/APM/TD/WP(2000)15/FINAL.
- Okumuş, B. - Okumuş, F. - Mckercher, B. 2007. "Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey", *Tourism Management*, 28: 253-261.
- Orhan, A. 2010. "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, Güz*: 243-254.
- Pacciani, A. - Belletti, G. - Marescotti, A. - Scaramuzzi, S. 2001. "The Role of Typical Products in Fostering Rural Development and The Effects of Regulation (EEC) 2081/92", *73rd Seminar of the European Association of Agricultural Economists ANCONA, 28-30 JUNE 2001 Policy Experiences with Rural Development in a Diversified Europe*.
- Padel, S. - Foster, C. 2005. "Exploring The Gap Between Attitudes And Behaviour: Understanding Why Consumer Buy Or Do Not Buy Organic Food", *British Food Journal*, 107(8), 606-625. <https://doi.org/10.1108/00070700510611002>.
- Parrott, N. - Wilson, N. - Murdoch, J. 2002. "Spatializing Quality: Regional Protection And The Alternative Geography Of Food". *European Urban and Regional Studies* 9 (3): 241-261.
- Raju, K. D. - Tiwari, S. 2015. "The Management of Geographical Indications: Post Registration Challenges and Opportunities", *Indian Institute of Management Calcutta*, 42/3: 293-306.
- Rangnekar, D. 2004. "The Socio-Economics of Geographical Indications. A review of Empirical Evidence from Europe", *International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Issue paper No:8, France*.
- Requillart, V. 2007. "On the Economics of Geographical Indications in the EU. Geographical Indications, Country of Origin and Collective Brands: Firm Strategies and Public Policies Workshop", *Toulouse School of Economics (GREMAQ-INRA & IDEI), Toulouse, June 14-15*.
- Santeramo, F. G. - Lamonaca, E. 2020. "Evaluation Of Geographical Label In Consumers' Decision-Making Process: A Systematic Review And Meta-Analysis", *Food Research International*, 131: 108895.
- Semiz, Ö. 2011. "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi (TRIPS): Öncesi ve Sonrası", *Legal Fikri Ve Sınai Haklar Dergisi, C, 7: 27*.
- Skuras, D. 2004. "Economic Situation in Rural Europe in View of Rural Development Proposals", *Department of Economics, University of Patras, Greece*.
- Soykan, F. 1999. "Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 10, Mart-Haziran: 67- 75.
- Stefani, G. - Romano, D. - Cavicchi, A. 2005. "Consumer expectations, liking and willingness to pay for specialty foods: Do sensory characteristics tell the whole story?", *Food Quality and Preference*, 17 (1-2) (2006): 53-62.
- Şahin, G. 2013. "Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15): 23-37.
- Tarış İncir Tarım Satış Kooperatifleri Birliği, Ege İhracatçı Birlikleri, 2019: (<https://esnafkoop.ticaret.gov.tr/data/5d44168e13b876433065544f/2019%20Kuru%20%C4%B0ncir%20Raporu.pdf>)
- T.C. Ticaret Bakanlığı Esnaf, Sanatkarlar Ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2019 Yılı Kuru İncir Raporu, Nisan 2020.
- Tekelioğlu, Y. 2019. "Coğrafi İşaretler Ve Türkiye Uygulamaları", *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 8 Sayı: 15*.
- Tepe, S. 2008. *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri, (Uzmanlık Tezi)*. Ankara: T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı.
- Treager, A. - Filippo, A. - Giovanni, B. - Marescotti, A. 2007. "Regional Foods and Rural Development: The Role of Product Qualification", *Journal of Rural Studies*, 23(2007): 12-22.
- Özsoy, T. 2015. "Coğrafi İşaretlemenin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 24, Sayı 2: 31-46*.
- TÜİK, Tarış İncir 2017/18 Ege Bölgesi Kuru İncir Rekolte Tahmin Raporu.
- Vandecastelaere, E. - Arfini, F. - Belletti, G. - Marescotti, A. 2009. "Linking People, Places and Products, A Guide For Promoting Quality Linked To Geographical Origin And Sustainable Geographical Indications", *FAO, Italy*, 194.
- Xu, Z. - Sun, B. 2020. "Influential Mechanism Of Farmers' Sense Of Relative Deprivation In The Sustainable Development Of Rural Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*", 28(1): 110-128.
- Yalçın, D. 2019. *Coğrafi İşaretlerin Şehir Markalaşmasına Etkileri: Sakarya İli Örneği*, T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Yüksek Lisans Tezi.
- Yapıcı, O. Ö. 2021. "Coğrafi İşaretli Ürün Erbaa Narince Bağ Yapağı'nın Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi", *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(77): 3153-3163.
- Zaelani, A. 2020. "Development Of Tourism Based On Geographic Indication Towards To Welfare State", *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vol: 29, No: 3: 1227-1234.

Zago, A. M. - Pick, D. 2004. "Labeling Policies in Food Markets: Private Incentives", Public Intervention, and Welfare Effects. J. Agric. Resour. Econ., 29: 150–165.

<https://esnafkoop.ticaret.gov.tr/data/5d44168e13b876433065544f/2019%20Kuru%20C4%B0ncir%20Raporu.pdf>

<https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=555&mevzuatTur=KHK&mevzuatTertip=5>

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf>

<https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret> 01.07.2022

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup>, 19.07.2022

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationOwners>, 19.07.2022

<https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/Type>

<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/avrupa-birliğinde-coğrafi-isaret>, 10.07.2022

<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=09&tur=&urunGrubu=&adi=>