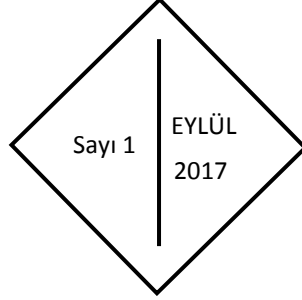




## RÖPORTAJ

**Cemil BAŞPINAR**  
**İlayda YILDIRIM**

## PATENT

**Göktuğ YAZICI**

## MARKA

**Elif YAŞIYAN ÖZMEN**  
**Mevlûdiye ALAF**  
**Merve TOPALOĞLU**

## COĞRAFI İŞARET

**Gonca ILICALI**

## ETKİNLİK

**Sinai Mülkiyet Kanunu  
Kapsamında Marka ve  
Patent Mevzuatındaki  
Değişiklikler ve  
Uygulamadaki  
Yenilikler  
Sempozyumu**

# İçindekiler

01

Önder Erol ÜNSAL

BAŞKANIN MESAJI

02

Prof. Dr. Habip ASAN

TÜRK PATENT VE MARKA  
KURUMU BAŞKANI  
PROF. DR. HABİP ASAN'IN  
MESAJI

03

Kapak

SINAI MÜLKİYET KANUNU KAPSA-  
MINDA MARKA VE PATENT MEV-  
ZUATINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER VE  
UYGULAMADAKİ YENİLİKLER  
SEMPOZYUMU

04

Cemil BAŞPINAR

RÖPORTAJ

07

Elif YAŞIYAN ÖZMEN

MARKA HUKUKU BAKIMIN-  
DAN İYİNİYET VE KÖTÜNİYET  
KAVRAMLARI İLE DÜRÜSTLÜK  
VE HAKKIN KÖTÜYE KULLANIL-  
MASI KAVRAMLARININ DEĞER-  
LENDİRİLMESİ

10

İlayda YILDIRIM

RÖPORTAJ

12

Göktuğ YAZICI

PATENT KALİTESİ TESPİTİ  
NEDİR, NEDEN ÖNEMLİDİR,  
NASIL ÖLÇÜLÜR?

14

Mevlûdiye ALAF

MARKA HAKKININ MİRAS  
YOLUYLA İNTİKALI

21

Kubilay ÖZDEMİR

ALICANTE ACI VATAN

24

Merve TOPALOĞLU

İDARİ KARARLARLA  
MARKA HAKKININ  
KISITLANMASI

27

Gonca ILICALI

"GELENEKSEL ÜRÜN ADI" İLE  
YENİ BİR BAŞLANGIÇ  
YAPALIM!

32

Coşar ERÜNLÜ  
Mert KIYAN

RESFEBE



**Marka ve Patent Uzmanları Derneği'nin (MAPADER) kuruluşu için yola çıkarken aklımızda yer alan projelerden birisi de, üyelerimizin mesleki, entelektüel ve kültürel birikimlerini aktarabilecekleri yayınlar oluşturabilmektir. Bugün bu hedefimizin ilk somut adımını atmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Derneğimizin elektronik bülteni MAPADERGİ ilk sayısı ile okuyucularla buluşuyor.**

2015 yılında MAPADER kurulurken çalıştığımız kurum Türk Patent Enstitüsü görev unvanlarımız ise Marka veya Patent Uzmanı / Uzman Yardımcısı idi. Ocak 2017'den bu yana Türk Patent ve Marka Kurumu'nda Sınai Mülkiyet Uzmanı / Uzman Yardımcısı olarak çalışıyoruz. Bu değişiklikler ana çalışma konumuzu ve derneğimizin amaçlarını değiştirmedir. MAPADER, Türk Patent ve Marka Kurumu'nda çalışan uzman ve uzman yardımcıları arasındaki birlik ve beraberliği, yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamak, üyelerinin hak ve menfaatlerini korumak ve geliştirmek, üyelerinin mesleki bilgilerinin artırılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmak, meslek ile ilgili konularda araştırmalar ve incelemeler yapmak ve yayınlamak, üyelerinin meslekleriyle ilgili alanlarda ulusal veya uluslararası projeler yürütmek veya yürütülen projelere katılmak ve mes-

leki sorunların çözümüne ilişkin önerilerde ve yayınlarda bulunmak amacıyla kurulmuştur.

Kuruluştan bu yana geçen iki yılı aşkın süre içinde başardığımız ve henüz başaramadığımız amaçlarımız mevcut. Henüz gerçekleştiremediğimiz amaçlarımız için biraz daha sabretmemiz ve derneğimizin daha yerleşik ve kurumsal hale gelmesini sağlamamız gerektiğini biliyoruz. Bununla birlikte nispeten kısa bir süre sayılabilecek iki buçuk yıl içerisinde derneğimizin tanıtımını ve bilinirliğini sağlayabildiğimizi düşünüyoruz. Derneğimizin geçmiş dönem faaliyetlerinin ve dernek üyeleri, yönetim kurulu, amaçları hakkında detaylı bilginin [www.mapader.org](http://www.mapader.org) adresinde görülmesi mümkündür.

MAPADERGİ'nin yazarları ve bülteni hazırlayanların tamamı derneğimizin üyeleri ve bültenimiz hazırlanırken dışarıdan profesyonel bir destek almadık. Gelecek sayılarda içeriği, formatı üyelerimizden ve okuyucularımızdan gelecek geri bildirimler çerçevesinde geliştirmeyi ve değiştirmeyi planlıyoruz. İlk sayıda karşınıza çıkabilecek olası hata veya aksaklıklardan dolayı affınıza sığınıyoruz.

Bültenimiz için yazı ve içerik sağlayan yazarlarımıza, bizi bu yolda destekleyen üyelerimize, dernek yönetim kurulumuza, faaliyetlerimizde desteklerini esirgemeyen kurum yöneticilerine özellikle de Kurum Başkan Yardımcımız ve üyemiz Sn. Cemil Başpınar'a ve ilk sayımız için destek temennilerini yazılı olarak ileten Kurum Başkanımız Sn. Prof. Dr. Habip Asan'a çok teşekkür ediyoruz.

Sevgi ve saygılarımızla,

**Önder Erol ÜNSAL**

**MAPADER Yönetim Kurulu Başkanı**



Ülkemizde sınai mülkiyet alanında tek yetkili kurum olan Türk Patent ve Marka Kurumu olarak Kanun ile bize verilmiş görevleri yerine getirmek için kariyer meslek mensupları olan sınai mülkiyet uzman ve uzman yardımcılarını istihdam etmekteyiz.

Oldukça titiz ve zorlu seçim aşamalarından geçerek Türk Patent ve Marka Kurumunda sınai mülkiyet uzman yardımcısı olarak görevlendirilen bu kişiler 3 yıllık süre içerisinde hazırladıkları tezlerini yönetime sunarak uzmanlıklarını elde etmektedirler.

Gerek tez aşamasında, gerek kurumda geçirilen hizmet sürecinde, paydaşlarla gerçekleştirilen işbirliği faaliyetlerinde, ulusal ve uluslararası seviyede üstlenilen görevlerde edinilen bilgi, birikim ve tecrübenin, bilinçli ve sistemli bir şekilde değerlendirilerek birleştirilmesi, yeni meslek mensuplarının ve diğer ilgililerin bu birikimden faydalanabilmesinin sağlanması, mesleğin ve sınai mülkiyet alanının gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır.

2015 yılında kurulan ve üyelerini Türk Patent ve Marka Kurumu'nda uzman ve uzman yardımcılığı yapmış veya yapmakta olan kişilerin oluşturduğu MAPADER'in sınai mülkiyet uzmanlığında mesleki örgütlenme konusundaki boşluğu gidermek amacıyla üstlendiği misyon, zaman içerisinde sınai mülkiyet alanına önemli katkılar sağlayacaktır.

MAPADER'in çatısı altında oluşturulan dayanışma, tartışma ve paylaşım ortamının sınai mülkiyetin sürekli değişen ve gelişen dinamik yapısı nedeniyle ortaya çıkabilecek sorunların zamanında tespit edilerek uygun çözüm yöntemlerinin oluşturulması, hatta muhtemel sorunların ortaya çıkmadan öngörülmesiyle alınacak ortak akıl tedbirleriyle ülkemizde sınai mülkiyetin gelişimine daha da ivme kazandıracağına inanıyorum.

Yayın hayatına yeni başlayan elektronik dergisinin, MAPADER'in sesini sınai mülkiyet ile ilgili kitlelere duyurmasında, hedeflerine ulaşmasında etkili ve faydalı olması temennisiyle çalışmalarınızda başarılar diliyorum.

Prof. Dr. Habib ASAN  
Türk Patent ve Marka Kurumu Başkanı



# YENİ SINAI MÜLKİYET KANUNU SEMPOZYUMU

Ankara - İstanbul



6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe girmesiyle hız kazanan bilgilendirme etkinliklerinin en önemlisi, MAPADER, Türk Patent ve Marka Kurumu ve Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği (AIPPI Türkiye) işbirliğiyle 1 ve 7 Haziran 2017 tarihlerinde Ankara ve İstanbul'da düzenlendi. "Sınai Mülkiyet Kanunu Kapsamında Marka ve Patent Mevzuatındaki Değişiklikler ve Uygulamadaki Yenilikler" konulu sempozyumlarda kurum çalışanı ve marka-patent vekili uygulayıcılar yeni kanun hakkındaki bilgi, deneyim ve beklentilerini dinleyicilerle paylaştılar. Sempozyumlar sınai mülkiyet çevrelerince yoğun ilgiyle karşılandı ve iki ayrı şehirde düzenlenen sempozyumlara 500 civarı katılımcı iştirak etti. Sempozyumlarda yapılan sunumlara <http://www.mapader.org/smk-2017> adresinde erişim mümkündür.



*Sevgi KAPUCU*

### **Türk Patent ve Marka Kurumu ile yolunuz nasıl kesişti?**

O dönemki adıyla Türk Patent Enstitüsünde çalışma düşüncesinin bende ilk ortaya çıktığı anı, az çok hatırlıyorum. 2004 sonbaharında İstanbul'un Vefa semtinden tarihi Bozdoğan kemerine çıkan caddede bir arkadaşım ile yürürken kurumun açtığı sınava dair aramızda geçen konuşma, benim açımdan işe girme sürecinin başlangıcı oldu.

Başvuruyu takip eden süreçte Ankara'ya dört kez geldim. İki kez bizim kurumun yazılı ve sözlü sınavları için, iki kez de başka bir kurumun sınavları için. Ankara'nın çok soğuk geçen kışlarındandı. Bu gidiş gelişlerin biraz sıkıntılı olduğunu hatırlıyorum. Buna mukabil sınavlar iyi geçiyordu. Neticede internet sitemizde yayınlanan listede ismimi görmemle yeni bir dönem başlamış oldu. 31 Aralık sabahı benimle

aynı gün Kalkınma Bakanlığında işe başlayan başka bir arkadaşım ile İstanbul'dan Ankara'ya gelerek göreve başlamış oldum.

### **Mesleğinizi seviyor musunuz?**

İdari görevimi bir kenarda tutarsam bizim mesleğimiz, büyük ölçüde kurumumuzla özdeşleşmiş bir meslek. O bakımdan yaptığımız işe olan bakışımızla kurumumuz hakkındaki düşüncelerimizin büyük ölçüde benzerlik gösterdiğini düşünüyorum.

12 yıl boyunca kurumun farklı birimlerinde çalışma imkanı buldum. Özellikle son dönemde yaptığım işlerin mahiyeti, beni kurumun varlığı, faaliyetlerinin anlamı ve büyük Türkiye fotoğrafı içerisinde nerede durduğu gibi konular üzerinde çokça düşünmeye sevk etti. Bugün geldiğim noktada, işimi yaparken duyduğum heyecan, kurumumuza olan aidiyet duygusu ve ülkemize dair duygu ve düşünceler bende iç içe geçmiş ve birbirini besleyen ve tamamlayan katmanlar halindedir.

### **Kurumumuzun bulunduğu konumdan memnun musunuz?**

Türk Patent ve Marka Kurumunun dinamik ve sürekli gelişen bir kurum olduğunu düşünüyorum. Özellikle son yıllarda istihdam edilen personelle birlikte kurumun genç insan kaynağı ve dolayısıyla dinamizmi daha da arttı.

Uluslararası patent araştırma ve inceleme otoritesi başta olmak üzere, uluslararası alanda elde ettiğimiz kazanımlar kurumumuzun hem yurt içinde hem de yurt dışında itibarını çok daha iyi bir noktaya taşıdı. Nihai olarak uzun yıllardır beklenen Sınai Mülkiyet Kanununun yasalaşması ve akabinde ikincil mevzuat çalışmalarının ta-





“**ÖZELLİKLE SON  
DÖNEMDE YAPTIĞIM  
İŞLERİN MAHİYETİ,  
BENİ KURUMUN  
VARLIĞI, FAALİYETLERİ-  
NİN ANLAMI VE  
BÜYÜK TÜRKİYE  
FOTOĞRAFI İÇERİSİNDE  
NEREDE DURDUĞU GİBİ  
KONULAR ÜZERİNDE  
ÇOKÇA  
DÜŞÜNMEYE SEVK ETTİ.**

mamlanması, Türk Patent ve Marka Kurumunun öncülüğünde sınai mülkiyet sisteminin tüm taşlarının yerli yerine oturduğu bir döneme taşıdı bizleri. "Her şey ben yaşarken oldu, bunu bilsin insanlar" diye başlayan bir İsmet Özel şiiri var. Son bir yıl içerisinde sınai mülkiyet özelinde ifade ettiğim gelişmelere tanıklık eden kişiler olarak böyle bir metaforu bizler de kullanabiliriz.

#### **Mesleğinin başındaki uzman/uzman yardımcılarınıza neler önerebilirsiniz?**

Her birimiz yaptığımız işin, kurumumuza kanunla verilmiş görevlerin ve halkımıza sunmuş olduğumuz hizmetlerin bir parçası olduğunu biliyoruz. Dolayısıyla mesleğinin başlangıcında olan arkadaşlara ilk tavsiyem şu olabilir: Öncelikle kendilerine verilmiş olan görevleri eksiksiz yerine getirmenin yanı sıra, bir parçası oldukları kurumun bir bütün olarak nereye gittiğini, ne tür çalışmalar yürüttüğünü yakından takip etmeleri ve kurumun gerçekleştirdiği faaliyetlere aktif katılım sağlamaları. Bu yaklaşım kuruma olan aidiyetin güçlenmesine de önemli katkı sağlayacaktır. İkinci bir öneri olarak,

uzman ve uzman yardımcılarımızın yazı yazma konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmelerini tavsiye ederim. Üslub-u beyan, aynıyle insan" şeklinde meşhur bir sözümüz var. Bunun da ötesinde devlet memurunun alamet-i farikalarından birinin görev alanlarıyla ilgili ihtiyaç duyulan yazışmaları hızlı ve pratik bir şekilde yapması olarak görüyorum. Tabii burada resmi yazışmaların yanı sıra, rapor, sunum, bilgi notu hazırlama ve İngilizce yazışma gibi konuları da bir bütün olarak düşünmek gerek. Bu noktada özellikle tez yazımına henüz başlamamış olan arkadaşlarımız, bu süreci bir fırsat olarak görebilirler.

Yaptığımız tüm işleri belirli mevzuat çerçevesinde gerçekleştirdiğimiz için arkadaşlarımızın derinlikli bir mevzuat bilgisine sahip olmalarının ve sınai mülkiyetin kendi çalışma alanları dışında kalan konuları hakkında belirli düzeyde bilgi sahibi olmalarının da önemli ve gerekli olduğunu düşünüyorum. .

#### **Mesleğiniz dışında kendinize vakit ayırdığınızda neler yapmaktan hoşlanırsınız?**

Hâlihazırda yaptığım işlerin dışında düzenli ve yo-

ğün bir şekilde vakit ayırdığım bir uğraş söz konusu değil. Daha eski yıllarda, özellikle Ankara'daki ilk yıllarımda yabancı dil öğrenmek için zaman ayırdığım dönemler oldu. Yine üniversite yıllarında uzun süre hat sanatı eğitimi almışlığım var. Fırsat buldukça bununla ilgili karalama tabir edilen egzersizler yapıyorum.



### MAPADER hakkında neler düşünüyorsunuz?

MAPADER'i ve çalışmalarını hiç kuşkusuz faydalı ve önemli buluyorum. Kurumun uzman kapasitesinin büyük artış gösterdiği bir dönemde derneğin teşekkül etmesi ayrıca önem arz ediyor. Zira uzman sayısı arttıkça bilgi ve tecrübe paylaşımının, iletişimin ve dayanışmanın önemi daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Derneğin iddialı söylemler yerine, kuruluş amacına uygun, ayakları yere daha sağlam basan ve zamana yayılmış çalışmalara odaklanmış olmasını önemsiyorum. Nitekim bu tarz oluşumların temel açmazlarından biri kuruluş aşamasındaki motivasyonun zamanla azalması ve faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanamaması olmaktadır. Ancak MAPADER'in 2,5 yıllık geçmişine ve bugün geldiği noktaya baktığımızda bunun tersi bir tecrübeyle karşı karşıya olduğumuzu görüyoruz.



# MARKA HUKUKU BAKIMINDAN İYİNİYET VE KÖTÜNİYET KAVRAMLARI İLE DÜRÜSTLÜK VE HAKKIN KÖTÜYE KULLANILMASI KAVRAMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ



Elif YAŞIYAN ÖZMEN

Sınai Mülkiyet Uzmanı

İyiniyet ve kötünियet ile dürüstlük ve hakkın kötüye kullanılması kavramları, ortak kökenlere sahiptir.<sup>1</sup> Kıta Avrupası Hukuk Sisteminin temeli sayılan Roma Hukukunda her iki kavram için de "bona fides" (iyiniyet) ifadesi kullanılmıştır. İki ilkenin temelinde de doğru, dürüst ve namuslu davranma fikri yatsa da, kavramlar karşılık geldikleri anlam ve işlevleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır.

Dürüstlük kuralı, tüm hakların kullanılmasında ve borçların yerine getirilmesinde hukuka, toplumda benimsenen ahlak anlayışına, örf ve adet kurallarına ve doğruluk ilkelerine uygun davranma şeklinde tanımlanabilecek bir ilke iken iyiniyet, bir hakkın ya da bir hukuki sonucun doğması bakımından var olan bir engel, bir eksiklik ya da benzeri bir olay hakkında bilgi sahibi olmama

veya yanlış bilgi sahibi olmayı ifade etmektedir. Başka bir deyişle, dürüstlük kuralı hakların kullanımı ve borçların yerine getirilmesi ile ilgili iken iyiniyet kuralı bir hak ya da hukuki bir sonuç elde etmeye ilişkin sonuçları düzenlemektedir. Dürüstlük kuralına uyup uyulmadığı tespit edilirken hakkın veya hukuki sonucun elde edilip edilmediği araştırılmamaktadır.<sup>2</sup> Bu açıdan bakıldığında, dürüstlük kuralı iyiniyet kuralına göre daha geniş ve uygulama alanı daha fazla olan bir ilke niteliğindedir.

**TMK'DA GEÇEN İYİNİYET HÜKMÜ, KANUNDA ÖNGÖRÜLDÜĞÜ TAKDİRDE, BİR HAKKIN KAZANILMASI İÇİN GEREKLİ UNSURLAR MEVCUT OLMAMASINA RAĞMEN SÖZ KONUSU HAKKIN GEÇERLİ OLARAK KAZANILMASINI SAĞLAMAKTADIR.**

Dürüstlük kuralı ile genel ve katı olan hukuk kurallarının uygulanmasında esneklik sağlanarak kısıtlama getirilmesi ve bu sayede menfaatler dengesine ve

hakkaniyete uymayan sonuçların ortaya çıkmasının önlenmesi amaçlanmaktadır.<sup>3</sup>

İyiniyet ilkesi ile amaçlanan ise toplum ilişkilerindeki ve hukuki işlemlerdeki düzeni ve güveni korumaktır.<sup>4</sup> Her ne kadar farklı kavramlar olsalar da tüm özellikleri göz önünde bulundurulduğunda her iki ilkenin de düzenleyici ve dengeleyici karakterlere sahip olduğu görülmektedir.

İki ilke de Türk Medeni Kanunu'nun (TMK) başlangıç hükümleri arasında yer almaları nedeniyle hukukun en temel kurallarından olup dayanaklarını kamu düzeninin korunması prensibinden almaktadır. Ancak, dürüstlük kuralı özel hukukun tüm alanlarında uygulama alanı bulurken iyiniyete sadece "kanunun iyiniyete hukuki bir sonuç bağladığı durumlarda" başvurulabilmektedir.

<sup>1</sup> Yılmaz, Tuğsan, Türk Hukukunda İyiniyet ve Dürüstlük Kavramı, (<http://www.tugsanyilmaz.av.tr/genel/turk-hukukunda-iyiniyet-ve-durustluk-kavrami>, 11.05.2015); Arslan, Medeni Usul Hukukunda Dürüstlük Kuralı, Ankara 1989, s.56; Akipek/Akıntürk/Ateş Karaman, Türk Medeni Hukuku, Başlangıç Hükümleri Kişiler Hukuku, S. I, 9. Baskı, İstanbul 2012, s. 166.

<sup>2</sup> Zevkliler, Acabey /Gökyayla, Yeni Medeni Kanuna göre Medeni Hukuk (Temel Bilgiler), Ankara 2012, 7. Baskı, s. 150.

<sup>3</sup> Dural/Sarı, Türk Özel hukuku, Cilt I, Temel Kavramlar ve Medeni Kanunun Başlangıç Hükümleri, İstanbul, 2012, s. 225; Yara-yan, Türk Medeni Hukuku Temel Bilgiler, Ankara 2013, s. 146; Oğuzman/Barlas, Medeni Hukuk, Giriş Kaynaklar Temel Kavramlar, 18. Baskı, İstanbul 2012, s. 246; Zevkliler, Acabey /Gökyayla, s. 146.

<sup>4</sup> Akipek/Akıntürk/Ateş Karaman, s. 159; Oğuzman/Barlas, s. 235; Zevkliler/Ertas/Havutçu, Gürpınar, Yeni Medeni Kanuna göre Medeni Hukuk (Temel Bilgiler), Ankara 2012, 7. Baskı, s. 51.

TMK'da geçen iyiniyet hükmü, kanunda öngörüldüğü takdirde, bir hakkın kazanılması için gerekli unsurlar mevcut olmamasına rağmen söz konusu hakkın geçerli olarak kazanılmasını sağlamaktadır. Bu durumda kişi gerekli unsurların mevcudiyetini bilmediği veya bilebilecek durumda olmadığı halde söz konusu hakkı geçerli bir şekilde kazanmış olmaktadır.

İyiniyete hukuki sonuç bağlanan haller hukuki ilişkilerin özellikleri ve hukuki ilişkilerdeki menfaat durumu dikkate alınarak kanun koyucu tarafından düzenlenmiştir. Bununla birlikte, bazen kanun koyucu iyiniyet yerine kötüniyete hukuki bir sonuç bağlama yoluna da gidebilmektedir.<sup>5</sup> 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nda (SMK), kötüniyetli tescilin bir itiraz nedeni olarak düzenlenmesi ile iradenin bu yolu tercih ettiği anlaşılmaktadır.

SMK'da marka başvurusunun kötüniyetle yapılmış olması, m. 6/9 "Kötüniyetle yapılan marka başvuruları itiraz üzerine reddedilir." hükmü ile bir itiraz nedeni olarak öngörülerek, tescil engeli olarak düzenlemiştir. Olayın niteliği elveriyorsa, kötüniyet gerekçesi mutlak ve nispi ret nedenlerinin yanında da öne sürülebilmektedir. Bu durumda muteriz yalnızca kötüniyetin varlığını ispatlasa dahi başvurunun reddi için yeterli dayanağı oluşturabilecektir.

Söz konusu madde hükmünde düzenlenen itiraza, markanın yasada belirlenen varlık ve kullanış amacına aykırı olarak tescil başvurusunda bulunulan, başka bir deyişle, yedekleme ve marka ticareti yapma amacına sahip veya şantajla yönelik markalar ile bir markanın gelecekte kullanılması için ciddi çalışmalar yapıldığını bilen bir kişinin, sırf başkasına zarar vermek ya da kendi adına tescil ettirdiği markayı daha sonra yüksek bedel karşılığında satmak gayesiyle tescil başvurusunda bulunduğu markalar konu olmaktadır.<sup>6</sup>

İlgili madde, belirli bir zaman dilimindeki kötüye kullanımlara karşı itiraz hakkı sağlaması itibarıyla münhasır ve sınırlı bir nitelik göstermektedir. Söz konusu itiraz hakkından yararlanabilmek için başvuru sahibinin müracaat aşamasında kötüniyetli olması ve başvuruyu kötüniyetle yapması şarttır. Başvuru tarihinden sonra meydana gelen olaylar da mevcut durumun aydınlanmasında yardımcı olabilir ancak asıl değerlendirilmesi gereken nokta başvuru tarihidir.

SMK'da her ne kadar kötü niyetle yapılan marka başvuruları bakımından TMK m. 3'e açık bir atıf bulunmasa da, hakkın

kazanılması sırasında var olan kötüniyet öğretide TMK m. 3 kapsamında ele alınabilecek SMK m. 6/9 çerçevesinde değerlendirilmektedir. Hakkın geçerli bir şekilde kazanılmasından sonra diğer bir deyişle markanın kullanımı<sup>7</sup> sırasında ortaya çıkan kötüniyet ise TMK m. 2 kapsamında incelenmektedir.<sup>8</sup>

Kötüniyetle yapılan marka başvuruları aynı zamanda doğruluk ve dürüstlük kurallarına aykırı olmaları hasebiyle marka hukukunda hakkın kötüye kullanılması hallerine de işaret etmektedir. Bu bakımdan kötüniyetle ilgili düzenleme yorumlanırken, düzenlemenin hakkın kötüye kullanılması yasağına paralellik arz ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. Şöyle ki, markanın sadece meşru olmayan amaçların elde edilmesi

7 Markanın kullanılması ve hangi hallerin kullanma olarak kabul edileceği SMK m. 9'da belirtilmiştir. Hükme göre; "(1) Tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde haklı bir sebep olmadan tescil edildiği mal veya hizmetler bakımından marka sahibi tarafından Türkiye'de ciddi biçimde kullanılmayan ya da kullanımına beş yıl kesintisiz ara verilen markanın iptaline karar verilir.

(2) Aşağıda belirtilen durumlar da birinci fıkra anlamında markayı kullanma kabul edilir:

a) Markanın ayırt edici karakteri değiştirilmeden farklı unsurlarla kullanılması.

b) Markanın sadece ihracat amacıyla mal veya ambalajlarında kullanılması.

(3) Markanın, marka sahibinin izni ile kullanılması da marka sahibi tarafından kullanım

olarak kabul edilir." Ayrıntılı bilgi için bkz. **Çağlar, Hayrettin**, "Tescilli Markanın Farklı Şekillerde Kullanımı" FMR, C.VII.

**8 Bilgili**, Kötüniyetli Tescile İtiraz, s.27; **Ergün, Mevci**, Kötü Niyetle Yapılan Marka Tescil Başvurusuna İtiraz, s. 4.

**6 Tekinalp**, Fikri Mülkiyet Hukuku, 4. Bası, İstanbul, 2004 s.393, **Yasaman**; Marka Hukuku İle İlgili Makaleler, Hukuki Mütalaalar Ve Bilirkişi Raporları, İstanbul 2003 s.878, **Arkan**, Marka Hukuku, C.II, Ankara 1998, s.158, **Bilgili**, Türk Marka Hukukunda Kötüniyetli Marka Tescili Başvurusuna Karşı İtiraz, s. 3.

**5 Akkanat**, Türk Medeni Hukukunda İyiniyetin Korunması, İstanbul 2010, s. 74, 185.

veya markadan beklenen sosyal ve ekonomik amaca aykırı kullanım maksadıyla tescil edilmek istenmesi TMK m. 2/2’de yer alan hakkın kötüye kullanılması kapsamına da girmektedir.<sup>9</sup>

Bu bakımdan önemle belirtmek gerekir ki, iyiniyet ve dürüstlük kavramları birbirini tamamlamaktadır. Bu nedenle, kötüniyetli marka başvurularının değerlendirilmesinde, kötüniyet ister başvuru aşamasında var olsun ister sonraki dönemde ortaya çıkarak markadan doğan kullanım ve talep haklarının kötüye kullanımı şeklinde belirsin, TMK m. 2’deki dürüstlük ve hakkın kötüye kullanılması yasağına ilişkin kuralın da göz önünde bulundurulması gerekmektedir.



---

<sup>9</sup> **Bilgili**, Marka Hukukunda Hakkın Kötüye Kullanılması s. 95.



# İLANDA YILDIZIM

## Röportaj

Sevgi KAPUCU

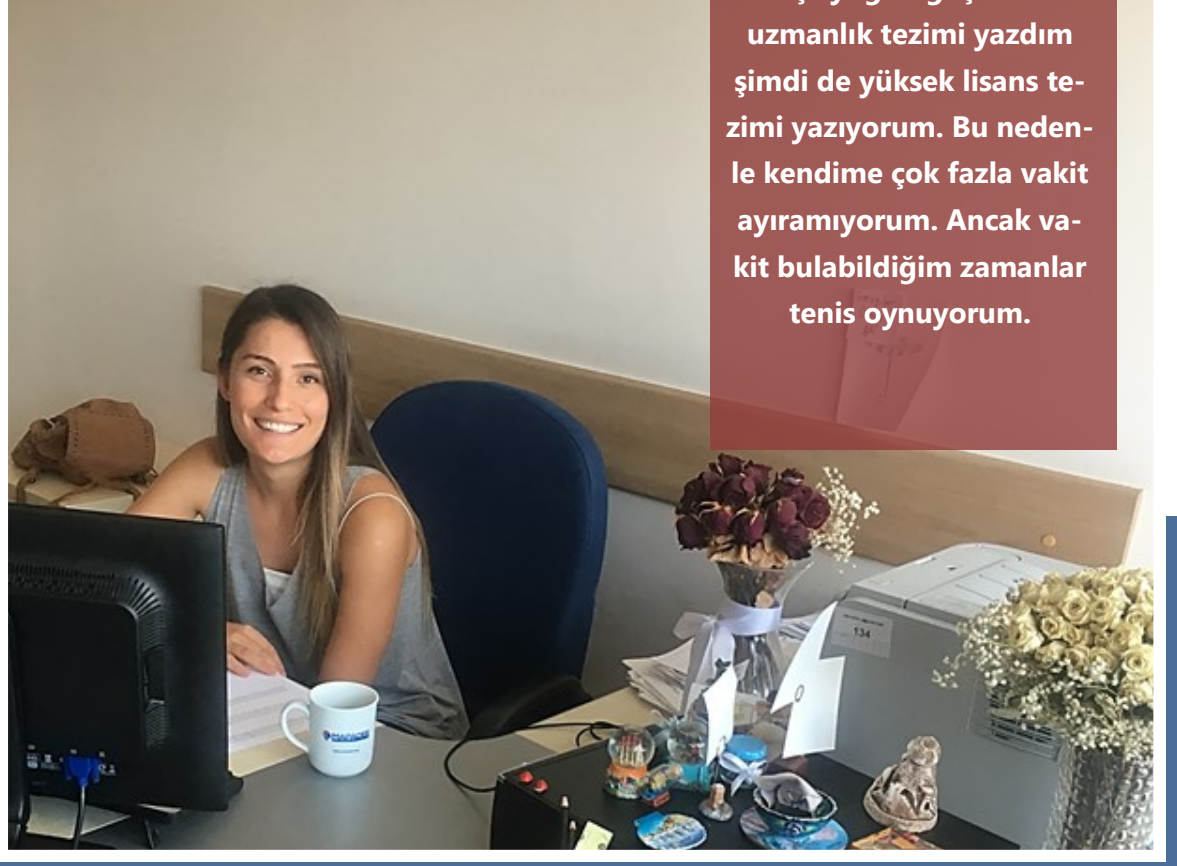
MAPADER'in Sınai Mülkiyet alanında üstlendiği rol ile faaliyetlerini attırarak daha güzel işlere imza atacağına inanıyorum. Ayrıca derneğin kuruluşunda ve bu zamana kadarki faaliyetlerinde emeği geçen mesai arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. Böyle bir topluluğun üyesi olmaktan oldukça mutluyum.

### Biraz kendinizden bahsedebilir misiniz?

1989 yılında Ankara'da doğdum. İlkokul'u Elazığ'da bitirdikten sonra ortaokul ve lise öğrenimini Ankara'da tamamladım. 2011 yılında Hacettepe Üniversitesi işletme bölümünden mezun oldum. 2013 yılında marka uzman yardımcısı olarak Türk Patent ve Marka Kurumu'nda çalışmaya başladım ve şu anda sınai mülkiyet uzmanı olarak görevime devam etmekteyim. Ayrıca Hacettepe Üniversitesi'nde Pazarlama yüksek lisansı yapıyorum.

### Türk Patent ve Marka Kurumu ile yolunuz nasıl kesişti?

Üniversiteden mezun olduktan sonra Kamu Personeli Seçme Sınavı'na hazırlanmaya karar verdim. Üniversite yıllarında marka ağırlıklı dersler oldukça ilgilimi çekiyordu. Ayrıca sınai hakların tüm dünyada ve Türkiye'de öneminin gün geçtikçe artması bu alanda çalışma konusundaki isteğimi arttırdı. Bu alanda çalışabileceğim tek kamu kurumu olan Türk Patent ve Marka Kurumu'nun da sınavlarına hazırlandım. 4 yılı aşkın süredir kurumda görev yapmaktan mutluyum.



Son iki yıl benim için oldukça yoğun geçti. Önce uzmanlık tezimi yazdım şimdi de yüksek lisans tezimi yazıyorum. Bu nedenle kendime çok fazla vakit ayıramıyorum. Ancak vakit bulabildiğim zamanlar tenis oynuyorum.

### **Kurumumuzun bulunduğu konumdan memnunuz? Kurumumuzun kısa ve uzun vadeli birkaç hedefinden bahsedebilir misiniz?**

Kurumumuzun, sınai mülkiyet haklarına ilişkin hizmetleri kaliteli etkin ve hızlı bir biçimde yürütmek, sınai mülkiyet bilincini toplumun her kesiminde artırmak, sınai mülkiyetin ekonomik faydaya dönüşmesine katkı sağlamak ve sınai mülkiyet konusunda ülkemizde yönlendirici ve uluslararası alanda etkin olmak gibi temel amaçları bulunuyor.

Bu amaçlar doğrultusunda yürütülen çok sayıda faaliyet bulunmaktadır. Bu faaliyetlerden Wipo, Ankara Üniversitesi ve Türk Patent ve Marka Kurumu iş birliğinde yürütülen Fikri Mülkiyet yüksek lisans programının açılması yine Fikri Mülkiyet Akademisi kapsamında Sınai Mülkiyet Hakları Eğitim Merkezi'nin kurulması önemli gelişmelerdir.

Ayrıca 2016 yılında Kurumumuzun uluslararası patent araştırma ve inceleme otoritesi olması Türk Patent ve Marka Kurumu'nun ulusal ve uluslararası platformda saygınlığını arttırmıştır.

### **MAPADER hakkında neler düşünüyorsunuz?**

MAPADER in kuruluş amacının ve faaliyetlerinin oldukça yararlı olduğunu düşünüyorum. Mesleki bilgi ve deneyimlerin aktarımında köprü niteliğinde olan böyle bir derneğin varlığına uzun süredir ihtiyaç duyuluyordu. Özellikle bu alanda uzun yıllardır çalışmakta olan daha deneyimli uzmanların tecrübelerini biz yeni uzmanlara aktarabileceği böyle bir platformun olması bizler için oldukça önemli bir fırsat.

Diğer kuruluşlarla işbirliği içinde düzenlenen sempozyumların Türkiye'deki Sınai Mülkiyet konusundaki bilincin gelişmesinde önemli katkılar sağladığına inanıyorum. Ayrıca sınai mülkiyet uzmanlarına yönelik yaptıkları eğitim çalışmalarını da kendi adıma oldukça faydalı buluyorum.



Göktuğ YAZICI

Sınai Mülkiyet Uzmanı

Sınai mülkiyet türlerinden biri olan patent; teknik bir problemin çözümü için ortaya konan yeni bir fikrin, insanın zihninden çıkıp somutlaşmış halidir. Patentler, ilgili oldukları sektör, yer aldıkları zaman, sundukları çözümün kolaylığı, hayata geçirilebilmesi için gereken maliyet veya teknoloji gibi sebepler bakımından yaygınlaşabilirler veya bir kenarda unutulmaya mahkûm da olabilirler.

Bu durumda şu soruyu sormamız gerekir: "Neden bazı patentler yaygınlaşırken diğerleri bir kenarda unutuluyor?" Bu soruya vereceğimiz cevap patentin kalitesidir. Kaliteli patent, patent sahibine ticari anlamda kazanç sağlayabilen, yüksek oranda hareket özgürlüğü sunan ve aynı zamanda rakiplerin o alandaki benzer patentleme girişimlerini de kısıtlama becerine sahip olan patent olarak tanımlanabilir. Patent; sahibine geçici süreliğine tekel hakkı verdiği için patentin, sahibinin yatırımlarını daha iyi güvence altına alması ve risk faktörünü olabildiğince azaltması istenir. Patent, bunları ne kadar başarıyla yerine getiriyorsa o kadar iyidir. kaliteli patentlere sahip olan firmalar büyüyüp ülkeler gelişirken, kaliteden yoksun patentlere sahip olan firmalar da zamanla piya-

sadan çekilirler.

Patent kalitesinin bu kadar önemli olması gerekirken; Ar-Ge çalışmalarının başarısı, teknolojik gelişmişlik gibi analizlerde genelde patent sayılarına bakılır. Ne yazık ki, nicelik niteliğin önüne geçerek patentlerin kalitesinin sorgulanması ya yapılmaz ya da yapılsa bile patent sayılarının analizleri kadar rağbet görmezler. Bu durumda ise çok fazla sayıda patente sahip olan şirketlerin büyümemesi, ülkelerin teknolojik olarak ilerleyememesi gibi çelişkiler ortaya çıkmaktadır. İşte tam bu noktada patent kalitesi analizi

**PATENT BAŞVURULARI  
SADECE PATENT  
UZMANLARININ ARAŞTIRDIĞI  
VEYA MUCİTLERİN  
İCATLARINI KAMUYA  
AÇIKLADIKLARI BİR KAVRAM  
OLMAKTAN ÇOK SANAYİDE  
YAPILACAK GİRİŞİMLERİN  
ÖZNELERİ VE BİLİMSEL  
BİLGİNİN ARTIŞINA KATKI  
SAĞLAYAN TEMEL  
TAŞLARDAN BİRİDİR**

devreye girmektedir. İlk bakışta bu analizi yapmak, bulanık suda balık tutmaya benzese de en azından suyu biraz olsun beraklaştırarak yöntemler vardır. Şimdi ise bu yöntemlere değineceğiz.

Patent kalitesini ölçmeye yarayacak ilk yöntemimiz patentlerin alıntılama sayılarına bakılmasıdır. Bu yöntem aynı zamanda akademik makalelerin de ne kadar kaliteli olduğunda ölçülen bir yöntem olduğu için patent kalitesinin ölçülmesinde kullanılması şaşırtıcı değildir. Bu yöntemin öncüleri ise 1990 yılında "Market Value and Patent Citations" adlı makaleyi yazan Bronwyn H. Hall, Adam Jaffe ve Manuel Trajtenberg adlı ekonomistlerdir. Çalışmayı yapma amaçları Ar-Ge faaliyetlerinin çıktılarının bilgi birikimine yaptıkları katkı ile firmanın değerine yapılan katkının arasında bir ilişki olup olmadığının incelenmesidir. Sonuçta da ortaya konulan patentlerin sayısının değil patentlerin kalitesinin olduğu vurgulanmıştır. Sözü edilen kaliteyi de patentlerin alıntı sayısına bakarak incelemişler ve alıntılanma sayıları yüksek olan firmaların pazardaki değerlerinin de daha yüksek olduğu kanısına varmışlardır. Ancak yazarlar, bu yöntemin yeni patentlerin kalitesinin incelenmesi için uygun olmadığını da belirtmişlerdir. Çünkü patentin alıntılanma sayısı, patentin yaşı ile de doğru orantılıdır.

Bir diğer yöntem ise lisanslama veya satış ücretlerine

bakılarak patentin kalitesinin tespitidir. Eğer bir patent için sözü edilen ücretler, emsallerine göre yüksekse bu patentin kaliteli olduğunu gösterir. Şu şekilde düşünün, kaliteli bir ürünün fiyatı ortalamanın üstünde oluyorken kaliteli olmayan bir ürünün fiyatı da ortalamanın altında olmaktadır. Bu durumda, bir patentin kalitesi ölçmek istendiğinde emsallerinin lisan veya satış ücretlerindeki ortalamaya bakıp kalitesi ölçülecek patentin ilgili olduğu ücretle kıyaslanabilir. Ancak ilerleyen zamanlarda, emlak balonu gibi, patent lisans ve satış ücretlerinde de bir balonun olup olmayacağı sorusu akıllara gelmektedir. Çünkü üretim yapmayan varlıklar (Non Practicing Entities - NPEs) olarak tanımlanan ve sadece patentleri satın alıp onları diğer firmalara karşı koz olarak kullanan ve kar amacıyla da patentleri satan gerçek/tüzel kişilerin ileride “*patent balonu*” şeklinde bir balon yaratacakları konusunda endişeler ABD basınında belirtilmiştir. ABD basınında bu konunun ön plana çıkması ise NPEs’lerin sistemin işleyişini bozarak “*patent trolls*” denilen yapılara evrilmeleri ve git-tikçe sistemi tehlikeye sokmalarıdır. Eğer bir patentin kalitesi; lisans veya satış ücreti üzerinden ölçülecekse öncelikle etkin olduğu yerlere göre ayrı ayrı ve NPEs’lerin ilgili yerlerde ne kadar etkin oldukları da düşünülerek ölçülmesi kanaatindeyim. Böylece NPEs’lerin oluşturduğu köpük de ortadan kaldırılacak

ve patentin kalitesi olabildiğince makul bir şekilde ölçülebilecektir.

Kaliteyi ölçmede üçüncü yönetimimiz, patent için ne kadar süre boyunca ve miktarda yıllık ücret ödendiğini incelenmesidir. Eğer bir patent için birkaç yılı aşkın bir süre boyunca yıllık ücret ödenmiş ise bu durum patentin geçmişten günümüze kadar pazarda yer aldığı ve patente konu olan ürünün veya yöntemin müşterileri tarafından satın alındığının habercisi olarak görülebilmektedir. Ancak, patent alıntılanma sayılarına ilişkin yöntemle benzer olarak, bu yöntemle yeni patentler için öngörülebilir veri sunmazken eski tarihli patentler için sağlıklı bir değerlendirme yapılmasında yararlıdır. Çünkü hiçbir firma 10 yıl veya daha uzun bir süre boyunca, pazara sokmayacağı veya modası geçmiş bir patentli ürün/hizmet için yıllık ücret ödeyerek sermayesini harcama eğiliminde bulunmayacaktır.

Son yöntemimiz ise patent başvurusunun kabul edilme süreci ve kabul edildikten sonra patente açılan davaların varlığıdır. Eğer bir patente, başvuru aşamasında 3. kişiler tarafından itiraz edilmiş veya patent belgesi alındıktan sonra dava açılmış ve bu işlemlerden başarıyla geçmiş ise; o patentin ilerleyen yıllarda geçerliliğini sağlayacağına kanıt olarak gösterilir. Çünkü patent sadece patent ofisindeki uzmanlar değil, 3. kişiler tarafın-

dan da test edilmiştir. Dolayısıyla sınanmış bir patent hiç sınanmamış bir patente göre daha güvenilirirdir.

Sonuç olarak; patent başvuruları sadece patent uzmanlarının araştırdığı veya mucitlerin icatlarını kamuya açıkladıkları bir kavram olmaktan çok sanayide yapılacak girişimlerin öznelere ve bilimsel bilginin artışına katkı sağlayan temel taşlardan biridir. Bu yazımda, sizlere patent sisteminin patent başvurularına belge verilmesi veya verilmemesinden ibaret olmadığını, belge alındıktan elinizdeki patent belgesinin piyasada ne kadar değerli olduğunun öngörülebilmesi için uygulanan yolları da göstermiş oldum. Dilerim ki sizler de, patent dünyasının da ne kadar büyük ve hareketli bir alan olduğunu kavrayıp patentlerinizle ilgili gelecek yatırımlarınızı başarılı bir şekilde gerçekleştirirsiniz.



#### KAYNAKÇA

- de la Potterie, B. V. P. (2011). The quality factor in patent systems. Industrial and Corporate Change, 20(6), 1755-1793.
- Hall, B. H., Jaffe, A., & Trajtenberg, M. (2005). Market value and patent citations. RAND Journal of economics, 16-38.
- Hagiu, A., & Yoffie, D. B. (2011). Intermediaries for the IP Market. Harvard Business School.
- Kahin, B. (2011, 05 25). Huffpost. 05 18, 2017 tarihinde [www.huffingtonpost.com/brian-kahin/the-patent-bubble-still-g\\_b\\_129232.html](http://www.huffingtonpost.com/brian-kahin/the-patent-bubble-still-g_b_129232.html) adresinden alındı





Mevlûdiye ALAF

Sınai Mülkiyet Uzmanı

Marka ile markanın üzerinde somutlaştığı emtiayı sunan, üreten kişi veya işletme arasındaki bağ, kaynak belirtme fonksiyonu olarak adlandırılmaktadır. Önceden hukuk sistemlerinin çoğunda, marka hakkı ve kaynak gösterme fonksiyonu arasındaki bağ öyle girift ve sıkı düşünülüyordu ki; marka hakkı ve işletme özdeş varlıklar olarak değerlendirilmekteydi. Bu bağın zarar görme ihtimaline binaen markanın herhangi bir hukuki işleme konu olması kabul edilmemekteydi.<sup>1</sup>

Değişen ve gelişen piyasa koşullarına paralel olarak tüketiciler, emtianın kaynağından (kısacası malı üreten ve/veya hizmeti sunan işletmeden) ziyade; aynı marka adı altında üretilen ve/veya sunulan hizmetin aynı olup olmadığı ile ilgilenmeye başlamıştır. Elbette bu durum, markanın kaynak gösterme fonksiyonunun önemini bir ölçüde de olsa yitirmesine sebep olmuştur. <sup>2</sup>Zamanla marka, üzerinde somutlaştığı emtiaları üreten ve/veya sunan işletmelerden ayrı ve bağımsız

büyük bir ekonomik değer kazanmıştır. Marka değerinin artması, bundan yararlanma ve kar elde etme düşüncelerini beraberinde getirmiştir. Bu da marka sahiplerini yeni çözüm arayışlarına sevk ederek değişik fikirleri doğurmuştur.<sup>3</sup> Ancak bu çözümlerin çeşitli sıkıntıları yaratması, piyasa koşulları ve markanın ekonomik değerinden kolay şekilde faydalanma arzusunun zirveye ulaşması ile hukuk sistemlerinde markanın hukuki işlemlere konu olması amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Burada aşamalı bir geçişten bahsedilebilir. İlk olarak markanın devredilebilmesinin önü açılmış olup; daha sonra ise markanın rehin, haciz, lisans gibi devir dışı hukuki işlemlere konu olması kabul edilmiştir.<sup>4</sup>

6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 148. maddesi "Sınai mülkiyet hakkı devredilebilir, miras yolu ile intikal edebilir, lisans konusu olabilir, rehin verilebilir, teminat olarak gösterilebilir, haczedilebilir veya diğer hukuki işlemlere konu olabilir." hükmüne amirdir. Daha önceden yürürlükte olan mevzuatlarımız dikkate alındığında, Ka-

nun'da bu hususa yer verilmesinin bir yenilik olarak değerlendirilemeyeceği açıktır. Kanun'da hukuki işlemler, tüm sınai haklar için düzenlenen "ortak hükümler" başlığı altında ele alınmıştır.

Marka hakkı, SMK m. 148'de sayılmayan hukuki işlemlere de konu olabilir.<sup>5</sup> Yani, madde metninde yapılan sayma sınırlayıcı olmayıp, örnek niteliğindedir. Özel bir hüküm bulunmaması şartıyla sözleşme serbestisi kapsamında marka hakkı sağlararası işlemlere konu olabileceği gibi ölüme bağı tasarruflara da konu olabilir.

Marka hakkı gibi marka başvurusunun kesinleşmesi ile birlikte doğan, ekonomik değeri bulunan tescilli talep hakkı da hukuki işlemlere konu olabilir (SMK m. 148/8). Mevzuat 40/94 sayılı Topluluk Tüzüğü'nün m. 24 ile de bu durum açıklığa kavuşmaktadır. Markanın tescilli olması veya olmaması esasen işlemin niteliğini değiştirmez.

<sup>1</sup> Arkan, S., Marka Hukuku C. I, Ankara, 1997, s. 1.

<sup>2</sup> Arkan, Marka Hukuku C. I, s. 1; Ünal, M., Marka Tescilinden Doğan Haklarla İlgili Hukuki İşlemler, Ankara, 2007, s. 27.

<sup>3</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz., Ünal, s. 25 vd.

<sup>4</sup> Arkan, S., Marka Hukuku, C II, Ankara, 1998, s. 176.

<sup>5</sup> Yıldırım, M., Gayri Maddi Haklar ve Vergilendirilmesi, Ankara, 2011, s. 43; Sekmen, O., Markanın Hükümsüzlüğü ve Hukuki Sonuçları, Ankara, 2013, s. 335, Ünal, s. 29; Çolak, U., Türk Marka Hukuku, İstanbul, 2016, s. 613; Karan, H./Kılıç, M., Markaların Korunması 556 Sayılı KHK Şerhi ve İlgili Mevzuat, Ankara, 2004, s. 327; Bozbel, S., Fikri Mülkiyet Hukuku, İstanbul, 2015, s. 443; Kaya, A., Marka Hukuku, İstanbul, 2006, s. 206.

Sadece işlemin tabi olduğu şekli ve maddi şartlar bakımından birtakım farklılar ortaya çıkabilir.<sup>6</sup> Marka hakkı ya da marka başvurusunun kesinleşmesi ile birlikte doğan tescili talep hakkı üzerindeki sağlarası tüm hukuki işlemler SMK m. 148/4<sup>7</sup> gereği yazılı şekle tabi tutulmuştur. Bu şekil şartı, geçerlilik koşulu olarak öngörülmüştür.

Kanunda düzenlenen hukuki işlemlerden biri de marka hakkının miras yoluyla intikali- dir. Bu konuya mevzuatımızda çok az yer verilmiştir. Doktrinde de konuya ilişkin çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Aynı durum, idari uygulayıcı merci olan Türk Patent ve Marka Kurumu bakımından da geçerlidir.

Marka hakkı sahibinin ölümü veya ölüme benzer bir durumun gerçekleşmesiyle, marka hakkının mirasçı ve/veya vasiyet alacaklısına geçmesi ve onlar tarafından kazanılması, marka hakkının intikalidir.<sup>8</sup>

6 Ülgen, H./Teoman Ö./ Helvacı M./ Kendigelen A./ Kaya A./Nomer Ertan F. , **"Ticari İşletme Hukuku"**, İstanbul, 2009, s. 107.

7 SMK. m.148/4: "Hukuki işlemler, yazılı şekle tabidir. Devir sözleşmelerinin geçerliliği, ancak noter tarafından onaylanmış şekilde yapılmış olmalarına bağlıdır.."

8 Mirasın geçişi ve kazanılması, yaşarken miras bırakana ait olan taşınır, taşınmaz malların, hakların ve borçların, teknik deyimle intikale elverişli olan özel hukuk ilişkilerinin ölüm gerçekleşince veya ona eş değer tutulan hallerin varlığı halinde yasa veya mirasbırakan tarafından atanmış kişilere geçmesi ve onlar tarafından kazanılmasını ifade eder. (Bkz., İnan/Ertaş/Albaş, s. 455)

Görüldüğü üzere, marka hakkının mirasçılara geçmesi, marka hakkının intikalinin bir ayağını oluşturmaktadır. Markanın miras yoluyla intikalinden, hem markanın miras yoluyla geçişi hem de markanın miras yoluyla iktisabı kastedilmektedir.<sup>9</sup> Miras yolu intikalde marka hakkı, miras hukuku ilişkileri doğrultusunda ve marka hakkı sahibinin ölüm veya ölüme benzer bir durumunun gerçekleşmesiyle yeni hak sahiplerine geçer. Şayet marka hakkı sahibi mirasçılar konusunda herhangi bir belirlemede bulunmamış ise; tereke, yasa gereği belirlenen mirasçılara intikal eder. Marka hakkı sahibinin mirasçılarının kimler olabileceği ve miras payları, Türk Medeni Kanunu hükümleri doğrultusunda tespit edilir. Mirasın intikalinin günde- me gelebilmesi için mirasın açılması şarttır. TMK. m. 575 gereğince, "Miras, mirasbırakanın ölümüyle açılır." Kanunkoyucu, bunun dışında bazı hallere de ölüme bağlanan hukuki sonuçları bağlamıştır. Dolayısıyla mirasın açılmasının ön koşulu, ölüm veya ölüme benzer bir halin gerçekleşmesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

9 Giray, R. E., **Markanın Devri Ve Devir Hükümü Doğuran Diğer İşlemler**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, s. 245; Giray, R. E., **"Markanın Miras Yoluyla İntikali"**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Y: 10 S:20 Güz:2011, s. 88(<http://acikerisim.ticaret.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11467/617/M00443.pdf?sequence=1&isAllowed=y> erişim tarihi 13/06/2016)

Marka hakkının kazanılması, mirasbırakanın ölümü veya ölüme benzer bir durumunun gerçekleşmesiyle daha önceden mirasbırakanın sahip olduğu marka hakkı üzerindeki bireysel hak sahipliği ve borçluluğunun, mirasçılarının bireysel hak sahipliği ve borçluluğuna dönüştürülmesidir. Mirasın kazanılması bir dönüşüm süreci olduğundan zaman gerektirir. Zira mirasın açılma anı, mirasçıların ve/veya vasiyet alacaklılarının, terekede yer alan özel hukuk ilişkilerinin tespiti gibi pek çok değişkene bağlıdır. İşte bu dönüşüm gerçekleşinceye kadar, mirasbırakana ait olan hak ve borçların bireysel olarak mirasçı ve/veya vasiyet alacaklısı tarafından elde edilmesine kadar geçen ara dönemde, terekenin sahipsiz kalmaması adına miras ortaklığı (şirketi) kurumu oluşturulmuştur. TMK. m. 640/2 ve 702'yi kıyas yoluyla uygulayarak marka hakkı sahibinin ölümüyle mirasçılarının, marka hakkı üzerinde elbirliği ile hak sahibi<sup>11</sup> olacağını söyle-

10 Kılıçoğlu, M. A., **Miras Hukuku**, Ankara, 2007, s. 245.

11 Daha önceden marka hakkının hukuki niteliği konusunda yapmış olduğumuz açıklamalar ışığında marka hakkının eşya niteliğini haiz olmaması sebebiyle zilyetliğe ve mülkiyete konu olmayacağı hususu dikkate alınarak, burada "hak sahipliği" terimi bilinçli olarak tercih edilmiştir. Aynı Yönde bkz., Aslan, B., **Marka Üzerindeki Hukuki İşlemler**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Yüksek Lisans Programı (Ekonomi Hukuku), İstanbul, 2007, s. 91.

nebilir.<sup>12</sup> Yani oluşacak miras ortaklığında yer alan marka hakkının tamamı üzerinde tüm mirasçılarının yararlanma hakkı vardır.<sup>13</sup> Fakat bu durum ferdi markayı, ortak marka haline getirmez.<sup>14</sup>

Markanın miras yoluyla kazanılması halinde marka hakkı sahibinde değişiklik meydana gelmektedir. Bu durum dikkate alındığında miras yoluyla intikal, markanın devir sözleşmesi ile devredilmesine benzetilebilir. Ancak intikal, devirden farklı hüküm ve sonuçlara bağlanmıştır.<sup>15</sup> Miras yoluyla intikalde kural olarak taraflar (mirasçılar ve marka hakkı sahi-

bi) arasında bir sözleşmenin varlığının aranmaması, onu marka devrinden ayıran en temel farklılıktır. Diğer bazı farklılıklar ise şunlardır: Miras yoluyla intikal, kural olarak kendiliğinden kanun gereği uygulanır. Ayrıca intikalde, yeni marka hakkı sahibi olabilecek kişiler bellidir. Bunlar; marka hakkı sahibinin yasal mirasçıları, atanmış mirasçılar ve vasiyet alacaklılarıdır. Üç grup dışında herhangi bir kişiye markanın miras yoluyla intikal etmesi mümkün değildir. Aynı zamanda miras yoluyla intikalin gündeme gelebilmesi için, marka hakkı sahibinin ölümü veya ölüme benzer bir durumunun gerçekleşmesi aranırken; markanın devir sözleşmesi ile devrinde marka hakkı sahibinin hayatta iken yapmış olduğu bir tasarruf işleminin sağlararası hukuki sonuç doğurması gerekmektedir. Bu sayılanlar dışında da yeni marka hakkı sahibi olacak kişilerin Sicile tescili hususunda devir ve miras yoluyla intikal arasında belirli farklar bulunmaktadır. Garanti ve ortak markanın devri için Sicile tescil şartı aranmasına (SMK m. 148/7) rağmen; garanti ve ortak markanın külli halefiyet yoluyla intikali halinde Sicile tescilinden önce marka hakkı mirasçılara intikal etmektedir.<sup>16</sup>

Marka hakkının miras yoluyla kazanılması, yasal ve atanmış mirasçılar ile vasiyet alacak-

lıları bakımından farklı usullere ve ilkelere tabidir. Bu sebeple bundan sonraki açıklamalarımızı bu ayrım dikkate alınarak konuyu marka hakkının külli halefiyet yoluyla intikali ve marka hakkının cüz'i halefiyet yoluyla intikali şeklinde ikiye ayırarak inceleyeceğiz.

### **Markanın Külli Halefiyet Yoluyla İntikali**

Türk Medeni Kanunu'nun 599. maddesi; "Mirasçılar, mirasbırakanın ölümü ile mirası bir bütün olarak, kanun gereğince kazanırlar. Kanunda öngörülen ayrık durumlar saklı kalmak üzere mirasçılar, mirasbırakanın aynî haklarını, alacaklarını, diğer malvarlığı haklarını, taşınır ve taşınmazlar üzerindeki zilyetliklerini doğrudan doğruya kazanırlar ve mirasbırakanın borçlarından kişisel olarak sorumlu olurlar. Atanmış mirasçılar da mirası, mirasbırakanın ölümü ile kazanırlar. Yasal mirasçılar, atanmış mirasçılara düşen mirası onlara zilyetlik hükümleri uyarınca teslim etmekle yükümlüdürler." hükmüne amirdir. Yani mirasbırakanın ölümü veya ölüme benzer bir durumun gerçekleşmesi üzerine tereke içerisinde yer alan tüm özel hukuk ilişkileri, mirasın açılması tarihinde bir bütün olarak geride kalan yasal ve/veya atanmış mirasçılara kendiliğinden geçer.<sup>17</sup>

<sup>12</sup> Aksi durumda, marka hakkı sahibinin mirasının açılması ile mirasçılar arasında paylı hak sahipliği esasına dayanan miras ortaklığının düşünülmesi, marka hukukuna hâkim olan tek sahipliklik (teklik) ilkesine de aykırı sonuçlar doğacaktır. Çünkü miras ortaklığında yer alan marka hakkı üzerinde paylı hak sahipliğinin oluşması demek, mirasçılardan her birinin tek bir marka hakkını aynı mal ve/veya hizmetler için ve aynı anda kullanması demektir. Bu da markanın kaynağı konusunda tüketici nezdinde yanıltıcılık ve aldattıcılığa neden olabilir. Aynı zamanda markanın farklı kişiler tarafından yaygın şekilde kullanılması markanın ayırt edicilik vasfına zarar vererek onun cins isim haline gelmesine de yol açabilir. Bkz., Arkan, Marka Hukuku C.II, s.178; Belek, V., **Markanın Devrinin, Haczinin Ve Bu İşlemler Açısından Marka Değerlemesinin İncelenmesi**, Uzmanlık Tezi, Ankara, 2011, s. 123 vd

<sup>13</sup> Giray, s. 252

<sup>14</sup> Arslantaş, Z., **Markanın Devri**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2011, s. 63.

<sup>15</sup> Giray, s. 245; Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 88.

<sup>16</sup> Giray, s. 250.

<sup>17</sup> Dural, M. /Öz, T., **Miras Hukuku**, İstanbul, 2013, s. 403.

Kanunda yasal ve atanmış mirasçılar arasında bir ayırım gözetilmemiştir. Söz konusu hüküm, yasal ve atanmış mirasçıların mirası kazanmasını; "külli halefiyet" ve "kendiliğinden kazanılma (iktisap)" olmak üzere iki temel ilkeye dayandırmıştır.<sup>18</sup>

Kanunda yer alan "bütün olarak kazanılma" kavramının öğretildeki karşılığı "külli halefiyet ilkesi" dir. Külli halefiyet, bir terekenin aktif ve pasifleriyle bütün olarak tek bir işlem veya hukuki olay ile bir kişiden diğerine geçmesidir.<sup>19</sup>

Mirasın "kendiliğinden kazanılması" ile kastedilen, mirasçıların harekete geçmelerine veya herhangi bir kabul beyanında bulunmalarına gerek olmadığı gibi herhangi bir resmi makamın da aracılık etmesine gerek kalmaksızın terekenin mirasın açıldığı anda otomatik olarak mirasçılar tarafından kazanılmasıdır.<sup>20</sup> Bu ilke sayesinde mirasçılar mirasın açıldığından haberdar olmasalar bile miras hakkını elde eder.

Terekede yer alan özel hukuk ilişkilerinin mirasçılar tarafından kazanılması için, mirasçıların tasarruf işlemi yapması gerekmemektedir.<sup>21</sup>

Yani terekeye dâhil tüm haklar, taşınır ve taşınmaz mallar, alacak hakları ve borçlar tek bir hukuki olayın gerçekleşmesiyle mirasçılara devredilmiş sayılır.<sup>22</sup> Kısacası miras yoluyla intikal, herhangi bir şekle ve işleme tabi kılınmamıştır. Mirasbırakanın hem hakları hem de borçları mirasın açılması anında yasal ve atanmış mirasçılara kendiliğinden geçer. Mirasbırakanın tek

**MARKA HAKKI SAHİBİNİN  
ÖLÜMÜ VEYA ÖLÜME  
BENZER DURUMUN  
GERÇEKLEŞMESİ ÜZERİNE  
TEREKESİNDE YER ALAN  
MARKA HAKKI DİĞER  
UNSURLARLA BİRLİKTE,  
MİRASIN AÇILMASI ANINDA  
BÜTÜN OLARAK VE  
KENDİLİĞİNDEN YASAL VE  
ATANMIŞ MİRASÇILARA  
DEVREDİLİR**

bir mirasçısının bulunması halinde bu mirasçı, terekedeki borçlardan kendi malvarlığı ile sorumlu olacaktır. Birden çok mirasçının bulunması halinde ise, bu kişilerin müteselsil sorumluluğu gündeme gelecektir.<sup>23</sup> (TMK. m. 641/3).

Marka hakkı sahibinin ölümü veya ölüme benzer durumun gerçekleşmesi üzerine terekesinde yer alan marka hakkı diğer unsurlarla birlikte, mirasın açılması anında bütün olarak ve kendiliğinden yasal ve atanmış mirasçılara devredilir.<sup>24</sup> Fakat

burada markanın devir sözleşmesi yoluyla devri için getirilen usul,<sup>25</sup> uygulanmaz. Yani markanın miras yoluyla yasal veya atanmış mirasçılara intikalinde, markanın devri için aranan noter tarafından onaylanmış devir sözleşmesi ve intikal edecek markanın ortak veya garanti markası olması ihtimalinde ise buna ek olarak tescil şartının aranması gerektiğinden söz edilemez.<sup>26</sup>

Marka hakkının külli halefiyet ilkesi gereğince mirasçılara intikalinden sonra yapılacak işlemler kurucu değil, açıklayıcı niteliktedir.<sup>27</sup> Bu bakımdan marka hakkının yasal ve atanmış mirasçılara intikalinin Sicile tescili de açıklayıcı niteliktedir. İntikal edecek markanın ortak veya garanti markası olması da tescilin bu niteliğini değiştirmeyecektir. Çünkü burada marka hakkının devrinden değil; marka hakkının intikalinden bahsedilmektedir. Ancak bu durumun iyiniyetli üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilmesi için Sicile tescil gereklidir.<sup>28</sup>

<sup>25</sup> Marka hakkının devri için noter tarafından onaylanmış şeklinde yapılmış devir sözleşmesinin varlığı aranmaktadır (SMK m. 148/4). Bireysel markanın devredilmesinde devrin Sicile tescili açıklayıcı niteliği haizdir. Ancak ortak ve garanti markasının devredilebilmesi için noter tarafından onaylanmış şeklinde yapılmış devir sözleşmesine ek olarak Sicile tescil şartının sağlanması da aranmaktadır (SMK. m.148/7).

<sup>26</sup> Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 91.

<sup>27</sup> Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 91; Giray, s. 251; Ünal, Ö., **Markanın Ekonomik Değeri ve Değerleme Metotları**, Uzmanlık Tezi, Ankara, 2005, s. 60; Belek, s. 26

<sup>28</sup> Ünal, Ö., s. 60; Belek, s. 26; Arslantaş, s. 61.

<sup>18</sup> Ayan, M., **Miras Hukuku**, Konya, 2009, s. 219.

<sup>19</sup> Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 91; Dural/Öz, s. 400

<sup>20</sup> Serozan, R./Engin, B.İ., **Miras Hukuku**, Ankara, 2012, s. 411.

<sup>21</sup> Ayan, s. 243.

<sup>23</sup> Aslan, s. 92.

<sup>24</sup> Aslan, s. 91



## **Marka Hakkının Cüz'i Halefiyet Yoluyla İntikali**

Mirasbırakanın terekesinde yer özel hukuk ilişkileri, mirasın açılmasıyla herhangi bir işlem yapılmaksızın doğrudan doğruya yasal ve atanmış mirasçılara intikal eder. Ancak bu intikal, sadece yasal ve atanmış mirasçılar bakımından söz konusudur. Mirasbırakandan geriye yasal ve/veya atanmış mirasçılarının yanında vasiyet alacaklısının kalması halinde vasiyet alacaklısına terekede yer alan özel hukuk ilişkilerinin intikali, farklı hüküm ve sonuçlara bağlanmıştır. Çünkü mirasçılar, mirasbırakana külli halef iken; vasiyet alacaklıları ise cüz'i haleftir. Vasiyet alacaklısı, tereke üzerinde nispi hakka sahiptir. Yani vasiyet alacaklısı, tereke üzerinde doğrudan doğruya hak sahibi olmayıp; lehine yapılan ölüme bağlı tasarruf hakkını vasiyet borçlusuna karşı ileri sürme hakkını elde eder.<sup>29</sup> Dolayısıyla mirasın açılması anında tereke, öncelikle mirasçılara geçmekte olup; bu kişiler terekede yer alan özel hukuk ilişkilerini usulüne uygun olarak vasiyet alacaklısına devretmekle yükümlüdür.<sup>30</sup> Vasiyet borçlularının (çoğunlukla mirasçılarının) bu yükümlülüğüne aykırı davranması halinde vasiyet alacaklısı, mahkemeye başvurarak va

siyete konu şeyin adına devrini sağlayabilir.<sup>31</sup> Vasiyet alacaklısı, bu hakkını 10 yıllık zamanaşımı süresi içerisinde kullanmalıdır.<sup>32</sup> Zamanaşımı, kural olarak vasiyet alacaklısının ölüme bağlı tasarruftan haberinin olduğu anda başlar.

Terekede yer alan borçluların intikali bakımından da vasiyet alacaklıları, mirasçılardan farklı hükümlere tabidir. Vasiyet alacaklıları cüz'i halef olduklarından, tereke borçlarından sorumlu tutulmamaktadır. Yani tereke borçları ödendikten sonra, geri kalan üzerinden vasiyet alacaklısı hakları ödenir<sup>33</sup> (TMK. m. 603). Dolayısıyla vasiyet alacaklısı, tereke alacaklılarından sonra; ancak mirasçılarının alacaklılarından önce gelir denilebilir.<sup>34</sup>

Marka hakkı sahibinin ölümüne bağlı tasarrufu ile marka hakkını vasiyet alacaklısına bırakması halinde marka hakkı, cüz'i halefiyet ilkesi gereğince vasiyet alacaklısına intikal edecektir. Yani ilk olarak marka hakkı, marka hakkı sahibinin külli haleflerine intikal edecek; daha sonra bu külli halefler,

SMK m. 148'de belirtilen marka devri usulüne<sup>35</sup> göre vasiyet alacaklısına devredecektir.<sup>36</sup> SMK m. 148'de marka hakkının vasiyet alacaklısına devredilebilmesi için; mirasçılar ve vasiyet alacaklısı arasında noter tarafından onaylanmış şekilde yapılmış devir sözleşmesinin varlığı aranmaktadır. Ancak terekede yer alan marka hakkının ortak veya garanti markası olması ihtimalinde, bu şarta ek olarak devir için Sicile tescili de aranmaktadır (SMK m. 148/7). Ortak veya garanti markasının cüz'i halefiyet gereği vasiyet alacaklısına intikalinde tescil kurucu niteliktedir. Bu husus dikkate alındığında, cüz'i halefiyet yoluyla bireysel marka hakkının intikalinde tescil bildirici nitelikte iken; intikal edecek markanın ortak veya garanti markası olması halinde tescil kurucu niteliktedir.

Markanın miras yoluyla intikalinin Sicile tescil için gerekli belgeler, Sınai Mülkiyet

<sup>29</sup> Dural/Öz, s. 406; Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 93; Giray, s. 250; Kılıçoğlu, Miras Hukuku, s. 240.

<sup>30</sup> Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 91; Giray, s. 251

<sup>31</sup> Arslantaş, s. 64.

<sup>32</sup> Dural/Öz, s. 407. TMK. m. 602.

<sup>33</sup> Aslan, s. 93

<sup>34</sup> İnan, A./ Ertaş, Ş./Albaş, H., **Miras Hukuku**, İzmir, 2012, s. 491.

<sup>35</sup> Y.11. HD., 01. 11.2012 tarih ve 2012/6070 E.-2012/7517 K. sayılı ilamı. ( Bkz., Çolak, s. 545.) KHK. m. 16/3 markanın devri için devreden ve devir alan arasında yazılı şekil şartını öngörürken; KHK m. 60'da devredilecek markanın türü ortak ve ya garanti markası olması halinde yazılı devir sözleşmesine ek olarak Sicile tescil şartı da aranmaktadır. SMKT m. 148 f. 4'de devir için noter tarafından onaylanmış devir sözleşmesi geçerlilik şartı olarak öngörülürken; ortak veya garanti markasının devre konu olması halinde devir sözleşmesine ek olarak sicil şartının varlığı m. 148 f. 7 ile varlığını devam ettirmektedir.

<sup>36</sup> Aslan, s. 93; Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 93; Giray, s. 251

Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik m. 129/1'de şu şekilde belirtilmektedir:

- Talep formu.<sup>37</sup>
- Mirasçılık belgesi veya noter tarafından onaylanmış örneği, mirasçılık belgesinin yabancı dilde olması halinde ilaveten yeminli tercüman tarafından onaylanmış Türkçe tercümesi.
- Ücretin ödendiğini gösterir bilgi.<sup>38</sup>

Yönetmelikte Sicile tecil için marka hakkının intikal edeceği kişiler ayrı ayrı belirtilmeksizin hepsi için ortak tek bir belge istenmiştir: mirasçılık belgesi veya bunun noter tarafından onaylanmış onaylı sureti. Bu belge, 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulanmasına Dair Yönetmelik m. 19/1-c'de; "Mirasçılık Belgesi ya da atanmış mirasçı veya vasiyet alacaklısı olduğunu gösterir belge ya da noter tasdikli örneği" şeklinde yer almaktaydı. KHK'nin yürürlükte olduğu dönemde bu husus doktrinde haklı olarak eleştirilmekteydi.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Söz konusu talep dilekçesi Türk Patent'in web sitesinde mülkiyet değişikliği talep formu (M106) olarak adlandırılmış şekilde matbu halde yer almaktadır.

<sup>38</sup> 2017 yılı için fiziki evrak ile yapılan taleplere ilişkin olarak 550 TL ve online yapılan taleplere ilişkin olarak ise ücret 365 TL olarak belirlenmiştir.

<sup>39</sup> Giray, Markanın Miras Yoluyla İntikali, s. 94; Giray, s. 252.

Marka hakkının külli halef olan mirasçılara intikalinin Sicile tescilinde mirasçılık belgesinin tek başına istenmesi yeterli ve yerindedir. Ancak marka hakkı sahibinden geriye yasal ve/veya atanmış mirasçıların yanında vasiyet alacaklısının da mirasçı olarak belirlenmesi halinde, bu kişi mirasçılık belgesini ibraz ederek marka hakkını kendi adına Sicile tescilini isteyebilir mi? Yani vasiyet alacaklısının mirasçılık belgesini sunmuş olması ona tasarruf işlemi yapma hakkı tanır mı? Bu soruları olumlu yanıtlamak mümkün değildir. Zira vasiyet alacaklısı mirasın açılması anında tereke üzerinde doğrudan hak sahibi olmamakta; yalnızca lehine düzenlenen ölüme bağlı tasarrufun adına devrini ve tescili talep hakkı elde etmektedir. Vasiyet alacaklısının marka hakkı üzerinde hak elde etmesi noter tarafından onaylama şeklinde mirasçılarla yapılmış devir sözleşmesine (marka hakkının ortak veya garanti markası olması halinde ise noter tarafından onaylanmış devir sözleşmesi ve sicile tescilin işlenmesine) bağlıdır. Bu yüzden ilgili yönetmelikte vasiyet alacaklısının yeni marka hakkı sahibi olarak Sicile tescili için istenen evraklar, bu kişinin terekede hak sahibi olarak yer almasını sağlayan usulüne uygun olarak yapılmış devir sözleşmesi ve vasiyet alacaklısı olduğunu gösterir mirasçılık belgesi şeklinde belirtilmelidir. Bu gerekçelerle 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulanmasına Dair

Yönetmelik'in bu hususa ilişkin olarak eksik düzenlemeye yer verdiği söylenmekteydi. Aynı hususu düzenleyen Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik m. 129/1'de ise önceki yönetmelikten farklı olarak, marka hakkının intikal edeceği kişilerin ayrı ayrı belirtilmesi usulü terkedilmiştir. Yapılan bu düzenlemeyle vasiyet alacaklısına marka hakkının intikali noktasında bir yanlış anlaşılmanın önüne geçilmiştir. Ancak ne Kanun'da ne de ilgili yönetmelikte külli ve cüz'i halefiyet arasındaki intikal usulü farklılığına değinilmiştir. Oysaki olması gereken hukuk bakımından beklenen yönetmelik çalışmaları yapılırken, Kanun'da düzenlenen devir koşulları dikkate alınarak marka hakkının miras yoluyla intikalinin Sicile tescilinde külli ve cüz'i halefiyet arasında ayrıma gidilmesidir. Marka hakkının cüz'i halefiyet yoluyla intikalindeki farklılık dikkate alındığında, yeni marka hakkı sahibinin Sicile tescilinde de farklı belge ve bilgilerin aranması kaçınılmazdır.

Marka hakkının yeni hak sahipleri adına tescili durumunda mirasçı ve/veya vasiyet alacaklısı, meydana gelecek ortaklığın elbirliği halinde ortaklık olduğu hususunun Türk Patent nezdinde de kabul gördüğünü söyleyebiliriz.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> Türk Patent Enstitüsü Hukuk Müşavirliği'nin 06.06.2013 tarih ve 62912439.0.61.00 sayı yazısında bu durum şu şekilde ifade edilmiştir: "...Paylı mülkiye ile elbirliği mülkiyetinin hukuki yapısı, markalar hukukuna hakim olan "teklik ilkesi", markalara ilişkin mevzuatı oluşturan iradenin tercihi ve markalara ilişkin hükümlerin konuluş amaçları (ratio legis) birlikte düşünüldüğünde birden çok gerçek ya da tüzel kişinin bir markayı kendi adlarına tescil ettirdikleri durumlarda bir "elbirliği mülkiyetin" ortaya çıktığını ve bu mülkiyet türüne ilişkin hükümlerin uygulanması gerektiğini düşünmekteyiz..."

Mirasçılık belgesinde hak sahibi olacak kişilerin miras paylarının belirtilmiş olması, bu kişilerin marka hakkı üzerinde paylı hak sahipliği elde edeceği anlamına gelmemektedir. Aksi halde marka hakkı üzerinde paylı hak sahipliği türünün varlığını kabul etmek gerekecek olup; bu da, hak sahiplerini marka hakkının tamamı üzerinde aynı şekilde yararlanma imkânından alıko-yacaktır.

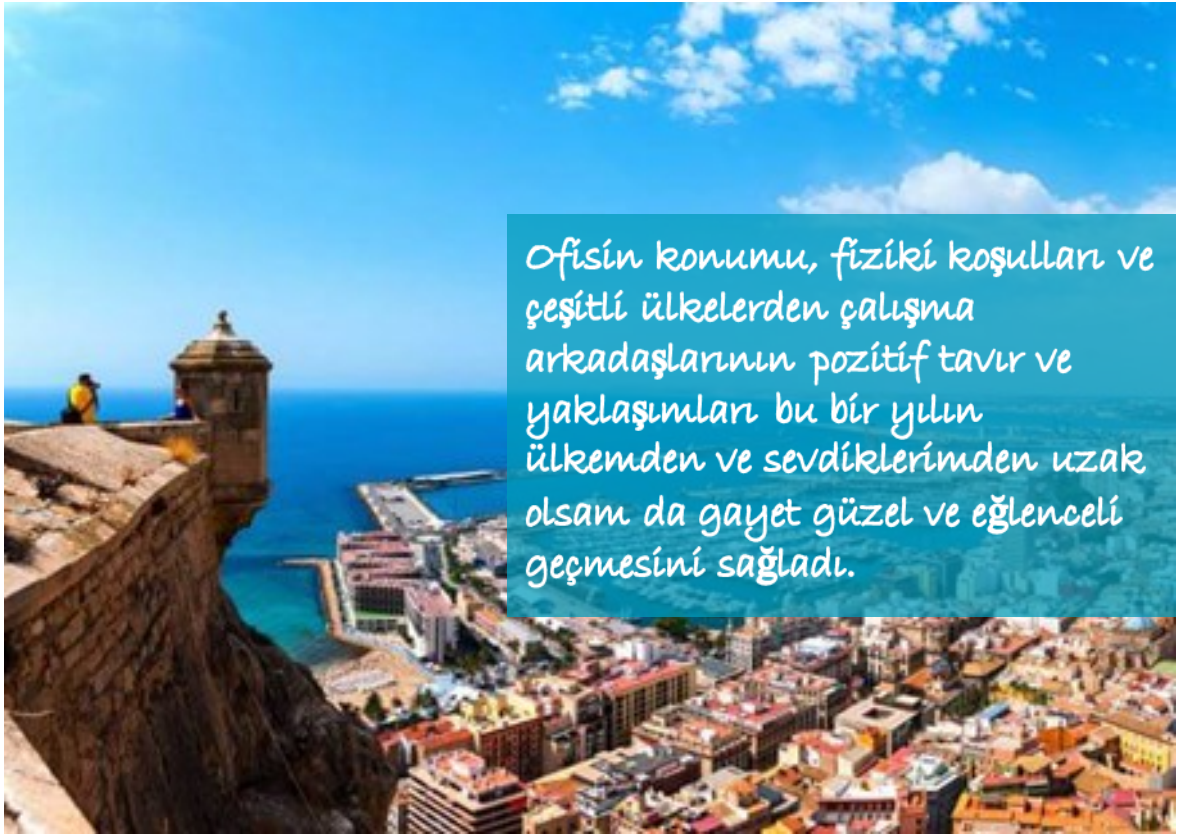
İntikal eden marka hakkı üzerindeki hak sahipliği türü marka hakkının yönetimi bakımından da önem teşkil etmektedir. Yeni marka hakkı sahiplerinin intikal konusu marka hakkında işlem yaparken hep birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Ancak bu kişilerin marka hakkının yönetimi için temsilci ataması da gündeme gelebilir. Hak sahipleri tarafından temsilci atamasının yapılmış olması, bu kişilerin marka hakkından yararlanma haklarını da temsilciye devrettiği anlamına gelmemektedir. Yine külli ve/veya cüz'i halef sıfatını haiz tüm mirasçılar marka hakkından aynı şekilde yararlanmaya devam eder. Temsilci ataması sadece yönetim işleri bakımından kolaylık sağlar.

Sonuç olarak intikal ile marka hakkı sahibi değişeceği için, hak sahiplerinin titiz şekilde belirlenerek işlem yapılması gerekmektedir. Marka hakkı üzerinde hak sahipliği, marka hakkına tecavüz olup olmadığı, iyiniyet ve kötüniiyetin tespiti,

benzerlik değeriendirmesi gibi pek çok konu bakımından önem taşımaktadır. Hak kayıplarının önüne geçmek adına miras yoluyla intikal konusunda yukarıda izah edilen hususların Yönetmelik ile açıklığa kavuşturulması daha isabetli olacağı kuşkusuzdur.



# Alicante Acı Vatan



Ofisin konumu, fiziki koşulları ve çeşitli ülkelerden çalışma arkadaşlarının pozitif tavrı ve yaklaşımları bu bir yılın ülkemden ve sevdiklerimden uzak olsam da gayet güzel ve eğlenceli geçmesini sağladı.

**S**iz bu satırları okurken yurtdışı görevimi bitirip dönüşümden bu yana 2 aydan fazla bir süre geçmiş olacak. Anılar ve Alicante günleri henüz çok taze ve bir süre daha taze kalmaya devam edecek gibi görünüyor.

**B**undan önceki yurtdışı görevlendirmelerinden farklı olarak bu kez süre daha uzundu ve bu da yerleşik hayata geçmeyi gerektiriyordu. Alicante, İspanya'nın güneyinde Akdeniz kıyısında yer alan güzel ve huzurlu turistik bir şehir. Elbette ki İspanya denilince akla gelebilecek bir şehir değil Alicante, ancak bana göre en az Barselona, Madrid ve Sevilla kadar görülmeye değer. Yine de ülkemizde sınai mülkiyet camiası

dışında pek bir bilinirliği olmadığını düşündüğüm bu güzel şehri soranlara daha iyi anlatabilmek için ülkemizden bir örnek vermek etkili oluyor: Türkiye'nin Antalya'sı.

**G**örevlendirmenin olduğu Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi'nin (EUIPO) Alicante'de denize nazır bir şekilde konuşlanmış olmasının da ilginç bir hikayesinin olduğunu öğrendim bu sürede. Rivayete göre, Ofisin kurulacağı yer konusunda İtalya ve İspanya isimleri geçiyor. İtalya kağıt üzerinde favori gibi görünse de durun bir dakika. O dönem AB içinde bu konuda karar verici konumunda olan yetkilinin doğ-





Ülke

İspanya

Yüzölçümü

201,27 km<sup>2</sup> (77,7 mi<sup>2</sup>)

- Kent

Rakım

3 m (10 ft)

Posta kodu

03000 - 03016

Alan kodu

34 (İspanya) + 96 (Alicante)

duğu yerden dolayı İspanya bir adım öne çıkıyor. Ve bilin bakalım bu yetkili nereli? Yüzünüzdeki gülümsemeyi ve Alicante diye mırıldandığınızı görür gibiyim. İtalya ve İspanya arasındaki bu tatlı rekabet ve AB yetkilisinin doğduğu yer için yaptığı bu pozitif ayrımcılık bir yana, Ofisin kurulduğu yer konusunda ne kadar isabetli bir karar verilmiş olduğunu anlamak için Alicante'nin görülmesinde fayda var.

**E**UIPO çalışanlarının zor koşullar altında çalışmakta olduklarını ayrıca belirtmem gerekiyor. Bizzat tecrübe ettiğim üzere denize nazır bir ofiste çalışmak gerçekten ızdırap verici. Hele bir de güneş ışınları denizin üstüne vurdu mu artık EUIPO yönetimi istediği kadar karar sayılarını artırmak için uğraşsın. El gitmiyor. Şaka bir yana Ofisin konumu, fiziki koşulları ve diğer imkanlarının oldukça iyi olduğunu söylemem gerekir. Ankara'mızda deniz ol-

madığına göre konum konusunda EUIPO ile baş edemeyiz belki ama, fiziki koşullarımızın EUIPO'dan pek de aşağı kalır yanının olmadığını söylemem gerekir.

**E**UIPO, kendi halinde her fikri mülkiyet ofisi gibi karar uyumu ve karar kalitesini sağlamak için önemli bir çaba harcamaktadır. Bu çabalarının da meyve verdiğini söyleyebilmek mümkün. Tabi ki fikri mülkiyet ofislerinin vaz geçilmez diğer bir hedefi olan karar sayısının yüksekliği de Kurumumuzda olduğu gibi AB ofisinde de yönetimin çok önem verdiği hedeflerden biri. Bu hedefin de deniz manzaralı ofislerinde gayet zor şartlarda çalışmakta olan EUIPO uzmanları üzerinde ne derece baskı kurduğuna yakinen şahitlik ettim bu bir yıllık sürede.

Nüfus (2010)

- Kent

334.418

- Metropol

7.061.748

Zaman dilimi CET (+1)

- Yaz (YSU)

CEST (+2)



**S**onuç olarak bu güzel Akdeniz şehrinde ülkemizi ve Kurumumuzu temsilen güzel bir yıl geçirdim. Kurumumdaki yoğunluk kadar olmasa da AB ofisinde de başvuru sayılarının fazlalığından kaynaklı önemli bir yoğunluğun olduğunu söylemek yanlış olmaz. Ofisin konumu, fiziki koşulları ve çeşitli ülkelerden çalışma arkadaşlarının pozitif tavır ve yaklaşımları bu bir yılın ülkemden ve sevdiklerimden uzak olsam da gayet güzel ve eğlenceli geçmesini sağladı. Tabi ki Alicante gibi huzurlu ve bir o kadar da canlı bir şehirde olmak da buna katkıda bulundu. İlerde

Alicante'ye tekrar gelir miyim şu an kestirmek çok mümkün değil ama o gün gelinceye kadar geride kalan bir yılın anıları Alicante günlerimi yaşatmaya devam edecek

Kubilay ÖZDEMİR  
Sınai Mülkiyet Uzmanı



Merve TOPALOĞLU

Sınai Mülkiyet Uzmanı

Marka, işlevleri ve sahibine tanıdığı haklarla ticari hayata yön veren önemli unsurlardan biridir. Özellikle bir işletmeye ait mal veya hizmetlerin bir başka işletmeye ait mal veya hizmetlerden ayırt edilmesi ni sağlaması işleviyle, aynı zamanda, kalite sembolü olarak tüketicilerin tercihlerini belirlemesi ve firmaların rakipleri arasından sıyrılmasında büyük bir rol oynamaktadır.

Gerek üretici firmaları gerekse tüketicileri etkilemesi bakımından markaların ulusal ve uluslararası arenada ticaretin en önemli elemanlarından biri olduğu söylenebilir. Sanayi Devrimi'nin de etkileri ile ticarete yaşanan ivme ve buna bağlı olarak artan rekabet nedeni ile marka hakkının korunması hususu da büyük önem kazanmış, ulusal ve uluslararası mevzuatlarla marka hakkına ilişkin düzenlemeler yapılarak marka hakkının daha etkili bir şekilde korunması sağlanmak istenmiştir.

Günümüzde gittikçe önemi artan markalar, tüketicileri, üreticileri ve rakipleri yönlendirmekte, toplum ve ekonomiyi etkisi altına almaktadır. Markaların etkisinin bu denli artması ile gerek ulusal gerekse uluslararası otoritelerce kamu sağlığı, kamu düzeni, kamu

yararı gibi gerekçelerle marka hakkına bir takım kısıtlamaların getirilmesi de kaçınılmaz hale gelmiştir.

Tütün ve alkol piyasasına ilişkin düzenlemeler başta olmak üzere, gıda, ilaç vb. sektörlerde kamu sağlığı ve kamu yararı gerekçeleriyle marka hakkına getirilen kısıtlamalarla marka hakkının kullanılması sınırlandırılmakta ve hatta bazen tamamen yasaklanmaktadır.

**KONUNUN ÖZEL OLARAK MARKA HAKKI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİNDE, MARKA HAKKININ KULLANILMASINI SINIRLANDIRAN VE BAZI HALLERDE TAMAMEN ORTADAN KALDIRAN KISITLAMALARIN GEREK ULUSAL MEVZUATA GEREKSE ULUSLARARASI MEVZUATA AYKIRILIK TEŞKİL ETTİĞİNİ SÖYLEMEK MÜMKÜNDÜR.**

Ülkemizdeki düzenlemeler bakımından bu kısıtlamalara örnek olarak; Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu'nun tütün ve alkol ürünlerinde kullanılan markaların diğer mal veya hizmetler üzerinde kullanılması, diğer mal veya hizmetlerde kullanılan markaların da tütün ve alkol ürünlerinde kullanılmasını yasaklayan 4207 sayılı Kanun madde 3/15 ve 4250 sayılı Kanun madde 6/9 hükümleri doğrultusundaki düzenlemeleri,

tütün, alkol ve ilaç ürünleri için getirilen reklam kısıtlamaları, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın Türk Gıda Kodeksi ve diğer düzenlemeleriyle gıda ürünlerinde kullanılan markalara getirdiği kullanım sınırlandırmaları, Sağlık Bakanlığı'nın ilaçlara ruhsat verilmesi ve INN isimlerinin kullanılması konusundaki düzenlemeleri ve TBB Reklam Yasağı Yönetmeliği'nde avukatlık hizmetinin marka teskilinin konusunu oluşturmaya cağına ilişkin düzenlemesi verilebilir.

Öte yandan, henüz ülkemizde uygulama alanı bulmayan ve dünya çapında yankı uyandıran, bütün sigara paketlerinin boyutlarının, şekillerinin ve renklerinin aynı olmasını, sigara paketleri üzerinde şirketlere ait olarak sadece kelime markasının yer almasını, bu kelimelerin de tüm paketlerde aynı boyut, font ve aynı fon üzerinde kullanılmasını, paketlerin belirli kısımlarının sağlık uyarılarıyla doldurulması hususlarını gerekli kılan tek tip paketleme düzenlemesi ve AB Marka Tüzüğü ve Direktifi uyarınca ulusal marka ofislerine tanınan iptal yetkisi de -6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile mevzuatımıza girmiştir- marka hakkının kısıtlanması sonucunu doğuran yurt dışı örnekleridir.

Söz konusu kısıtlamaların marka hakkının mutlak ve tekel olma özelliğini zedeleyip zedelediği ise doktrinde tartışma yaratmıştır. Bu tartışma; kısıtlamaların meşru temellere dayanıp dayanmadığına ve ulusal ve uluslararası mevzuata aykırı olup olmadığı noktasında toplanmaktadır.

Anayasa Mahkemesi ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararlarında mülkiyet hakkının konusunu oluşturduğu belirtilen marka hakkının, idari makamlar tarafından kısıtlanması sonucunu doğuran bu düzenlemelerin öncelikle mülkiyet hakkının sınırlandırılması bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, bahse konu kısıtlamaların Anayasa madde 13 ve madde 35 ile Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin Ek 1. Numaralı Protokolü madde 1'deki mülkiyet hakkının sınırlandırılmasına ilişkin ölçütlere uygun olması aranmakta, hakkın özüne dokunmama, ölçülülük ve hukuk devleti ilkelerine uygun olması gerekmektedir. Bu kısıtlamaların amacını oluşturan kamu sağlığı ve kamu yararının gerçekten marka hakkını sınırlandırmayı zorunlu kılıp kılmadığı hususlarının değerlendirilmesi ile kısıtlamaların sonuçları ve amaç arasında adil dengenin sağlanıp sağlanmadığının dikkate alınması ve kısıtlamaların topluma sağladığı yarar ile bireyden götördüklerinin tartılması gerekmektedir.

Konunun özel olarak marka hakkı açısından değerlendirilmesinde, marka hakkının kullanılmasını sınırlandıran ve bazı hallerde tamamen ortadan kaldıran kısıtlamaların gerek ulusal mevzuata gerekse uluslararası mevzuata (TRIPS Anlaşması, Paris Sözleşmesi, AB Marka Tüzüğü ve Direktifi) aykırılık teşkil ettiğini söylemek mümkündür.

Şöyle ki, marka hakkı sahibine müspet ve menfi yetkiler vermektedir. Marka sahibinin müspet hakları, markası üzerinde borçlandırıcı ve tasarrufi işlemlerde bulunma ve markayı kendi istifadesi için kullanma; menfi hakları ise üçüncü kişilerin markayı izinsiz kullanımlarını engelleyebilme yetkileri şeklinde kendini göstermektedir. Kullanımın sınırlandırılmasını düzenleyen bahse konu kısıtlamalar marka hakkının müspet yönüne ilişkin olup marka hakkının kapsamını daraltmaktadırlar.

Markaların tescil edildiği haliyle kullanılmasını engelleyen ya da tescil edildiği halinden farklı şekilde kullanılması zorunlu kılan düzenlemeler markanın esas ve belirleyici unsuru olan ayırt edicilik unsurunu da göz ardı etmektedir. 6769 sayılı SMK'nin 4 üncü maddesinde marka olabilecek işaretlerin sayılmasında ayırt ediciliğin bir koşul olarak ele alınması ve 5/1-b bendinde mutlak ret nedeni olarak düzenlenmesi doğrultusunda ayırt edici niteliğin bir zorunluluk olduğu ortadayken

markanın ayırt edici karakterini zedeleyen ya da tamamen ortadan kaldıran düzenlemelerin (tek tip paketlenme vb. gibi) kabulüne şüpheyle yaklaşılması gerekmektedir.

Diğer yandan, markaların ayırt ediciliğini zedeleyen ya da ortadan kaldıran kısıtlamalar nedeni ile ayırt edici unsurlarıyla daha önce tescil edilmiş ve bu şekilde kullanılmaları neticesinde firmayla özdeşleşen markaların artık kaynak gösterme işlevini de yerine getiremeyeceği, tüketicilerin malın kalitesine güven duymalarının zorlaşmasına neden olarak garanti işlevinin ve bunlarla bağlantılı olarak reklam işlevinin de zarar göreceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Markanın kullanılmasının kısıtlanması incelenirken markanın kullanılması zorunluluğundan da bahsetmek gerekecektir. Bilindiği gibi markanın haklı bir neden olmaksızın tescil tarihinden itibaren beş yıl içerisinde kullanılmaması ya da bu kullanıma beş yıl süre ile kesintisiz ara verilmesi halinde markanın iptali gündeme gelecektir. Markanın kullanılması zorunluluğu olarak nitelendirilen hüküm, marka sahibinin marka hakkının sona erme tehdidi bulunmaksızın devamını sağlamaya yöneliktir.

Kural olarak markalar, tescil edildiği şekilde, marka sahibi ya da onun izniyle üçüncü kişiler tarafından yurt içinde, sicilde kayıtlı mal ve hizmetler için beş yıl süreyle kesintisiz olarak işlevine uygun ve ciddi şekilde



kullanılmalıdır. Markanın bir işletmenin mal veya hizmetlerini bir diğerinden ayırt etmeye yarayacak biçimde kullanılması da şarttır.

Marka hakkının kısıtlanmasına yönelik düzenlemeler doğrultusunda uygulanan idari kararlar markanın kullanılmasına engel olmaktadır. Bu noktada, markanın kullanılmaması nedeni ile iptali hususu da gündeme gelebilecektir.

TRIPS madde 19/1'de mal veya hizmetlere uygulanan ithalat kısıtlamalarının veya hükümet tarafından uygulanan diğer koşullar gibi, markanın kullanılmasını engelleyen ve marka sahibinin iradesinden bağımsız oluşan koşulların, markanın kullanılmaması hususunda haklı sebep olarak kabul edilebileceği düzenlenmiştir. Bu anlamda yukarıda bahsettiğimiz marka kısıtlamalarının marka sahibinin iradesinden bağımsız ve hükümet tarafından uygulanan kısıtlamalar olduğu göz önünde bulundurulduğunda markanın kullanılmaması için haklı sebep olabileceklerini söylemek mümkündür. Bununla birlikte gerek TRIPS madde 19/1 hükmü ile zımni olarak gerekse TRIPS madde 8; "Üyeler, yasa ya da kurallarını düzenleme ya da tadil etme sırasında, kamu sağlığı ve beslenmenin korunması ve sosyo-ekonomik ve teknolojik gelişim için yaşamsal önem taşıyan sektörlerde kamu yararını sağlamak için, bu anlaşma hü-

kümlerine uygun olan gerekli önlemleri alabilirler." hükmü ile kamu yararı nedeni ile marka hakkına bir takım kısıtlamaların getirilebileceği kabul edilmiştir. Ancak bu düzenlemelerin TRIPS hükümlerini çiğnemek hususunda bir hak verdiği gibi yorumlanmaması gerekmektedir. Burada öncelikle kamu yararının aranması, getirilen tedbirlerin TRIPS ile uyumlu olması, tedbir ile o konudaki kamu yararı arasında güçlü bir bağ bulunması ve fikri mülkiyet hakkının asgari düzeyde sınırlandırılması gerektiği unutulmamalıdır.

Sonuç olarak, marka hakkının kısıtlanmasına yol açan düzenlemelerin olumsuz etkilerinin fazlalığı göz önünde bulundurulduğunda, bu tip kısıtlamaların gerçekten zaruri olup olmadığının öncelikle tespiti gerekir. Zira idare, marka hakkı kısıtlanmadan, başka yöntemler kullanarak amacına ulaşabilecekse, marka hakkının kısıtlanmaması icap eder. Ne var ki, idare marka hakkını kısıtlamaktan başka bir yolu olmadığını tespit ederse, düzenlemelerini; ulusal ve uluslararası mevzuata uygun bir şekilde ve kısıtlamaların amacı ile kişi ve kamu yararı üzerindeki sonuçları arasında adil bir denge kurarak hazırlamalıdır.





Gonca ILICALI

Sınai Mülkiyet Uzmanı

Yasal yolculuğuna 2002 yılında başlamış olan “geleneksel ürün adı” koruması, 2009 yılında TBMM’ye sevk edilip bazı alt komisyonlarda görüşülmeye başlamış olmasına rağmen kadük olmaktan kurtulamayan münhasır bir Tasarının ardından 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun ikinci kitabında kendine yer edinmiştir.

Kanunumuzun adının “Sınai Mülkiyet” olmasının da neden olabileceğini düşündüğüm bir yanılıgyı yazımın hemen başında düzeltmek isterim. “Geleneksel ürün adı” kavramının Türkiye’de “sınai mülkiyet hakları” içine dâhil edilmediği ve tescil edilen geleneksel ürün adının tescil ettirene inhisari hak sağlamadığı Kanunda açıkça hükmedilmiştir. Kanunla garantiye alınan bir diğer husus ise, coğrafi işaretler gibi geleneksel ürün adlarının da lisans, devir, intikal, haciz ve benzeri hukuki işlemlere konu olamayacağı ve teminat olarak gösterilemeyeceği.

“Geleneksel” kelimesi, özellikle en genel olarak “geçmişten günümüze gelen ve bu sebeple saygın tutulan”, “alışkanlık edinilen” v.b. anlamları nedeniyle günlük hayatı-

mızda sıklıkla karşılaştığımız, hatta sıkça kullandığımız bir kelime. Ancak Kanunun ikinci kitabıyla Türkiye’de ilk kez yasal bir koruma sistemine kavuşan bu mefhum, alıştığımız anlamlara nazaran daha kısıtlı bir çerçeve çizmekte.

**6769 SAYILI KANUNUN İKİNCİ KİTABIYLA ÖNGÖRÜLEN AMBLEM, ÖZÜ İTİBARIYLA, TESCİL EDİLEN COĞRAFI İŞARETLERİN VE GELENEKSEL ÜRÜN ADLARININ “TESCİLLİ” OLDUĞUNU KAMUOYUNA ANLATMA AMACI TAŞIYAN TÜRK PATENT VE MARKA KURUMUNUN RESMİ BİR “GARANTİ MARKASI” FONKSİYONUNDA OLACAK. “OLACAK” DEDİM, ZİRA GÖRSEL OLARAK TASARIMI HENÜZ YAPILMAMIŞ AMBLEM, 2018 YILI OCAK AYINDA YÜRÜRLÜĞE GİRECEK UYGULAMANIN KAHRAMANI OLARAK SAHNEDEKİ YERİNİ ALACAK.**

“Geleneksel” kelimesi, özellikle en genel olarak “geçmişten günümüze gelen ve bu sebeple saygın tutulan”, “alışkanlık edinilen” v.b. anlamları nedeniyle günlük hayatımızda sıklıkla karşılaştığımız, hatta sıkça kullandığımız bir kelime. Ancak Kanunun ikinci kitabıyla Türkiye’de ilk kez yasal bir koruma sistemine kavuşan bu mefhum, alıştığımız anlamlara nazaran daha kısıtlı bir çerçeve çizmekte.

•Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması.

•Geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması.

Coğrafi işaretin tanımının “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaret” olduğunu hatırlarsak, birbirine karıştırılma olasılığı yüksek olan bu iki kavram arasındaki farkı da kolaylıkla ortaya koyabiliriz. Kısaca belirtmek gerekirse “coğrafi işaretin belirli bir coğrafi alan ile bağı varken “geleneksel ürün adı” için böyle bir bağ söz konusu değil. Dolayısıyla 6769 sayılı Kanunla açılan bu yeni kapıdan içeri girme telaşıyla gittikçe artan “Bizim orada üretilen bir geleneksel ürün var, başvurusunu hemen yapıp tescilletmek için ne yapmamız gerekir?” sorularına verilecek cevap, “geleneksel olduğunu söylediğiniz ürün, ‘sizin yöreye mahsus’ ise bu ürüne menşe adı ya da mahreç işareti, ama her hâlükârda coğrafi işaret koruması yakışır” olacaktır.

Geleneksel ürün adının

"coğrafi bir yer ile ilişkili olmadığı"na yönelik bir desteği, Birleşik Krallık'ın bu konularda görevli bulunan DEFRA (Department for Environment Food And Rural Affairs) kısaltmasına sahip kurumunun web sitesinden alalım. <https://www.gov.uk/guidance/eu-protected-food-names-how-to-register-food-or-drink-products> linkinden erişilecek bilgide açıkça "Geleneksel özelliği garanti edilmiş ürün adı tescil edildiğinde tüm Avrupa Birliğinde ürün üretilebilir." şeklinde bir cümle karşımıza çıkmakta. Cümle irdelendiğinde, "tüm AB sınırları içinde koruma sağlayan tescil" işlemi gerçekleştiğinde, tescile konu ürünün üretiminin tek bir coğrafi alan ile sınırlı tutulamayacağı ve AB içinde her yerde üretilebileceği sonucuna ulaşılmakta. Söylemeye gerek yok ama, üretimin tescildeki şartlara bağlı kalması kaydıyla tabi...

Hazır AB üyesi bir ülkeden bahsetmişken, Kanunda öngörülen koruma modelinin temelini AB'nin ilgili yasal düzenlemelerine dayandığını ancak onların doğrudan tercüme edilmesi suretiyle oluşturulmadığını, ülke ihtiyaçları ve mevcut durumun göz önünde bulundurularak kapsamının belirlendiğini belirtelim. Kanun çalışmasına ilk başladığımız 2002 yılında yürürlükte olan AB Tüzüğü önce 2006 ve ardından 2012 yılında değişmişti. Yani hâlihazırda yürürlükte olan 1151/2012 sayılı Tüzük, süreç içinde incelemek zorunda kal-

dığımız üçüncü AB mevzuatı.

Kanunda "geleneksel ürün adı" olarak kullanılan kavram, daha önceki AB tüzüklerinde olduğu gibi 1151/2012 sayılı Tüzükte de "geleneksel özelliği garanti edilmiş" ad olarak Türkçe'ye çevrilebilen "traditional specialities guaranteed (TSG)" şeklinde kullanılmakta. Bu kavram, önceki yıllardaki kanun çalışmalarımızda "geleneksel özellikli ürün adı" olarak kullanılmıştı.

AB sadece kısıtlı bir gıda ile tarım ürünü grubu için TSG koruması sağlamakta. Ancak ülkemizde gıda ve tarım ürünlerinin yanı sıra maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünlerinden Kanunda belirtilen şartları taşıyan ürünler de tescilden faydalanabilir. Tıpkı coğrafi işaretler gibi geleneksel ürün adı koruması da "hizmetler"i kapsamaz.

Geleneksel ürün adlarının tescili için yapılacak başvurunun inceleme, itiraz, tescil ve diğer işlemleri, coğrafi işaretler için kurulan sistem ile benzer nitelikte olduğundan tekrar etmeyeceğim. Ancak "neden?" sorularına ta en başından beri ısrarla maruz kaldığımız, hatta kimilerince "eksik bıraktığımızın, hata yaptığımızın" iddia edildiği "amblem" uygulaması bakımından coğrafi işaretlerle yolları ayrılıyor.

6769 sayılı Kanunun ikinci kitabıyla öngörülen amblem, özü itibarıyla, tescil edilen coğ-

rafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının "tescilli" olduğunu kamuoyuna anlatma amacı taşıyan Türk Patent ve Marka Kurumunun resmi bir "garanti markası" fonksiyonunda olacak. "Olacak" dedim, zira görsel olarak tasarımı henüz yapılmamış amblem, 2018 yılı ocak ayında yürürlüğe girecek uygulamanın kahramanı olarak sahnedeki yerini alacak.

Amblem kullanımı coğrafi işaretler bakımından zorunlu, kullanılmaması halinde bile Kanunla belirlenmiş şartlara uymak gerek. Ancak geleneksel ürün adları bu noktada rotasını, "amblemsiz kullanımların Kanuna tabi olmayacağı" özgürlüğü sunan farklı bir limana kırıyor.

Geleneksel ürün adlarına tanınan bu istisna, bu özgürlük de neden? Uygulamada kaosa yol açmayacak mı? Madem biz bu modeli AB'den aldık, orda da bu özgürlük var mı? ....

Eminim şimdi siz değerli MAPADERgi okuyucuları da bu ve benzeri birçok soruyu aklından geçirmeye çoktan başladı. 2002 yılından beri mevzuat çalışmalarının içinde kesintisiz biçimde yer alan biri olarak dilim döndüğünce ve tabi kişisel görüşlerimi de katmak suretiyle soruları cevaplamaya çalışayım.

Aslında belki de geleneksel ürün adlarının özgürlüğündeki en büyük payı, "geleneksel" kelimesinin sahip olduğu anlam ya da bizlerin bu kelimeyle birlikte kullandığımız mefhumlara

hep daha fazlasını yükleme çabası. Galiba biz bu kelimeyi çok seviyoruz...

Örneğin her yıl gitmeyi alışkanlık edindiğimiz tatil belgelerini "geleneksel tatil yerimiz", lise sıralarını paylaştığımız arkadaşlarımızla yıllar sonra gerçekleştirdiğimiz toplanmaları "geleneksel buluşmaları" şeklinde tanımlıyor ve onların "köklü" alışkanlıklar ve davranışlar olduğunu vurgulamaya çalışıyoruz.

Bir alanda yeni oluşturulan kavramları tanımlamak için bile "geleneksel" kelimesinden faydalanarak, yani bir anlamda mefhum-u muhalif kavramına sırtımızı dayayarak "geleneksel olmayan" diye başlayan bir tamlama kullanıyoruz. Buna en güzel örnek, hepimizin ziyadesiyle aşına olduğu "geleneksel olmayan markalar" kavramıdır.

Bugün marka sicilinde araştırma yaptığımızda karşımıza yüzlerce marka çıkıyor, içinde "geleneksel" kelimesi geçen. Muhtemelen piyasada yüzlerce tescilsiz marka daha aynı şekilde kullanılmaya devam ediyor. Burada bir parantez açarak geleneksel ürün adı tescilinin başta markalar ve coğrafi işaretler olmak üzere tesis edilmiş sınıai mülkiyet haklarına halel getirmeyeceğinin Kanunla garanti altına alındığını söyleyeyim.

Gelişen teknolojiye dayalı olarak özellikleri standartlaştırılmış ürünler karşısında, kendi-

ne özgü karakter taşıyan ürünleri yaşatma adına gösterilen sivil inisiyatif çabaları, medya haberlerine konu edilirken bu ürünler genellikle "geleneksel" başlığı altında sınıflandırılıyor.

Kimi üreticiler piyasanın genel alışkanlıklarından ve güncellemelerinden uzak durup dedelerinden miras kalan ailevi üretim yöntemlerine sadık kalarak "aile gelenekleri"ni devam ettiriyor ve böylelikle biz tüketicilere kendilerine özgü nitelik taşıyan farklı alternatifler sunuyorlar.

Reçel seven okurlarımıza bir soru: üzerinde "ekstra geleneksel reçel" yazan bir reçel aldınız mı hiç? Belki farkında bile değilsiniz böyle bir ifadenin varlığından. Reklamların ve diğer türlü türlü tanıtım vasıtalarının birçoğunda sıklıkla gördüğümüz "geleneksel" kelimesi belki de size hiç ayırt edici gelmedi. Bir olasılık, bu kelimeyi görünce ürünün "atalardan kalma yöntemlerle üretildiği"ni, yahut "doğal" olduğunu düşündünüz... Reçel kavanozuna geri dönecek olursam, "ekstra geleneksel reçel" ifadesinin kullanımı için meşru bir gerekçe var. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının görev alanında bulunan Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliğinde bu tanım bulunuyor. Reçel deyip geçmeyelim. Bu Tebliğde, belki de şaşıracağınız ama "reçel", "ekstra reçel", "geleneksel reçel" ve "ekstra geleneksel reçel" olmak üzere top-

lam dört tanım var. Asıl konumuzdan fazlaca uzaklaşmamak adına "geleneksel reçel" ile "ekstra geleneksel reçel" arasındaki "yasal" farkın kısaca "içerdikleri meyvenin bütün/parçalı olmaları ile meyve oranlarındaki fark" olduğunu, geçmişe dair bir iz taşımadığını belirteyim.

Konu multidisipliner bir alan olan "sınıai mülkiyet"ın camiası için bile ziyadesiyle giriftse, henüz bu tür tartışmaların içine girmemiş, sadece günlük ihtiyacını karşılamak üzere pazarda dolaşan tüketici için kim bilir nasıldır?

Özetle tüketicide "Acaba burada kullanılan 'geleneksel' kelimesi neyi anlatıyor?", üreticide ise "Bu kelimeyi kullanırsam karşıma hangi kanun çıkar, hangi yaptırımlarla karşı karşıya kalırım?" endişelerine gebe bir tablo çıkıyor karşımıza.

Temel olarak yukarıda kişisel yaklaşımlarımla açıklamaya çalıştığım argümanlar göz önünde bulundurularak tüketici, üretici, ilgili kamu kurumları ve hatta yargı nezdinde oluşabilecek karmaşanın asgari düzeyde tutulabilmesi amacıyla "geleneksel ürün adının amblesiz kullanımının Kanuna tabi olmayacağı" yönünde bir düzenleme öngörüldü. Sanırım bu noktada, 6769 sayılı Kanunun diğer yasal düzenlemelerle piyasaya getirilen kuralları ortadan kaldırır mahiyette olmadığını, sadece ürün çeşitlendirme konusunda bir alternatif sun-



sağladığı yorumları da bulunmakta.

Konunun AB ile ilgili kısmına gelecek olursak, 1151/2012 sayılı AB Tüzüğüne göre TSG koruması için de amblesmin kullanılması gerekli. Ancak bir önceki 509/2006 sayılı Tüzükten miras bir hüküm var ki, bu hüküm kaynaklı istisnai bir uygulama 1151/2012'ye göre 04.01.2023 tarihine kadar geçerli.

Konunun gittikçe heyecanlı bir hal aldığını umarak 509/2006 sayılı Tüzüğün 13 üncü maddesine yöneliyorum. Bu madde ve maddede atıfta bulunulan diğer maddeler uyarınca TSG tescili için başvuru yapılırken "tescile konu isme rezervasyon koyma ve koymama" şeklinde iki seçenek vardı. Yani başvuru yapan eğer isme rezervasyon koymaz ise, bu ismi taşımasına rağmen tescilde belirtilen özelliklerden farklı özelliklere sahip başka/benzer ürünlerin de AB piyasasında bulunmasına engel yoktu. Bu durumda da, yani tescildeki özellikleri taşımayan üründe TSG kısaltması ve/veya buna ilişkin amblem kullanılmayabilirdi. Ayrıca böyle bir tasarruf hakkı sadece başvuru yapanda yoktu. Başvurunun yayınlanmasına karşı yapılacak itirazda eğer

"başvuruda belirtilen özelliklerden farklı özelliklere sahip aynı isimli ürünlerin AB pazarında meşru, bilinen ve ekonomik değere sahip olduğu" iddiası ileri sürülür de kanıtlanırsa, tescil işlemi "rezervasyonsuz" olarak gerçekleşmekteydi.

1151/2012 sayılı Tüzüğün "geçiş dönemi" hükmü olan 25 inci maddesine göre, önceki Tüzük uyarınca rezervasyonlu olarak tescil edilmiş TSG'ler otomatik olarak korunmaya devam edecek. Ancak rezervasyonsuz TSG'lerin rezervasyonlu hale dönüştürülebilmesi için 26 ncı madde uyarınca basitleştirilmiş bir prosedüre tabi tutulmak kaydıyla 04.01.2016 tarihine kadar ulusal ofisi nezdinde talepte bulunulması gerekiyordu. Rezervasyonsuz olarak tescil edilmiş TSG'leri üzerinde taşıyan ürünler ise 04.01.2023 tarihine kadar AB piyasasında bulunabilecekler. AB Komisyonu, diğer birçok hükümde olduğu gibi geçiş dönemi hükmü için de ortaya çıkabilecek sorunların giderilmesi amacıyla yasal düzenleme yapma yetkisine sahip. Dolayısıyla muhtemel sorunlara karşı alınabilecek tedbirler de şu an için muamma.

Rezervasyonsuz TSG'ye örnek, AB nezdinde 1998 yılında tescil edilmiş olan ve sanırım

hepimizin gayet iyi bildiği İtalyan "mozzarella" peyniridir.

Bazı yabancı kaynaklı yazılarda, "mozzarella"nın İtalya dışında birçok AB üyesi ülkede üretildiği ve bu sebeple 1151/2012 sayılı Tüzüğe uygun şartlara kavuşması amacıyla yapılabilecek bir başvuru hakkında yapılacak itiraz karşısında şansının fazla olmadığı, ayrıca TSG kurallarına uygunluk için harcanacak idari masrafların genellikle tescilin sağladığı ekonomik faydadan daha fazla olduğundan bahisle, İtalya'nın isme rezervasyon koyma konusunda istekli davranıp davranmayacağını da belirsiz olduğu ifade edilmekte.

Mozzarella farklı bir açıdan da bizim için örnek teşkil ediyor. Benim de zevkle tükettiğim, İtalya'nın esas olarak orta-güney kesiminde yer alan bir bölgede manda sütü ile yapılan "Mozzarella di Buffalo Campana", menşe adı olarak 1996 yılında tescil edilmiş ve kanaatimce bilinirliği oldukça yüksek bir coğrafi işaret. TSG tescili bu tescilden iki yıl sonra yapıldığına göre, belki de bu güçlü coğrafi işarete zarar vermemek amacıyla isme rezervasyon konulmadı ya da başka ülkelerde de aynı isimde benzer nitelikli peynir üretimi yapıldığı düşünüldü, kim bilir?

Konuyu, bilhassa amblem uygulamasıyla birlikte pekiştirmek amacıyla görsel örnek vermek istiyorum. Aşağıdaki peynir ambalajlarından soldaki "Mozzarella di Buffalo Campana"nın "menşe adı koruması"nı gösterir amblemini, sağdaki ise "mozzarella" peynirinin "geleneksel özellik taşıdığını garanti etmek" üzere kullanılan TSG amblemini taşımakta.

AB'nin TSG'lere verdiği önem, AB Sınai Mülkiyet Ofisi (EUIPO) tarafından uygulanmakta olan yeni marka tüzüğünde de yerini almış durumda. Mart 2016 tarihinde yürürlüğe giren yeni Tüzüğün 7(1)(l) hükmü uyarınca, tescilli TSG'ler de marka tescilinde mutlak red nedenleri arasında sayılıyor. 6769 sayılı Kanunda bu konuda açıkça bir hüküm yer almasa da, başvuruları inceleyen sınai mülkiyet uzmanı arkadaşlarım, hiç şüphesiz ki 5(1)(c) hükmü uyarınca gereken kararı vereceklerdir.



Soldaki sarı kırmızı amblem, AB'nin "korunan menşe adı" (Protected Designation of Origin) amblemidir.



Sağda yer alan sarı lacivert amblem, AB'nin "korunan TSG" (Protected Traditional Specialities Guaranteed) amblemidir.



## FİKRİ EGZERSİZ

Sizler için birkaç soru hazırladık. Bazı soru tiplerini ilk defa görecekler için de mümkün olduğu kadar örneklerle açıklamaya çalıştık. Umarız çözerken eğlenirsiniz. 10 soruyu da doğru cevaplayan ilk okuyucumuza sürpriz bir hediye olacak. Cevaplarınızı aşağıdaki e-posta adreslerine gönderebilirsiniz. Soruların cevapları sonraki sayıda.

Mert Kıyan: [mert.kıyan@turkpatent.gov.tr](mailto:mert.kıyan@turkpatent.gov.tr)

Coşar Erünlü: [cosar.erunlu@turkpatent.gov.tr](mailto:cosar.erunlu@turkpatent.gov.tr)

### Resfebe Nedir?

Resfebe, kelime ya da kelime gruplarının harf, sayı ve resimler ile ifade edilmesi üzerine kurgulanmış bir oyundur.

Örnek: C1 Cevap: CEBİR

"c" harfinin okunuşu olan "ce" ve "1" sayısının yazılışı olan "bir" kelimesinin birleşimi sonucunda "cebir" cevabı ortaya çıkmaktadır.

Örnek: NNNNNN Cevap: ALTIN

6 (altı) adet "n" harfinin yer aldığı bu örnekte ise cevap "altın" kelimesidir.



Örnek :

Cevap: OKYANUS

"ok" şekli ve yan yazılmış "us" kelimeleri ile "okyanus" kelimesi ifade edilmiştir.



- S

Örnek :

Cevap: İLĞİ

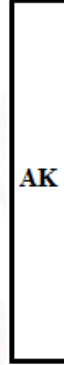
"İlgi" kelimesi, "Silgi" kelimesinden "s" harfinin çıkartılması ile ifade edilmiştir.

### Soru 1: Buzzz gibi resfebe!

Li



### Soru 2: Şeker tadında resfebe!



### Soru 3: Kelime çemberi



Rakamlar arasına 5 adet çizgi çizerek 1 ya da 2 rakamlı öyle sayı elde edin ki, bu sayılardan herhangi birinden başlayıp saat yönünde ya da tersi yönde ilerleyerek sayıların ilk ya da son harfleri okunduğunda 5 harfli bir sözcük oluşsun.



Soru 4: Aşağıda ne yazıyor?



Soru 5: Sayı dizisindeki soru işareti yerine hangi sayı gelmelidir?

3-3-2-4-3-4-?-5-5-2- ...

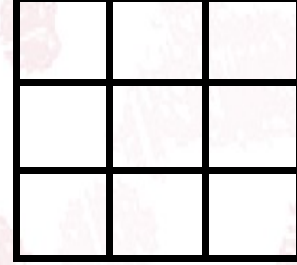
Soru 6: Üç kutu silerek eşitliği sağlayınız.

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 7 | + | 1 | / | 6 | = | 4 | + | 1 | / | 2 | + | 2 | / | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Soru 7: Aşağıda ne yazıyor?

222 33 888 2 7

Soru 8: 1'den 9'a kadar olan rakamları aşağıdaki kutulara öyle yerleştirin ki bütün satır, sütun ve köşegenlerde bulunan rakamların toplamı eşit olsun. (Cevaplarınızı üst satırdan başlayarak ve rakamların arasına virgül koyarak yazınız.)



Soru 9: Hangi şehir?

85 → Karabük

12 → Ankara

61 → Samsun

49 → Kırklareli

63 → ?

Soru 10: Aşağıdaki sekiz kelimeyi ikiyeşerli dört gruba ayırın. Her gruptaki harfleri birer kez kullanarak anlamlı 4 kelime üretin.

KAR, HAT, CAZ, DÜN, NOT, ER, NARA, AF

Örnek: Soru "EM, AT, KİP, KEK" kelimeleri için sorulsaydı çözüm KİTAP (AT, KİP), EKMEK (EM, KEK) olacaktı.





**mapadergi**

Marka ve Patent Uzmanları Derneği e-Dergisi

[www.mapader.org](http://www.mapader.org)

[info@mapader.org](mailto:info@mapader.org)

Dergimizde yayımlanan yazı, makale, fotoğraf ve grafiklerin tüm hakları saklıdır. Bir bölümü ya da tamamı, izin alınmadan, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz, çoğaltılamaz, yayımlanamaz.