



TÜRKİYE'DE MARKA HUKUKU
ÖNEMLİ GELİŞMELER VE ÖNGÖRÜLER

2026

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.

Müvekkililerimizi 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 miktarda 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 müvekkililerimizi bu alanda da temsil etmekteyiz.

Giriş

2025 yılı, Türk fikri mülkiyet hukuku bakımından köklü mevzuat değişikliklerine sahne olmamakla birlikte; uygulamadaki yönelimlerin daha net gözlemlenebildiği ve bazı tartışma başlıklarının olgunlaşmaya başladığı bir dönem olarak değerlendirilebilir.

Markaların idari iptal mekanizmasının artık fiilen ve tam anlamıyla işlerlik kazanmış olması, 2025 yılı bakımından önemli bir eşik olarak öne çıkmıştır. Bunun yanı sıra, üç boyutlu markalar bağlamında fikri mülkiyet ve rekabet hukuku arasındaki sınırların yeniden tartışıldığı; kötü niyetli marka başvurularına ilişkin Avrupa Birliği uygulama

larının Türk hukuk pratiği bakımından da daha yakından takip edildiği bir dönem yaşanmıştır. Bunun yanı sıra uygulamada bir ilk olarak TÜRKPATENT ile sulh imkânı da oldukça öne çıkan bir gelişme olmuştur.

Yargı kararları bakımından ise, özellikle Yargıtay'ın kısa kelime markalarına yaklaşımı ve farklı sektörlerdeki ürünler arasındaki benzerlik değerlendirmesine ilişkin bütüncül yaklaşımı dikkat çekmiştir.

Yapay zeka ve marka hukuku ilişkisi de bir gündem maddesi olarak önemini korumuştur. Bu kapsamda, 2025 yılı boyunca öne çıkan gelişmelere ilişkin değerlendirmelerimizi bu yayında bir araya getirdik.

İçindekiler

3

Türkiye’de Fikri Mülkiyet Uygulaması: 2025 Yılına İlişkin İzlenimler

5

Markaların İdari İptali Artık Tam Olarak Yürürlükte!

9

Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukukunun Kesişiminde Üç Boyutlu Markalar

12

CP13 Sayılı Ortak Uygulama Metni Kapsamında Avrupa Birliği Hukukunda Kötü Niyetli Marka Başvuruları ve Kötü Niyetin Değerlendirilmesi

15

İdare ile Sulh Mümkün Mü?

17

GSK’nın Kötü Niyetli Tescil Karşısında Başarısı

19

Yargıtay’dan Bütüncül Yaklaşım: Enerji İçecekleri vs. Motor Yağları

22

Yapay Zeka ve Marka Hukuku

24

Yargıtay’ın Kısa Kelime Markalarına Yönelik Yaklaşımının Değerlendirilmesi

Türkiye’de Fikri Mülkiyet Uygulaması: 2025 Yılına İlişkin İzlenimler

2025 yılı, Türkiye’de fikri mülkiyet haklarının korunması bakımından köklü bir dönüşüme sahne olmamakla birlikte; uygulamanın belirli alanlarda daha öngörülebilir hale geldiği bir dönem olarak değerlendirilebilir. Özellikle son yıllarda atanan hâkimlerin fikri mülkiyet alanının dinamiklerine giderek daha aşına hale gelmiş olmaları, kararların gerekçelendirilmesi ve sürecin yönetimi bakımından daha öngörülebilir bir yaklaşımın oluşmasına katkı sağlamıştır.

Yıl boyunca farklı sektörlere ilişkin uyumsuzluklar ve özellikle marka ihlallerine dayalı uyumsuzluklarda çok sayıda ihtiyati tedbir kararı alınmıştır. İhtiyati tedbir kararları, ihlalin yayılmasını önlemek ve esas davanın sonucunu beklemeksizin hak sahiplerinin ticari konumlarını korumalarına imkân sağlamak açısından son derece önemlidir. Önceki yıllarda bu kararların verilmesinde yaşanan gecikmelerin bu yıl büyük ölçüde giderildiği, güçlü ve sistematik bir delil hazırlığı ile ihtiyati tedbir mekanizmasının etkin şekilde kullanılabildiği gözlemlenmiştir.

Elbette uygulamada tam bir yeknesaklık sağlandığını söylemek mümkün değildir. Bazı mahkemelerde ispat standardı ve ihtiyati tedbir koşullarının değerlendirilmesi bakımından farklı yaklaşımlar görülebilmektedir. Bununla birlikte, genel çerçevede, uygulamanın olumlu bir seyir izlemekte olduğu değerlendirilmektedir.

Öte yandan bilirkişi incelemeleri bakımından gecikmeler 2025 yılında da yaşanmıştır. Ankara

ve İzmir Fikri ve Sınai Haklar Mahkemelerinde (FSHHM) bilirkişi raporlarının son derece kısa süreler içerisinde hazırlanabildiği gözlemlenmektedir. Buna karşılık, İstanbul FSHHM’lerinde dosya yoğunluğu bilirkişiler nezdinde iş yükünün doğru yönetilememesine sebep olabilmektedir. Yine de bu süreçlerin de Mahkeme kanalıyla sıkı takip edilmesinin, bilirkişi aşamalarının da makul süreler içinde tamamlanabilmesini sağlamakta olduğu düşünülmektedir.

Buna karşılık, tazminat davaları bakımından bazı yapısal güçlüklerin devam ettiği görülmektedir. Özellikle karşı tarafların mali ve ticari verileri sunmaktan kaçınması, zararın tam ve somut şekilde hesaplanmasını zorlaştırmaktadır. Bu noktada sektör bazlı lisans bedeli analizlerinin daha sistematik biçimde kullanılması ve emsal sözleşme pratiğinin geliştirilmesi, tazminat hesaplamalarında daha sağlıklı ve öngörülebilir sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayabilir. Bu alanda ilerleme potansiyeli bulunduğu açıktır.

Türkiye’de fikri mülkiyet haklarının korunması bakımından yapılan değerlendirmede en sık işlenen konulardan biri de kötü niyetli marka başvurularıdır. Oysa kanaatimizce kötü niyetli marka başvurularına karşı geliştirilen yaklaşım artık yerleşmiş durumdadır. Gerek Türk Patent ve Marka Kurumu gerekse uzmanlaşmış FSHHM’ler, kötü niyet iddialarını somut kriterler çerçevesinde değerlendirmekte; taraflar arasındaki ticari ilişkiler, markaların benzerliği ve başvuruların zamanlaması gibi

unsurları dikkate alarak oldukça isabetli kararlar vermektedir. Bu yönüyle Türkiye, kötü niyetli tescillere karşı sağladığı koruma seviyesi bakımından birçok ülke ile karşılaştırıldığında güçlü bir konumda bulunmaktadır.

Türk Patent ve Marka Kurumu süreçlerine baktığımızda; 2025 yılı itibarıyla kullanmama sebebiyle iptal mekanizması bakımından da uygulamanın daha belirli hale geldiğini söyleyebilmek mümkündür. Sürecin yürürlüğe girdiği 2024 yılı sonrasında ilgili yönetmeliğin yürürlüğe girmesinin beklenmesi, süreçlerde bazı tereddütlere yol açmıştı. Ancak Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde verilen kararların artmasıyla birlikte, kullanım delillerinin titizlikle incelendiği ve gerçek, ciddi ve ticari kullanımın somut kriterler üzerinden değerlendirildiği görülmektedir. Bu durum, taraflar bakımından daha net bir çerçeve oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Öte yandan, taklitle mücadele bakımından zorluklar varlığını sürdürmektedir. Özellikle ceza soruşturmaları kapsamında arama ve el koyma süreçleri ile icra aşamasındaki uygulamalar zaman zaman gecikmelere yol açabilmektedir. Bu konuda da çok sayıda eğitim ve toplantılar ile süreçleri geciktiren hususların varlığını çözmek amacıyla çalışmalar sürdürülmektedir.

Sonuç olarak 2025 yılı, Türkiye’de fikri mülkiyet uygulamasında dramatik bir değişimden ziyade, belirli alanlarda istikrarın ve öngörülebilirliğin güçlendiği bir dönem

olarak değerlendirilebilir. İhtiyati tedbir mekanizmasının etkin kullanımı, kötü niyetli başvurularla mücadelede yerleşik yaklaşım ve kullanmamaya dayalı iptal uygulamasındaki netlik sistemin güçlü yönleri arasında yer almaktadır. Tazminat hesaplamaları ve cezai koruma süreçlerinde ise gelişime açık alanlar bulunmaktadır.

Markaların İdari İptali Artık Tam Olarak Yürürlükte!



6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 26. maddesi uyarınca, ilgili kişiler Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan ("TÜRKPATENT" ya da "Kurum") bir markanın iptalini talep edebilirler.

Markaların iptaline ilişkin yetki, Fikrî ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemelerine ("FSHHM") aitken, 10 Ocak 2017 tarihinde SMK'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte söz konusu yetki Kuruma devredilmiş, geçiş süreci sağlanması amacıyla 26. maddenin yürürlüğe girişi 7 yıl süreyle ertelenmiştir. Bu süreç boyunca, SMK'nın Geçici 4. maddesi uyarınca iptal yetkisi, FSHHM'de kalmaya devam etmiştir.

- maddenin 10 Ocak 2024 tarihinde yürürlüğe girmesinin ardından, TÜRKPATENT'in çevrimiçi sistemi üzerinden ön başvuru şeklinde iptal talebinde bulunulabilmesi mümkün hale getirilmişse de uygulamaya ilişkin bir yönetmeliğin bulunmaması nedeniyle Kurum iptal taleplerini incelemeye başlayamamıştır.

Bu bekleme süreci, 15 Mart 2025 tarihinde, Sınai Mülkiyet Kanunu'nun Uygulanmasına

Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik'in ("Yönetmelik") yayımlanmasına kadar devam etmiştir.

Yönetmelik'in bazı hükümleri eleştirilere konu olmuş olsa da, iptal taleplerinin incelenmesine başlanması açısından önemli bir adım olmuştur.

İptale İlişkin Başvurularda Usuli Esaslar

Yönetmelik'in 30/A-3 maddesi, iptal talebinin marka sahibine veya onun hukuki halefine karşı ileri sürülebileceğini düzenlemektedir.

SMK'nın 27/2 maddesi uyarınca, iptal kararı kural olarak iptal talebinin yapıldığı tarih itibarıyla hüküm doğurur. Dolayısıyla iptal talebi sahibi, iptal koşullarının daha önceki bir tarihte gerçekleştiğini iddia ediyorsa, bu hususu açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

Yönetmelik ile birlikte, 15 Mart 2025 tarihinden sonra talep edilen iptal başvuruları bakımından, başvuru ücretine ek olarak bir emanet ücreti öngörülmüş olup, söz konusu tutar, Kurum tarafından iptale ilişkin nihai karar verilene kadar emanet hesabında tutulmaktadır.

Kurumun nihai kararı ile iptal talebinin tamamen reddedilmesi halinde, emanet ücreti talep üzerine, marka sahibine ödenmektedir. İptal talebinin tamamen kabul edilmesi halinde, emanet ücreti talep üzerine, iptal talebi sahibine iade edilmektedir. İptal talebinin kısmen kabul edilmesi halinde ise taraflardan hiçbirine ödeme yapılmaz ve emanet ücreti Kuruma gelir olarak kaydedilir.

2026 yılı için emanet ücreti 29.433,33 TL olarak belirlenmiştir (26 Ocak 2026 tarihli döviz kuru esas alındığında yaklaşık 575 EUR). Bu tutarın, 29.433,33 TL olarak belirlenen başvuru ücretine ek olarak ödenmesi gerekmektedir. Başvuru ücreti %20 KDV dâhil 35.319,996 TL'dir (26 Ocak 2026 tarihli döviz kuru esas alınarak yaklaşık 690 EUR).

Bir iptal talebi yalnızca tek bir markaya karşı yöneltilebilmektedir. Bunun aksine, mahkemelerde açılan bir iptal davası ile birden fazla markaya karşı yöneltilebilmekteydi. Kanaatimizce, aynı başvuru sahibine ait aynı veya benzer markalara karşı ayrı ayrı iptal taleplerinde bulunulması, kararlar arasında tutarsızlığa yol açabilir ve Kuruma yük oluşturabilir.

Başvuru Sonrası Süreç

İptal talebinin usulüne uygun şekilde yapılmasının ardından, TÜRKPATENT, marka sahibinden ilgili iptal talebinde ileri sürülen gerekçelerin gerçekleşmediğini ortaya koyan delillerin sunulmasını ister.

Marka sahibinin, iptal talebine karşı delillerini sunması için 1 aylık süresi bulunmaktadır

ve talep edilmesi hâlinde ise 1 ay ek süre verilebilir. Uygulamada, TÜRKPATENT'in süre uzatım talebi hakkında ayrıca bir karar vermediği ve/veya marka sahibine ayrıca bildirimde bulunmadığı, 1 aylık ek sürenin talebin yapıldığı tarihten itibaren işlemeye başladığı gözlemlenmiştir.

Uygulamada, kullanılmama nedeniyle iptal taleplerinin en yaygın iptal sebebinin oluşturduğu görülmektedir. Kullanılmama nedeniyle iptal talebine ilişkin olarak marka sahibinin, markanın ilgili mallar/hizmetler bakımından ciddi kullanımını ispatlayan delilleri veya kullanılmamanın haklı nedene dayandığını gösteren belgeleri sunması gerekmektedir. Kuruma yapılan iptal talebinden önceki üç ay içinde, iptal talebinde bulunulacağı düşüncesiyle gerçekleştirilen hiçbir kullanım dikkate alınmaz.

Uygulamada yazılımsal bir eksiklik nedeniyle karşılaşılmış olan sorunlardan biri, marka iptal taleplerine ilişkin marka sahibi tarafından sunulan karara itiraz dilekçesi de dahil olmak üzere hiçbir belgenin, TÜRKPATENT'in çevrimiçi sisteminden talep sahibi tarafından görüntülenemiyor oluşuydu. Ancak Kurum, yakın zamanda çevrimiçi sistemini güncellemiş ve eksikliği gidermiştir.

Karar ve Sonraki Aşamalar

Süresi içinde delil sunulmaz veya sunulan deliller yeterli görülmezse, Kurum iptal talebini kabul edecektir.

Yönetmelik ile kullanılmama nedeniyle iptal taleplerine ilişkin olarak getirilen önemli ve

daha önce görülmemiş bir değişiklik olarak, "aynı veya benzer mal/hizmetler için bir marka hakkında iptal kararı verilemeyeceği" düzenlenmiş olup, bu hüküm ile kullanımı ispatlanan mallar/hizmetler bakımından markanın iptal edilmesini önlemek amacıyla getirildiği düşünülmektedir; ancak bu yaklaşımın benzer mallar/hizmetleri de kapsayacak şekilde genişletilmemesi gerekmektedir.²

TÜRKPATENT, ön başvurular nedeniyle halihazırda ciddi bir iş yüküyle karşı karşıya olmasına rağmen, bekleyen iptal taleplerine ilişkin kararlarını birkaç ay içinde vermeye başlamıştır.

Bugüne kadar tarafımıza ulaşan kararlardan, Kurumun iptal taleplerini gerektiği gibi ve özenli bir şekilde incelediği anlaşılmaktadır. Bu kararların öne çıkan hususları aşağıda özetlenmektedir:

İptal kararının geriye etkili sonuç doğurabilmesi bakımından, meşru hukuki menfaatin varlığını aramakta ve bu konuda katı bir yaklaşım benimsemektedir.

İptal talebi sahibinin hukuki menfaatinin bulunup bulunmadığını, SMK madde 26/2 hükmüne atıfla değerlendirmektedir.

Ciddi ve kesintisiz kullanım incelemesinde, iptal talebinden önceki 5 yıllık dönemi esas almakta ve bu sürenin dışında kalan delilleri, SMK ile paralel şekilde, dikkate almamaktadır. Kurum ayrıca bir kararında, marka sahibinin bu süre içinde iptal tehdidi nedeniyle kullanıma başlamış olduğunun ispatlanması hâlinde, söz

konusu delillerin dikkate alınmayacağına da altını çizmiştir.

Markanın, tescilli olduğu haliyle kullanılıp kullanılmadığı incelenmektedir.

Kullanımın ispatlandığı mallar/hizmetlere benzer mallar/hizmetler bakımından iptal kararı vermemektedir. Örneğin, "Motorlu taşıtlar dışındaki motor takozları veya kara taşıtları için motor takozları" bakımından kullanımın ispatlandığını belirterek, "aks burcu, biyel kolu burcu, yürüyüş rulmanı, eksantrik mili burcu, denge burcu, piston segmanı burcu, eksantrik mili yatağı, krank mili yatağı" malları yönünden iptale karar vermemiştir.

İlgili mevzuat hükümleri marka iptali bakımından kötü niyete veya markalar arasındaki benzerlik incelemesine yer vermediğinden bahisle, iptal talebinin kötü niyetle yapıldığı ve markaların benzer olmadığı yönündeki savunmaları reddetmektedir.

Delillerin ispat gücü bakımından Kurum, faturaları, resmi belge olmaları ve ticari faaliyetin doğrudan göstergesi olmalarından dolayı güçlü delil olarak kabul etmektedir.

Her ne kadar Yönetmelik'te açıkça düzenlenmemiş olsa da, iptal talepleri Markalar Dairesi Başkanlığı tarafından incelenmekte olup, bu dairenin kararlarına karşı 2 ay içinde Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu'na ("YİDK") itiraz edilmesi mümkündür. YİDK kararlarına karşı ise 2 ay içinde yetkili Ankara FSHHM nezdinde iptal davası açılabilir.

Kurumun nihai iptal kararı, sicile kaydedilerek bültende yayımlanır ve derhal hüküm ve sonuç doğurur. Başka bir ifadeyle, YİDK kararına karşı açılan iptal davası, Kurumun iptal kararının icrasını durdurmaz. Bu nedenle, iptal talebinin baştan itibaren usulüne uygun bir şekilde incelenmesi büyük önem taşımaktadır. Nitekim bir iptal kararı verilmesi hâlinde, marka sahibi, YİDK kararını iptal eden mahkeme kararının kesinleşmesine kadar marka korumasını kaybedecektir.

Değerlendirmeler

İdari iptal taleplerinin, maliyet ve zaman açısından etkinliği nedeniyle yaygın olarak kullanılacak bir savunma stratejisi hâline gelmesini öngörmekteyiz. Başvuru sahipleri, bir savunma aracı olarak yayıma itirazlara karşı itiraza gerekçe ve SMK madde 5/1(ç)³ kapsamında engel teşkil eden markaların iptalini stratejik olarak talep edebilirler ve iptal talebi hakkında nihai bir karar verilene kadar Kurumdan itirazın ve/veya karara itirazın incelenmesinin bekletilmesini isteyebilirler.

Benzer şekilde, kötü niyetli veya ihlalde bulunan kişiler, idari iptal sistemini kötüye kullanmak suretiyle, gerçek marka sahiplerine ait markaları hedef alabilirler. Bu bakımdan, Kurumun, gereksiz ve haksız iptal taleplerini caydırmak amacıyla, idari iptal sürecinin maliyetini mahkemeler nezdinde açılan iptal

davalarının maliyetine yaklaştırmak suretiyle, emanet ücretini getirdiği kanaatindeyiz. Bununla beraber, idari iptalin zaman bakımından etkinliği ve pratikliği göz önünde bulundurulduğunda yine de bu yolun tercih edilen bir prosedür olmaya devam edeceği kanaatindeyiz.

Bu nedenle, marka sahiplerinin, markalarının faturalarda, ürünlerin üzerinde, kataloglarda, vb. şekilde yer almasını sağlamalarının ve bunları; reklamlar, dergi veya gazete yazıları gibi mevcut diğer delillerle birlikte düzenli olarak arşivlemelerinin faydalı olacağı kanaatindeyiz.

¹ Elektronik Başvuru Sistemi (EPATS)

² <https://gun.av.tr/insights/updates/turkpatent-issues-long-awaited-amendments-on-implementing-regulations-of-ip-code-regarding-administrative-revocation-of-trademarks>

³ Aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretler.

Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukukunun Kesişiminde Üç Boyutlu Markalar



Rekabet Kurumu, 01.08.2024 tarihli ve 24-32/758-319 sayılı kararıyla, fikri mülkiyet hukuku ile rekabet hukuku arasındaki hassas dengeye dair, literatürde uzun süre tartışılacak bir içtihadı imza atmıştır. Kurum, hakkında soruşturma yürütülen şirkete (“Şirket”) ait 3 boyutlu (“3D”) markalar kullanılarak ilgili ekonomik bütünlüğün hâkim durumunu kötüye kullandığını ve rakiplerini pazardan dışladığını değerlendirmiş ve birtakım yaptırımlar öngörmüştür.

Söz konusu karar, özellikle şekil ve 3D markalarının sağladığı korumanın sınırları ve bu hakların rekabet kurallarını dolanmak amacıyla kullanılıp kullanılmayacağı noktasında marka hukuku pratiği açısından çarpıcı sonuçlar doğurmaktadır. Ancak kararın asıl yankı uyandıran boyutu, Kurumun sadece para cezası vermekle yetinmeyip, tescilli bir mülkiyet hakkının, özellikle de kesinleşmiş bir mahkeme kararının varlığına karşın terkinini emretmesidir. Zira Rekabet Kurumu tescilli hakların terkini yerine, bu hakların üçüncü kişilere karşı kullanılmasını yasaklamak şeklinde davranışsal tedbirlere de hükmedebileceken, “oyunu düzenleyici” rolünden çıkıp, mülkiyet

hakkının özüne doğrudan müdahale eden bir konuma evrilmiştir.

“Kanuna Karşı Hile” ve Mülkiyet Hakkının Sınırları

Karara konu olayda, Şirket’in, bir ürününe ait ambalaj şeklini Türk Patent ve Marka Kurumu (“TÜRKPATENT”) nezdinde marka ve tasarım olarak tescil ettirdiği görülmektedir. Patent veya tasarım koruması süreli olan bir ürünün şeklinin marka olarak tescil edilmesi, yenilemeler yoluyla süresiz bir tekel hakkı sağlama potansiyeli taşıdığından, Kurum, bu durumu “tekelleşmeye teşebbüs” olarak değerlendirmiştir.

Kurum, Şirket’in stratejisini “kanuna karşı hile” (fraus legis) kavramı üzerinden analiz etmiştir. Karara göre, marka tescilleri ürünün kaynağını göstermekten ziyade, şekil üzerinde tekel hakkını süresiz uzatmak ve rakiplerin pazara girişini engellemek amacıyla kullanılmıştır. Teşebbüsün, henüz tescil edilmemiş başvurularına dayanarak dahi rakiplerine ihtar çekmesi ve müşterilerine sadece kendi ambalajlarını kullanma zorunluluğu getirmesi

(fili bağlama) yönündeki tespitler, hakkın kötüye kullanımı olarak nitelendirilmiştir. Kurum, Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") kapsamında kazanılan bir hakkın, Rekabet Kanunu'nu dolanmak için bir "araç" olarak kullanıldığını değerlendirmiştir.

Emsalsiz Bir Yaptırım: Sınai Mülkiyet Hakkından Feragat

Rekabet Kurumu, ihlalin ağırlığını dikkate alarak idari para cezası uygulamakla yetinmemiş, rekabetin yeniden tesisi için fikri mülkiyet haklarının temeline dokunan radikal bir yapısal tedbire de karar vermiştir. Karar uyarınca Şirket'in, sınırlı bir süre içerisinde, ihlale konu olduğu değerlendirilen marka hakkından ve ilgili tasarım hakkından vazgeçmesine, ayrıca henüz tescil edilmemiş diğer 3D marka başvurularını da geri çekmesine hükmedilmiştir.

Bilindiği kadarı ile, bu yaptırım, Türk rekabet hukuku tarihinde tescilli bir mülkiyet hakkının "yapısal tedbir" adı altında terkin ettirildiği tek örnektir. Rekabet hukukunun genel kuramında, fikri mülkiyet haklarının "varlığına" değil, "kullanımına" müdahale edilmesi esas iken; Kurum bu kararda tescilin kendisini ihlalin devamlılığını sağlayan ana unsur olarak görmüş ve doğrudan hakkın varlığını ortadan kaldırma yolunu seçmiştir.

Yetki Tartışması: Rekabet Kurumu "Süper Temyiz Mercii" mi?

Kararın eleştiriye en açık yönü, Rekabet Kurumu'nun kendisini TÜRK PATENT ve

Fikri Sınai Haklar Hukuk Mahkemeleri'nin üzerinde konumlandırmasıdır. Karara konu 3D markalarından 2014 tarihli olan marka, Ankara 2. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi ile Yargıtay 11. Hukuk Dairesi kararlarıyla marka olarak tescil edilebilirliği kesin surette hükme bağlanmış bir markadır.

Bir idari otoritenin, uzman mahkemelerce tescil kriterlerini taşıdığına kesin olarak hükmedilmiş bir markanın "aslında haksız bir tekel yarattığı" gerekçesiyle terkinini zorunlu kılması, hukuk güvenliği ilkesini zedeleyici niteliktedir. Bu yaklaşım, her 3D markanın, gelecekte bir rekabet soruşturmasıyla elden alınabileceği endişesini doğurmaktadır.

Avrupa Birliği Adalet Divanı içtihatlarında dahi müdahale genellikle "istisnai hallerde zorunlu lisanslama" şeklinde olmuş, hakkın sahibinin elinden geriye dönüşü mümkün olmayan şekilde alınması yoluna gidilmemiştir. Söz konusu olayda da Rekabet Kurumu'nun benzer bir düzenleyici tedbire hükmedebileceken, doğrudan mülkiyet hakkına müdahale etmeyi tercih etme yoluna gitmesi anlaşılabilir nitelikte değildir. Bu yönüyle karar, benzeri olmayan, hukuki temeli ve fiili sonuçları tartışmalı bir müdahale içermektedir.

Hukuki Belirsizlik: "Zombi Marka" Sorunu

Kararın uygulanmasıyla birlikte tescilli fikri haklardan feragat edilmesi, "telafisi güç veya imkânsız zararlar" doğurma riski taşımaktadır. Asıl hukuki kargaşa, bu idari işlemin yargı denetimi aşamasında ortaya çıkacaktır.

Şayet Danıştay, ilerleyen yıllarda Rekabet Kurumu'nun bu kararını iptal ederse, mecburen terkin edilen markaların akıbetinin ne olacağı, cevaplanması zor sorular arasındadır. Zira Türk marka hukukunda sicilden terkin edilen bir markanın, yıllar sonra idari yargı kararıyla "kendiliğinden" canlanıp sicile geri dönmesi mevcut yasal düzenlemelere göre mümkün değildir.

Kaldı ki, yargı süreci tamamlanana kadar geçen sürede, markanın ayırt ediciliği zarar görecektir, belki de şekil, ya da marka, "harcıalem" (jenerik) hale gelecektir. Yine markanın sicilden terkin edildiği ve korumasının elinden alındığı süreçte, benzer şekillerin üçüncü kişilerce kullanılması durumunda marka sahibinin uğrayacağı zararların tazmin edilip edilemeyeceği ve kime karşı ileri sürülebileceği tartışma konusudur.

Tüm bu hususlar dikkate alındığında görüleceği üzere, Danıştay kararı markayı hukuken geri getirirse bile, bu kararın geri dönüşü mümkün olmayan ticari ve hukuki sonuçları olacaktır.

Sonuç

İşbu karar, marka sahipleri için ciddi bir uyarı niteliğindedir. Karar açıkça göstermektedir ki; marka tescil belgesi, rekabet kurallarından muafiyet sağlayan mutlak bir zırh değildir.

Rekabet Kurumu'nun amacı "bozulan rekabet ortamını yeniden tesis etmek" olsa da, seçilen "hak iptali" yöntemi mülkiyet hakkının

özüne dokunmaktadır. Mülkiyet hakkının özüne ilişkin bu tür radikal müdahalelerin, idari kararlarla değil, ancak kesinleşmiş yargı kararlarıyla yapılması hukuk devleti ilkesinin bir gereğidir. Aksi takdirde, bugün "rekabeti koruma" adına atılan bu adım, yarın fikri haklar sistemine duyulan güveni sarsan ve fikri hakların arkasındaki asıl itici güç olan inovasyonu engelleyen bir emsale dönüşme riski taşımaktadır.

CP13 Sayılı Ortak Uygulama Metni Kapsamında Avrupa Birliği Hukukunda Kötü Niyetli Marka Başvuruları ve Kötü Niyetin Değerlendirilmesi¹



Avrupa Birliği marka hukuku mevzuatında marka başvurularında kötü niyet kavramı açık biçimde tanımlanmamış, sınırları net olarak çizilmemiştir. Yargı içtihatları kavrama ilişkin önemli yönlendirmeler sunsa da, uygulamada farklı yorumların ortaya çıktığı ve yeknesaklığın sağlanmasında güçlükler yaşandığı görülmektedir. Bu durum, kötü niyet iddialarının değerlendirilmesinde öngörüülebilirliği azaltmaktadır.

Bu ihtiyaç doğrultusunda, Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO) nezdinde yürütülen yakınlaştırma programları kapsamında hazırlanan CP13 sayılı "Kötü Niyetle Yapılmış Marka Başvuruları" başlıklı Ortak Uygulama Metni, 22 Mart 2024 tarihinde yayımlanmıştır.

CP13 Ortak Uygulaması, marka başvurularında kötü niyetin değerlendirilmesine ilişkin ortak bir anlayış oluşturmayı ve uygulayıcılara yol gösterici ilkeler sunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, kötü niyetle bağlantılı kavram ve terminoloji netleştirilmiş, belirli senaryolar

bakımından ortak değerlendirme yöntemleri geliştirilmiş ve kötü niyetin tespitinde dikkate alınabilecek ortak faktörler ortaya konulmuştur.

Bununla birlikte CP13'ün kapsamı bilinçli olarak sınırlı tutulmuştur. Özellikle kötü niyetin hangi yargısal veya idari süreçlerde ileri sürülebileceği ile uyumsuzlukların esası hakkında yapılacak değerlendirmeler uygulama kapsamı dışında bırakılmıştır.

CP13 çerçevesinde yapılan değerlendirmelerde, her somut olayın kendine özgü koşullar taşıdığı vurgulanmakta ve kötü niyetin zorunlu unsurunun **başvuru sahibinin dürüst olmayan niyeti** olduğu belirtilmektedir. Bu unsur, kötü niyet iddiasının ileri sürüldüğü her durumda incelenmesi gereken asli faktör olarak kabul edilmektedir. Başka bir ifadeyle, dürüst olmayan bir niyetin bulunmadığı hâllerde, kural olarak kötü niyetin varlığından söz edilmesi mümkün

¹ <https://gun.av.tr/tr/goruslerimiz/guncel-yazilar/turk-marka-hukuku-ile-karsilastirmali-olarak-cp13-sayili-ortak-uygulama-metni-kapsaminda-avrupa-birligi-hukukunda-kotu-niyetli-marka-basvurulari-ve-kotu-niyetin-degerlendirilmesi>

değildir. Ancak bu sübjektif unsurun doğrudan tespiti çoğu zaman mümkün olmadığından, değerlendirme objektif ve somut kriterlere dayandırılmaktadır. Bu bağlamda başvuru sahibinin beyan edilen niyetinin yanı sıra, **bu niyetin dış dünyaya yansıyan somut göstergeleri**, başvurunun koşulları ve bağlamı birlikte ele alınmalıdır.

Başvuru sahibinin dürüst olmayan niyetinin her zaman aynı şekilde tezahür etmesi beklenmemektedir. Bu çerçevede Avrupa Birliği Adalet Divanı, verdiği kararlarda, kötü niyetin zorunlu unsuru olan dürüstlüğe aykırı niyetin tespitine yardımcı olabilecek birtakım tamamlayıcı unsurlar ortaya koymuştur. Bu unsurlar, kötü niyetin varlığı açısından ön koşul niteliği taşımamakta; yalnızca dürüstlüğe aykırı davranışın değerlendirilmesinde yol gösterici bir işlev üstlenmektedir. Bu nedenle söz konusu unsurlar, doktrinde ve uygulamada **zorunlu olmayan unsurlar** olarak nitelendirilmektedir.

Bu kapsamda, başvuru sahibinin önceki hakların varlığından haberdar olması veya makul olarak haberdar olduğunun varsayılması, üçüncü kişiye ait hakkın sahip olduğu koruma ve itibar düzeyi, ihtilafli marka ile önceki haklar arasındaki benzerlik, başvurunun kapsadığı mal ve hizmetler, taraflar arasında mevcut ya da geçmişte var olmuş ticari veya hukuki ilişkiler, markanın kökeni ve önceki kullanımı, başvurunun arkasında dürüst bir ticari mantığın bulunup bulunmadığı, maddi kazanç elde etmeye yönelik spekülatif davranışlar ile

başvuru sahibinin sistematik ve tekrar eden başvuru veya eylem örüntüsü bu tamamlayıcı unsurlar arasında sayılmaktadır.

CP13 Ortak Uygulaması, marka başvurularında kötü niyet kavramının tek tip bir olgu olarak ele alınamayacağını, aksine farklı görünüm altında ortaya çıkabileceğini kabul etmektedir. Bu bağlamda kötü niyet, sınırlı olmayan bir şekilde, iki görünüm altında incelenmektedir.

Bunlardan ilki, **üçüncü kişiye ait hakların kötüye kullanılmasıdır**. Bu tür durumlarda başvuru sahibinin belirli bir üçüncü kişiyi hedef aldığı, onun marka hakkını, ticari faaliyetlerini veya piyasadaki bilinirliğini haksız biçimde kendi lehine kullanmaya çalıştığı görülmektedir. Bu başvurularda temel amaç, dürüst bir ticari faaliyette bulunmak değil, üçüncü kişinin hak alanına müdahale etmek veya bu haklardan haksız avantaj sağlamaktır.

İkinci görünüm olan **marka sisteminin kötüye kullanılması** hâllerinde ise, başvuru sahibinin belirli bir üçüncü kişiyi doğrudan hedef alması şart değildir. Kötü niyet, markanın temel işlevleriyle bağdaşmayan amaçlarla yapılan başvurulardan kaynaklanmaktadır. Şekli olarak mevzuata uygun bir başvuru söz konusu olsa dahi, başvurunun marka hukukunun amacına aykırı şekilde kullanılması ve başvuru sahibinin stratejisinin marka sisteminden haksız bir menfaat elde etmeye yönelmiş olması kötü niyetin tespiti açısından belirleyici olmaktadır.

CP13 metninde, olası uyuşmazlıklara karşı

savunma amaçlı yapılan tesciller, tekrar eden başvurular ve spekülâtif nitelik taşıyan başvurular bu kapsamdaki örnekler arasında gösterilmektedir.

CP13'te ortaya konulan ilkeler çerçevesinde AB hukuku Türk marka hukuku ile karşılaştırıldığında, her iki sistemde de kötü niyet kavramının temel unsurları ve değerlendirme yaklaşımının büyük ölçüde örtüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte, bazı hususlarda, örneğin kötü niyetin bölünmezliği gibi konularda, belirli farklılıkların varlığını koruduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak CP13 Ortak Uygulaması, kötü niyetin somut uyumsuzluklarda doğrudan hangi hukuki sonuçlara yol açacağından ziyade, bu kavramın daha sistematik, tutarlı ve öngörülebilir şekilde anlaşılmasını hedefleyen yol gösterici bir belge niteliği taşımaktadır. Türk marka hukukunda kötü niyet değerlendirmesi bakımından AB hukuku ile büyük ölçüde paralellik bulunmasına rağmen, uygulamada açık ve yapılandırılmış bir rehberin bulunmaması, kararların yeknesaklığını olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu nedenle, CP13 Ortak Uygulaması'na benzer biçimde, TÜRK PATENT tarafından hazırlanacak ve kötü niyetin değerlendirilmesinde dikkate alınabilecek kriterleri sistematik şekilde ortaya koyan bir kılavuzun, yalnızca uygulamada birlik sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kötü niyet iddialarının daha dikkatli ve isabetli biçimde ileri sürülmesini teşvik edeceği kanaatindeyiz.

İdare ile Sulh Mümkün Mü?



Bilindiği üzere, 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu madde 2/1(a) uyarınca idari işlemler hakkında; yetki, şekil, sebep, konu ve maksat yönlerinden biri ile hukuka aykırı olduklarından dolayı iptalleri için menfaatleri ihlâl edilenler tarafından iptal davası açılması mümkündür.

İlgili davada davacı, İdarenin tesis etmiş olduğu idari işlemin hukuka ve Kanuna aykırı olduğunu iddia etmekte ve iptalini talep etmektedir. Buna cevaben de İdare, tesis etmiş olduğu idari işlemin yerindeliliğini, hukuka ve Kanuna uygunluğunu savunacaktır. Nitekim, benzer şekilde İdare de üçüncü kişilerle girdiği hukuki iş ve işlemler sonucunda zarar görmesi halinde, bu zararın ortadan kaldırılması ve/veya tazmini için dava açabilmektedir.

Bazı durumlarda idari işlem açık bir maddi hata ya da Kanuna aykırılık içerebilir veya ihtilafın devam etmesi her iki taraf için de gereksiz yük yaratıyor olabilir. Bu durumda İdare, işlemini yine de şiddetle savunacak mıdır; ya da idari işlemin aleyhine dava açıldığı aşamada İdare'nin işbu işleme katılmaması durumunda

başka bir yöntemle çözmesi mümkün müdür? Esasen böyle durumlarda, ilgili düzenleme¹ İdareye sulh olma konusunda yetki ve teşvik sağlamaktadır.

Nitekim konuyu sınai mülkiyet hakları bakımından ele aldığımızda konuya ilişkin düzenleme² uyarınca Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT" ya da "Kurum") Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu'nun ("YİDK") kararları Kurumun nihai kararlarıdır ve bu kararlara karşı, kararın bildirim tarihinden itibaren iki ay içinde Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinde ("FSHHM") dava açılabilir. Yine bu düzenleme ile paralel şekilde 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") madde 156/2 uyarınca Kurumun SMK hükümlerine göre aldığı bütün kararlara karşı açılacak davalarda ve Kurumun kararlarından zarar gören üçüncü kişilerin Kurum aleyhine açacakları davalarda görevli ve yetkili mahkeme, Ankara FSHHM'dir³. Her iki madde hükmünden de anlaşılacağı üzere YİDK tarafından SMK kapsamında verilen nihai bir karara karşı ilgili kişiler, Kurumu da taraf göstermek suretiyle Ankara FSHHM nezdinde dava açabilir.

¹ 659 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname: Genel Bütçe Kapsamındaki Kamu İdareleri ve Özel Bütçeli İdarelerde Hukuk Hizmetlerinin Yürütülmesine İlişkin Kanun Hükmünde Kararname madde 9/1 ve 3 "(1) İdarelerin adli yargıda dava açmadan veya icra takibine başlamadan önce karşı tarafı sulhe davet etmesi esastır. İdareler, kendi aleyhlerine dava açılacağı veya icra takibine başlanacağı öğrenmeleri durumunda da karşı tarafı sulhe davet edebilirler (3)

² Dava konusu edilmiş veya icraya intikal etmiş uyuşmazlıklarda da taraflarca sulh teklifinde bulunulabilir".

³ 5000 sayılı Patent ve Marka Vekilliği ile Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı başlıklı Madde 15/C.

⁴ SMK madde 156/2.

TÜRKPATENT'in sulh olma yetkisi konusunda SMK'da açık bir hüküm bulunmamakla beraber TÜRKPATENT bir idari kurum olarak bahsi geçen düzenleme kapsamına girmektedir ve SMK'da bu hususta açık bir hükmün varlığına ihtiyaç yoktur.

Bu kapsamda özellikle açık maddi hata gibi hallerde TÜRKPATENT'in açık bir hatayı savunmak yerine davacı/vekili ile iletişime geçerek sulh teklif etmesi ve hatta davayı kabul etmesi mümkündür. Nitekim, oldukça yakın bir tarihte YİDK'nın bir maddi hata ile tesis etmiş olduğu kararına karşı açılan davada TÜRKPATENT bu usulü izlemiş ve tarafımızla sulh olma imkanı doğurmuştur. Bu kapsamda TÜRKPATENT ile davacı müvekkilimiz adına davada YİDK kararının iptali yönünden sulh sağlanmış ve Kurum, davayı YİDK kararının iptali yönünden kabul etmiştir.

Yukarıda bahsedildiği üzere, esasen İdare ile girilen uyuşmazlıkların tamamında mevzuat İdareye sulh olma yetkisi tanımaktadır. Bu kapsamda, Telif Hakları Genel Müdürlüğü, Rekabet Kurumu, Reklam Kurulu ve hatta Devlet Üniversiteleri gibi çeşitli kurum ve kuruluşlarla girilen uyuşmazlıklarda taraflarca yapılacak karşılıklı feragatler sonucu sulh sağlanıp sağlanamayacağı gözetilebilir.

Nitekim, benzer olaylarda yapılacak bir sulh, taraflarca gözetilmesi gereken usul ekonomisi ilkesine de uygun düşmektedir. Ancak bu durumun oldukça nadir olduğunun ve İdarenin, aleyhine açılmış bir davayı

kabul etmesi için kendi menfaatini ve kamu menfaatini gözeteceğinin, kanundan da doğan birtakım şartların ve özellikli durumların olduğunun altını çizmek gerekir. Gerçekten de İdareyi de sulhe teşvik etmek adına örneğin davacı vekilinin yasal vekalet ücretinden feragat etmesi, davacının yargılamada yaptığı giderleri üstlenmeyi kabul etmesi gibi kamu menfaatini de gözetecek teklifler değerlendirilebilir. Zira İdare ile sulh halinde yargılamanın ne denli kısılacığı göz önüne alındığında, feragat edilen bedeller elde edilen usulü ve zamansal kazanımlar karşısında sınırlı bir önem arz etmektedir.

Bu kapsamda, TÜRKPATENT ile girilen uyuşmazlıklarda daha teknik – örneğin mal/hizmet karşılaştırması – subjektif bir değerlendirme – örneğin markaların benzerliği – veya hukuki muhakeme – örneğin kazanılmış hak, vb. – gerektirmeyen ve bariz maddi hataların/hukuka aykırılıkların bulunduğu dosyalarda, kamu menfaati gözetilerek ve Hazine zarara uğratılmadan, taraflar Kurum ile iletişime geçerek sulh ihtimalini değerlendirmelidir.

GSK'nın Kötü Niyetli Tescil Karşısında Başarısı



Bu yazıda, bir markanın Türkiye’de başkası tarafından tescil edildikten sonra o markanın gerçek hak sahibi olan şirkete karşı tecavüz tehdidinde bulunmak amacıyla kullanılması üzerine açılan bir dava ele alınmakta olup, mahkemelerin kötü niyetli tescile karşı gerçek hak sahibini nasıl koruduğu değerlendirilmektedir.

Uyuşmazlık

Uyuşmazlık, global bir ilaç şirketleri grubu olan GlaxoSmithKline Plc’nin (GSK) iştiraklerinden biri olan Stiefel Laboratoires, Inc. adına Türkiye’de daha önce tescil edilmiş olan “Clindoxyl” markasının bir başkası tarafından kötü niyetli olarak yeniden tescil edilmesine ve bu tescilin GSK’ya karşı kullanılmasına ilişkindir.

“Clindoxyl” markası GSK tarafından özellikle akne tedavisine yönelik ürünlerle bağlantılı olarak, T.C. Sağlık Bakanlığı’ndan alınan ruhsat kapsamında 2010 yılından bu yana kullanılmaktadır.

GSK tarafından bu marka için 2006 yılında tescil başvurusu yapılmış ve marka, 2007 yılında 5.

sınıfta tescil edilmiş olmakla birlikte, 2016 yılında yenileme işleminin sehvlen yapılmamış olması nedeniyle hükümden düşmüştür.

2019 yılında ise davalı taraf, “Clindoxyl” markasını 5. sınıfta kendi adına tescil ettirmiştir. Davalı, tescil tarihinden itibaren on gün içinde GSK Türkiye’ye ihtarname göndermiş ve marka hakkına tecavüz edildiği iddiasında bulunarak, şirketin “Clindoxyl” markalı ürünlerini piyasadan toplatma tehdidinde bulunmuştur.

GSK, derhal ihtarnameye cevap göndererek “Clindoxyl” markasının gerçek hak sahibi olduğunu davalıya hatırlatmış ve markanın kendisine devrini talep etmiştir. Ancak davalı, markayı devretmek için oldukça yüksek bir bedel talep etmiştir.

Bu durumun kötü niyetin açık bir göstergesi olması üzerine, GSK davalıya karşı hükümsüzlük davası açmış ve davalının, GSK’nın önceki marka tescilinin yenilenmemesinden bilerek yararlanarak, GSK’nın yerleşik marka itibarı ve ticari varlığından haksız kazanç elde etme amacıyla hareket ettiğini ileri sürmüştür.

Davalı ise kötü niyet iddialarını reddederek, GSK'nın söz konusu markaya ilişkin geçerli bir tescilinin bulunmadığını, GSK'nın kullanımlarının 3. sınıf kapsamında olduğunun kabul edilmesi gerektiğini, oysa davalının bu markayı 5. sınıfta yer alan oda kokuları bakımından kullanmayı amaçladığını, bu nedenle ilgili malların da farklı sınıflarda olduğunu iddia etmiştir.

Karar

İlk derece mahkemesi, GSK lehine karar vererek davalının markasının hükümsüzlüğüne hükmetmiştir (İzmir Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi, E. 2020/80, K. 2021/95, T. 16.06.2021).

Mahkeme, dosya kapsamındaki delillerden, GSK'nın "Clindoxyl" markasını davalının başvuru tarihinden çok daha önce hem Türkiye'de hem de yurt dışında kullandığının anlaşıldığını, bu nedenle GSK'nın "Clindoxyl" markasının gerçek hak sahibi olduğunu ve davalının, ayırt ediciliği yüksek olan bu markayı tesadüfen seçmesinin mümkün olmadığını belirtmiştir. Dolayısıyla mahkeme, davalının, markanın gerçek hak sahibini bilmesine rağmen, bu markadan haksız yarar sağlama amacıyla hareket ettiğine kanaat getirmiştir.

Davalının istinaf başvurusu Bölge Adliye Mahkemesi tarafından reddedilmiştir (İzmir Bölge Adliye Mahkemesi, E. 2021/1077, K. 2024/421, T. 13.03.2024). Davalının temyiz başvurusu da Yargıtay tarafından reddedilmiş olup, söz konusu karar onanarak kesinleşmiştir (Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, E. 2024/3134, K. 2025/1450, T. 04.03.2025).

Sonuç olarak, GSK, kötü niyetli tescilin hükümsüz kılınması talepli davasında başarı elde etmiş olup, böylece söz konusu tescil artık olası bir tecavüz davasına dayanak oluşturamayacağı gibi, GSK'nın kendi markasının yeniden tesciline engel teşkil eden bir unsur olmaktan da çıkmıştır.

Kesinleşen mahkeme kararının ardından, Türk Patent ve Marka Kurumu, ilgili markayı geçmişe etkili olarak tümünden hükümsüz ilan etmiş ve bu durum GSK'nın kendi markasını yeniden tescil ettirmesinin önünü açmıştır.

Değerlendirmeler

Bu karar, özellikle marka sicilinde meydana gelen boşlukların veya yenileme eksikliklerinin üçüncü kişilerce kötü niyetli şekilde kullanılmasına karşı, marka sahiplerinin korunması bakımından Türkiye'de önemli bir emsal teşkil etmektedir. Karar, marka hakkının yalnızca sicil kayıtlarına değil, aynı zamanda markanın fiilî kullanımı, ticari tanınmışlığı ve dürüst ticari davranış ilkelerine de dayandığını açık biçimde ortaya koymaktadır.

Mahkeme, önceki içtihatlarla atıfta bulunarak ve bir marka başvurusunda bulunmadan önce basiretli bir tacir gibi davranma yükümlülüğünü de hatırlatarak, fırsatçı başvurular ile meşru tesciller arasındaki sınırı net bir şekilde çizmiştir.

Önceki kullanımların ve gerçek hak sahipliğinin önemini vurgulayan bu karar, marka hukukuna dair içtihatların gelişimine katkı sağlamakta ve kötü niyetli girişimlerde bulunarak tescil sisteminin kötüye kullanılmasının önlenmesinde etkili bir hukuki araç niteliği taşımaktadır.

Yargıtay'dan Bütüncül Yaklaşım: Enerji İçecekleri vs. Motor Yağları



Yargıtay tarafından yakın zamanda verilmiş olan bir kararda (2024/6138 E., 2025/3800 K.), dünya çapında tanınan bir enerji içeceği markası ile motor yağı için yapılmış bir marka başvurusu arasında karıştırılma ihtimali olup olmadığı değerlendirilirken bütüncül bir karşılaştırma yapılmış; ihtilafli markalarda yer alan mal benzerliğinden kullanılan renklere ve şekil unsurlarına kadar tüm yönler incelenmiştir. En önemlisi de mal ve hizmetler arasında benzerlik değerlendirmesi yapılırken tarafların, markalarına ilişkin olarak yürüttüğü sektörel faaliyetleri ile malların dağıtım kanalları dikkate alınmıştır.


Uyuşmazlığın Özeti

Uyuşmazlık, bir tarafta davacının enerji içecekleri sektöründe tanınmış, 32. sınıfta tescilli "MONSTER ENERGY" markası, aslan figürünü içeren "



" şekil markası

ve pantone 6 c pantone 375 c renk kodlarıyla tanımlanan "  " renk markası ile diğer

tarafta ise 04. sınıfta motor yağları için tescilli talep edilen, benzer renk tonları ve şekil unsurları içeren "  " [Monster

Motor Oil] ibareli marka arasında ortaya çıkmıştır. Davacı, 04. sınıfta tescil edilen davalı markasının kendisine ait tanınmış markalar ile benzer olduğunu, davaya konu edilen markalar arasında karıştırılma ihtimali bulunduğunu, davacı markalarının tanınmış marka olduğunu ve davalı markasının kötü niyetle yapıldığını ileri sürerek markanın hükümsüzlüğünü talep etmiştir.

Karar

İlk bakışta enerji içecekleri ile motor yağlarının tamamen farklı mallar olduğu düşünülebilirse

de, Mahkeme kararında, davacıya ait enerji içeceği markalarının çok sayıda motor sporları takımı, yarışları ve etkinliklerine sponsor olduğuna ve bu yolla tanıtım desteği sağladığına dikkat çekilmiştir. Mahkeme ayrıca, davacının markalarına ilişkin olarak bu sektörde yaptığı kapsamlı ve yoğun reklam ile tanıtım harcamalarını da değerlendirmeye almıştır. Buna ek olarak, söz konusu ürünlerin akaryakıt istasyonlarında bulunan marketlerde sıklıkla yan yana sunulduğu olgusuna vurgu yapılmış ve bu ürünlerin dağıtım kanalları dikkate alınmıştır. Mahkeme uyumsuzluk konusu markalar kapsamında yer alan mallar arasındaki benzerliği/ilintiyi son derece ayrıntılı ve kapsamlı gerekçeler ile ortaya koyarken, markalar arasında yapmış olduğu benzerlik incelemesi sonucunda da genel izlenim bakımından ihtilafı markanın davacının tescilli markalarına karıştırılma ihtimali yaratacak derecede benzer olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Karar, yalnızca mallar arasındaki benzerliğin değerlendirilmesinde dikkate alınacak unsurları ortaya koymakla kalmamakta; aynı zamanda davacının ayrı ayrı tescilli kelime, renk ve şekil markalarının benzerlerini farklı bir kombinasyon ile içeren sonraki tarihli markanın benzerliğini de ele almaktadır. Her ne kadar dava konusu markanın tekil unsurları davacının tescilli kelime, renk ve şekil markalarından farklılık gösterse de Mahkeme, markanın bir bütün olarak yarattığı genel izlenimi esas almış ve renk markalarına tanınan korumayı özellikle vurgulamıştır. Kararda önemli olarak, sonraki markanın farklı bir düzenleme içerse dahi önceki markaların esas unsurlarını ve

fiili kullanımını bünyesinde barındırması hâlinde benzer kabul edilebileceği açıkça ortaya konulmuştur. Benzerlik incelemesi kapsamında Mahkeme aşağıdaki hususların altını çizmiştir:

- İhtilafı markada yer alan “motor oil” ibaresi tanımlayıcı nitelikte olup, tali unsur olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle markanın asıl ve ayırt edici unsuru, davaya gerekçe “MONSTER” markası ile aynı olan “MONSTER” kelimesidir.
- İhtilafı markada kullanılan renkler, davacı adına tescilli “pantone 6 c pantone 375 c” olarak tanımlanan renk markasıyla ayırt edilemeyecek derecede benzerdir.

İhtilaf konusu marka



Davaya dayanak gösterilen markalar



- İhtilafı markada kullanılan aslan başı şeklindeki figüratif unsur, davacıya ait tescilli şekil markasında yer alan aslan başı figürüyle benzerlik göstermektedir.

Sonuç olarak, Mahkeme, davacıya ait “MONSTER ENERGY” markasının tanınırlık

statüsünü de dikkate alarak yaptığı bütüncül değerlendirme neticesinde, uyumsuzluk konusu markalar arasında ilişkilendirme ihtimali de dâhil olmak üzere iltibas ihtimalinin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Mahkeme ayrıca dava konusu markanın, davacının tanınmış "MONSTER ENERGY" markasının itibarından imaj transferi yoluyla haksız bir şekilde yararlanacağını, davacının markasının malin kaynağını gösterme fonksiyonunu zayıflatacağını ve bu suretle tanınmış markanın ayırt edici karakterine zarar vererek sulanmaya (dilution) yol açacağını tespit etmiştir. Mahkeme son olarak davalının söz konusu işareti seçmesinin tesadüfi olmadığını, markadan haksız avantaj sağlama amacı taşıdığını ve bu durumun kötü niyet teşkil ettiğini de değerlendirmiştir. Yargılamanın sonucunda davanın kabulüne karar verilerek; ihtilaf konusu marka tamamen hükümsüz kılınmıştır. Marka hukukunda ders niteliğinde bir örnek teşkil eden bu karar, istinaf ve temyiz incelemelerinden de geçerek onanmış ve böylece kesinleşmiştir.

Yargıtay'ın bu yakın tarihli kararı hem aydınlatıcı hem de öğretici niteliktedir. Zira kararda; mal ve hizmet benzerliğinin değerlendirilmesi, dünya çapında tanınmış markalarla bağlantılı renk ve şekil unsurlarının korunması ile tescili ve bu markaların benzer başvurulara karşı savunma mekanizması olarak ileri sürülmesi bakımından önemli yol gösterici ilkeler ortaya konmuştur. Bu yönüyle karar, marka hukuku alanında hem uygulayıcılar hem de akademisyenler açısından önemli bir içtihat teşkil etmektedir.

Yargıtay’ın Kısa Kelime Markalarına Yönelik Yaklaşımının Değerlendirilmesi



Türk Patent ve Marka Kurumu’nun, Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO) kılavuzlarıyla uyumlu Marka İnceleme Kılavuzu’na göre, markalar arasındaki karşılaştırma markaların bıraktığı genel izlenime göre yapılmalıdır. Bu değerlendirmede markanın uzunluğu da önemli bir rol oynayabilir. Kısa markalarda, halk nezdinde her bir unsurun algılanması daha kolayken; uzun markalarda farklılıkların ayırt edilmesi güçleşebilir. Ancak her durum, kendi koşulları çerçevesinde ayrı ayrı değerlendirilmelidir.

Yargıtay, kararlarında genel olarak aynı yaklaşımı sürdürmektedir. Bununla birlikte, markalar kısa olsa dahi Yargıtay’ın değerlendirmelerinde asli unsurlara daha fazla ağırlık tanıdığı görülmektedir. Kısa kelime markaları bakımından Yargıtay’ın yerleşik görüşü, dikkatin markanın asli unsurunda yoğunlaştırılması gerektiği yönündedir. Bu çerçevede, asli unsurların özdeş veya yüksek derecede benzerlik göstermesi halinde, markaya sonradan eklenmiş tali unsurların yahut ek tali unsurların varlığı, karıştırılma ihtimalini ortadan kaldırmaya kural olarak

yeterli sayılmamaktadır.

Örneğin, 20 Haziran 2023 tarihli, E. 2022/954, K. 2023/3909 sayılı kararında Yargıtay, aşağıda belirtilen markaların karıştırılacak derecede benzer olduğuna hükmederek Bölge Adliye Mahkemesi kararını onamıştır.

SFA GROUP
Dava konusu marka

STFA
Davaya gerekçe olarak gösterilen marka

Onanan kararda Bölge Adliye Mahkemesi, dava konusu markanın asli unsurunun “SFA” ibaresi olduğunu ve bu unsurun, asli unsuru “STFA” ibaresi olan marka ile yalnızca bir harfinin farklı olduğunu vurgulamıştır. Mahkeme, ihtilafli markaların asli unsurları arasındaki yüksek benzerliği ve kapsadıkları mal ve hizmetlerin benzerliğini dikkate alarak, markalar arasında karıştırılma ihtimali bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.

Benzer şekilde, önceki içtihatlarıyla tutarlı olarak, Yargıtay 3 Mart 2025 tarihli, E. 2024/3305, K. 2025/1446 sayılı kararında, aşağıda yer verilen markaların benzerliğine

ilişkin Bölge Adliye Mahkemesi kararını onamıştır. Anılan Bölge Adliye Mahkemesi kararında, ilk derece mahkemesi kararı kaldırılmıştır.



Dava konusu marka



TRİLYE

Ret gerekçesi olarak ileri sürülen marka

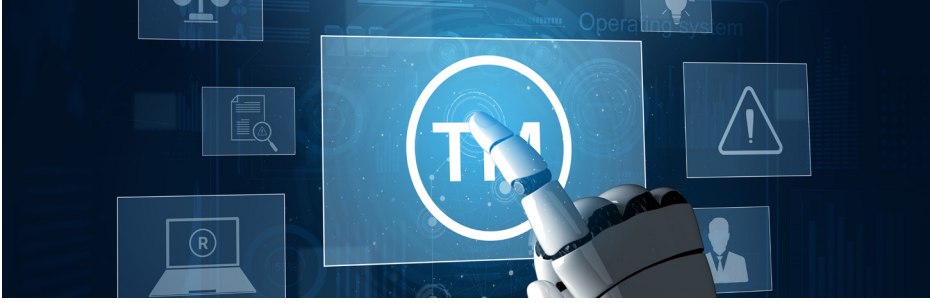
Söz konusu kararda, ilk derece mahkemesinin markalar arasında benzerlik bulunmadığı yönündeki tespitine rağmen, Bölge Adliye Mahkemesi ihtilafli markaların asli ve tali unsurlarını ayrıntılı biçimde tespit etmiş ve her iki markanın asli unsurunun “MB” ibaresi olduğu sonucuna varmıştır. Bu doğrultuda Mahkeme, ayırt edici niteliği bulunmayan “Holding” ibaresinin eklenmesi ile “MB” ibaresine ilişkin stilizasyonun, yukarıda solda yer alan markayı ret gerekçesi olarak ileri sürülen markadan ayırt etmeye yeterli olmadığına hükmetmiştir.

Bu bağlamda, kısa kelime markalarına eklenen unsurların ayırt edici nitelikten yoksun ve tanımlayıcı ibareler olup olmadığının, ayrıca kısa kelime unsurunun marka içerisindeki konumunun dikkate alınmasının önem taşıdığı söylenebilir. Markalar arasında görsel farklılıklar bulunsa dahi, aynı asli unsurun varlığı benzerliğin ve karıştırılma ihtimalinin kabulü için yeterli görülmüştür.

Kısa Kelime Markalarına İlişkin Temel Çıkarımlar

İlgili kararlar ve Yargıtay’ın yaklaşımından da anlaşılacağı üzere, kısa kelime markalarının – hatta yalnızca iki harften oluşanların dahi – benzerlik değerlendirmesinde, asli unsurlar belirleyici rol oynamakta; buna karşılık, tali unsurlardaki farklılıklar tek başına markalar arasında ayırt edicilik sağlamaya yeterli görülmemektedir. Bu yaklaşım uzun süredir birçok uyuşmazlıkta benimsenmiş olmakla birlikte, her davanın kendine özgü koşulları bulunduğundan, uyuşmazlıklarda farklı sonuçlara ulaşılması mümkündür.

Yapay Zeka ve Marka Hukuku



Yapay zeka teknolojilerinin marka hukuku üzerindeki etkileri, geçtiğimiz yıl da sıkça tartışılan konular arasında yer almıştır. [Geçen seneki yazımızda](#) da tartıştığımız üzere, bu konu bir yandan tescil süreçleri bakımından süreçleri daha hızlı hale getirirken, diğer yandan da marka hukukunun tamamıyla insanı odağına alan kriterlerini yeniden değerlendirmeyi gerektirmektedir.

Gerçekten de dünya genelinde fikri mülkiyet ofisleri bu teknolojileri zaman/maliyet verimliliğini artırmak, işlemlerdeki isabetliliği ve kurum içi üretkenliği geliştirmek amacıyla her yıl daha da yaygın olarak kullanmaya devam etmektedir. Dünya Fikri Mülkiyet Ofisi ("WIPO")¹ bu konuda tuttuğu Endeks ile ülke bazlı olarak gerçekleşen kullanım örneklerini listelemektedir. Bunlar arasında yapay zeka ile tercüme işlemleri, marka başvuru süreçlerinde mal/hizmet listesinin belirlenmesi aşamasında yardımcı olan sistemler; kelimesel, anlamsal ve görsel benzerlik araması gerçekleştirmeye, tersine arama yapmaya yarayan uygulamalar ve kendi kendine öğrenerek daima gelişen sistemler gibi pek çok örnek mevcuttur.² Ülkemizde ise, Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") "Yapay Zeka Destekli Dijital Dönüşüm Projesi"³ kapsamında, yapay zeka

destekli yeni yazılım altyapısıyla, başvuru süreçlerini entegre etmeyi, iş akışlarını sadeleştirmeyi ve değerlendirme sürelerini hızlandırmayı hedeflemektedir.

Bahsedilmesi gereken bir diğer husus ise yapay zeka teknolojilerinin, marka hukuku genel prensiplerini yeniden değerlendirmeyi gerektirmesidir. Nitekim yapay zeka teknolojilerinin yükselişle birlikte tüketicinin alışveriş tercihlerinin yapay zekanın kendisine sunmuş olduğu sonuçlara göre belirlendiği, ya da doğrudan doğruya alışveriş eyleminin yapay zeka tarafından tüketicinin sesli talimatıyla gerçekleştirildiği durumlar söz konusu olmaya başlamış; gelecek açısından talimat dahi olmaksızın otomatik olarak yapay zeka tarafından gerçekleştirileceği durumlar tartışma konusu edilmeye başlanmıştır.

Geleneksel olarak markalar, tüketicinin sınırlı bilişsel kapasitesi nedeniyle karmaşık ürün bilgilerini sadeleştiren ve güvenilir bir kaynak göstergesi sunan araçlar olarak işlev görmüştür. Ancak alışveriş süreçlerini yapay zeka sistemlerinin yürüttüğü senaryolarda, algoritmaların büyük veri setlerini işleyebilme kapasitesi sayesinde fiyat, kalite, kullanıcı yorumları, tedarik zinciri bilgileri ve kişisel

tercihleri eş zamanlı olarak analiz edilebileceği değerlendirilmektedir. Bu durumun ise markayı karar sürecindeki temel belirleyici olmaktan çıkarak yalnızca değerlendirilen verilerden biri haline getirebileceğinden bahsedilmektedir.⁴ Gerçekten de bu çerçeveden bakıldığında bir bilgisayar açısından, bir kod ile marka arasında hiçbir fark olmayabilecektir. Ancak kanaatimizce, insanların markalara yükledikleri duygusal anlamlar ve markaların imaj ve iletişim fonksiyonunun da güçlü bir etkiye sahip olduğu; yapay zeka asistanlar ve öneri algoritmaları yaygın olarak kullanılsa da karar alma süreçlerinin insan etkileşimi olmaksızın tamamıyla yapay zeka sistemlerine bırakılma ihtimali bu çerçeveden de değerlendirilmelidir.

Bir diğer husus ise, mevcut sistemde insanı odağa alan "ortalama tüketici"nin algısına dayanılmakta ve görsel, işitsel ya da kavramsal benzerlik üzerinden ilerleyen "karıştırılma ihtimali" gibi kavramlarla insanın dikkat eksikliği, kusurlu hafızası ve günlük alışveriş hızında bağlamı yeterince değerlendirememeye eğilimi esas alınmaktadır. Oysa yapay zekâ sistemlerinin devreye girdiği durumlarda, bunların bağlamı bütüncül biçimde analiz edebileceği gözetildiğinde insanlarda olduğu gibi bir karıştırılma durumundan bahsedilemeyecektir.⁵ Yanılmanın algoritmik manipülasyon ya da veri akışının yanlış yönlendirilmesi gibi faktörler üzerinden gerçekleşme durumları söz konusu

olabilecektir. Bu durumun ise konunun veri hukuku ve rekabet hukuku boyutlarını ön plana çıkaracağına şüphe yoktur.

Sonuç olarak, değişen ve dönüşen bu düzen içerisinde dijitalleşme ve yapay zeka sistemlerinin artan kullanımları, marka hukukunun temel prensiplerini en baştan ele almayı gerekli kılacaktır. Marka sahiplerinin ise böyle bir düzende ticari stratejilerini belirlerken dijitalleştirme adımları atarak markaların ilgili sistemlere uyumlu, makine tarafından okunabilir versiyonlarını geliştirmeleri⁶; bunları marka tescilleri ile koruma altına almayı, ayrıca blokzincir, nesnelerin interneti ve sair uygun teknolojik yöntemleri de ticari faaliyetlerine adapte etmeleri, ihlale sebebiyet verebilecek durumlardan kaçınacak önlemler almaları faydalı olabilecektir.

¹ https://www.wipo.int/about-ip/en/artificial_intelligence/search.jsp

² [https://www.wipo.int/en/web/ai-tools-services#:~:text=WIPO%20has%20developed%20an%20AI,Patent%20Classification%20\(IPC\)%20schema.](https://www.wipo.int/en/web/ai-tools-services#:~:text=WIPO%20has%20developed%20an%20AI,Patent%20Classification%20(IPC)%20schema.)

³ <https://www.turkpatent.gov.tr/haberler/turkpatent-akademi-tanitimi-ve-yapay-zeka-destekli-dijital-donusum-projesi>

⁴ Michael Grynberg, Kentucky Law Journal, *AI and the Death of Trademark*, Cilt 108, 2019-2020, number 2, page 205-2010; Alpana Roy . Althaf Marsoof, *Removing the Human from Trademark Law*, Springer, 22 April 2024, page 740-741.

⁵ Roy- Marsoof, *Removing the Human from Trademark Law*, page 740-741.

⁶ Roy- Marsoof, *Removing the Human from Trademark Law*, page 757.

EKİBİMİZ



MEHMET GÜN
KIDEMLİ ORTAK AVUKAT

mehmet.gun@gun.av.tr



DİRENÇ BADA
ORTAK AVUKAT

direnc.bada@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



İBRAHİM GÜNDOĞDU
DİREKTÖR

ibrahim.gundogdu@gun.av.tr

EKİBİMİZ



BARAN GÜNEY
YÖNETİCİ AVUKAT

baran.guney@gun.av.tr



BEGÜM SOYDAN
YÖNETİCİ AVUKAT

begum.soydan@gun.av.tr



DİCLE DOĞAN
YÖNETİCİ AVUKAT

dicle.dogan@gun.av.tr



DİLAN SİLA KAYALICA
YÖNETİCİ AVUKAT

dilan.aslan@gun.av.tr



İREM GİRENES YÜCESOY
YÖNETİCİ AVUKAT

irem.girenes@gun.av.tr



ZEYNEP ÇAĞLA ÜSTÜN
YÖNETİCİ AVUKAT

zeynep.ozcebe@gun.av.tr



ATAHAN ERKUL
KIDEMLİ AVUKAT

atahan.erkul@gun.av.tr



AYŞENUR ÇITAK BOZDAĞ
KIDEMLİ AVUKAT

aysenur.citak@gun.av.tr



BENGÜ ŞEN GÜRKAN
KIDEMLİ AVUKAT

bengu.sen@gun.av.tr



CANSU EVREN
KIDEMLİ AVUKAT

cansu.evren@gun.av.tr



ELİF MELİS ÖZSOY
KIDEMLİ AVUKAT

elifmelis.ozsoy@gun.av.tr



HAWVA YILDIZ
KIDEMLİ AVUKAT

havva.yildiz@gun.av.tr

EKİBİMİZ



KENDAL BASUT
KIDEMLİ AVUKAT

kendal.basut@gun.av.tr



MERVE ÇİMEN SEVİNE
KIDEMLİ AVUKAT

merve.cimen@gun.av.tr



SELİN BİLİK ERDÖNMEZ
KIDEMLİ AVUKAT

selin.bilik@gun.av.tr



UTKU SÜNGÜ
KIDEMLİ AVUKAT

utku.sungu@gun.av.tr



CANAN TINAZ
KIDEMLİ VEKİL

canan.tinaz@gun.av.tr

Hakkımızda

Türkiye'nin en eski ve en büyüklerinden biri olan büromuz, uluslararası alanda, önde gelen avukatlık bürolarından birisi olarak tanınmaktadır.

Kurumlara ticaret, şirketler, fikri mülkiyet, düzenlenmiş piyasalar hukuku alanlarında uyumsuzluk yönetimi, danışmanlık, sözleşmeler, tescil ve araştırma hizmetleri vermekteyiz.

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, sigorta ve reasürans, enerji, inşaat ve gayrimenkul, lojistik, teknoloji, medya ve telekomünikasyon, otomotiv, hızlı tüketim ürünleri, kimyasal ve savunma sektörleri başta olmak üzere değişik iş ve ticaret sektörlerinde hizmet vermekteyiz.

Vizyonumuz, hizmetlerinde lider, topluma, çevreye ve çalışanlarına duyarlı, yenilikçi ve sürdürülebilir bir kurum olmaktır.

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.

