GÜN + PARTNERS

AVUKATLIK BÜROSU

TÜRKİYE'DE MARKA HUKUKU ÖNEMLİ GELİŞMELER VE ÖNGÖRÜLER

2024

Markalar ve Tasarımlar

Marka ve tasarımlar alanında çeşitli ve kapsamlı hukuki hizmetler sunmaktayız.

Bu alandaki hizmetlerimiz, marka ve tasarım hukuku alanında her türlü danışmanlık, takip, izleme, itiraz, karara itiraz, dava, sözleşme ve diğer hukuki işlemler hizmetler dâhil olmak üzere tescil ve hakların korunmasına dair stratejiler, tescile ve kullanıma uygunluk konusunda ön inceleme ve araştırmalar yapılması hizmetlerini kapsamaktadır.

Müvekkillerimizi ilk derece hukuk, ceza ve idare mahkemeleri ile Yargıtay gibi üst mahkemeler önünde, Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT"), gümrükler ve alan adı otoriteleri gibi idari kurumlar nezdinde temsil etmekteyiz. Bir kısım avukatlarımız aynı zamanda TÜRKPATENT nezdinde işlem yapmaya yetkili marka ve patent vekilleridir.

Mahkemeler nezdinde düzenli olarak hükümsüzlük, terkin ve iptal davaları, tanınmış marka koruması, sulandırmaya karşı koruma, iltibas ve haksız rekabet, ticari ambalaj taklidi davaları ile büyük miktarlı tazminat davaları yürütmekte ve ayrıca gümrüklerde durdurma ve el koyma başvuruları ile ceza ve hukuk davaları yoluyla arama ve el koyma başvuruları yapmakta ve takip etmekteyiz.

Genel dava ve danışmanlık yetkinliklerimizi, sektör bilgilerimiz ile birleştirerek, marka ve tasarım ile ilgili anlaşmalar ve üretim, fason üretim, co-existence (birlikte var olma), birlikte tanıtım, sulh anlaşmaları ve lisans anlaşmaları gibi hukuki işlemleri hazırlamakta müzakere etmekte ve müvekkillerimizi bu alanda da temsil etmekteyiz.

Giriş

2023 yılı, Türk Marka Hukuku uygulaması bakımından çok esaslı değişiklikler getirmemekle birlikte; bazı uygulama değişiklikleri ve yenilikler getirmesi anlamında yine de önemli bir yıl olduğu söylenebilir.

Yılın bir bölümü, özellikle İstanbul Fikri ve Sınai Haklar Mahkemeleri hakimlerinin değişikliği sebebiyle belirsizlikler içerisinde geçmişken yılın son çeyreğinde bu Mahkemelere atanan yeni hakimler ile hem iş yükü anlamında bir iyileşme sağlanmış hem de süreçlerdeki belirsizlikler bir ölçüde giderilmeye başlanmıştır.

Daha önceki yıllarda olduğu gibi; Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") nezdindeki idari süreçler etkinliğini devam ettirmiştir. TÜRKPATENT'in özellikle kötü niyetli marka başvurularına karşı etkin koruması kanaatimizce birçok ülke uygulamasına göre örnek teşkil edebilecek niteliktedir.

2023 yılında marka hukukunun temel prensiplerine ilişkin karıştırılma ihtimali, kötü niyet, müktesep hak, markanın ticaret unvanında kullanılması gibi konularda TÜRKPATENT ve Mahkemeler tarafından emsal niteliğinde kararlar verilmiştir.

Öte yandan 2023 yılında, kullanmama sebebine dayalı iptal süreçlerinin TÜRKPATENT nezdinde görülmeye başlanacak olması sebebiyle bu konuda yapılan hazırlıklar da merakla beklenmiştir. Nitekim bir yönetmelik taslağı da hazırlanarak senenin sonunda paydaşlara iletilmiştir. Yeni sistem planlandığı şekilde 10 Ocak 2024 tarihinden itibari ile yürürlüğe girmiş olmasına rağmen, henüz yönetmelik yürürlüğe girmemiş olduğundan sürece ilişkin belirsizlikler devam etmektedir.

Bütün bunlara ilaveten, teknolojideki gelişmeler çerçevesinde fiziki mallar ile sanal mallar arasındaki ilişki ve yapay zekanın marka hukukuna etkisi tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de tartışılmıştır. Bu konuda Nice Sınıflandırmasında yapılan değişikliklerin TÜRKPATENT nezdinde de uygulaması beklenmektedir.

Ayrıca, elektronik ticarette marka hakkı ihlallerine yönelik olarak E-Ticaret Kanunu'nda değişiklik yapan 7416 sayılı Kanun, 1 Ocak 2023'te yürürlüğe girmiştir.

Yine Marka Hukuku uygulaması ile bağlantılı bir gelişme de alan adları bakımından yaşanmıştır. 2022 yılında faaliyete başlayan TRABİS (tr. ağ bilgi sistemi) bünyesinde tr alan adları için alternatif çözüm yolları mekanizması devreye girmiş ve başarılı sonuçlara da imza atmıştır.

Bütün bunlara ek olarak, uluslararası platformların yürüttükleri soruşturmalar ile tetiklenen ilaç kaçakçılığı ve sahte ilaç operasyonlar da önem kazanmıştır.

Hazırlamış olduğumuz bu belge, marka sahipleri için önemli olduğunu düşündüğümüz, marka hukuku alanındaki çeşitli konulara ilişkin gelişmelerin bir derlemesi niteliğindedir.

İçindekiler

03

Türkiye'de Fikri Mülkiyet Korumasına ilişkin Genel Değerlendirme: Zorlukları Aşmak ve Olumlu İlerlemeler

05

Marka Sahibinin Diğer Markalarının Kötü Niyet Değerlendirmesine Etkisi

07

Önceki Bir Markaya Dayanan Müktesep Hak İddiasının Kabulü İçin Kullanım Kriteri

09

Ticaret Unvanı Marka Hakkına Tecavüz Teşkil Eder Mi?

11

Markalar İçin İdari İptal Zamanı Geldi Çattı!

14

Sanal ve Fiziksel Mal Ve Hizmetler Arasındaki İlişki

16

Yapay Zekanın Marka Hukukuna Etkileri

18

E-Ticaret Platformlarında Fikri Mülkiyet Hakkı İhlallerine İlişkin Yeni Yasal Düzenlemeler

21

".tr" Uzantılı Alan Adlarında Uyuşmazlıkların Çözümü Etkin Mi?

23

İlaç Firmalarının Sahte ve Kaçak İlaçlarla İmtihanı

25

Taklitle Mücadelede Stratejik Savaş Alanı: Türk Rivierası, Türkiye'nin Batı ve Güney Sahilleri

Türkiye'de Fikri Mülkiyet Korumasına ilişkin Genel Değerlendirme: Zorlukları Aşmak ve Olumlu İlerlemeler

Türkiye'de fikri mülkiyet mevzuatı, özellikle, 2017 yılında Sınai Mülkiyet Kanununun da yürürlüğe girmesi ile uluslararası normlar ve standartlar ile birebir uyumlu hale gelmiştir. Fakat hukuki çerçeve, fikri mülkiyet haklarının korunması için sağlam bir temel sunsa da uygulamadan kaynaklanan bazı engeller bulunduğundan etkin bir hukuki koruma sağlanması için bazı iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

Fikri mülkiyet haklarının korunması bakımından önemli bir engel, özel fikri mülkiyet uzmanlık mahkemeleri bulunmasına rağmen; bu mahkemelerde görev yapan hakimlerin uzmanlık bilgisinin sınırlı olmasıdır. Bu durum, ilk derece uzmanlık mahkemeleri ile bölge adliye mahkemelerinde; gecikmelere, tutarsız kararlara ve genel olarak verimsizliklere neden olmaktadır. Bilirkişi raporlarına fazlaca başvurulması genel olarak yargılama sürelerinde ve özelde de ihtiyati tedbir taleplerinin incelenmesinde ciddi gecikmeler yaratmaktadır.

Bunun yanı sıra; tazminat talebi içeren yargılamalarda yaşanan aksaklıklar, tazminat taleplerinden beklenen etkinliği engellemektedir. Sınai Mülkiyet Kanunu, tazminat taleplerinde özellikle yoksun kalınan karın hesaplanması bakımından oldukça elverişli hükümler içerse de bilirkişi incelemelerindeki eksiklikler, davalıların ticari kayıtlarını tam ve doğru olarak sunmamaları gibi pratik uygulama zorlukları süreci önemli ölçüde uzatmakta ve etkinliğini ortadan kaldırmaktadır.

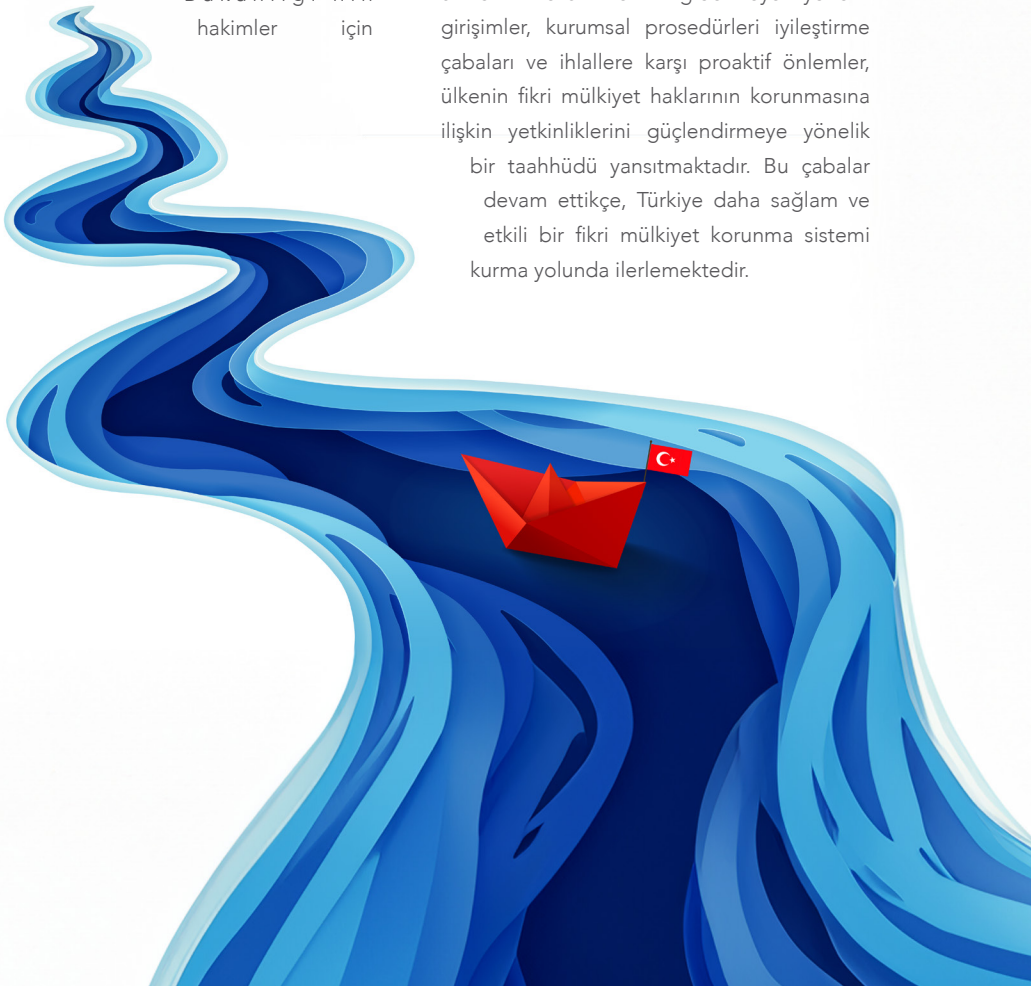
Uygulamada yaşanan tüm bu zorluklara rağmen, fikri mülkiyet sistemindeki olumlu gelişmeler, ilerleme işaretleri de sunmaktadır. Her şeyden önce, Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT), idari süreçleri hızlandırmak için çevrimiçi araçlarını önemli ölçüde geliştirmiştir. TÜRKPATENT tarafından hazırlanmış olan kılavuzlar, kanaatimizce kuralların tutarlı şekilde uygulamasına katkıda bulunmaktadır. TÜRKPATENT itiraz süreçleri, özellikle kötü niyetli marka başvurularına karşı oldukça etkili hale gelmiştir. Ayrıca, 10 Ocak 2024 tarihinden itibaren markanın iptaline ilişkin süreçlerin TÜRKPATENT tarafından görülecek olması bu süreçler bakımından hızlanma yaşanacağı beklentisi yaratmaktadır. Ayrıca, daha önce kapatılan ihtisas mahkemelerinin yeniden açılması ve yeni mahkemelerin eklenmesi de oldukça olumlu bir gelişmedir. Halihazırda, Türkiye çapında toplam 14 Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi (İstanbul'da 8, Ankara'da 5 ve İzmir'de 1) ve toplam 9 Fikri ve Sınai Haklar Ceza Mahkemesi (İstanbul'da 6, Ankara'da 1, İzmir'de 1 ve Antalya'da 1) bulunmaktadır. İstanbul fikri mülkiyet mahkemelerine atanan yeni hakimlerle birlikte süreçlerde bir iyileşme yaşanmaktadır.

Bunların yanı sıra; gümrük idarelerinin marka sahipleri ile iş birliklerini arttırmaları, sahte ürünlerin erken aşamada tespit edilerek el konulması süreçlerini daha etkin hale getirmektedir. Gümrük durdurmalarının artışı ve gümrük idareleri ile olan iletişim kanallarının iyileştirilmesi, fikri mülkiyet ihlallerine karşı idarenin proaktif bir yaklaşımını da beraberinde getirmektedir.

Arama ve el koyma kararlarının alınmasındaki zorluklar devam etmekle birlikte; bu konuda da dikkate değer iyileştirmeler yaşanmış olup son zamanlarda oldukça büyük ölçekli baskın operasyonları da gerçekleştirilmiştir.

Bütün bunların yanı sıra, sivil toplum kuruluşlarının, Adalet Bakanlığı ile etkileşimde bulunma çabaları, ayrıca Adalet Bakanlığı'nın hakimler için gerekli eğitimi sağlama girişimleri, hakimler arasındaki bilgi eksikliğinin giderilmesine yönelik çabaları göstermektedir.

Bu çerçevede, uygulamada yaşanan zorluklara rağmen çeşitli paydaşların iş birliği çabaları ve stratejik reformlar, Türkiye'nin fikri mülkiyet haklarının korunmasına ilişkin sistemlerinde umut verici bir ilerleme olduğunu göstermektedir. Hakimlerdeki uzmanlık eksikliklerini gidermeye yönelik girişimler, kurumsal prosedürleri iyileştirme çabaları ve ihlallere karşı proaktif önlemler, ülkenin fikri mülkiyet haklarının korunmasına ilişkin yetkinliklerini güçlendirmeye yönelik bir taahhüdü yansıtmaktadır. Bu çabalar devam ettikçe, Türkiye daha sağlam ve etkili bir fikri mülkiyet korunma sistemi kurma yolunda ilerlemektedir.



Marka Sahibinin Diğer Markalarının Kötü Niyet Değerlendirmesine Etkisi

Bir marka başvuru sahibinin, başka tanınmış markaları kendi adına tescil etmeye çalışarak bir marka portföyü oluşturma çabasının kötü niyete dair delil oluşturduğu doktrinde ve Yargıtay uygulamalarında uzun zamandır kabul görmektedir. Bu kapsamda Yerel Mahkemeler ile Bölge Adliye Mahkemeleri de başvuru sahibinin diğer marka başvurularını inceleyerek, bu marka başvurularının kötü niyetli bir marka portföyü oluşturma niyetini kanıtladığı durumlarda, dava konusu markanın kötü niyetle tescil edilmeye çalıştığını kabul edebilmektedirler.

Ankara Bölge Adliye Mahkemesi 20. Hukuk Dairesi'nin ve Ankara 2. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi'nin yakın tarihli kararlarında da bu ilkeler benimsenmiştir.

- Ankara Bölge Adliye Mahkemesi 20. Hukuk Dairesi 03.07.2023 tarihli ve 2021/837 E. 2023/771 K. sayılı kararında, davacının genel olarak 25. sınıftaki tekstil ürünleri üzerinde tescilli markalarının ve aynı ibareli ticaret unvanının esas unsurunu oluşturan ibarenin, Türkçede özel bir anlamı veya kullanımı olmayan, ayırt edici özgün bir ibare olduğunu dikkate alarak, davalı tarafından aynı ibarenin 30. sınıftaki yiyecek içecek ürünleri üzerinde tescil edilmek üzere tesadüfen seçildiğinin düşünülmesinin hayatın olağan akışına aykırı olduğunu değerlendirmiştir. Bunun yanı sıra Mahkeme, davalının basiretli bir tacir gibi hareket etme yükümlülüğünü göz önünde bulundurarak, Türk Patent ve Marka Kurumu sicilinde yapılan incelemede davalı şirketin, tıpkı davacı gibi yurt dışında giyim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin markalarının aynıları için başvuru yapmasının davaya konu başvurunun kötü niyetli olduğuna ilişkin kabulüne yol açtığını belirtmiştir. Farklı sınıflarda da olsa davacı şirketin özgün nitelikteki markasının aynısının hangi saikle seçilerek marka başvurusu yapıldığı yönünde davalının ikna edici bir açıklamasının bulunmadığı Mahkemece değerlendirilmiştir. Dolayısıyla davalının marka tescili sırasında yüksek derecede ayırt ediciliği olan, özgün olarak yaratılmış markanın davacıya ait olduğunu bildiği sonucuna varılmış ve uyuşmazlığa konu marka tescilinin Yargıtay Hukuk Genel Kurulu 16.7.2008 tarihli 2008/11-501 E. 2008/507 K. sayılı kararı kapsamında sayılan kötü niyet hallerinden "başkasının markasından haksız olarak yararlanmak" olarak ifade edilen amaçla yapıldığına karar verilmiştir.
- Yine Ankara 2. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinin 28.09.2023 tarih ve 2022/377 E. 2023/320 K. sayılı kararında; dünyaca ünlü bir lastik firması tarafından hükümsüzlüğü talep edilen markaya ilişkin davada davalının hükümsüzlüğü talep edilen davaya konu markasıyla birlikte benzer sınıf mallar üzerinde toplam 127 marka başvurusunda bulunmuş olduğu, bunların bir kısmının

[1] Uğur Çolak, Türk Marka Hukuku, 5. Baskı, s. 1218

[2] Yargıtay 11. H.D. 04.02.2015 T, 2014/15654 E. 2015/1254 K: "28 adet markanın tamamını kullanacağı gerekçesiyle tescil ettirmiş olması mümkün olmadığı gibi, bu tescillerin bir çoğunun sektörde dünyaca ünlü … gibi markaların logolarının benzerleri olmasının da davalının kötüniyetini ortaya koyduğu…"

ilgili sektörde bilinen ibareler olduğu, hatta bu markalardan birinin daha ünlü bir lastik markasının birebir aynısı olduğu Mahkemece kötüniyet iddiasının değerlendirilmesinde dikkate alınmıştır. Mahkeme, her iki otomobil lastik üreticisine ait markaların davalı tarafından marka tescillerine konu edilmesinin, davalının ticari faaliyette bulunduğuna dair bir bilgiye rastlanmadığı da düşünüldüğünde, Yargıtay Hukuk Genel Kurulu kararında ifade edilen "marka yedeklemesi" hali olarak kabul edilebileceğini belirtmiş ve davalının kötü niyetli bir marka başvurusunda bulunmuş olduğu kanaatine varmış ve dava konusu markanın bu gerekçeyle hükümsüzlüğüne karar vermiştir.

Başvuru sahiplerinin tanınmış markaların aynılarını veya benzerlerini tescil ettirmek suretiyle portföy oluşturmak şeklinde nitelendirilebilecek davranışları Yargıtay'ın güncel kararlarında da kötü niyetli sayılmaktadır. Yukarıda anılan kararlar dikkate alındığında; ilk derece mahkemelerinin ve Bölge Adliye Mahkemelerinin de Yargıtay'ın kararlarıyla aynı doğrultuda, bilinen veya ayırt ediciliği yüksek markaları kopyalayarak marka portföyü oluşturmaya çalışan başvuru sahiplerinin markalarının kötü niyetli olduğuna dair yeknesak bir bakış açısı benimsedikleri görülmektedir. Anılan kararlar uyarınca bir başvuru sahibinin farklı firmalara ait çok sayıda tanınmış veya ayırt ediciliği yüksek markayı aynen kopyalayarak tescil ettirmek istemesinin kötü niyetin ispatı için yeterli olduğunu söylemek mümkün olabilecektir. Dolayısıyla yukarıda özetlenen kararların, başvuru sahiplerinin başvuru veya tescillerindeki kötü niyetlerinin kanıtlanması bakımından önem teşkil ettiği düşünülmektedir.

[3] Ankara 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk 19.02.2019 T. 2018/217E. ve 2019/36 K. : "ayrıca davalının kendisi ve ortağı olduğu şirket adına tescil girişiminde bulunduğu diğer markaların da OTOMOTİV sektörüne yönelik faaliyet gösteren meşhur markalardan olduğu hususları birlikte değerlendirildiğinde, hükümsüzlüğü talep edilen … marka tescilinin davacı markasından habersiz olduğunun düşünülemeyeceği…"

[4] "Marka Hukukunda genel olarak kabul gören anlayışa göre, tescil yoluyla sağlanan marka korumasının amacına aykırı biçimde kötüye kullanılması yoluyla başkasının markasından haksız olarak yararlanmak veya gerçekte kullanılmayıp yedekleme, marka ticareti yapmak amacına ya da şantaja yönelik başvuru ve tesciller kötü niyetli olarak kabul edilmektedir."

Önceki bir markaya dayanan müktesep hak iddiasının kabulü için kullanım kriteri

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 21.12.2022 tarihli ve 2021/5302 E., 2022/9311 K. sayılı kararında bölge adliye mahkemesinin, davacının 44. sınıfta kullanımını ispat edemediği "M..." markasının, davaya konu yeniden tescil ettirilmek istenen "M..." marka başvurusu açısından davacıya müktesep hak kazandırdığının değerlendirilemeyeceği yönündeki kararını onamıştır.

07 Haziran 2013 tarihinde, "M..." markasının 01. sınıftan 45. sınıfa kadar tüm sınıflar bakımından tescili için marka başvurusunda bulunulmuştur.

Marka başvurusunun Resmi Marka Bülteni'nde yayımlanmasının ardından, çeşitli "M..." unsurlu markaların sahibi olan itiraz sahibi, bu markalarına dayanarak söz konusu marka başvurusunun tümden reddini talep etmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu ("YİDK") kararında, marka başvurusunun, başvuru sahibinin "M..." ibareli markalarından biri ile karıştırılma ihtimali yarattığı gerekçesiyle, 44. sınıftaki "Tıbbi hizmetler. Güzellik bakımı hizmetleri. Veterinerlik ve hayvancılıkla ilgili hizmetler. Tarım, bahçecilik ve ormancılıkla ile ilgili hizmetler" bakımından kısmen reddine karar vermiştir.

Başvuru sahibi, işbu karara karşı karar iptal davası açarak; diğer iddialarının yanı sıra, "M..." ibareli, 44. sınıfta yer alan hizmetleri de kapsayan önceki tarihli bir marka tescilinin bulunduğunu; dolayısıyla önceki tarihli marka tescilinin de işbu marka başvurusu yönünden kendisine müktesep hak sağladığını ileri sürerek TÜRKPATENT YİDK'nın ilgili kararının iptaline karar verilmesini talep etmiştir.

Davalı savunmasında, 556 sayılı KHK'nın 8/1-b maddesi koşullarının oluştuğunu, davacı "M..." markasını kullanmadığından bu markanın davaya konu marka başvurusu bakımından davacıya müktesep hak kazandırmadığını iddia ederek davanın reddini istemiştir.

İlk derece mahkemesi, diğerlerinin yanı sıra, davaya konu "M..." marka başvurusunun davacının 44. sınıftaki hizmetleri içeren "M..." markasının kapsamındaki 44. sınıf hizmetleri bakımından seri marka mahiyetinde olduğunu, davacının önceki tarihli markasının "M..." ibaresini aynen içerdiğini, davacının son marka başvurusunun önceki markasının kapsamında yer alan ve aynı zamanda dava konusu 44. sınıf hizmetleri aynen içerdiğini dikkate alarak; "M..." markasının kullanmama nedeniyle iptali istemiyle açılan davanın da 556 sayılı KHK'nın 14. maddesinin Anayasa Mahkemesi tarafından iptali üzerine, artık davalı tarafından ileri sürülen "davacının "M..." markasını kullanmaması nedeniyle davaya konu marka tescilini gerçekleştirdiği" yönündeki iddia ve savunmanın kabul edilemeyeceği gerekçesiyle davacının müktesep hak iddialarının kabulüne ve TÜRKPATENT YİDK'nın ilgili kararının iptaline karar vermiştir.

İlk derece mahkemesinin kararına karşı, davalı TÜRKPATENT vekili ile davalı şirket vekili

tarafından istinaf kanun yoluna başvurulmuştur. Bölge adliye mahkemesi, davaya konu "M..." marka başvurusu ile kısmi redde gerekçe "M..." ibareli marka arasında, 44. sınıf hizmetler yönünden karıştırılma ihtimali bulunduğunu ve davacının "M..." markasının 44. sınıftaki kullanımını ispat edemediğini değerlendirerek; "M..." markasının davaya konu başvuru açısından davacıya müktesep hak kazandırmadığı gerekçesiyle, ilk derece mahkemesi kararını kaldırıp davanın reddine karar vermiştir. Yargıtay 11. Hukuk Dairesi de bu kararı 21.12.2022 tarihli ve 2021/5302 E., 2022/9311 K. sayılı kararı ile onamıştır.

Yargıtayın kararı, müktesep hak değerlendirmesinde dikkate alınması gereken unsurlardan birinin de müktesep hakka dayanak markanın kullanımı olması gerektiğini göstermekte ve marka sahipleri açısından da sadece marka tesciline sahip olmanın değil, müktesep hakka dayanak olarak gösterilen markanın kullanımının önemine ışık tutmaktadır.

Söz konusu karar, marka sahiplerine itiraz ya da dava süreçlerinde olumsuz sonuçlarla karşılaşmamak için hangi marka(lar)ın müktesep hakka dayanak teşkil edebileceğine ilişkin değerlendirmeleri için yol gösterici dir.

Ticaret Ünvanı Marka Hakkına TECAVÜZ Teşkil Eder Mi?

Önceki tarihli tescilli bir markanın, başka biri tarafından ticaret ünvanı ve işletme adı olarak kullanılmasının ve tescilinin, ticaret ünvanının ayrıca bir markasal kullanımının bulunmadığı durumlarda, marka hakkına tecavüz yaratıp yaratmadığı, hem 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ("KHK") hem de Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") döneminde birçok uyuşmazlığa konu olmuş, mahkemeler yürürlükteki mevzuat hükümlerini ve somut uyuşmazlığın şartlarını dikkate alarak farklı yönlerde karar vermiştir.

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu tarafından verilen 08 Şubat 2023 tarihli ve 2021/446 E. - 2023/61 K. sayılı karar ile bu husus detaylı olarak tartışılmış ve marka hakkına tecavüzün söz konusu olabilmesi için ticaret ünvanının markasal kullanımının zorunlu olmadığı, tecavüz iddiasının söz konusu olduğu markaların işlevlerinin zarar görme ihtimallerinin mevcudiyeti durumunda da marka hakkına tecavüzden söz edilebileceğine karar verilmiştir.

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu kararına konu davada anılan davanın davacılarına ait "MESA" esas unsurlu markalar ile benzer hizmet sınıflarında faaliyet gösteren davalı şirketin ticaret ünvanında "MESA" ibaresinin kullanımının davacılara ait tescilli markalar aleyhine marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet niteliğinde olup olmadığı değerlendirilmiştir. Davada; "MESA" ibaresinin davalı tarafından ticaret ünvanı dışında markasal olarak kullanımı olmaması nedeniyle, ibarenin ticaret ünvanında kullanımının marka hakkına tecavüz niteliğinde olmadığı ancak Türk Ticaret Kanunu uyarınca haksız rekabet teşkil ettiği gerekçesiyle İlk Derece Mahkemesi tarafından davanın kısmen kabulüne karar verilmiştir. Söz konusu karara karşı davacılar tarafından yapılan istinaf başvurusu Bölge Adliye Mahkemesi tarafından kabul edilmiş ve davalının davacıların marka haklarına tecavüzünün ve haksız rekabetinin tespiti ile men'ine ve davalının ticaret ünvanından "MESA" ibaresinin terkinine karar verilmiştir. Davalı tarafından kararın temyiz edilmesi üzerine Yargıtay 11. Hukuk Dairesi tarafından, marka hakkına tecavüzün söz konusu olabilmesi için davalı tarafça ünvanın markasal kullanımının zorunlu olduğu belirtilerek Bölge Adliye Mahkemesi kararı bozulmuş, ancak Bölge Adliye Mahkemesi tarafından Özel Daire Bozma kararına karşı direnilmiştir. Direnme kararı davalı tarafından temyiz edilmiştir. Son olarak, Yargıtay Hukuk Genel Kurulu tarafından verilen kararında; "SMK'nın 29/1-a maddesi yollamasıyla 7/3-e maddesi kapsamında marka hakkına

[1] Decree Law No. 556 Pertaining to Protection of Trademarks was abolished by the Industrial Property Law ("IP Code") which entered into force on 10 January 2017.
[2] Uğur Çolak, Türk Marka Hukuku, 4. Baskı, 2018, s. 555)

tecavüzün söz konusu olabilmesi için ticaret ünvanının markasal kullanımı zorunlu değildir, bu bağlamda markasal kullanımın yanında, tecavüz iddiasının söz konusu olduğu markaların işlevlerinin zarar görme ihtimallerinin mevcudiyeti durumunda da marka hakkına tecavüzden söz edilebilir" yönündeki gerekçesine yer verilerek, davacıya ait "MESA" esas unsurlu markalar ile benzer hizmet sınıflarında faaliyet gösteren davalı şirketin ticaret ünvanında "MESA" ibaresinin kullanımının davacılara ait marka hakkına tecavüz niteliğinde olduğu tespit edilmiş ve Bölge Adliye Mahkemesinin direnme kararının yerinde olduğuna karar verilmiştir.

Bakırköy 2. Fikri Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi tarafından verilen 12 Temmuz 2023 tarihli ve 2023/18 E. - 2023/210 K. sayılı güncel kararında, Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 08 Şubat 2023 tarihli ve 2021/446 E. - 2023/61 K. sayılı kararındaki içtihat niteliğindeki ilkeler aynen benimsenmiştir.

10 Ocak 2017 tarihinde SMK'nın yürürlüğe girmesi ile mülga olan Markaların Korunması Hakkındaki 556 sayılı KHK döneminde, önceki tarihli markanın salt ticaret ünvanında kullanımının marka hakkına tecavüz teşkil etmeyeceği, ancak ünvanın ayrıca markasal bir şekilde kullanılması halinde marka hakkına tecavüzden söz edilebileceği kabul edilmekteydi. SMK'nın yürürlüğe girmesiyle beraber, 29/1-a maddesindeki atıf ile 7/3-e maddesi uyarınca işaretin ticaret alanında ticaret ünvanı olarak kullanılmasının marka hakkına tecavüz oluşturacağı açıkça hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla artık, önceki tarihli markanın ticaret ünvanında kullanılmasının marka hakkına tecavüz oluşturması, ünvanın sadece markasal olarak kullanılması halinde söz konusu olmayacak; markanın sahip olduğu işlevlere zarar verme anlamında tehlike oluşturan kullanımlar da, markasal kullanım şeklini almamış olsa dahi, SMK'nın 29/1-a maddesi yollamasıyla aynı Kanun 7/3-e maddesi gereğince marka hakkına tecavüz teşkil edebilecektir.

Nitekim doktrinde, öğretide ve fikri mülkiyet hukuku alanında çalışan yazarlar tarafından da, SMK öncesinde yürürlükte olan KHK döneminde belirli durumlar haricinde ticaret ünvanının kullanımının markasal olmadığı hâllerde marka hakkına tecavüzün söz konusu olmayacağı kabul edilmekte iken sonrasında yürürlüğe giren SMK'nın 29/1-a ve 7/3-e maddelerindeki düzenlemeler ile artık tescilli markadaki işaretin aynısının benzer mal ve hizmetlerde ticaret ünvanı olarak kullanımının marka hakkına tecavüz oluşturacağının açık bir biçimde kabul edildiği görülmektedir.

Yukarıda anılan kararlar dikkate alındığında; mahkemelerin ve öğretinin, tescilli bir markanın ticaret ünvanında kullanımının, ünvan ayrıca markasal bir şekilde kullanılmasa dahi marka tecavüzü yaratacağı konusunda yeknesak bir bakış açısı benimsedikleri görülmektedir.

Markalar İçin İdari İptal Zamanı Geldi Çattı!

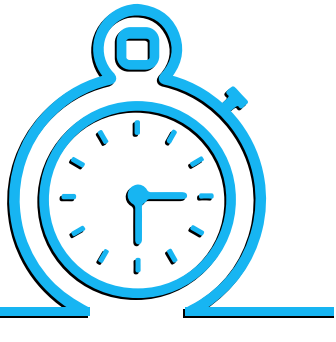
6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 10.01.2017 tarihinde yürürlüğe girmesine kadar marka haklarına ilişkin olarak prosedürler, mülga 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ("KHK") ile yürütülmekteydi. Marka hakkının sona ermesi hallerinden olan "iptal" müessesi ise her iki mevzuatta da yerini bulmakla beraber, SMK ile Türk Marka Hukukuna büyük bir yenilik getirilmiş olup, markalar hakkında iptal taleplerinin Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan ("TÜRKPATENT" / "Kurum") isteneceği düzenlenmiştir.

SMK madde 26 uyarınca,

- Markanın tescilinden itibaren 5 yıl içinde haklı bir sebep olmadan Türkiye'de ciddi biçimde kullanılmaması veya kullanımına 5 yıl kesintisiz ara verilmesi,
- Markanın, tescilli olduğu mal veya hizmetler için yaygın bir ad hâline gelmesi,
- Markanın kullanım sonucunda, tescilli olduğu mal veya hizmetlerin özellikle niteliği, kalitesi veya coğrafi kaynağı konusunda halkı yanıltması,
- Garanti markası veya ortak markanın teknik şartnamesine aykırı kullanımının olması,

hallerinde markanın iptaline karar verilebilecek olup, söz konusu maddenin 2. fıkrası uyarınca ilgili kişiler, Kurumdan markanın iptalini isteyebilir. Ancak TÜRKPATENT'e verilen bu yetki SMK madde 192/1(a) ile Kanun'un yayımı tarihinden itibaren 7 yıl, diğer bir deyişle 10.01.2024 tarihine kadar, ertelenmiş ve bu sürede iptal yetkisi SMK geçici madde 4 ile – KHK'nın yürürlükte olduğu dönemdeki gibi – Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemelerine ("FSHHM") bırakılmıştır. Bu düzenleme SMK'nın mehaz mevzuatı olarak nitelendirilebilecek Avrupa Birliği ("AB") mevzuatında ("2015/2436 sayılı AB Direktifi") yer alan düzenleme ile paralel niteliktedir.

TÜRKPATENT, bu 7 yıllık hazırlık sürenin sonlarına yaklaşırken, yetkisini icra edebilmek için çalışmalarını hızlandırmıştır. Bu kapsamda TÜRKPATENT, 2023'ün son çeyreğine gelindiğinde 20.10.2023 tarihinde Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik Taslağını ("Taslak Yönetmelik") görüşlere açtığını duyurmuştur. Taslak Yönetmelik'te iptal taleplerinin Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik'in "İtiraz, Kullanımın İspatı ve Uzlaşma" başlıklı



1 This Draft Regulation has not yet been published as of 10.01.2024, the date on which Article 26 of the IPL entered into force. However, a "Pre-Application Request for Trademark Revocation" tab was added to the Electronic Application System (EPATS) under Third Party Transactions on 10.01.2024. Revocation requests are being filed under this section of the online system as from 10.01.2024.

Üçüncü Kısmı altında "İtiraz, Kullanımın İspatı, İptal ve Uzlaşma" olarak başlıklandıracak şekilde düzenleme yapılmış olup, "İptal Talebi" başlığı taşıyan 30/A maddesi ile iptal talebinin ilgili kişilerce, Kurum'a sicilde marka sahibi olarak kayıtlı kişilere veya hukuki haleflerine karşı ileri sürülebileceği ve talebin Kurum'un öngördüğü form aracılığıyla iptali talep edilen marka, mal veya hizmetler açıkça gösterilmek suretiyle yapılabileceği düzenlenmiştir. Ayrıca markanın yayımına itiraz taleplerinde olduğu gibi, iptal taleplerinin de vekil aracılığıyla yapılması halinde vekaletname aranmadığı ve markanın iptaline ilişkin olarak sunulacak taleplerin usulüne uygun olmaması halinde Kurum'un eksiliğin tamamlanması için yazı göndermeyeceği ve bu talepleri direkt olarak dikkate almayacağı düzenlenmiştir.

Taslak Yönetmelik'te eksikliği hissedilen birtakım hususlar bulunmaktadır. Örneğin, her ne kadar söz konusu iptal prosedürü bir mahkeme yargılaması olmayacak ise de derdestlik, kesin hüküm, vb. önemli def'ilerin ileri sürülüp sürülemeyeceği, mahkemelerce yerleşik bir şekilde uygulanan bilirkişi incelemesi, keşif (yerinde inceleme), ilgili dosyaların birleştirilmesi gibi usullerin benimsenip benimsen(e)meyeceği konularına ışık tutulması gerekmektedir. Yine Taslak Yönetmelik'te açıkça belirtilmemiş olsa da Kurum'un, bünyesinde iptal taleplerini incelemek için ayrı bir daire kurmak için hazırlıklar yaptığı bilgisi edinilmiştir. Bu kapsamda Taslak Yönetmelik'te iptal taleplerini Kurum nezdinde hangi dairenin inceleyeceğinin yazmıyor olmasının da bir eksiklik olduğunu not etmek gerekir.

Buna ilaveten, Taslak Yönetmelik'te Kurum tarafından verilen nihai iptal kararlarının sicile kaydedileceği ve bültende yayımlanacağı belirtilmiştir. Bu maddeden Kurum'un nihai kararlarını direkt olarak icra edeceği anlaşılmakta olup, bu durumun artıları ve eksileri bulunmaktadır. Şöyle ki; gerçekten iptali gereken bir markanın sahibinin iptal kararına karşı dava açmakla Kurum kararının icrasını birkaç yıl geciktirmesinin önüne geçilmesi faydalı olmakla birlikte, iptaline karar verilen bir markanın sonradan mahkemece esasen iptal edilmemesi gerektiğine karar verilmesi halinde, işbu mahkeme kararı kesinleşip icra edilebilir noktaya gelene kadar, ki bu süreç 3 yıl ve daha fazla sürebilir, marka sahibinin markasının korumasını haksız yere kaybetmesi durumu ortaya çıkabilecektir.

Bu noktada, idari iptalin mahkemeler nezdindeki iptal davasına kıyasla daha az maliyetli ve daha kısa sürede sonuçlanmasını beklediğimizi belirtmek gerekir. Gerçekten de mahkemeler nezdinde bir davanın kesinleşmesi ortalama 3 yıl veya daha fazla sürebilecekken, Kurum nezdinde bir itirazın 4 – 12 ayda kesinleştiği göz önüne alındığında, kıyasen iptal taleplerinin de Kurum nezdinde benzer bir sürede kesinleşeceği söylenebilir. Bu durumun birkaç sebebi bulunmakta olup, TÜRKPATENT'e SMK madde 160/6 ve 7 ile tanınan kolaylaştırılmış tebligat usulü ve dava prosedüründe mevcut birçok harç ve giderin

idari prosedürlerde yer almaması bunların başında gelmektedir.

Ancak yine de Kurum'un nihai kararlarına karşı Ankara FSHHM nezdinde iptal davası açılabildiğinden, her ne kadar Kurum kararının icrası ertelenemeyecekse de kararın tam olarak kesinleşmesi için her halükârda bir dava sürecine tabi olabileceğini söylemek de yerinde olacaktır. Ayrıca, Ankara FSHHM'lerinin iş yükünün, Kurum kararlarının iptali noktasında kesin yetki sahibi olması nedeniyle, artacağını tahmin ediyoruz. Ancak bu artış Ankara FSHHM'lerinin markanın iptali noktasında uzmanlaşmasını sağlayacağını söylemek de mümkündür. Benzer şekilde TÜRKPATENT'in iş yükünün de markanın iptali taleplerine ilişkin olarak oldukça yüklü olacağını öngörmekteyiz. Nitekim markanın iptali talebi, marka yayıma itiraz dosyalarında başvuru sahipleri tarafından karşı aksiyon alınabilecek stratejik bir hamle olup, aynı zamanda yeni başvuru yapacak kimselerin de SMK madde 5/1(ç)'yi aşmak adına da sıkça ve kolayca başvurabilecekleri bir yöntem olabilecektir. Bu stratejik faydalarının yanında marka ihlalcilerinin, idari iptal sistemini kötüye kullanarak gerçek marka sahiplerinin markalarını daha sık ve kolay bir şekilde hedef alabileceklerinin de altını çizmek gerekir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, markaların idari iptali sürecinin, mahkemeler nezdindeki uzun ve maliyetli davalara kıyasla çok daha pratik olacağını ve bu uygulamanın zaman ve maliyet tasarrufu sağlayacağını öngörmekle birlikte; bu sebeplerle artabilecek iptal başvurularına karşı marka sahiplerinin gerçekleştirdikleri kullanımları ileride ispat etmekte sorun yaşamamaları için, özellikle faturalarda, ürünlerde, kataloglarda, vs. markalarının belirtildiğinden emin olmalarını, bunları ve mevcut reklam, dergi veya gazete haberi, vs. delillerini arşivlemeleri öneririz.

Sanal ve Fiziksel Mal ve Hizmetler arasındaki İlişki

NFT'ler, yapay zeka uygulamaları ve metaverse evreninin gelişmesi ile birçok gerçek ve tüzel kişinin markalarının kapsamına sanal mal ve hizmetleri de dahil etmeye başladığı görülmektedir. Sanal mal ve hizmetlerin fiziksel mal ve hizmetler ile benzer olup olmadığı ve bu mal ve hizmetlerin Nice Sınıflandırılmasında hangi sınıf altında yer alacağı konuları ise dünya genelinde pek çok tartışmaya konu olmuş ve aşağıdaki gelişmeler yaşanmıştır.

Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") Markalar Dairesi Başkanlığı tarafından 31.03.2023 tarihinde verilen ve kesinleşen bir kararda, Amerika Birleşik Devletleri menşeli müvekkil şirketin önceki tarihli markasına dayanarak yaptığımız itiraz üzerine, sanal ve çevrimiçi mal ve hizmetlerin, fiziksel mal ve hizmetler ile benzerliği tespit edilmiş ve marka başvurusunun 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 6/1 maddesi uyarınca reddine karar verilmiştir.

Söz konusu itiraza konu marka başvurusu, diğerlerinin yanı sıra, 25. sınıftaki giysiler ile 35. sınıfta giysilerin satışına yönelik perakendecilik hizmetleri üzerinde tescil edilmek üzere yapılmıştır.

İtiraz sahibinin markasına ayniyet derecesinde benzer olan ve giysiler ve giysilerin perakende satışı üzerinde tescil edilmek istenen marka başvurusuna, itiraz sahibinin diğerlerinin yanı sıra, 09. sınıftaki "Sanal ortamlarda ve sanal dünyalarda kullanım için moda alanında indirilebilir sanal ürünler; giysiler, mücevherler, saatler, çantalar…", 35. sınıftaki "Sanal ürünleri yani giysiler, mücevherler, saatler, çantalar.. gözlükler ve diğer perakende satış ürünlerini içeren perakende satış mağazası ve çevrimiçi perakende satış mağazası hizmetleri" ve 41. sınıftaki "Çevrimiçi, indirilemeyen sanal giysiler, mücevherler, saatler, çantalar… ve diğer perakende satış ürünleri sağlayan eğlence hizmetleri."'ni kapsayan önceki tarihli markasına dayanılarak itiraz edilmiştir.

İtirazın incelenmesi sonucunda Markalar Dairesi Başkanlığı tarafından markaların benzer olduğu ve itiraz sahibinin markası kapsamında yer alan sanal ve çevrimiçi mal ve hizmetlerin, itiraza konu marka kapsamındaki fiziksel mal ve hizmetler ile benzer oldukları tespit edilmiş ve marka başvurusunun SMK'nın 6/1 maddesi uyarınca reddine karar verilmiştir. Benzer şekilde, Amerika Birleşik Devletleri Marka ve Patent Ofisi ("USPTO") tarafından, 30 Ağustos 2022 tarihinde üçüncü bir kişi

tarafından yapılan ve diğerlerinin yanında 09. sınıfta "İndirilebilir sanal ürünler, yani çevrimiçi sanal dünyalarda kullanılmak üzere ayak giysileri, giysiler, baş giysileri … ve takılar içeren bilgisayar programları" ve 35. sınıfta "Çevrimiçi sanal dünyalarda kullanılmak üzere ayak giysileri, giysiler, baş giysileri … ve takılar gibi sanal ürünler içeren perakende satış hizmetleri" içeren "Gucci" ibareli marka başvurusu, yapılan ilk inceleme sonucunda reddedilmiştir. USTPO'nun bu kararında, sanal mal ve hizmetler ile fiziksel mal ve hizmetlerin yakından ilişkili olması nedeniyle, ilgili marka başvurusu altında sunulan mal ve hizmetler ile karşılaşan tüketicilerin bunların aynı kaynak tarafından üretildiği sonucuna varabileceği tespit edilmiştir. Dolayısıyla, TÜRKPATENT tarafından verilen karar, USTPO'nun yaklaşımı ile aynı doğrultuda olup marka ofisleri tarafından sanal ve fiziksel mal ve hizmetlerin benzer/ilişkili olduğunun benimsediği görülmektedir.

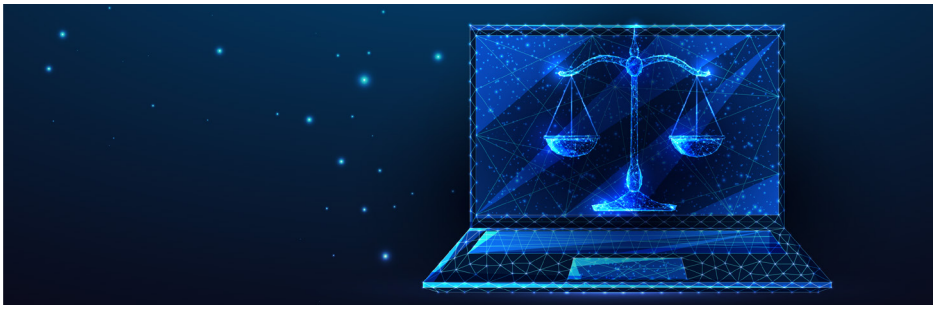
Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO) tarafından 13 Eylül 2022 tarihinde düzenlenen "Metaverse'de markalar ve tasarımlar: yasal yönler/EUIPO uygulaması" isimli webinarda ise "Sanal malların kilit noktasının gerçek dünya mallarının temel kavramlarını öykünmek olduğu ve gerçek dünya malları için kullanılan tüketici algısı kriterlerinin sanal mallara da uygulanabileceği" değerlendirilmiştir.

Dünya çapındaki tüm bu gelişmelere paralel olarak ise, WIPO tarafından yayımlanan ve 01 Ocak 2024 tarihi itibariyle yürürlüğe giren Nice Sınıflandırma listesinin 12. baskısında bazı mal ve hizmetlerin altına sanal mal ve hizmetlerin ve NFT'lerin de eklendiği görülmektedir. Örneğin, 09. sınıf altına "NTF'ler tarafından doğrulanan indirilebilir dijital müzik dosyaları, NFT'ler tarafından doğrulanan indirilebilir dijital görüntü dosyaları, sanal ortamlar için indirilebilir uygulama yazılımları", 25. sınıf altına "NFT'ler tarafından doğrulanmış giysiler"¸ 41. sınıf altına "Sanal ortamlarda eğlence amaçlı sunulan simülasyonlu seyahat hizmetleri, sanal ortamlarda sağlanan eğlence hizmetleri." eklenmiştir.

Tüm bu gelişmeler ışığında, dünya çapında ve ülkemizde marka ofisleri tarafından sanal ve fiziksel mal ve hizmetlerin benzer/ilişkili olduğunun benimsediği ve süregelen yıllarda sanal mal ve hizmetlerin de Nice Sınıflandırılmasında detaylı olarak yerini alacağı görülmektedir.

[1] https://tsdr.uspto.gov/documentviewer?caseId=sn97112038&docId=NFIN20220830103820#docIndex=2&page=1
[2] https://euipo.europa.eu/knowledge/course/view.php?id=4763
[3] https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/en fr/?gors=&lang=en&menulang=en&mode=flat&notion=modifications&version=20240101

Yapay Zekanın Marka Hukukuna Etkileri



Yapay zeka teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte pek çok alanda etki ve değişiklikler görülmektedir. Bu alanlardan biri de marka hukuku olup, yapay zeka teknolojilerinin çok hızlı gelişmesi sonucunda, marka hukukunun bir kısım temel uygulamalarında değişiklikler olmakta ve marka hukukunun temel konseptlerini yeniden değerlendirme ihtiyacı doğmaktadır.

Bu gelişmelerin ilk kanadı marka başvuru, tescil ve sair diğer idari işlemlerde yapay zeka teknolojilerinin kullanımıdır. Dünya Fikri Mülkiyet Ofisi'nin ("WIPO") yayınlamış olduğu Endeks'ten de görüleceği üzere dünyanın dört bir yanındaki fikri mülkiyet ofisleri bu teknolojileri zaman/maliyet verimliliğini artırmak, işlemlerdeki isabetliliği ve kurum içi üretkenliği geliştirmek amacıyla kullanmaktadır. Markalar arası karşılaştırmalı benzerlik değerlendirmesinin bu sistemler kullanılarak gerçekleştirilmesi, daha önce benzer surette oluşturulmuş markaların bulunup bulunmadığının veri tabanı üzerinden taranması ve bir kısım icrai işlemlerin otomatikleştirilmesi yapay zekanın marka başvuru ve tescil süreçlerindeki kullanımlarına örnek olarak gösterilebilir.

Benzer şekilde, yapay zeka, marka ihlallerini tespit etmek ve izlemek için kullanılmakta, yapay zeka algoritmaları kullanılarak başta çevrimiçi platformlar olmak üzere izinsiz kullanımlar tespit edilebilmektedir.

Bahsetmek gereken bir diğer husus ise yapay zeka teknolojilerinin halihazırda uygulanagelen marka hukuku genel prensipleri bakımından ele alınmasıdır. Markanın temel fonksiyonlarından biri tüketiciler nezdinde mal ve hizmetlerin kaynağının belirlenmesi ve bir işletmenin diğerinden ayrıştırılmasının sağlanmasıdır ki burada ilgili değerlendirmede "iyi bilgilenmiş, makul derecede gözlem yapan ve makul derecede dikkatli, makul derecede tecrübeli ve ihtiyatlı kimse" olarak tanımlanan ortalama tüketici dikkate alınır. Bu fiktif kişiliğin günlük alışveriş hızında gösterdiği dikkat seviyesine, ürünleri/hizmetleri yan yana koyarak karşılaştırma imkanı bulunmadığı için, algısında kalan imaja göre hareket edeceği varsayılarak, insan olmaktan kaynaklı kusurlu algısına göre benzerlik/karıştırılma ihtimali ve tecavüz değerlendirmesi yapılır.

Ancak yapay zeka teknolojilerinin yükselişiyle birlikte alış veriş süreçlerinin de yapısı değişmiş, yapay zeka asistanlar, arama

motorları, müşteri hizmetleri botları ve çevrim-içi pazaryerlerinin tüketicilerin satın alma tercihlerinde önemli bir rol almaya başladığı görülmüştür. Bu kapsamda ya tüketicinin alışveriş tercihlerinin yapay zekanın kendisine sunmuş olduğu sonuçlara göre belirlendiği, ya da doğrudan doğruya alışveriş eyleminin yapay zeka tarafından tüketicinin sesli talimatıyla veya talimat dahi olmaksızın otomatik olarak gerçekleştirildiği durumlar ile karşılaşılmaya başlanmıştır.

Bu gelişmeler alışveriş süreçlerini artık rafta görerek ve marka ile kurulan duygusal, kültürel, sosyal ve sair bağlara göre gerçekleşen satın alma kararı yerine, yapay zekanın yönlendirmesine göre tercih yapmaya doğru dönüştürmektedir. Bazı durumlarda ise alışverişi gerçekleştiren doğrudan yapay zekanın kendisidir. Bu çerçevede, yapay zekanın bir yanılgı olmaksızın kompleks verileri analiz edebilen yapısı karşısında, marka hukukunun temelindeki "ortalama tüketici", "karıştırılma ihtimali" gibi insanın kusurlu algısını dikkate alarak geliştirilmiş kavramların yeniden ele alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bahsedilmesi gereken bir diğer husus ise bu teknolojilerin kullanımı vasıtasıyla gerçekleşebilecek marka tecavüzü halleridir ki bu durumda kimin, nasıl sorumlu tutulması gerektiği hususu henüz tam bir netlik taşımamaktadır.

Her ne kadar tartışma konusu yapılan noktaları aydınlatabilecek mahkeme kararlarına henüz rastlanmasa da "Cosmetic Warriors and Lush v Amazon.co.uk and Amazon EU" kararında, Amazon'un sitesinde "Lush" markalı kozmetikler için ilgili kelimeyle arama yapıldığında, bu ürünler sitede satılmamasına rağmen tüketiciyi karışıklığa itecek surette benzer ürünlerin arama sonucu olarak kullanıcılara sunuluyor olması marka hakkına tecavüz olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yapay zeka sağlayıcılarının her olay bazında, ilgili satın alma süreçlerine dahiliyet seviyesi ve tüketicinin tercihlerini yönlendirmedeki paylarının sorumluluğun belirlenmesi bakımından belirleyici olacağı açıktır.

Yukarıdakiler ışığında, marka sahiplerinin ticari stratejilerini belirlerken her geçen gün daha da yaygın surette kullanılan bu teknolojinin sağlayabileceği imkanları yakından takip etmeleri ve ihlale sebebiyet verebilecek durumlardan kaçınacak önlemler almaları büyük önem taşımaktadır.

[1] https://www.wipo.int/about-ip/en/artificial_intelligence/search.jsp
[2] Turkish Trademark Law, Çolak Uğur, Oniki Levha Publications, 4th Edition, p.238
[3] WIPO Conversation on IP and AI, Second Session, Revised Issues Paper on IP Policy and AI, p. 12.
[4] Kalyan Revalla, Intelligent Trademarks, p.16
[5] Cosmetic Warriors and Lush v Amazon.co.uk and Amazon EU [2014] EWHC 181 (Ch)

E-ticaret Platformlarında Fikri Mülkiyet Hakkı İhlallerine İlişkin Yeni Yasal Düzenlemeler

E-Ticaret Kanunu'nda değişiklik yapan 7416 sayılı Kanun 1 Ocak 2023'te yürürlüğe girmiştir. Bu düzenlemeye göre aracı hizmet sağlayıcılar ("ETAHS"), platformlarında fikri ve sınai haklarına ilişkin ihlal olduğu yönünde hukuka uygun bir şikayet almaları halinde ilgili ürünü/içeriği platformdan kaldırmakla yükümlüdürler.

7416 sayılı Kanun çerçevesinde genel ilke olarak, aracı hizmet sağlayıcı (platform) hizmet sağlayıcının sağladığı içeriğin hukuka aykırılığından sorumlu değildir. Ancak platform hak sahibinin fikri ve sınai mülkiyet hakkı ihlaline dair bilgi ve belgeye dayanan şikayeti üzerine, şikayete konu ürünü yayımdan kaldırmakla yükümlüdür.

Hukuka aykırı içeriğin şikayet üzerine yayımdan kaldırılmaması ya da şikâyet edilen içeriğin hukuka uygunluğu ispatlanmasına rağmen içeriğin geri yayımlanmaması söz konusu olursa, ETAHS'ye her bir aykırılık için 10.000 TL'den 100.000 TL'ye kadar idari para cezası uygulanacaktır.

Yine 1 Ocak 2023 tarihinde 7416 sayılı Kanun'u tamamlayan bir yönetmelik yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmeliğe göre:

- Fikri mülkiyet hakkı ihlali iddiasında bulunan şikayetler ETAHS'ye (ETAHS'nin kuracağı) dahili iletişim sistemi, Noter ya da Kayıtlı Elektronik Posta ("KEP") üzerinden gönderilecektir ve bu şikayetler aşağıdaki bilgi ve belgeleri içermelidir:
  - Şikayet edenin hak sahipliğini gösterir tescil belgesi;
  - Şikayet sahibinin kimlik ve iletişim bilgileri;
  - Vekaletname (şikayet vekil aracılığıyla yapılıyorsa);
  - Şikayet konusu ürünün fikri ve sınai mülkiyet hakkını ihlal ettiğine dair gerekçe ve deliller;
  - Şikayete konu ürünü içeren internet adresi;
  - Şikayet başvurusu kapsamında sunulan bilgi ve belgelerin gerçeğe aykırı olması durumunda şikayet sahibinin doğacak zararlardan sorumlu olduğuna dair beyanı.
- Şikayet, sayılan koşulları karşılamıyorsa ETAHS şikayeti incelemeyecek ve şikayet sahibini eksiklikler hakkında bilgilendirecektir.

- Eksiklik yoksa, ETAHS şikayet konusu içeriği 48 saat içinde yayından kaldıracak ve şikayet sahibi ile elektronik ticaret hizmet sağlayıcıyı ("ETHS") bilgilendirecektir.
- ETHS şikayete karşı dahili iletişim sistemi, Noter ya da Kayıtlı Elektronik Posta ("KEP") üzerinden itiraz etme hakkına sahiptir ve itirazı aşağıdaki bilgi ve belgeleri içermelidir:
    - İtirazda bulunanın kimlik ve iletişim bilgileri;
    - Vekaletname (itiraz vekil aracılığıyla yapılıyorsa);
    - Şikayet konusu ürünün ihlal yaratmadığına ilişkin açıklama ve deliller;
    - Ürünün orijinal olduğunu ve/veya ürünün FM hakkı sahibinin izniyle piyasaya çıktığını ispatlamaya elverişli fatura ve/veya sözleşmeler;
    - İtiraz kapsamında sunulan bilgi ve belgelerin gerçeğe aykırı olması durumunda itiraz sahibinin doğacak zararlardan sorumlu olduğuna dair beyanı.
- İtiraz, sayılan koşulları karşılamıyorsa ETAHS itirazı incelemeyecek ve itirazı sahibini eksiklikler hakkında bilgilendirecektir.
- Sunulan bilgi ve belgeler çerçevesinde ETHS'nin itirazının haklı olduğu kanaatine varılırsa ETAHS yayından kaldırılan içeriği 24 saat içinde tekrar yayına çıkaracaktır. Aynı ürün hakkında tekrar eden şikayetler, şikayet sahibinde ihlali gösterir yeni belgeler sunulmadıkça incelemeye alınmayacaktır.

Bu yönetmelik, fikri mülkiyet hakkı sahiplerinin ETAHS'ye yaptığı şikayetin yanı sıra ETHS'nin de bu şikayete itirazına ilişkin pek çok detayı netleştirerek, e-ticaret platformlarındaki ihlallere karşı fikri mülkiyet haklarının korunması için dengeli, öngörülebilir ve hızlandırılmış bir prosedür sağlamayı amaçlamaktadır.

Ancak, prosedüre ilişkin uygulamada sorun yaratabilecek bazı belirsizlikler devam etmektedir. Örneğin, ETAHS'nin kuracağı dahili iletişim sistemi şikayet ve itirazlar için basit ve işlevsel bir araç oluştururken, böyle bir sistemin ispat yükünü yerine getirip getirmeyeceği merak uyandırmaktadır.

Öte yandan, şikayet ve itirazlar üzerine ETAHS'lere işlem yapmaları için çok sınırlı bir süre verildiği görülmektedir. Bu süre sınırlamaları incelemenin hızla tamamlanmasını sağlamak için belirlenmiş olsa da, ETAHS'ler için oldukça zorlayıcı olabilir ve şikayetlerin esasına ilişkin analizin derinliği ve doğruluğu hakkında spekülasyonları beraberinde getirebilir.

Bununla birlikte, yukarıda özetlenen şekilde bir şikayet prosedürü işletilmesinin tarafların diğer idari ve yasal yollara başvurmasını önlemeyeceğinin de altı çizilmelidir. Yine de, ETAHS'ye yapılacak şikayet prosedürünün uyuşmazlıkları hızlı bir şekilde

çözüme kavuşturacağı ve hak sahibinin ihlal edilen ürünleri çok hızlı bir şekilde yayından kaldırtmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Esasen, FM hak ihlalleri için öngörülen bu "hızlandırılmış" şikayet yöntemi, e-ticaret mevzuatında önleyici ve koruyucu birtakım kurallar getiren kapsamlı bir değişikliğin yalnızca bir parçasıdır ve tam da bu sebeple yeni yürürlüğe giren düzenlemeler idari süreçte birtakım itirazlarla karşı karşıya gelmiştir. Tanınmış bir e-ticaret platformunun yukarıda açıklanan düzenlemeleri getiren mevzuata karşı başlatmış olduğu idari iptal davası neticesinde Danıştay, ilgili hükümler bakımından yürütmenin durdurulmasına karar vermiştir ve dolayısıyla ilgili düzenlemelerin akıbeti belirsizliğini korumaktadır. Ancak yine de 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ("İnternet Kanunu") kapsamında düzenlenen temel kurallar uyarınca e-ticaret sitelerinin ev sahipliği yaptığı içeriklere ilişkin sorumlulukları çerçevesinde ihlal konusu içeriğin kaldırılması istenebilecektir.

“.tr” Uzantılı Alan Adlarında Uyuşmazlıkların Çözümü Etkin Mi ?

Bu yazımızda, Türkiye’de “.tr” alan adlarına ilişkin alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizması ele alınmaktadır. Alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmasının etkin fayda sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmekte ve sürecin işleyişine ilişkin bazı endişelere değinilmektedir.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (“BTK”) nezdinde kurulan TRABİS (“.tr” Ağ Bilgi Sistemi) 14 Eylül 2022 tarihinde faaliyete geçmiş ve “.tr” alan adlarının yönetimini üstlenmiştir. TRABİS’in devreye girmesiyle birlikte com.tr, org.tr, net.tr, gen.tr, biz.tr, tv.tr, web.tr, info.tr, bbs.tr, tel.tr, name.tr gibi alan adlarının tahsisinde belgesiz ve “ilk gelen alır” ilkesi uygulanmaya başlanmıştır. “İlk gelen alır” prensibi uyarınca alan adlarının belgesiz tescili ise alan adı uyuşmazlıkları için etkin bir uyuşmazlık çözüm süreci gerektirmektedir.
“.tr” alan adları ile ilgili ihtilafların alternatif çözüm süreci TRABİS tarafından faaliyet belgesi verilen Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcılar tarafından yürütülmeye başlanmıştır. “.tr” uzantılı alan adları için düzenlenen alternatif uyuşmazlık çözüm süreci, “.com”, ”.net”, “.org”, “.info”, ”.biz” gibi genel üst seviye alan adları (Generic top-level domain) için öngörülen ve genel olarak uluslararası alternatif çözüm mekanizmaları süreci ve kuralları ile benzerdir. Ne var ki Türkiye’de uygulanan ve Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcıları nezdinde görülen alternatif uyuşmazlık çözüm sürecinde, bazı farklılıklar da söz konusudur.

Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcıları, aşağıdaki koşulların kümülatif olarak karşılanması halinde ihtilaflı alan adının iptaline ve/veya şikayet edene devrine karar verir:

i) İhtilaf konusu alan adının, sahip olunan ya da ticarette kullanılan marka, ticaret unvanı, işletme adı ya da diğer tanıtıcı işaretlerle benzer ya da aynı olması

ii) Alan adını tahsis ettiren tarafın bu alan adı ile ilgili yasal bir hakkı ya da bağlantısının olmaması

iii) Bu alan adının alan adı sahibi tarafından kötü niyetle tahsis ettirilmesi veya kullanılması.

Görüleceği üzere Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (“UDRP”) kurallarından farklı olarak, şikayet edenin öncelik hakları incelenirken sadece marka hakkı dikkate alınmamaktadır; şikayet edenin ticaret unvanı, işletme adı veya ticari hayatta kullandığı diğer tanıtıcı işaretler de öncelik hakkının değerlendirilmesinde dikkate alınmaktadır. Bir diğer önemli husus ise kötü niyet incelemesi ile ilgilidir. UDRP kurallarına göre, ihtilaflı alan adının hem kötü niyetle tescil edilmiş olması hem de kötü niyetli olarak kullanılması gerekmektedir. Ancak “.tr”

uzantılı alan adları için düzenlenen alternatif uyuşmazlık çözüm sürecine ilişkin mevzuatta "veya" kelimesinin kullanılması nedeniyle bu şartlardan birinin varlığı yeterli görülmektedir. Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcılarının faaliyete başlamasından itibaren geçen bir yılı aşkın sürede, verilen kararlar ile uygulanabilir bir içtihat oluşmaya başlamıştır. Yukarıda belirtilen koşulların incelenmesinde ve somut uyuşmazlığa ilişkin vakıaların değerlendirilmesinde geniş ve kapsamlı bir bakış açısı benimsendiği ifade edilebilir.

Öte yandan, ihtilaflı alan adını tescil ettirenin alternatif uyuşmazlık çözümü sürecinde açıklanması açısından önemli bir fark bulunmaktadır. Bu durumun, şikayet edenin menfaatlerini ve etkin hak arayışını etkili bir şekilde kullanmasını etkileyebileceği değerlendirilmektedir.

UDRP'nin aksine, alan adı sahibi bilgileri, Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcıları tarafından, alan adı şikayetinin yapılmasından sonra veya alternatif uyuşmazlık çözüm süreci sırasında şikayet edene açıklanmamaktadır. Sonuç olarak, alan adı şikayetleri genellikle şikayet eden tarafından, ihtilaf konusu alan adını tescil ettirenin kimliği hakkında herhangi bir bilgisi olmadan yapılmaktadır. Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcıları, alternatif uyuşmazlık çözüm sürecinde tescil ettiren bilgilerini açıklamamaktadır, bu nedenle şikayet edene tescil ettiren bilgilerine dayanarak şikayetinde ileri sürdüğü iddia ve delilleri yeniden gözden geçirme ve ek bilgi veya belge sunma hakkı tanınmamaktadır. Aslında tescil ettirene dair bilgilerin açıklanması, ilke olarak, şikayet edenin yasal yollara başvurma hakkını uygun şekilde kullanması açısından çok etkili bir süreçtir. Bu şekilde alan adı sahibinin aslında kim olduğu bilgisine erişilmesi durumunda özellikle alan adının kötü niyetli olarak tescil edildiğine ilişkin daha detaylı ve tatmin edici deliller sunulması mümkün olabilmektedir. Ayrıca alan adı sahibinin ilgili alan adı üzerinde meşru bir hak veya menfaati olup olmadığının da şikayet eden tarafından daha etkin olarak değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Bu şekilde şikayet eden, şikayet edilene ilişkin daha fazla bilgi ve delil toplayabilmekte, bu deliller çerçevesinde şikayet dilekçesini revize edebilmekte, yani şikayete ilişkin dayanaklarını güçlendirebilmektedir.

Bunun haricinde genel olarak değerlendirildiğinde alan adına ilişkin uyuşmazlıklarının dava yoluna başvurulmaksızın çözüme kavuşturulmasına imkan veren alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmasının etkin ve faydalı bir biçimde işlediği görülmektedir. "tr." uzantılı alan adlarında yeni sürecin daha geniş kapsamda işlemesi için eksikliklerin tamamlanması beklenmesidir.

İlaç Firmalarının Sahte ve Kaçak İlaçlarla İmtihanı

Yabancı ilaç markaları kural olarak o şirketlerin kurulduğu ülkelerdeki firmalar adına kayıtlıdır ve marka koruma işlemleri o firmalar tarafından yönetilir. Bu firmaların Türkiye'deki iştirakleri, marka koruma işlemlerine dahil olmasalar da, ilacın ruhsat sahibi oldukları için, ilaç ile ilgili her işlemde Sağlık Bakanlığı'nın muhatabı durumundadırlar.

Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu ("TİTCK") ilaç ve diğer sağlık ürünlere yönelik düzenleyici ve denetleyici olarak görevlidir. İlaç kaçakçılığı ve sahteciliği ile başa çıkmak amacıyla İlaç Takip Sistemi ("İTS") geliştirilmiştir; tüm ilaçlar kutu bazında karekod ile kayıt altına alınmakta ve piyasaya girdiği andan hastaya ulaşıncaya kadar, her işlemi takip edilmektedir. Türkiye'deki ilaç ruhsat sahiplerinin haberdar oldukları her türlü sahtecilik ve kaçakçılık işlemlerinin TİTCK'ya bildirilmesi zorunlu tutulmuştur ve TCK m. 278 "Suçu Bildirmeme Suçu" kapsamında da bildirmekle yükümlüdürler.

Nasıl Haberdar Olunuyor?

İlaç firmaları ilaçları doğrudan hastaya satmadığı ve ürünler ecza depoları ve eczane kanallarıyla ulaştığı için, ürün tedariğinde pek çok aktör bulunuyor. Bu nedenle de sahte ürünlerin satıldığına ilişkin bilgi şüphelenen hasta dışında, hekimler, ecza depoları veya eczacıların firmaya ihbarı üzerine öğrenilebiliyor. Bu tür ihbarlar üzerine avukatlar veya araştırma şirketleri vasıtasıyla yaptırılan genel saha ve/veya adres bazlı araştırmalar ile tespit edilen şahıslar ve elde edilen detaylı bilgi, delil ve numunelere dayalı olarak aksiyon alınması mümkün olabiliyor.

Hukuken Neler Yapılabilir?

Elde edilen delil durumuna göre TCK m.186-187, Sahte İlaç İmali, Marka Hakkına Tecavüz ve Haksız Rekabet suçlarına dayalı şikâyet imkanları bulunuyor. Sahte veya orijinal ilaçların gerekli gümrük rejimine tabi tutulmaksızın, yani kaçak olarak ülkeye sokulması durumunda müstakil olarak veya yukarıda belirtilen şikayetlerle birlikte Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu'na dayalı hukuki işlem de yapılabilmektedir.

Yukarıda sayılan Marka Hakkına Tecavüz ve Haksız Rekabet suçları, takibi şikâyete bağlı suçlar olduğu için marka veya ruhsat sahibi şirketlerin elde edilen delil durumuna göre şikâyette bulunup bulunmamak hususunda bir karar vermesi gerekmektedir. TCK m.186-187 ve Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu'na aykırılık teşkil eden suçlar açısından re'sen takip ilkesi geçerli olduğundan Emniyet Güçleri tarafından kendiliğinden soruşturma ve baskın süreçleri başlatılabildiği gibi, ilaç şirketleri tarafından yapılan suç duyuruları sonrasında da başlatılabilmektedir.

TİTCK'ya Ne Zaman Bilgi Verilmeli?

İlaçlarla ilgili ceza soruşturmalarında özellikle Türkiye'deki global ilaç firmalarının katkıları, durumun Sağlık Bakanlığı veya TİTCK'ya şikayetinin yapılması ile gerçekleşebiliyor. Marka sahibi yurt dışında yerleşik firma olsa da Türkiye'deki firmanın da sürece dahil olması,

bildirim ve takip kolaylığını sağlamak için bazı durumlarda gerekli olabiliyor.

Konu sahte veya kaçak ilaç olduğunda İTS dışında hareket edildiğinden, hukuki aksiyon alabilmek için sahte ürünlerin üreticisi, üretim yeri ve dağıtım kanalları hakkında araştırma yaptırılması elzemdir. Henüz tüm bilgiler toplanmadan veya yalnızca duyum veya şüphe üzerine şikâyette bulunmak sürecin verimli ve hızlı ilerlemesine engel olabiliyor. İddianın araştırılarak, yeterli delil toplandıktan sonra yetkili makamlara şikâyet edilmesi en etkili çözüm olarak öneriliyor. Zira aksi halde, faillerin durumdan haberdar olmaları ve delilleri yok etmeleri mümkün.

Marka hakkına dayanılarak savcılığa suç duyurusunda bulunulduğunda ise özellikle sürecin sonucunu beklemek ve sonrasında TİTCK'ya ilgili ürün hakkında şikâyette bulunmak faydalıdır. Zira TİTCK'nın inceleme konusu edeceği hususlar marka ihtilafı değil, kamu sağlığını ilgilendiren konuların tespitidir. Özellikle bir eczacı veya hekim şüpheli olarak yer alıyorsa şikâyetin güçlü deliller ile yapılması önemlidir. Bu kişilere karşı ileri sürülecek ceza şikayetleri ilerideki aşamalarda geri alınabileceğinden, şikâyetin zamanı önemli stratejik bir unsurdur.

Sürecin re'sen kolluk kuvvetleri tarafından başlatılması durumlarında, sürece dahil olarak takip etmek de bir o kadar önemlidir. Olası baskınlar ve sürece ait ana aşamalar sonlandıktan sonra, TİTCK'ya veya Sağlık Bakanlığına bildirim yapılması da değerlendirilmelidir.

Son yıllarda ilaç kaçakçılığı ve sahte ilaç ile ilgili operasyonlar, yalnızca yerli kaynaklardan elde edilen verilerden değil, uluslararası platformların yürüttükleri soruşturmalar ile tetiklenebildiği gözlemleniyor. Geçtiğimiz yıl İnterpol-Europol Daire Başkanlığı ve Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Başkanlığı koordinesinde yürütülmekte olan Pangea XVI operasyonu ile oldukça önemli sayıda sahte veya kaçak ürün ele geçirildi. 2024 yılında da bu tarz operasyonlar ile piyasadaki sahte ürünlerin toplatılması beklenmektedir. Bu nedenle marka sahiplerinin sürece destek olmaları için, mümkün olduğunca bilgi toplamak amacıyla araştırmalar yürütmesi önerilmektedir.

Taklitle Mücadelede Stratejik Savaş Alanı: Türk Rivierası, Türkiye'nin Batı ve Güney Sahilleri

Türkiye, neredeyse 9 bin kilometrelik sahil şeridi ve 550'den fazla mavi bayraklı plajıyla, her yıl yaz sezonunda milyonlarca yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. Yaz tatili için en popüler olan bölge Türk Rivierası olarak bilinmekte ve başta Antalya ve Muğla olmak üzere, Aydın ve İzmir illerinin de bazı bölgelerini kapsamaktadır. Burada Türkiye'nin güneyinden batısına doğru özellikle Alanya, Antalya, Kemer, Fethiye, Marmaris, Bodrum, Kuşadası ve Çeşme ön plana çıkmaktadır.

2020 yılındaki pandemiye bağlı olarak toplam turist sayısında bir düşüş olsa da, bilindiği gibi pandemi herkesin yaşam tarzını değiştirmiş ve hayatımıza "evden çalışma" kavramını getirmiştir. Bunun sonucunda da büyük şehirlerden Türk Rivierası'ndakiler gibi daha küçük il ve ilçelere taşınmak pandemi sırasında sıkça rastlanan bir durum olmuştur.

Ayrıca, Türkiye'deki büyük çaplı depremler, Rusya-Ukrayna savaşının etkileri ve Ortadoğu'dan göç gibi nedenlerle çok sayıda insan Türk Rivierası'ndaki yerleşim yerlerine taşınmıştır. Dahası, son yıllarda turizmin çeşitlenmesiyle, örneğin golf ve futbol kampları gibi olanaklar da sağlayan bu yerleşim yerleri giderek daha da popüler hale gelmiştir.

Nüfusun artışıyla, taklitçiler bunu bir fırsat olarak görmüş ve eylem alanlarını genişletmiştir. İhlalcilerin bazıları, üretim tesislerini ve depolarını bu bölgelere taşımakta ve büyük bir kısmı, sadece yaz aylarında değil yılın tüm sezonlarında taklit ürün satışlarına devam etmektedir. Taklit ürün alışverişi amacıyla gelen ziyaretçilerin sayısındaki artış da bu bağlamda taklitçileri cesaretlendirmiştir. Son zamanlarda, büyük şehirlerde olduğundan daha fazla oranda, tekstilden elektroniğe neredeyse tüm sektörlerde ünlü markaların birçok taklidi olduğu gözlemlenmektedir.

Bu nedenle, sektörel faktörlerin anlaşılması ve taklitçilere karşı erkenden önlem alınması özellikle önem arz etmektedir. Örneğin, yaz döneminde piyasaya sunulacak olan tekstil ürünleri bakımından, taklit ürünlerin hem iç

pazara hem de başka ülkelere dağıtımının ve satışının engellenmesi için, marka sahiplerinin yaz sezonunu beklemeden öncelikle üretim tesislerini ve depoları hedeflemesi önerilmektedir. Benzer şekilde, kışlık ayakkabı konusunda ise marka sahiplerinin üretim tesisleri ve depoları yaz sezonunda hedeflemeleri önerilmektedir. Diğer yandan, perakende mağazaları bakımından ise, iç pazara taklitle aktif mücadeleye yönelik güçlü bir mesaj vermek ve taklit ürünlerin görünürlüğünü azaltmak için yıl boyunca aksiyonlara devam edilmesi tavsiye edilmektedir.

Türkiye'nin batı ve güney sahillerinde taklitle mücadele ederken, Türk Rivierası içinde yer alan yerleşim yerlerindeki yasal uygulamaların büyük şehirlerdekinden farklı olabileceğinin de dikkate alınması gerekmektedir. Savcıların bir kısmı taklit ürünlerin üretimini/satışını gösteren faturayı ve/veya diğer somut delilleri sulh ceza hakimliğinden arama ve el koyma kararı talep etmek için yeterli bulurken, bazıları da şikayete konu hedef hakkında polis tespiti yapılmasına karar verebilmektedir. Bir diğer önemli not da sulh ceza hakimliklerinden her durumda arama ve el koyma kararı almak mümkün olmayabilmektedir. Bazı durumlarda, taklit ürünlerin üretimini/satışını gösteren tüm kanıtlara rağmen, hakimler arama ve el koyma taleplerini basit bir gerekçe ile reddedebilmekte ve ret kararı itiraza tabi olabilse de, itirazı inceleyecek olan mahkemenin iş yüküne bağlı olarak itirazın incelenmesi ve karar verilmesi birkaç ay sürebilmektedir. Bu nedenle, şikayet dilekçelerinin sunulacağı zamanın belirlenmesi de oldukça önem arz etmektedir ve Türkiye'nin batı ve güney sahillerine özel güçlü bir strateji oluşturabilmek için, her somut olayın bölgeye, sektöre ve taklitçilerin iş kapasitesine bağlı olarak ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda, uzun yıllardır yürütmekte olduğumuz ve Türkiye'nin batı ve güney sahillerindeki taklitçileri hedef alan özel bir projemiz bulunmaktadır. Çok sayıda müvekkilimizin ihtiyacı göz önüne alındığında, batı ve güney sahillerindeki yerleşim yerlerinde düzenli olarak baskınlar yapmaktayız. Hatta, son zamanlardaki tecrübelerimize dayanarak, baskınların yıl boyunca yapılması gerektiği kanaatindeyiz.

Yukarıda açıklanan nedenlerle, taklitçilerle etkin bir şekilde mücadele edebilmek ve taklit ürünlerin görünürlüğünü azaltmak için, batı ve güney sahillerindeki baskınların yalnızca yaz sezonunda değil tüm yıl boyunca yapılması tavsiye edilmektedir.

İLETİŞİM

MEHMET GÜN
KIDEMLİ ORTAK AVUKAT

mehmet.gun@gun.av.tr

BARIŞ KALAYCI
ORTAK AVUKAT

baris.kalayci@gun.av.tr

GÜLDENİZ DOĞAN ALKAN
ORTAK AVUKAT

guldeniz.dogan@gun.av.tr

HANDE HANÇAR
ORTAK AVUKAT

hande.hancer@gun.av.tr

MUTLU YILDIRIM KÖSE
ORTAK AVUKAT

mutlu.yildirim@gun.av.tr

UĞUR AKTEKİN
ORTAK AVUKAT

ugur.aktekin@gun.av.tr

ZEYNEP SEDA ALHAS
ORTAK AVUKAT

zeynep.alhas@gun.av.tr

PINAR ARIKAN
DİREKTÖR

pinar.arikan@gun.av.tr

İLETİŞİM

BARAN GÜNEY
YÖNETİCİ AVUKAT

baran.guney@gun.av.tr

BEGÜM SOYDAN SAYILKAN
YÖNETİCİ AVUKAT

begum.soydan@gun.av.tr

DİCLE DOĞAN
YÖNETİCİ AVUKAT

dicle.dogan@gun.av.tr

DİLAN SILA KAYALICA
YÖNETİCİ AVUKAT

dilan.aslan@gun.av.tr

DİRENÇ BADA
YÖNETİCİ AVUKAT

direnc.bada@gun.av.tr

İREM GİRENES YÜCESOY
YÖNETİCİ AVUKAT

irem.girenes@gun.av.tr

ZEYNEP ÇAĞLA ÜSTÜN
YÖNETİCİ AVUKAT

zeynep.ozcebe@gun.av.tr

AHMET KÜRŞAT YILDIZ
KIDEMLİ AVUKAT

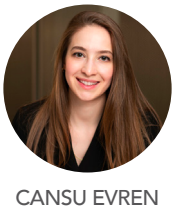
ahmetkursat.yildiz@gun.av.tr

ATAHAN ERKUL
KIDEMLİ AVUKAT

atahan.erkul@gun.av.tr

AYSU ERYAŞAR
KIDEMLİ AVUKAT

aysu.eryasar@gun.av.tr



CANSU EVREN
KIDEMLİ AVUKAT

cansu.evren@gun.av.tr

ELİF MELİS ÖZSOY
KIDEMLİ AVUKAT

elifmelis.ozsoy@gun.av.tr

HAVVA YILDIZ
KIDEMLİ AVUKAT

havva.yildiz@gun.av.tr

KENDAL BASUT
KIDEMLİ AVUKAT

kendal.basut@gun.av.tr

MARAL BÜYÜKKÜRKÇÜ
KIDEMLİ AVUKAT

maral.sayan@gun.av.tr

MERVE ÇİMEN SEVİNE
KIDEMLİ AVUKAT

merve.cimen@gun.av.tr

SELİN BİLİK
KIDEMLİ AVUKAT

selin.bilik@gun.av.tr

CANAN TINAZ
KIDEMLİ VEKİL

canan.tinaz@gun.av.tr

Hakkımızda

Büromuz, uluslararası alanda, ülkemizin önde gelen avukatlık bürolarından birisi olarak tanınmaktadır.

Merkezimiz İstanbul'da olup Ankara, İzmir ve Türkiye'nin diğer önemli ticari merkezlerindeki bürolarla işbirliği yapmaktayız.

Büromuz, temelde Türkçe ve İngilizce olarak hizmet vermekte olup, Almanca, ve Fransızca dillerinde de hukuki hizmet sağlamaktadır.

Müvekkillerimize, ilaç, tıbbi cihaz ve sağlık, enerji, inşaat ve gayrimenkul, lojistik, teknoloji, medya ve telekomünikasyon, otomotiv, hızlı tüketim ürünleri, kimyasal ve savunma sektörleri başta gelmek üzere değişik iş ve ticaret sektörlerinde hizmet vermekteyiz.

Müvekkillerimizin başarısını, kendi başarımızdan önde görürüz. Müvekkillerimizin değişen ihtiyaçlarına daha doğru ve etkin bir şekilde cevap verebilmek için onların faaliyet gösterdiği sektörlerdeki gelişmeleri yakından takip eder, bu sektörlerde sadece hukuki değil ticari bilgileri de edinerek bilgilerimizi derinleştiririz. Bu amaçlarla ulusal ve uluslararası mesleki ve ticari dernek ve kuruluşların çalışmalarına etkin olarak katılır, bilgi ve tecrübelerimizi paylaşarak katkıda bulunuruz.

Büromuz, hizmetlerini müvekkillerimizin değişen ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirmeye ve yenilikçi, kaliteli hizmetler sunmaya kararlıdır.

GÜN + PARTNERS
AVUKATLIK BÜROSU

Kore Şehitleri Cad. 17
Zincirlikuyu 34394
İstanbul, Türkiye

T: + 90 (212) 354 00 00
F: + 90 (212) 274 20 95
E: gun@gun.av.tr

www.gun.av.tr