



TÜRKİYE'DE MARKA HUKUKU
ÖNEMLİ GELİŞMELER VE ÖNGÖRÜLER

2025

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, sulandırılmaya 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 müvekkillerimizi bu alanda da temsil etmekteyiz.

Giriş

2024 yılının, Türk marka hukuku açısından büyük yasal değişikliklerin veya köklü reformların yaşanmadığı, istikrarlı ancak nispeten durağan bir dönem olarak geçtiğini söylemek mümkündür.

10 Ocak 2024 itibarıyla, marka iptal süreçlerinin Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) nezdinde yürütülmesine ilişkin düzenleme yürürlüğe girmiş olmasına rağmen; yıl içerisinde beklenen ikincil düzenlemeler hayata geçirilmediğinden, süreçle ilgili belirsizlikler devam etmektedir. Buna paralel olarak, tanınmış marka siciline ilişkin belirsizlikler de halen çözüme kavuşmamıştır. TÜRKPATENT nezdinde dikkate değer bir gelişme olarak, mal ve hizmet sınıflandırma listesinde yapılan değişiklikler öne çıkmıştır.

Yargı içtihatları bakımından, İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. Hukuk Dairesi'nin, marka tecavüzü davalarında "sessiz kalma yoluyla hak kaybı" prensibini tartıştığı kararı, bu kavrama yeni bir bakış açısı getirmesi bakımından dikkat çekici olmuştur. Öte yandan, Yargıtay'ın ilaç markalarındaki karıştırılma ihtimaline ilişkin verdiği karar da bu alandaki tartışmalara farklı bir boyut kazandırmıştır. Bunların yanı sıra, dizi film sektörü özelinde, eser isimlerinin marka olarak tescil edilmesi, marka hukuku ile telif hakları arasındaki sınırları tekrar gündeme taşımıştır.

Öte yandan, alan adları ve internet ortamındaki marka ihlalleri konusunda da gelişmeler yaşanmış, çevrimiçi fikri mülkiyet ihlalleriyle mücadele yöntemleri hukukun farklı alanlarında tartışılmaya devam etmiştir.

Yapay zeka (AI), hukuk alanındaki etkisini her geçen gün artırırken, marka hukuku da bundan payını almaktadır. Marka yaratımı, başvuru süreçleri ve marka ihlalleri konularında AI'nin kullanımı, yeni hukuki tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

Taklit ürünlerle mücadelede, tüm zorluklara rağmen etkin bir koruma çabası sürdürülmektedir. Özellikle araç yedek parçaları gibi ciddi güvenlik riskleri barındıran sahte ürünler ile mücadelede, otomotiv sektöründeki birlikler ve hukuk büroları arasındaki iş birliği önemli sonuçlar doğurmuştur. İlgili kişiler, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 26. maddesinin 2. fıkrası uyarınca Kurumdan bir markanın iptalini talep edebilir ve buna göre bir markanın iptaline karar verilebilir. Markaları iptal etme yetkisi uzun bir süre boyunca, mülga 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlendiği üzere Fikri ve Sınai Haklar Hukuk iptali için Anayasa

İçindekiler

3

Markaların İdari İptali için Bitmeyen Bekleyiş...

6

Tanınmış Marka Sicili Tartışmasına İlişkin Güncel Gelişmeler

8

TÜRKPATENT'in 2024 yılı Değişiklikleri: Mal ve Hizmet Sınıflandırma Listesinde Güncelleme

10

Marka Hakkına Tecavüz Davalarında Sessiz Yoluyla Hak Kaybı Kavramı

13

Yargıtay'ın İlaç Markalarına Dair Uyuşmazlıkta Karıştırılma İhtimaline İlişkin Verdiği Kararın Eleştirisi

15

Eser İsimlerinin Marka Olarak Tesciline Dair Bir Değerlendirme

18

Türkiye'de düzenlenen ICANN 81 Toplantısı ve Türkiye'deki Alan Adı Uyuşmazlıkları

21

Yapay Zeka ve Marka Hukuku

23

Çevrimiçi Fikri Mülkiyet Haklarının İhlalleriyle Türkiye'de Hukuki Mücadele Yöntemleri

26

Sahte Otomotiv Yedek Parça Sektörü ile Mücadelede Otomotiv Birlikleri-Hukuk Büroları İşbirliğinin Kazandırdıkları

Markaların İdari İptali için Bitmeyen Bekleyiş...



İlgili kişiler, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 26. maddesinin 2. fıkrası uyarınca Kurumdan bir markanın iptalini talep edebilir ve buna göre bir markanın iptaline karar verilebilir.

Markaları iptal etme yetkisi uzun bir süre boyunca, mülga 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlendiği üzere Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemelerine ("FSHHM") aitti. Ancak, 10 Ocak 2017 tarihinde SMK'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, markaları iptal etme yetkisi Türk Patent ve Marka Kurumu'na ("Kurum" veya "TÜRKPATENT") verilmiş ve bir geçiş dönemi sağlamak amacıyla 26. maddenin yürürlüğe girmesi 7 yıl ertelenmiştir. Bu arada, SMK'nın Geçici 4. Maddesi uyarınca markaları iptal etme yetkisi FSHHM'lere bırakılmıştır. Bu düzenleme, SMK için mehzaz kanun olarak kabul edilebilecek Avrupa Birliği mevzuatı ("AB Direktifi 2015/2436") ile uyumludur.

20 Ekim 2023 tarihinde Kurum, Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik Taslağını ("Yönetmelik Taslağı")¹ görüş almak üzere web sitesinde yayınlamıştır.

Taslak Yönetmeliğin 10 Ocak 2024 tarihinden makul bir süre öncesinde web sitesinde yayınlanmak suretiyle görüşlere açıldığı göz önünde bulundurulduğunda, idari iptalin hukuki altyapısının Ocak 2024'te hazır olacağı ve markaların adli iptalinden idari iptaline sorunsuz bir geçiş yapılacağı varsayılmıştır.

Taslak Yönetmeliğe ilişkin görüşlerin alınmasının ardından başka bir adım atılmamış ve 10 Ocak 2024 tarihinde, sadece taleplerin toplanması amacıyla Elektronik Başvuru Sistemi'ne ("EPATS") Üçüncü Taraf İşlemleri altında "Marka İptaline İlişkin Ön Başvuru Talebi" sekmesi eklenmiştir. Ancak, idari iptalin yürürlüğe girdiği tarihten bu yana 1 yılı aşkın bir süre geçmiş olmasına rağmen, idari iptal taleplerinin esasının incelenmesi konusunda herhangi bir gelişme sağlanamamıştır.

Buna ek olarak, 24 Nisan 2024 tarihinde "Türk Patent ve Marka Kurumu 2024 Yılı Ücret Tarifesi" hakkında Tebliğ yayınlanmıştır. Bununla birlikte, iptal talepleri 2024 yılı için belirlenen ücret olan 16.300 TL + %20 KDV (toplam 530 EUR civarında) ödenerek tahsil edilmeye devam edilmiştir. Son olarak, 06 Aralık 2024 tarihinde Kurum, Tebliğ'in yürürlüğe girmesinden önce (yani 10 Ocak

2024 ile 24 Nisan 2024 tarihleri arasında) yapılan ve ilgili ücret ödenmeden alınan iptal taleplerinin tahakkuklarını göndermiş ve bunların ödenmesini talep etmiştir. 01 Ocak 2025 tarihi itibarıyla iptal talep ücreti 23.458,33 TL + %20 KDV (toplam yaklaşık 760 EUR) olarak belirlenmiş ve yayınlanmıştır. Dolayısıyla TÜRKPATENT iptal taleplerini kabul etmektedir.

Taslak Yönetmelikte, Kurumun nihai iptal kararının sicile kaydedileceği ve bülteinde yayımlanacağı ve derhal yürürlüğe gireceğinin belirtildiği göz önünde bulundurulduğunda, iptal talebinin doğru bir şekilde incelenmesi önem arz etmektedir. Aslında iptal edilmemesi gereken bir markanın sahibinin iptal kararına karşı açtığı davada mahkeme Kurum kararı ile iptal edilen markanın iptal edilmemesi gerektiğine karar verirse, marka sahibi bu mahkeme kararı kesinleşip uygulanabilir hale gelene kadar (ki bu 3 yıl veya daha fazla sürebilir) markanın korumasını haksız bir şekilde kaybedebilir. Bununla birlikte, idari iptalin mahkemeler nezdindeki iptal davalarına kıyasla az maliyetli ve daha hızlı olması beklenmektedir. Gerçekten de mahkemeler nezdindeki bir davanın kesinleşmesinin 3 yıl veya daha fazla sürebildiği, buna karşın Kurum nezdindeki bir itiraz prosedürünün 4-12 ay içinde sonuçlanabildiği göz önüne alındığında Kurum nezdindeki iptal taleplerinin itiraz prosedürü ile benzer bir sürede sonuçlanacağı söylenebilir. Bunun başlıca edenleri, SMK'nın 160/6 ve 160/7. maddeleri ile Kurum'a tanınan kolaylaştırılmış tebligat prosedürü ve

idari prosedürlerin basitliği ile mahkemeler nezdinde mevcut bilirkişi incelemesi gibi birtakım prosedürlerin olmamasıdır.

Kurumun iş yükünün marka iptali konularında oldukça yoğun olacağı kanaatindeyiz. Zira başvuru sahipleri SMK'nın 5/1(ç)² maddesi uyarınca yapılan itirazlara ve engel markalara karşı stratejik olarak redde mesnet markaların iptalini talep edebilir ve Kurumdan iptal talebi hakkında nihai bir karar verilinceye kadar itirazın ve/veya karara itirazın incelenmesinin bekletilmesini isteyebilir. Benzer şekilde, marka korsanları, idari iptal sistemini kötüye kullanarak gerçek marka sahiplerinin markalarını hedef alabilir.

Tüm bu hususlar ışığında, idari iptal prosedürlerinin zaman ve maliyet açısından daha pratik olabileceğini ve bu tür taleplerde artış olacağını öngörmekteyiz. Bu nedenle, marka sahiplerinin, ileride iptal taleplerine ilişkin kullanım ispatı hususlarında sorun yaşamamaları için markalarının fatura, ürün, katalog, vb. belgelerde yer almasını sağlamalarını ve bunları reklam, dergi veya gazete makaleleri, vb. diğer mevcut delillerle birlikte arşivlemeleri uygun olacaktır.

Kurum iptal taleplerini ön başvuru olarak kabul etmekte iken ve henüz iptal taleplerinin esasına girmeden, Ankara 4. FSHHM markaların iptali için Kuruma verilen yetkinin iptali için Anayasa Mahkemesi'ne başvuruda bulunmuştur. Anayasa Mahkemesi, Ankara 4. FSHHM'nin böyle bir başvuruda bulunmaya

yetkili olmaması nedeniyle başvurunun reddine karar vermiştir. Anayasa Mahkemesi kararının gerekçesinde, Anayasa Mahkemesi'ne başvurunun ancak bir davaya bakmakta olan mahkemenin o dava sebebiyle uygulanacak bir kanun hükümlerini Anayasa'ya aykırı görmesi halinde yapılabileceğini belirtmiştir. Başka bir deyişle, bir mahkemenin Anayasa Mahkemesi'ne başvurabilmesi için elinde usulüne uygun olarak açılmış ve mahkemenin görevine giren bir davanın bulunması ve iptali istenen kuralın o davada uygulanacak olması gerekmektedir. Anayasa Mahkemesi, Ankara 4. FSHM'nin iptal davasına bakma yetkisi bulunmadığından, ilgili hükme karşı Anayasa Mahkemesi nezdinde başvuruda bulunmak için görevli olmadığını belirtmiştir.

Sonuç olarak, Kurum hala markaları iptal etme konusunda münhasır yetkiye sahiptir. Madde 26'nın yürürlüğe girişinin üzerinden bir yıldan fazla geçtiğinden, Taslak Yönetmeliğin bir an evvel yürürlüğe girmesini ve 2024'ten itibaren bekleyen iptal taleplerinin hızla incelenmesi tüm ilgililerce dört gözle beklenmektedir.

¹ Bu Yönetmelik Taslağı 25.02.2025 tarihi itibarıyla henüz yayımlanmamıştır.

² 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.

Tanınmış Marka Sicili Tartışmasına İlişkin Güncel Gelişmeler

Türk Patent ve Marka Kurumunun ("TÜRKPATENT") tanınmış marka sicili, Yargıtay'ın 2020 yılında TÜRKPATENT'in tanınmış markalar için bir sicil oluşturma ve bu sicili tutma yetkisinin bulunmadığı yönündeki kararı sonrasında tartışma konusu haline gelmiştir. (Bakınız: Yargıtay Tanınmış Marka Sicilini Tartışmaya Açtı)

İlk derece mahkemeleri ve bölge adliye mahkemeleri bu kararı derhal benimseyerek uygulamalarını değiştirmişken, TÜRKPATENT tanınmış marka kaydı ve siciline ilişkin işlemlerini sürdürmüştür.



Yargıtay Hukuk Genel Kurulu ("HGK") 1 Şubat 2023 tarih ve 2023/83 E. 2023/7 K. sayılı kararında, T Ü R K P A T E N T tarafından tanınmış marka sicili

oluşturularak kendisine başvuru halinde başvuru konusu markanın tanınmışlık niteliğini haiz olup olmadığı konusunda inceleme yaparak bu nitelikte görülen markalar için sicil oluşturulmuş ise de; TÜRKPATENT'in kanunen böyle bir sicil oluşturma yetkisi olmadığı gibi, tanınmışlık özelliği sabit bir olgu olmadığından, herhangi bir davada dayanan markanın tanınmış olduğunun ileri sürülmesi halinde, her bir somut olayda o markanın tanınmış olup olmadığı ve tanınmışlığını sürdürüp sürdürmediğinin münferiden ispatlanması gerektiğine hükmetmiştir.

HGK ayrıca, tanınmışlık hal ve şartlara göre değişken bir nitelik taşıdığından, buna ilişkin istemin müstakil bir talep olarak ileri sürülemeyeceğini, bu nedenle de mahkemece tanınmışlığa ilişkin olarak hüküm kısmında kesin hüküm doğuracak şekilde karar verilemeyeceğini ve tanınmışlığın tespiti isteminin ancak açılan davalarda hadise şeklinde incelenerek belirlenebilecek bir olgu olduğunu da vurgulamıştır.

Bu karar, mahkemelerin davacının tanınmış marka argümanına dayanan taleplerine karar verirken, markanın tanınmış olup olmadığını yalnızca bir ön sorun olarak değerlendirebileceği anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, mahkemeler, hükmün bir parçası olarak bir markanın tanınmışlık statüsünü belirleme yetkisine sahip değildir. HGK'nın bu kararı, mahkemeler için bağlayıcı niteliktedir ve mahkemelerin, tanınmış marka statüsünün tartışıldığı davalarda bu karar doğrultusunda hüküm tesis etmesi beklenmektedir.

Öteyandan, TÜRKPATENT ise 2024 yılı boyunca bu konudaki uygulamasını değiştirmemiştir ve halen bir markanın tanınmışlığının tespiti ve sicile kaydedilmesi için başvuru yapılması mümkündür. TÜRKPATENT 2024 yılının Ocak ayında bu başvurular için resmi ücret tarifesi de ilan etmiş olmasına rağmen, konuya ilişkin olarak mevzuatta henüz herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. (Bakınız: TÜRKPATENT'in Tanınmış Marka Kaydı Uygulaması Hakkında Önemli Gelişme)

Bu husus henüz çözüme kavuşturulmamışken, HGK'nın yukarıda belirtilen kararından sonra Yargıtay 11. Hukuk Dairesi 25 Ocak 2024 tarih ve 2022/4067 E. 2024/620 K. sayılı kararında, TÜRKPATENT'in tanınmış marka siciline ve tanınmış marka kaydının mal ve hizmetler açısından sağladığı koruma kapsamına dair hususları tartışmıştır. Yargıtay bu kararında, tanınmış markaların tesciline dair kayıtların herhangi bir mal ve hizmet sınıfını içermediğini, dolayısıyla davacının T/... sayılı tanınmış markasının tescil kaydında yer alan "99" ibareli sınıf kaydının, davacıya herhangi bir emtia sınıfında koruma sağlamasının mümkün bulunmadığını ifade etmiştir.

Yargıtay'ın verdiği tanınmış marka kaydının kapsamının tartışıldığı bu kararda, HGK kararı dikkate alınmamış gözükse de gelecekteki davalarda HGK kararının etkisinin görüleceği değerlendirilmektedir.

TÜRKPATENT'in, tanınmışlık statüsünün tespiti ve kaydı için yapılacak başvurular da dahil olmak üzere 2025 yılına ilişkin resmi ücret tarifelerini yakında açıklaması beklenmektedir. Bu süreçte hak sahipleri ve uygulayıcılar, TÜRKPATENT'e tanınmış marka sicilini tutma yetkisi verecek yeni bir düzenlemenin yürürlüğe girip girmeyeceğini merakla beklemektedir.

TÜRKPATENT'in 2024 yılı Değişiklikleri: Mal ve Hizmet Sınıflandırma Listesinde Güncelleme



Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT), marka tescil başvuruları için mal ve hizmet sınıflandırma listesinde yaptığı güncelleme ile 2024 yılı sonunda önemli bir gelişmeye imza attı. TÜRKPATENT sınıflandırma sistemini Nice Sınıflandırmasında yapılan son güncellemelerle uyumlu hale getiren bu değişiklikler, 20 Aralık 2024 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Söz konusu güncellemeler, marka başvuru sürecini başvuru sahipleri için daha kolay, daha verimli ve daha erişilebilir hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Bilindiği üzere, TÜRKPATENT'in mal ve hizmet sınıflandırma listesi başvuru sahipleri için esas olarak bir referans teşkil etmekte ve zaman içinde değişen pazar şartları ve yasal koşullara göre düzenli olarak güncellenmektedir. TÜRKPATENT'in mal ve hizmet sınıflandırma listesinde Nice Sınıflandırması temel alınmakla birlikte, yerel ihtiyaçlara ve uygulamalara göre uyarlanmış yapısal özellikler bulunmaktadır. Listenin temel özelliklerinden biri ise her bir sınıfı detaylı kategorilere ayıran bir alt

sınıf sistemi bulunmasıdır. Bu özellik, marka başvurularının koruma kapsamının daha açık bir şekilde tanımlanmasına yardımcı olmayı ve muhtemel ihtilaf durumlarında belirsizliklerin oluşmasını önlemeyi hedeflemektedir. Örnek vermek gerekirse, bir sınıfın aynı alt sınıfında yer alan mal veya hizmetler, ilke olarak re'sen inceleme sırasında benzer kabul edilirken, farklı alt sınıflarda yer alan mal veya hizmetler farklı kabul edilmektedir.

TÜRKPATENT'in sınıflandırma listesinin Nice Sınıflandırması kapsamındaki her mal veya hizmeti içermediğini ve başvuru sahiplerinin bu listeyi kullanmasının zorunlu olmadığını da hatırlatmak faydalı olacaktır. Marka sahipleri TÜRKPATENT'in listesindeki ifadeleri birebir kullanabilecekleri gibi kendi mal ve/veya hizmet listelerini hazırlamaları da mümkündür. Türk başvuru sahipleri genellikle bu standart listeyi kullanmayı tercih ederken, yabancı başvuru sahiplerinin daha detaylı mal listeleri hazırlamayı tercih ettiği ya da doğrudan Nice Sınıflandırmasında yer alan ifadeleri kullanma eğiliminde olduğu söylenebilir.

Güncellenen liste ve 2017 tarihli eski liste karşılaştırıldığında, mal/hizmet silinmesi ya da eklenmesinden malların sınıf değiştirmesine kadar çok sayıda değişiklik yapılmış olduğu görülmektedir. Güncellemeler arasında en öne çıkan ise şüphesiz “yapay zekalı insansı robotlar”, “kripto para birimleri”, “değiştirilemez tokenlar (Nitelikli Fikri Tapu, NFT)”, “dronlar” ve “insansız hava taşıtları” gibi malların eklenmesiyle teknolojik gelişmelerin listede yer bulmasıdır. Ayrıca, biri 09. sınıf altında “yapay zekalı insansı robotlar ve ilgili teknolojiler” ve diğeri 45. sınıf altında “astroloji danışmanlığı hizmetleri, ruhsal (spiritüel) danışmanlık hizmetleri” olmak üzere, iki yeni alt sınıf da listeye dâhil edilmiştir.

Dikkat çeken bir başka güncelleme ise TÜRKPATENT’in Türkiye’deki yerel pazar ihtiyaçlarını ve gelişmekte olan sektörleri yansıtan tanımlamaları da sınıflandırmaya eklemesidir. Örneğin, sağlık turizmi kapsamındaki ulaşım ve konaklama hizmetlerinin ve , seyahat vizesi ve belgelerini ayarlama hizmetlerinin 39. sınıfa eklenmesi bu kapsamda yapılan eklemeler olarak göze çarpmaktadır.

Bu güncellenmenin ardından, marka sınıflarının kapsamının değişip değişmediği ve hak sahiplerinin yeni eklenen mal ve hizmetler için yeni başvuru yapmalarının gerekip gerekmediği gibi sorular da ortaya çıktı. Esasen, sınıfların kapsamında sınıfların koruma kapsamını değiştiren bir değişiklik yapılmadı. Zira, listeye yeni eklenen mal ve/veya hizmetler önceki sınıflandırma listesinde

birebir sayılmamasına rağmen ilgili sınıflar kapsamında yer aldığı söylenebilir. Mesela, son güncellemeyle 44. sınıfın birinci alt sınıfı altına eklenen “diş hekimliği hizmetleri” ve “psikologlara ait hizmetler” daha önce de 44. sınıf altındaki “tıbbi hizmetler” kapsamında değerlendiriliyordu. Dolayısıyla, bu mal ve hizmetlere ilişkin hakların koruma altına alınması için yeni başvuru yapılmasına gerek bulunmadığı düşünülmektedir. Ancak ticari faaliyetleri özellikle yeni eklenen mal ve/veya hizmetleri içeren marka sahipleri yeni başvuru yapmayı düşünebilirler. İleride ortaya çıkabilecek uyumsuzluklar göz önünde bulundurularak, özellikle “Yapay zekalı insansı robotlar, laboratuvar robotları, eğitim öğretim amaçlı robotlar, güvenliği gözetleyici robotlar” gibi yeni alt sınıflarda yer alan mallar/hizmetler üzerinde kullanımı olan ya da olacak hak sahiplerinin tedbir amaçlı yeni başvuru yapması faydalı olabilecektir.

Sonuç olarak, TÜRKPATENT’in son düzenlemeleri, marka başvuruları için daha verimli ve Nice Sınıflandırması ile uyumlu bir sistem sağlamıştır. Bu güncellemeler, teknolojik gelişmeleri ve yeni gelişen pazar eğilimlerini yansıtırken, hem Türk hem de yabancı başvuru sahipleri için de netlik sağlamaktadır. Yeni başvuruların yapılması zorunlu olmamakla birlikte, etkilenen sektörlerde faaliyet gösteren hak sahipleri güncellenmiş listeyi dikkatle incelemeli ve markalarının tam olarak korunmasını sağlamak için yeni eklenen mal ve hizmetler için yeni başvuru yapmayı değerlendirmelidirler.

Marka Hakkına Tecavüz Davalarında Sessiz Yoluyla Hak Kaybı Kavramı



Marka hakkında tecavüz sayılan fiiller 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 29. maddesinde sayılmış olup, marka hakkı tecavüze uğrayan hak sahiplerinin mahkemeden talep edebileceği hususlar ile mütecavize karşı ileri sürebileceği talepler madde 149'da detaylandırılmıştır.

Tecavüz devam ettiği sürece hak sahibinin Kanunda sayılan talepleri mütecavize karşı ileri sürmesi mümkün görülse de esasen bu sürenin de bir sınırı bulunmaktadır. Gerçekten de hak sahibinin mütecavize karşı ileri sürebileceği haklarını "uzun yıllar" kullanmadan aynen koruması ve mütecavizi devamlı bir şekilde dava tehdidi altında tutması, diğer bir deyişle "sessiz kalmasına rağmen" haklarını korumaya devam etmesi mümkün görülmemektedir.

Bu durum SMK'da hükümsüzlük davaları bakımından yerini bulmuş, SMK madde 25/6'da "Marka sahibi, sonraki tarihli bir markanın kullanıldığını bildiği veya bilmesi gerektiği hâlde bu duruma birbirini izleyen beş yıl boyunca sessiz kalmışsa, sonraki tarihli marka tescili kötüniyetli olmadıkça, markasını hükümsüzlük gerekçesi olarak ileri süremez." denilmekle açıkça düzenlenmiştir. Sessiz kalma yoluyla hak kaybı mehz 14 Haziran 2017 tarihli

ve 2017/1001 sayılı Avrupa Birliği'nin Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü'nün 16. maddesinde ve 2015/2436 sayılı Tüzük'ün 9. maddesinde de tecavüz davasının açılmasına engel bir hal olarak yer almaktadır.

Tecavüz davaları bakımından SMK'da açık bir düzenleme bulunmadığından, bunlar bakımından hakkın sınırları 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu ("TMK") madde 2 "dürüst davranma ilkesi" ile çizilmektedir. Dürüst davranma ilkesi hukukun temelini oluşturmakta olup, bir hakkın kullanımı ancak işbu ilke çerçevesinde kaldığı sürece mümkündür.

Yargı kararlarında tecavüz davalarında sessiz kalma yoluyla hak kaybının gerçekleşip gerçekleşmediği her olay özelinde SMK madde 25/6 ve dürüst davranma ilkesinin harmanlanarak değerlendirilmiştir. Gerçekten de Yargıtay birtakım davalarda 5 yıldan daha az bir sürede davacının sessiz kalma yoluyla hak kaybına uğradığına kanaat getirirken, birtakım davalarda 5 yıldan daha uzun süreler için dahi davacının sessiz kalma yoluyla hak kaybına uğramadığı değerlendirilmiştir. Belirtildiği üzere bu değerlendirmenin temelinde dürüst davranma ilkesi yatmaktadır.

Sessiz kalma yoluyla hak kaybının belirlenmesinde sürenin ne zaman işlemeye başlayacağını tespit etmek gerekir. Bunun tespitinde ise 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ("TTK") madde 18/2'de düzenlenen "basiretli bir iş adamı gibi hareket etme" kavramı devreye girmektedir. Buna göre hak sahibi basiretli bir tacir gibi davranarak gerekli özeni göstermesi ve söz konusu kullanımı ya da tescili bilmesi ve/veya bilebilmesi beklenmektedir.

Dürüst davranma ve basiretli bir tacir gibi hareket etme ilkeleri çerçevesinde çelişkili davranma yasağına da değinmek gerekir. Yargıtay'ın yerleşik içtihatlarında da sessiz kalma suretiyle hak kaybının temel dayanağı TMK madde 2 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda davacının ihlali bildiği veya bilebilecek durumda olduğu halde, mütecaviz tarafta dava açılmayacağı yolunda güven oluşturulduktan ve ihlal konusu hakka önemli yatırım yapılmasına izin verdikten sonra, oluşturulan bu güvene aykırı olarak ihlali sona erdirmek amacıyla dava açılmasının çelişkili davranış yasağı teşkil edeceği kabul edilmektedir. Diğer bir anlatımla, böyle bir davranışın TMK madde 2 uyarınca dürüstlük kuralına aykırı olacağı ve bu davranışın hukuk düzeni tarafından himaye edilmeyeceği kabul edilmektedir. Böylelikle Yargıtay TTK'da yer alan basiretli tacirin "ihlali bilme veya bilebilecek durumda olması" hali ile TMK'da yer alan dürüstlük kuralını harmanlayarak "çelişkili davranma yasağı" kavramını ortaya koymuş ve tecavüz davalarında sessiz kalma yoluyla hak kaybı kavramına da ışık

tutmuştur. Çelişkili davranma yasağı sadece sessiz kalmakla değil, kabul/rıza anlamına gelebilecek başkaca fiillerin ardından mütecavize karşı ihlali sonlandırmak adına açılan dava ile de baş gösterebilir.

İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. Hukuk Dairesi ("BAM") ise 2023 yılında verdiği bir kararında tecavüz davalarında sessiz kalma yoluyla hak kaybı kavramına yeni bir soluk getirerek, "ciddi kullanım" ve "süreyi kesen fiiller" gibi birtakım ek koşullar irdelemiştir. Karara konu olayda, davacı davalıya ait dava konusu markalı ürünleri kendi web sitesinde satmış olmasına rağmen, aradan yıllar geçtikten sonra, davalıya karşı tecavüz davası açmıştır. BAM kararında "sürenin hesaplanmasında davalının markasını ciddi şekilde kullanıma başladığı tarihin esas alınması gerektiği ve sürenin ilk fatura tarihinden hesaplanmasının yerinde olmadığı", "davacının 28.11.2016 tarihinde ihtarda bulunduğu, 20.01.2017 tarihinde dava açtığı da dikkate alındığında 19.02.2013 olan ilk fatura tarihinden itibaren dava tarihine değin 5 yıllık sürenin geçmediği", "davacının davalıya ait ürün satışının yapılmadığını ve görsellerin davacıya ait web sitesinden kısa süre içinde kaldırıldığını belirttiği", "davacının makul süre içinde ihtar gönderip dava açtığı, sessiz kalma yolu ile hak kaybı oluştuğu gerekçesi ile davanın reddinin yerinde görülmediği" değerlendirmelerinde bulunmuştur.

Sessiz kalma yoluyla hak kaybının hesaplanmasında hak sahibinin mütecaviz

kullanımı öğrenme tarihinin esas alındığından bahsetmiştik. Ancak BAM bahsi geçen kararı ile hak sahibinin mütecaviz kullanımı öğrenme tarihini “ciddi kullanımı” öğrenme tarihi olarak esas almıştır. BAM’ın “markasal kullanım” kavramına atfettiği anlam ile doktrin, içtihat ve SMK’nın “markasal kullanıma” atfettiği anlam birbiri ile örtüşmemektedir. Gerçekten de davalıya ait faturanın, markasal kullanımına başlandığına işaret ettiğinin kabulü gerekirken aksi yöndeki karara katılmak mümkün değildir. Nitekim ürün satışı yapılmış olmakla markanın pazara girdiği ve tüketiciye ulaştığı ve kullanımın gerçek kullanım (genuine use) olarak kabul edilmesi için markasal kullanımın yeterli olduğu sabit olup, kullanımın belli bir noktaya ulaşması gerektiği şeklinde bir düzenleme, görüş ya da karar bulunmamaktadır. Kaldı ki, somut olaya SMK madde 25/6’da yer alan “kullanımı bildiği/bilmesi gerektiği tarihten itibaren sessiz kalma” sıkı bir şekilde uygulansa dahi ve maddede bahsi geçen kullanımdan “ciddi kullanım” anlaşılsa dahi fatura delilinin ciddi kullanıma işaret ettiği kabul edilmelidir.

Diğer yandan, BAM’ın kararında davacının ihtar göndermesini sessiz kalma yoluyla hak kaybının hesaplanmasında bir kriter olarak ele aldığı görülmektedir. Peki bu süre hak sahibi mütecaviz kullanımı öğrendiği tarihten itibaren kesintisiz işleyecek mi, yoksa bu süreyi durduran / kesen birtakım fiiller var mıdır? Yargıtay’ın yerleşik içtihatlarında ihtarname gibi fiiller bu hak düşürücü sürenin işlemlerini durdurmayacağı ya da kesmeyeceği kabul edilmektedir. Diğer bir anlatımla, hak sahibinin

haklarını ileri sürebilmesi için sessiz kalma yoluyla “kabul/rıza” davranışı göstermemesi yeterli olmadığı gibi, yalnızca ihtarname göndermesi de hakkını ileri sürme noktasında yeterli sayılmamaktadır.

Bu kapsamda, hak sahibinin dürüst davranma ilkesi çerçevesinde basiretli bir tacir gibi davranması, makul ve basiretli bir tacirden beklenebilecek eylemlerde bulunması ve mütecaviz tarafta aleyhine bir dava açılmayacağı güvenini oluşturmaması gerekir. Aksi halde, davacının basiretli bir tacir gibi davranmadığı ve dürüstlük kuralını ihlal ettiğinden bahisle hakkının hukuken korunması mümkün olamayacaktır.

¹ “Herkes, haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymak zorundadır. Bir hakkın açıkça kötüye kullanılmasını hukuk düzeni korumaz.”

Yargıtay’ın İlaç Markalarına Dair Uyuşmazlıkta Karıştırılma İhtimaline İlişkin Verdiği Kararın Eleştirisi

İhtilafın Geçmişi

5.sınıfta tescilli BATİKAR ve BATİSOL markalarının sahibi olan bir ilaç şirketi, MİRADERM BATİMER markası altında antiseptik dezenfektan satan başka bir ilaç şirketine marka tecavüzü ve haksız rekabet davası açmıştır.

Davacı, “Batimer” ibaresinin BATİKAR ve BATİSOL markaları ile benzerlik taşıdığını; özellikle ortak olan “Bati” ibaresi nedeniyle karıştırılma ihtimalinin bulunduğunu ileri sürmüştür.

Mahkemeler Tarafından Verilen Kararlar

İlk derece yargılamasında Fikri ve Sinai Haklar Hukuk Mahkemesi, davalının markasının iki kelimeden oluşması ve markalar arasında “Bati” ibaresinden başka ortak unsur bulunmaması gerekçeleriyle markaların yeterince farklı olduğu sonucuna varmış ve davanın reddine karar vermiştir. İstinaf aşamasında Bölge Adliye Mahkemesi, markalar arasındaki benzerliğin ve özellikle ortak olan “Bati” ibaresinin karıştırılma ihtimaline yol açtığını belirterek İlk Derece Mahkemesi’nin kararını kaldırmıştır. Bölge Adliye Mahkemesi’nin değerlendirmesinde yer alan dikkat çekici noktalar şu şekildedir:

- Taraf markalarının kullanıldığı antiseptik dezenfektan ürünleri, reçetesiz bir şekilde satın alınabilmekte ve ortalama

tüketiciye hitap etmektedir;

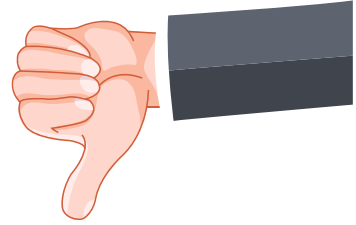
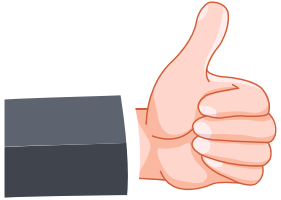
- Taraf markalarında ortak olan “Bati” ibaresi, ürünün etken maddesinin ismi değildir.

Bölge Adliye Mahkemesi aynı zamanda “Bati” ibaresinin Türkçe’de bir anlamı olmadığını ve davalının bu ibareyi kullanmakta bir zorunluluğunun bulunmadığını belirtmiştir. Sonuç olarak Mahkeme, MİRADERM BATİMER markasının kullanımının marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet oluşturduğuna hükmederek davanın kabulüne; tecavüz ve haksız rekabetin tespitine, men ve ref’ine karar vermiştir.

Davalının temyiz yoluna başvurusu üzerine Yargıtay, Bölge Adliye Mahkemesi kararını onamış, davalının MİRADERM BATİMER markasına ilişkin kullanımının marka tecavüzü ve haksız rekabete yol açtığını teyit etmiştir.

Yorum

5. sınıfta yer alan markaların benzerliğine ve karıştırılma ihtimaline ilişkin yapılan incelemede Mahkemeler genellikle markaların ortak unsurunun ilgili ürünün etken maddesine atıfta bulunup bulunmadığını ve ürünlerin reçete ile satılıp satılmadığını, böylece dikkat seviyesi daha yüksek olan spesifik bir tüketici kitlesine hitap edip etmediğini dikkate almaktadır.



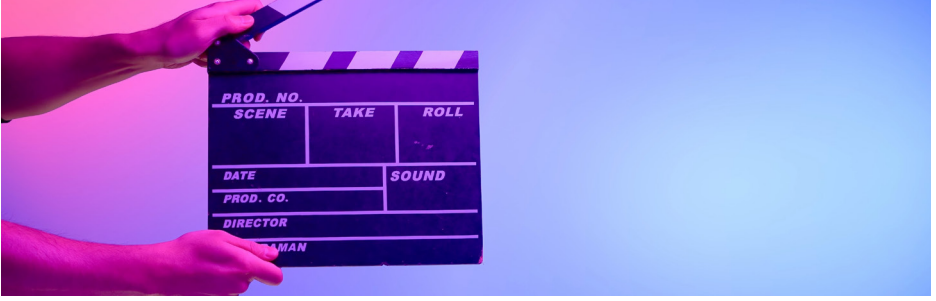
İşbu uyuşmazlıkta da, hem Bölge Adliye Mahkemesi'nin hem de Yargıtay'ın bu yönde bir inceleme yaptığı görülmektedir. Ancak kanımızca Mahkemeler, markaların benzerliği ve karıştırılma ihtimalinin incelemesinde, ilgili sektörün özelliklerini ve bütünsel inceleme yapılması ilkesini yeterince dikkate almamıştır.

Her ne kadar "Bati" ibaresi, antiseptik dezenfektanlarda bulunan etken maddeyi ifade etmese de Türk Patent ve Marka Kurumu'nun ("TÜRKPATENT") veritabanında yapılacak basit bir araştırma veya kısa bir internet araştırması sonucu görülebileceği üzere, "Bati" ibaresi aynı tür ürünlerde sıklıkla kullanılan bir ibaredir (örneğin Batiodin, Baticonol, Batikadin, Batiderm, Batticon). Ayrıca, Batticon, aynı tür ürünlerle ilişkilendirilen ve bazı çevrelerde tanımlayıcı olarak dahi kullanılabilen bir sözcük haline gelmiş olup, son derece tanınmış olan bir antiseptik solüsyon markasıdır (söz konusu marka TÜRKPATENT nezdinde tanınmış marka olarak da kayıtlıdır). Bu nedenle, özellikle marka tecavüzü uyuşmazlıklarında, mahkemeler karıştırılma ihtimalini incelerken daha geniş bir yaklaşım benimsemelidir ve uygun düştüğü ölçüde, markaların ilgili sektördeki yaygın kullanımlarını da dikkate alarak ayırt edicilik seviyelerini incelemelidir.

Mahkeme kararlarına konu uyuşmazlıkta, yukarıda Batticon ile ilgili değinilen bilgiler; davalının markasında "Batimer" ibaresinden önce ayırt edici başka bir ibarenin de

bulunması ve davaya konu markaların "Bati" dışındaki son hecelerinin birbirinden farklı olması gibi hususlar dikkate alınarak markaların karıştırılma ihtimali hakkında bir değerlendirme yapılsaydı, Bölge Adliye Mahkemesi ve Yargıtay tarafından daha farklı bir sonuca ulaşılabilirdi.

Eser İsimlerinin Marka Olarak Tesciline Dair Bir Değerlendirme



Eser isimlerinin, eserin kendisinden bağımsız şekilde haksız rekabet koruması kapsamında korunabileceği 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun ("FSEK") 83. Maddesi ile düzenlenmekte olup bu korumaya ilişkin değerlendirmemiz Eser İsimlerinin Korunması¹ başlıklı makalemizde incelenmiştir.

Eser isimlerine ilişkin koruma bakımından değerlendirilmesi gereken önemli bir konu, bu isimlerin marka olarak tescil edilmesidir. Uygulamada, sinematografik eserlerin yanı sıra bu eserlere ait karakter, mekân gibi unsurların; roman, öykü, şiir gibi edebi eserlerin; şarkı veya beste isimlerinin ve diğer eser isimlerinin marka tesciline konu edildiği durumlarla sıklıkla karşılaşılmaktadır.

Bu durum hem marka sahibine hem de lisans anlaşmaları yoluyla diğer ticari aktörlere ekonomik fayda yaratırken, aynı zamanda tüketicilere eserin değerlerini farklı şekillerde deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Örneğin, popüler bir animasyon filmine ait karakterlerin isimleri, oyuncak, giyim, kırtasiye, tekstil ürünleri, dergi ve diğer basılı materyaller gibi

ticari kategorilerde sıkça kullanılmaktadır. Bu hallerde, eser isminin lisanslı ürün olarak kullanılmaya çok elverişli olan giyim, oyuncak, kırtasiye, tekstil, dergi ve basılı materyaller ticari ürün kategorileri için tescili bu ürünlerin üretimi ve pazarlanmasında büyük bir avantaj sağlamaktadır.

Ancak bir eser isminin marka olarak tescil edilmesi eserin kendisine veya eserin unsurlarına doğrudan bir hukuki koruma sağlamamaktadır. Örneğin, bir şarkının ismi marka olarak tescil edilse bile, bu ismin farklı bir sanatçı tarafından başka bir şarkıda kullanılması, eserin orijinalliğini ihlal etmeyebilir. Dolayısıyla bir eserin marka olarak tescil edilmesi halinde yalnızca Marka Hukuku'nun koruma kapsamında korunan menfaatler ile sınırlı bir koruma sağlamakta olup bu noktada da "markasal kullanım" kavramı öne çıkmaktadır.

Bir eser isminin marka olarak tescil edilip de kullanımının markasal olup olmadığı tartışması özellikle eser isminin 41. Sınıfta yer alan "film, televizyon ve radyo programları

yapım hizmetleri” ile 09.sınıfta yer alan “optik ve elektronik ortamlara kaydedilmiş çekilmiş sinema filmleri, diziler ve video müzik klipleri” üzerinde tescil edilmesi halinde ortaya çıkmaktadır. Zira 41. Sınıfta yer alan hizmet türü esasen yapım hizmetine işaret etmekte olup bu halde eserin ismi yapım şirketi ismi veya yapım şirketinin faaliyetlerine ilişkin olarak kullanılması halinde markasal kullanım olabilecektir. Keza, 9. Sınıfta yer alan mal kategorisi bakımından da tescilli marka ile korunmakta olan unsur o markayı taşıyan ürünün kendisi olup eserin sadece sinematografik eser ismi olarak korunması kanaatimizce markasal kullanım teşkil etmeyecektir.

Mahkemelere yansıyan uyuşmazlıklarda da eser ismi şeklindeki kullanımların markasal kullanım olarak ele alınıp alınmayacağı hususu dosyanın koşullarına göre ayrıca değerlendirilmektedir.

Örneğin, İstanbul Bölge Adliye Mahkemesi 16. Hukuk Dairesi E. 2017/2449 K. 2019/2091 sayılı ve 11.10.2019 tarihli kararı kapsamında, davacının tescilli markaları ve yapımcısı olduğu dizi üzerindeki haklarına dayanarak davalının kitap ismi olarak gerçekleştirdiği kullanımlarına karşı marka ve eser sahipliğinden kaynaklı haklarının ihlali ve haksız rekabet gerekçesiyle ikame ettiği davada “Diriliş” adının kullanımını bu kapsamda ele almıştır. İlgili uyuşmazlıkta mahkeme davacının markaları 41. sınıfta “kitap, dergi, basım, yayıncılık hizmeti ” sınıfında kayıtlı olsa da “Diriliş” ibaresinin,

üzerinde bulunduğu kitap emtiasını, diğer müteşebbislerin kitap veya yayıncılık hizmetinden ayıran markasal kullanım olmadığını, davalının belirli bir mal ya da hizmetle ilişkilendirilebilir markasal kullanımı bulunmadığını açıkça belirlemiştir.

Benzer şekilde, Yargıtay 11. Hukuk Dairesi’nin E. 2015/14472 K. 2017/2229 sayılı ve 18.04.2017 tarihli kararı kapsamında, davacı tarafından 2009-2014 yılları arasında bastırılan kitabın ismi için davalının marka tescil başvurusunda bulunması üzerine ilgili ibareyi önce kendisi kullandığı telif ve sınai mülkiyet hakkı kapsamında da işaretin sahibi olduğunu ileri sürerek gerçekleştirdiği itirazlarının Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından reddi üzerine ilgili kararın iptali için ikame edilen davada, davacı kullanımının 16. ve 41. sınıflardaki mal ve hizmetlerin markasal kullanımını olarak nitelendirilemeyeceği, eserin dava dışı başka bir yazara ait olduğu, davacının eser üzerindeki mali hakları ve kullanma yetkisini devraldığına dair bir delil sunmadığı, bir an için davacının mali hak sahibi olduğu düşünülse dahi davalı kullanımlarının işleme, çoğaltma, yayma hakları kapsamında kalacak bir eyleme karşılık gelecek bir mütecevaz kullanım olmadığı, ibarenin günümüze kadar yüzlerce esere ad olduğu, bu nedenle yaygın kullanımı olan bir anekdot ve eser adı niteliği taşıdığı, özgün ve ayırt ediciliğinin bulunduğundan söz edilemeyeceği ve bu anlamda haksız rekabet korumasının da söz konusu olamayacağını değerlendirerek davanın reddine karar vermiş

ve ilgili karar Yargıtay tarafından onanmıştır.

Kanaatimizce bu durum marka korumasının, diğer hususların yanı sıra, esasında bir teşebbüsün sağlamış olduğu mal/hizmetlerin ortalama tüketici nezdinde ilgili mal/hizmetin ilgili teşebbüsten sadır olduğunun anlaşılmasına ve böylece onun mal/hizmetlerinin diğerlerinden ayrışmasına hizmet etmesi şeklindeki fonksiyonunun doğal bir sonucudur. Bu anlamda marka koruması niteliği gereği belirli bir mal/hizmete özgülenmiş bir kullanımın bulunmasını da gerekli kılmaktadır. Eserler bakımından ise korumanın getirilmiş olmasındaki temel motivasyon insan zihninin yaratıcı faaliyetinin korunarak ödüllendirilmesi ve böylece yaratıcılığın teşvik edilmesidir. Bu doğrultuda somutlaşmış, sahibinin hususiyetini yansıtan ve FSEK’te belirlenen sınıflara dahil olan yaratımlar eser olarak korunmakta ve bunlar bakımından marka korumasında olduğu gibi bir mal/hizmete özgüleme hali aranmamaktadır. Bu kapsamda, her ne kadar her iki koruma türünün de tek bir olayda kümülatif olarak var olabileceği senaryolar da mümkün olsa da, eser isimleri bakımından bahsettiğimiz türden durumlarda, bu iki korumanın hizmet ettiği amaç ve fonksiyonları arasındaki fark keskin şekilde ortaya çıkmakta ve eser ismi olarak kullanım ile markasal kullanım birbirinden ayırtırmaktadır.

¹ <https://gun.av.tr/tr/goruslerimiz/makaleler/eser-isimlerinin-korunmasi>

Türkiye’de düzenlenen ICANN 81 Toplantısı ve Türkiye’deki Alan Adı Uyuşmazlıkları

ICANN (İnternet Tahsisli Sayılar ve İsimler Kurumu) 81. Genel Kurul Toplantısı 9-14 Kasım 2024 tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi’nde gerçekleştirildi. ICANN; sivil toplum kuruluşları, akademik ve teknik paydaşlar, son kullanıcılar, ulusal ve uluslararası organizasyonlar ile hükümetlerin temsil edildiği çok paydaşlı bir yapıya sahip olup amacı; global internet sisteminde DNS ve IP sistemini koordine ederek bu sistemlerin istikrarlı ve güvenli bir şekilde çalışmasını sağlamaktır. Hem jenerik (gTLD) hem de ülke kodu (ccTLD) üst düzey alan adlarının temel koordinatörü ICANN’dır. Bu nedenle ccTLD yönetim yetkisi yalnızca ICANN ile yapılan bir sözleşme aracılığıyla elde edilebilir. Türkiye’de, “.tr” ülke kodunun yetkili yönetim otoritesi ve ICANN nezdindeki temsilcisi ise Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’dur (BTK).

ICANN 81. Genel Kurul Toplantısı internet yönetimi, alan adları ve çevrimiçi internet politikaları üzerine küresel tartışmalar için önemli bir platform sunmuş olup özellikle yeni gTLD Programı’ndaki ilerlemeler ve Kayıt Verisi Talep Hizmeti (RDRS) gibi girişimlerle küresel internet yönetiminin gelişiminin önemini vurgulamıştır. Bu gelişmeler kapsayıcılık ve erişilebilirlik yolunda ilerlemeleri işaret ederken, birtakım zorluklar devam etmektedir.

• ICANN 81: Alan Adları ve İnternet Yönetimine Uluslararası Bir Yaklaşım

ICANN 81, Alan Adı Sistemi’nin (DNS) mevcut durumu ve geleceği hakkında kapsamlı

bir bakış sunmuş olup, temel tartışmalar, ICANN’ın özellikle yeni gTLD Programı’nda ve 2. basamağındaki programında devam eden gelişmelere odaklanmıştır. Yeni gTLD Programı’nın 2. basamağı yeni gTLD’lerin evrensel kabulü ve daha fazla Uluslararasılaştırılmış Alan Adlarının (IDN) dahil edilmesiyle DNS’nin çeşitliliği ve kapsayıcılığına odaklanılmakta olup ICANN; yeni gTLD başvurularının Nisan 2026’da açılacağını öngördüklerini, 12-15 haftalık sınırlı bir süre boyunca devam edeceğini doğrulamıştır. ICANN tarafından sağlanan



bilgilere göre; bu süreçte birtakım sınırlamalar uygulanabilecek olup özel açık artırmalar, kapalı jenerikler ve çoğul/tekil delegasyonlar kabul edilmeyecektir. Bu sınırlamaların ise temel olarak süreçte eşitlik ve şeffaflığı artırmayı hedeflediği ifade edilmiştir.

Yeni gTLD Programı’nın 2. basamağı için bir diğer önemli aşama ise Başvuru Sahibi Kılavuzu (AGB) olarak görülmektedir. Bu kılavuz; uygunluk kriterlerini, başvuru süreçlerini, uyum yükümlülüklerini, itiraz prosedürlerini, başvuru sahibinin taahhütlerini, sözleşme şartlarını ve delegasyon adımlarını ayrıntılarıyla açıklayacak olup genel olarak ICANN’ın son 10 yılda yapmış olduğu çalışmalarının bir sonucu

olarak hazırlanmaktadır. ICANN, AGB'nin 2025 yılına kadar Yönetim Kurulu onayını almasını ve Mayıs 2025'te nihai kamuoyu görüşüne açılmasını planlamaktadır; en geç Aralık 2025'te ise yayımlanması beklenmektedir.

ICANN 81 Toplantısı'nda ele alınan bir diğer öne çıkan konu, Kayıt Verisi Talep Hizmeti (RDRS) olmuştur. RDRS; ICANN tarafından, alan adı kayıt verilerine kamu erişimini kısıtlayan kişisel verileri koruma kurallarının (GDPR) getirdiği zorlukları aşmayı hedeflemek adına yürürlüğe konan bir uygulamadır. RDRS, alan adını tescil ettiren bilgileri gibi kamuya açık olmayan bilgilere erişim talebinde bulunanlarla bu programa katılan tescil kayıt kuruluşlarını bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Ancak RDRS'ye tescil kayıt kuruluşlarının katılımı gönüllü olup Ekim 2023 itibarıyla, tüm gTLD kayıtlarının yaklaşık %60'ı RDRS'ye gönüllü olarak katılan tescil kayıt kuruluşları sayesinde bu hizmet tarafından kapsamaktadır. ICANN ise, RDRS'nin faaliyetlerini ve etkinliğini izlemeye ve bu süreci iyileştirmek için veri toplamaya devam etmektedir. Ancak tescil kayıt kuruluşlarının programa katılımının gönüllülük esasına dayanması programın verimliliğini sınırlamaya devam etmektedir. Bu nedenle RDRS, ilk yılında oldukça sınırlı bir kullanım görmüştür; çoğunlukla fikri mülkiyet hakkı sahiplerinden gelen yalnızca 2.109 talep almıştır. RDRS küresel olarak erişilebilir olmasına rağmen, katılım oranı düşüktür ve yalnızca 91 tescil kayıt kuruluşu bu hizmete katılmaktadır.

Bu verileri dikkate alan ICANN, RDRS'yi iki yıl boyunca faaliyette tutarak denemeyi ve ardından etkinliğini değerlendirmeyi planlamaktadır. Programa ulaşan düşük sayıda talepler, kişisel verilerin korunması kurallarına ilişkin sınırlamalar nedeniyle talep edilen bilgilere erişim sorunları programın etkinliğini sınırlayabilmektedir. RDRS'ye ulaşan taleplerin bir kısmı ise reddolunmaktadır. Talep reddinin başlıca nedeni ise aslında gönderilen formlardaki eksikliklerdir. Birçok talep, eksik bilgi nedeniyle reddedilmekte veya kapatılmaktadır. Buna göre; talep sahipleri ve tescil kayıt kuruluşları için daha iyi rehberlik sağlanmasının, bu sorunların azaltılmasına yardımcı olabileceği değerlendirilmektedir.

• Türkiye'de Alan Adı Uyuşmazlıkları:

TRABİS'in Rolü

BTK tarafından kurulan TRABİS ("tr" Ağ Bilgi Sistemi), 14 Eylül 2022'de faaliyete geçerek ".tr" alan adlarının yönetimini üstlenmiştir. TRABİS'in devreye girmesiyle; '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 tahsisi için "ilk gelen alır" ilkesi uygulanmaya başlamıştır. Böylece başvuru sahibinin haklarını kanıtlayan herhangi bir belge sunma zorunluluğu kaldırılmıştır.

"İlk gelen alır" ilkesinin getirilmesi, alan adı uyuşmazlıkları için etkili bir çözüm mekanizmasını gerekli kıldığından TRABİS tarafından akredite edilen Uyuşmazlık Çözüm Hizmet Sağlayıcıları, ".tr" alan adlarına

ilişkin alternatif uyuşmazlık çözüm sürecini yürütmeye başlamıştır. Bu alternatif uyuşmazlık çözüm sürecine ilişkin düzenleyici kurallar ve süreçler, Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy (UDRP) sistemine paraleldir. “.tr” alan adları için dava dışı çözüm sağlayan alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmasının etkili ve faydalı bir şekilde çalışmakta olduğu görülmektedir. Türkiye’nin TRABİS aracılığıyla alan adı uyuşmazlıklarını yönetme konusundaki çabaları, uluslararası kuralları yerel ihtiyaçlara uyarlamak konusunda sağlam bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Öte yandan, etkin uygulamanın sağlanması ve adil çözüm mekanizmalarının sürdürülebilir olması için düzenleyici ve prosedürel iyileştirmelerin her zaman gerekli olduğu düşünülmektedir.

Yapay Zeka ve Marka Hukuku



Yapay zeka teknolojilerinin marka hukuku üzerindeki etkileri, günümüzde yoğun bir şekilde tartışılan konular arasında yer almaktadır. Bu teknolojilerin beraberinde getirdiği değişiklikler bir yandan tescil süreçleri ve ihlal tespitleri bakımından yenilikçi ve etkili süreçler sağlamakta bir yandan da marka hukukunun temel konseptlerini yeniden değerlendirmeye gerekli kılmaktadır.

Bu yıl da geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi, yapay zeka teknolojilerinin yetkili otoritelerce marka tescil süreçleri ve sair diğer idari işlemlerde kullanımı artarak devam etmiştir. Dünya Fikri Mülkiyet Ofisi'nin ("WIPO") yayınlamış olduğu Endeks'in¹ de ortaya koyduğu üzere, dünya genelinde fikri mülkiyet ofisleri bu teknolojileri zaman/maliyet verimliliğini artırmak, işlemlerdeki isabetliliği ve kurum içi üretkenliği geliştirmek amacıyla kullanmaktadır. WIPO ise, marka başvuru süreçlerinde mal/hizmet listesinin belirlenmesi aşamasında terimleri belirlemeye yardımcı olan "Global Goods & Services Terms Explorer"; teknik belgelerin çevirisini sağlayan "WIPO Translate"; sesli ibarelerin hızlı ve doğru bir şekilde yazıya dökülmesini sağlayan "WIPO Speech-to-Text"; görsel benzerlik araması gerçekleştirmeye imkan tanıyan "Global

Brand Database" gibi pek çok yapay zeka asistanını işlemlerinde verimliliği, doğruluğu ve erişilebilirliği artıracak surette sistemine entegre etmiştir.²

Ülkemizde de 20 Aralık 2024 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Marka Tescil Başvurularına Ait Mal ve Hizmetlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Tebliğ"³ uyarınca Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") tarafından dikkate alınan ve marka tescil başvurularında kullanılan mal ve hizmet sınıflandırmasında, diğer hususların yanı sıra, ilgili teknolojik gelişmelerin listeye yansıtacak surette, bir kısım değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ülkemizde de mehzaz olarak dikkate alınan Nice Sınıflandırma sisteminde yapılan son değişiklikleri de yansıtacak surette, diğer sınıfların yanı sıra, 09. sınıfa da yeni alt sınıflar eklenerek "yapay zekalı insansı robotlar, laboratuvar robotları, eğitim öğretim amaçlı robotlar, güvenliği gözetleyici robotlar" gibi mallar da dahil edilmiştir. Bu husus da ilgili teknolojilerin yaygın kullanımlarını gözetenerek, marka tescil ve koruma süreçlerine entegrasyonunu artıracak önlemlerin alınmakta olduğunu göstermektedir.

Bahsedilmesi gereken bir diğer husus ise bu teknolojilerin kullanımı vasıtasıyla gerçekleşebilecek marka tecavüzü halleridir ki bu durumda hangi tarafın nasıl bir çerçevede sorumlu tutulması gerektiği hususunda bir belirlilik henüz bulunmamaktadır; nitekim bu konuda geçtiğimiz yıl içerisinde yasal bir düzenleme ve/veya bu konuya aydınlık katacak mahkeme kararları henüz oluşturulmamıştır.

Ancak yapay zeka teknolojileri kullanımı ile marka hakkına tecavüz haline değinen “Cosmetic Warriors and Lush v Amazon.co.uk and Amazon EU”⁴ kararındaki yapay zeka sağlayıcılarının ilgili satın alma süreçlerine dahiliet seviyesi ve tüketicinin tercihlerini yönlendirmedeki paylarının olası ihlaller bakımından sorumluluğun belirlenmesi bakımından belirleyici olacağı yönündeki çıkarımların, konuya ışık tutabilecek nitelikte olduğunu değerlendirmekteyiz.

Yapay zeka teknolojilerinin, halihazırda uygulanagelen marka hukuku genel prensipleri bakımından da bir dönüşümü gerekli kıldığı görülmektedir. Nitekim yapay zeka teknolojilerinin yükselişiyle birlikte alışveriş 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.⁵ 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. 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.

Bu kapsamda yapay zekanın marka hukuku ile etkileşimi, koruma kapsamı ve hak ihlalleri hususları mahkemeler tarafından verilecek kararlarla zamanla netlik kazanacak olmakla birlikte; bu süreçte marka sahiplerinin ticari stratejilerini belirlerken bu teknolojinin sağlayabileceği imkanları yakından takip etmeleri, marka tescil portföylerini ilgili teknolojilere dair kullanımlarını kapsayacak surette düzenlemeleri/geliştirmeleri ve ihlale sebebiyet verebilecek durumlardan kaçınacak önlemler almaları büyük önem taşımaktadır.

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.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/12/20241220-6.htm>

⁴ Cosmetic Warriors and Lush v Amazon.co.uk and Amazon EU [2014] EWHC 181 (Ch)

⁵ WIPO Conversation on IP and AI, Second Session, Revised Issues Paper on IP Policy and AI, s. 12.

Çevrimiçi Fikri Mülkiyet Haklarının İhlalleriyle Türkiye’de Hukuki Mücadele Yöntemleri

Fikri ve sinai mülkiyet haklarının çevrimiçi ihlali durumunda çeşitli hukuki yollara başvurulabilir. Bunlar; ihlale karşı ihtiyati tedbir talebi de içerebilecek şekilde ihlalin tespiti, durdurulması, önlenmesi veya ortadan kaldırılması talepli hukuk davası açmak, ya da ceza şikayeti yoluna başvurmak veya uyar-kaldır prosedürüne başvurmak gibi çeşitli hukuki yollar olabilir. Aşağıdaki şemada, çevrimiçi hak ihlallerine karşı başlatılabilecek hukuki yollar özet şekliyle dikkatinize sunulmaktadır:



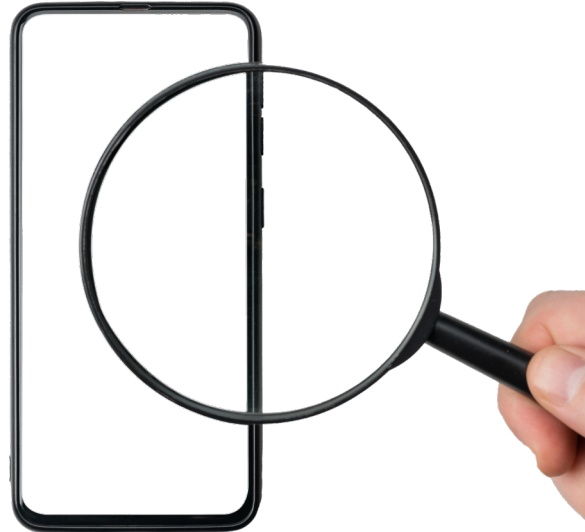
Marka ihlalinin temel yasal dayanağı Sinai Mülkiyet Kanunu’nun (SMK) 7. ve 29. maddelerinde düzenlenmektedir. SMK’nın 29. maddesi uyarınca aşağıdaki fiiller marka hakkını ihlal teşkil etmektedir;

- Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı 7. maddede belirtilen biçimlerde kullanmak.
- Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı veya ayırt edilemeyecek kadar benzerini kullanmak suretiyle markayı taklit etmek.
- Markayı veya ayırt edilemeyecek kadar benzerini kullanmak suretiyle markanın taklit edildiğini bildiği veya bilmesi gerektiği hâlde tecavüz yoluyla kullanılan markayı taşıyan ürünleri

satmak, dağıtmak, başka bir şekilde ticaret alanına çıkarmak, ithal işlemine tabi tutmak, ihraç etmek, ticari amaçla elde bulundurmak veya bu ürüne dair sözleşme yapmak için öneride bulunmak.

- Marka sahibi tarafından lisans yoluyla verilmiş hakları izinsiz genişletmek veya bu hakları üçüncü kişilere devretmek.

Özetle; ürünlerin satışı, dağıtımı, ithalatı, ihracatı veya sunulması yoluyla bir markayı taklit etmek veya ayırt edilemeyecek kadar benzer bir işareti kullanmak SMK uyarınca marka ihlali teşkil edebilmektedir. SMK’nın 7. maddesi ise tescilli marka sahiplerine, markanın çevrimiçi platformlarda alan adı, yönlendirici kod veya anahtar sözcük ya da benzeri biçimlerde kullanılması durumlarını da kapsayacak şekilde, aynı veya benzer işaretlerin izinsiz kullanımını engelleme hakkı tanımaktadır. Bu tür ihlallere karşı; ihlalin tespit



edilmesi, durdurulması ve maddi-manevi zararlara ilişkin tazminat talebi için hukuki yollara başvurulabilir.

Gerekli hukuki şartların ve yargılamaya ilişkin usulü şartların sağlanması durumunda, çevrimiçi ihlale karşı ihtiyati tedbir talebinde bulunulabilir. İhtiyati tedbir talebi dava açılmadan önce esas hakkında görevli ve yetkili olan mahkemeden değişik iş dosyası üzerinden talep edilebileceği gibi esas hakkındaki dava ile birlikte de görevli ve yetkili mahkemeden talep edilebilmesi de mümkündür. İhtiyati tedbir talebinin kabul edilmesi durumunda, karar veren mahkeme ihlale konu internet sitesine veya içeriğe erişim engelleme kararı verebilir. Ancak çevrimiçi içeriğe erişimin engellenmesi yönünde kararlar coğrafi olarak sınırlı olduğundan, ihlale konu çevrimiçi içeriğe yalnızca Türkiye’den erişim engellenebilir; ihlale konu çevrimiçi içeriğe Türkiye dışından erişime devam edilebilir.

Marka hakkına tecavüz fiilleri aynı zamanda cezai yaptırım hükümlerine de tabidir. SMK madde 30 uyarınca başkasına ait marka hakkına iktibas veya iltibas suretiyle tecavüz ederek mal üreten veya hizmet sunan, satışa arz eden veya satan, ithal ya da ihraç eden, ticari amaçla satın alan, bulunduran, nakleden veya depolayan kişi hakkında Savcılık nezdinde ceza şikayetinde bulunulabilir.

Çevrimiçi ihlaller bakımından bir diğer önemli mesele aracı hizmet sağlayıcılar ile yer sağlayıcıların sorumluluğudur. İhlale konu içerikten esas olarak içeriği yayınlayan içerik sağlayıcı sorumludur. Aracı hizmet

sağlayıcılar ve yer sağlayıcılar ise, kural olarak içerik sağlayıcılar tarafından yayınlanan ihlale konu içerikten sorumlu değildir.¹ Ancak, hak sahibinden uygun bir bildirim aldıktan sonra bu tür içerikleri kaldırmazlarsa aracı hizmet sağlayıcıların ve yer sağlayıcıların sorumlulukları söz konusu olabilir. 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik uyarınca; aracı hizmet sağlayıcılar, hizmet sağlayıcılar tarafından sunulan içeriğin hukuka aykırı olduğundan haberdar olması hâlinde, bu içeriği kırk sekiz saati geçmemek üzere gecikmeksizin yayından kaldırmalıdır. Bunun için fikri sınai mülkiyet hakkı ihlal edilen hak sahibinin ihlale ilişkin yeterli ve makul kanıtlarla desteklenen bir bildirim aracı hizmet sağlayıcıya iletmesi gerekmektedir. Geçerli ihlal bildirimine rağmen ihlale konu içeriğin kaldırılmaması veya inceleme neticesinde ihlal teşkil etmediği tespit edilen içeriğin tekrar yayınlanmaması, aracı hizmet sağlayıcılar hakkında idari para cezası uygulanmasına neden olabilir.

2023 yılında, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik’in yukarıda özetlenen hukuki düzenlemelerinin iptali talebiyle Danıştay ve Anayasa Mahkemesi nezdinde başvuruda bulunulmuş; bunun üzerine Danıştay, ilgili düzenlemelerle ilgili yürütmenin durdurulması kararı almıştır. Ancak Danıştay tarafından

henüz nihai bir karar verilmemiştir. Öte yandan Anayasa Mahkemesi tarafından da kanunun ilgili maddelerini iptali başvurusu hakkında henüz karar verilmemiştir. Böylece anılan hukuki düzenlemeler hakkında henüz nihai olarak iptal kararı verilmemiş olmakla birlikte yürürlüğü durdurulmuş olduğundan bu düzenlemelerin uygulamasının geçici olarak durdurulmuş olduğunu söyleyebiliriz.

Sonuç olarak Türkiye’deki yasal düzenlemeler çevrimiçi fikri sınai mülkiyet haklarının ihlallerine karşı hukuki, cezai ve idari yollar üzerinden çok yönlü ve güçlü hukuki düzenlemeler sunmaktadır. Sınai Mülkiyet Kanunu ve Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, marka sahiplerine markalarının izinsiz kullanımı ve ihlali ile mücadele konusunda uyar-kaldır yöntemlerinden ihtiyati tedbirlere kadar çeşitli hukuki koruma yöntemleri sağlamaktadır. Ancak, devam eden iptal süreçleri ve yürürlüğü durdurulan hükümler nedeniyle bu düzenlemelerin hukuki uygulaması bakımından çeşitli zorluklar yaşanabilmektedir. Türkiye dijital çağın gereklerine uyum sağlamaya devam ederken, hukuki uygulamaları yenilik ve erişimle dengelemek, fikri sınai mülkiyet haklarının etkin bir şekilde korunması için kritik önem taşımaktadır.

¹ 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun “(1) Yer sağlayıcı, yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir. (2) Yer sağlayıcı, yer sağladığı hukuka aykırı içeriği bu Kanunun 8 inci ve 9 uncu maddelerine göre haberdar edilmesi hâlinde yayından çıkarmakla yükümlüdür.

Sahte Otomotiv Yedek Parça Sektörü ile Mücadelede Otomotiv Birlikleri-Hukuk Büroları İşbirliğinin Kazandırdıkları

Otomotiv Yedek Parça ve Dağıtım Ekosistemi Otomotiv sektörü; son kullanıcılara doğrudan ulaşmayan, oldukça teknik olan ürünlere dayanmaktadır. Bu ürünler, orijinal ürünlerin son kullanıcıya ulaşmasını sağlamada önemli bir rol oynayan bayiler, araç bakım merkezleri, tamirciler ve yetkili satıcılar aracılığıyla dağıtılmaktadır. Örnek vermek gerekirse; yedek parça değişimi, yağ değişimi ve sistem güncellemeleri gibi temel yıllık bakım faaliyetleri, bu aracı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu aktörlerden biri orijinal ürünleri tedarik edemezse, sahte olan ürünlerin tedarik zincirine girme olasılığı artacak ve bu durum son kullanıcıları olumsuz yönde etkileyecektir.

Sahte Otomotiv Yedek Parçalarına İlişkin Riskler

Otomotiv sektöründe piyasada bulunabilen sahte ürünler, ürün iadelerinin artmasına, tüketici şikâyetlerine ve markaların itibarının zedelenmesine yol açmak suretiyle otomotiv şirketleri aleyhine sonuçlar doğurmaktadır. Nihai tüketicilerin güvenliği açısından bakıldığında ise, sahte ürün bileşenleri arızalara neden olarak araçların bozulmasına ve, daha da önemlisi, kazalara yol açabilmektedir. FİCCİ CASCADE (Hint Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonu - Kaçakçılık ve Sahtecilik Faaliyetlerine Karşı Komite)'e göre, Hindistan'da trafik kazalarının yaklaşık %20'si sahte otomobil parçaları nedeniyle yaşanmaktadır. Tüm bunların yanı sıra, sahte ürünler kamu sağlığı ve çevre güvenliği üzerinde başkaca olumsuz etkilere de yol



açabilir. Örneğin, sahte hava filtreleri emisyon standartlarına uymaması nedeniyle, hava kirliliğine katkıda bulunabilir. Standardın altında bir kaliteye sahip malzemelerden üretilen fren balataları durma gücünü azaltarak, hem sürücülerini hem de yayaları tehlikeye atabilmektedir. Sahte yağlayıcılar motor hasarına yol açarak, araç ömrünü kısaltabilir ve bakım maliyetlerini artırabilir. Bu gibi unsurlar, ilgili paydaşların sahteciliğe karşı ortak hareket etmesini zorunlu kılmaktadır.

Bayiler, bakım hizmeti sağlayıcılar ve tamir-onarım uzmanları, sadece orijinal parçaların dağıtılmasını ve kullanılmasını sağlayarak araçların bütünlüğünün ve tüketici güvenliğinin korunmasına yardımcı olurlar. Sahte ürünler, yalnızca otomotiv tedarik zincirini bozmakla kalmaz; aynı zamanda ilgili şirketler/marka sahipleri için yasal ve mali yükümlülükler

getirir. Bu riskleri etkili bir şekilde en aza indirebilmek için endüstri birlikleri, avukatlar ve marka temsilcilerini dâhil olduğu, kapsamlı bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

İlgili Paydaşların Sorumlulukları

Otomotiv ve Satış Sonrası konularıyla iştigal eden birlikler, sahte otomotiv ürünleriyle mücadelede çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu kuruluşlar, birlikte çalışan birden fazla marka sahibinden oluşmaları sebebiyle, kapsamlı teknik uzmanlığa ve pazar bilgisine sahiptir. Beraberce sahip oldukları bilgi birikimi ve geniş perspektif, sektör genelindeki sahtecilik eğilimlerini ve ortaya çıkabilecek tehditleri belirleyebilmelerini sağlar.

Sahte ürün dağıtıcıları, tek bir markanın ürünlerine yer vermek yerine, genellikle bir araç için gerekli çeşitli ürünleri sunabilmek amacıyla, birden fazla markadan çeşitli parçalar tedarik ederler. Bu durum, yaptırımlara yönelik çabaları daha da karmaşık hale getirmektedir. Birlikler, sektörel öngörülerini marka temsilcilerinin ve hukuk bürolarının alan uzmanlıkları ile birleştirerek, stratejik rehberlik sağlarlar. Bu işbirliği, yasal işlemlerin doğru belirlenmiş ve etkili olmasını sağlamakta, yaptırım uygulamalarına ilişkin çabaları güçlendirmektedir; böylelikle, tüketici zararı azaltılabilir ve sahteciliğe ve sahtecilik yapanlara karşı mücadele güçlenir.

İşbirliğinin ve Ortak Eylemlerin Önemi

Sahte ürünlerle mücadelede en etkili önlemlerden biri, ortak eylem baskınlarının

düzenlenmesidir. Birlik ve avukatların işbirliği, eş zamanlı olarak farklı markalara ilişkin birden fazla sahte ürünün hedef alınabilmesine olanak sağlar. Somut örnek vermek gerekirse; geçen yıl, ortak eylemler sayesinde Türkiye’de milyonlarca sahte dizel motorlara ilişkin parça, rulman, filtre ve diğer önemli otomotiv parçalarının ele geçirilmiştir. Bu tür büyük ölçekli operasyonlar, sahte ürünlerin tedarik zincirlerini birden fazla düzeyde kesintiye uğratarak, yaratacağı etkiyi en üst düzeye çıkartmaktadır.

Ayrıca; bu birlikler, sektör-îçi ağlarını ve sahadan gelen istihbaratı, yaptırım işlemlerinin daha verimli bir şekilde yapılabilmesine imkân sağlayacak biçimde değerlendirebilmektedir. Paydaşlarla doğrudan ve dinamik bir iletişim içinde oldukları için, hukuk bürolarının ve marka temsilcilerinin yüksek risk alanlarını ve kilit sahte ürün tedarikçilerini belirlemede yardımcı olurlar. Bu yöntem, sahtecilik tehditlerine karşı daha kesin ve etkili bir yanıt verilebilmesini sağlamaktadır.

Birlikler ve hukuk büroları arasında oluşan işbirliğinin yarar sağladığı bir diğer değerli girişim ise, sahte ürün ihbar hatlarının kurulmasıdır. Bayiler, tamirciler ve diğer sektör paydaşları, sahte olduğundan şüphelendikleri ürünleri ihbar edebilmekte ve böylece kolluk ve yaptırım kurumlarının hızlı hareket etmesini sağlanabilmektedir. Bu uygulama, sadece sektördeki farkındalığı artırmakla kalmaz, aynı zamanda yetkili satıcıları sahtecilikle mücadeleye aktif olarak katılmaya teşvik eder.

Mesela, rutin yıllık araç bakımı sırasında, bir tamirci araçta sahte bir bileşen tespit edebilir, bu da derhal bir soruşturma yapılmasına ve ardından yaptırım uygulanmasına yol açabilir. Bu tür işbirliklerinin getirdiği faydalar arasında ele geçirilen sahte ürün sayısında artış yaşanması, sektörün bilgi birikiminin artması ve ortak eylemler yoluyla uygun maliyetli önleyici ve yaptırıma yol açacak uygulamaların çoğalması sayılabilir. Bu gibi uygulamalar, yüksek kaliteli ve güvenilir ürünlerden faydalanacak son kullanıcılar başta olmak üzere, tüm paydaşlar için olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Çevre kirliliğine ve araç arızalarına yol açan sahte parçalara karşı (kusurlu hava filtreleri gibi) önlemler almak, halk sağlığına da olumlu yönde etki edecektir. Ortak eylemler sadece sahte ürün üreticileri, toptancıları ve ithalatçılarına karşı değil, aynı zamanda perakende düzeyinde de etkilidir. Küçük ölçekli sahte ürün perakendecilerine yönelik yaptırımlar da oldukça etkilidir; birden fazla marka sahibi, birlikte şikâyetle bulunabilir, bu eylem sahte ürün dağıtımçıları üzerindeki baskıyı artırır ve böylelikle geniş çaplı bir yaptırım etkisi doğar.

Sonuç

Sahte otomotiv parça veya ürünleriyle mücadelede sektör birlikleri ve deneyimli hukuk büroları arasındaki işbirliği oluşması elzemdir. Bu paydaşların teknik uzmanlıkları, pazara dair bilgileri ve hukuki bilgileri bir araya geldiğinde daha da güçlenecek ve marka sahiplerini, sektör paydaşlarını ve

son kullanıcıları korumak için etkili ortak eylemler gerçekleştirebileceklerdir. Uygulama tedbirlerinin (ortak baskınlar ve sahte ürün ihbar hatları gibi) başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi, koordineli bir yaklaşımın pazar saygınlığını önemli ölçüde artırdığını göstermektedir. Bu tür çabaların yalnızca şirketleri veya marka sahiplerini mali ve itibar kayıplarından korumakla kalmaz; kamu ve tüketici güvenliği ile çevrenin korunmasına da katkıda bulunmakta olduğu unutulmamalıdır.

¹ 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun "(1) Yer sağlayıcı, yer sağladığı içeriği kontrol etmek veya hukuka aykırı bir faaliyetin söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir. (2) Yer sağlayıcı, yer sağladığı hukuka aykırı içeriği bu Kanunun 8 inci ve 9 uncu maddelerine göre haberdar edilmesi hâlinde yayından çıkarmakla yükümlüdür.

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 SİLA KAYALICA
YÖNETİCİ AVUKAT

dilan.aslan@gun.av.tr



DİRENÇ BADA
YÖNETİCİ AVUKAT

direnc.bada@gun.av.tr



İREM GİRENŞ YÜCESOY
YÖNETİCİ AVUKAT

irem.girenş@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

İLETİŞİM



HAVVA YILDIZ
KIDEMLİ AVUKAT

havva.yildiz@gun.av.tr



KENDAL BASUT
KIDEMLİ AVUKAT

kendal.basut@gun.av.tr



MERVE ÇİMEN SEVİNE
KIDEMLİ AVUKAT

merve.cimen@gun.av.tr



SELİN BİLİK
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 gelmek 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.

