

FİKRİ GÜNDEM

AIPPI Türkiye Bülteni

Nisan 2019 / Sayı 17


AIPPI
TÜRKİYE



Değerli Üyeler,

Fikri haklar alanında ülkemizin önemli yapı taşlarından olmayı başaran derneğimizin her geçen gün gerek nicelik ve gerekse de niteliksel bakımdan büyüyerek yoluna devam ettiğini büyük bir mutlulukla hep beraber gözlemliyoruz.

Bir asrı aşkın geçmişiyle uluslararası mecrada fikri haklar alanında dünyanın sayılı sivil toplum kuruluşlarından biri olan AIPPI International'ın tecrübesini ve birikimini özümseyen derneğimiz, Türkiye'de kurulduğu günden bu yana geçen yaklaşık 11 sene gibi nispeten kısa sayılabilecek bir sürede hem ülkemizde yaptığı ulusal çalışmalar hem de uluslararası alanda ülkemizin menfaatleri çerçevesinde aldığı pozisyonlar ile öne çıkmayı başarmıştır.

Kısa bir süre önce Mart ayı sonunda gerçekleştirdiğimiz Olağan Genel Kurul Toplantımızda Yönetim Kurulu Faaliyet raporunun sunumu ile genel kurula katılan değerli üyelerimize faaliyetlerimiz hakkında bilgi verdik. Katılım sağlayamayan üyelerimiz bakımından da kısaca özetlemek gerekirse;

- Derneğimiz, 2018 yılında yerli ve yabancı eğitimciler ile gerçekleştirdiği ve geri bildirimlerden de son derece başarılı olduğunu tespit ettiğimiz IP Academy adı altındaki eğitim serilerine bundan sonra da devam edecektir. İlerideki eğitimler bakımından da siz değerli üyelerimizin her türlü görüş, öneri ve katkılarını beklediğimizi bu vesileyle tekrar hatırlatmak isterim.
- Derneğimizin kuruluşundan bugüne iki senede bir gerçekleştirdiğimiz en büyük organizasyonumuz olarak tanımlanabilecek "Sertaç Köksaldı 5. Fikri Haklar Hukuku Semineri" de 2018 Nisan ayında başarıyla tamamlandı ve 2020 yılındaki uluslararası seminerimizin hazırlıklarına da başlandı.
- Ekim 2018'de Boğaziçi Üniversitesi'nde düzenlenen uluslararası konferansta ilk kez takdim edilen ve jürisinde yer aldığımız "Sertaç Köksaldı Fikri Mülkiyet Hakları Başarı Ödülü" sahibini buldu. Ödülün ilk sahibi IPRGezini Blogunun kurucusu Önder Erol ÜNSAL'ı buradan bir kez daha tebrik ederim. Türkiye'de fikri haklar alanında en prestijli ödül olması niyetiyle yola çıkılan bu ödül programında bu seneki ödül için de jüri üyeleri çalışmalarına başlamıştır.
- Pek çok güncel konuda sadece üyelerimize özel olarak yuvarlak masa toplantıları ve kahvaltılı toplantılar yapılmış olup bu tarz toplantılara hız kesmeden devam edilmesi arzulanmaktadır.
- Yine ilk defa üyelerimizle derneğimizin dün, bugün ve geleceğini masaya yatırdığımız bir istişare toplantısı ve sonrasında dernek yemeği düzenlendi. Derneğin karar alma mekanizmalarına katkı sağlaması amaçlanan istişare toplantılarının ve üyelerimiz arasındaki iletişimi ve işbirliklerini kuvvetlendirme amacına matuf dernek yemeklerimizin değerli katılımlarınızla bundan sonra da yılda en az bir kez tekrarlanması hedeflenmektedir.
- 2018 yılında gerçekleştirdiğimiz "Marka Hukukunda Kullanmama Nedeniyle İptal Müessesesinde Yaşanan Güncel Gelişmeler ve Sorunlar Paneli"nin tape edilerek kitaplaştırılması neticesinde tüm üyelerimize ve paydaşlara gönderilmesinin de yakın dönemde derneğimiz açısından gurur verici çalışmalardan biri olduğunu belirtmek isterim.

- Burada son olarak Konu Sorularımızla ilgili Cancun Kongresi sorularının tamamlandığını ve Londra soruları için çalışma gruplarının oluşturularak çalışmaya başladıklarını belirtmek isterim. Gerek AIPPI International ve gerekse de ulusal derneğimizin belki de en önemli içerik üretimi kaynağı olan konu sorularına olan yoğun ilgi nedeniyle üyelerimize teşekkür eder ve çalışmaların herkes için verimli olmasını temenni ederim.

Yukarıda saydıklarım dışında gerçekleştirilen daha pek çok faaliyet ve etkinliğin ismini burada tek tek anmak maalesef mümkün değil, ancak bu vesileyle derneğimizin komitelerinde, alt komitelerinde, konu sorusu çalışma gruplarında çalışan ve kıymetli zamanlarını atfetmek suretiyle derneğimizin ve fikri haklar ekosisteminin gelişimine katkı sunan tüm üyelerimize teşekkürlerimi sunmak isterim.

Bu arada, 26 Nisan Dünya Fikri Mülkiyet Günü'nde yayıma hazır hale getirilen bu sayı ve dergimizin bundan sonraki sayılarında da Fikri Gündem dergimizin yeni moderatörü değerli üyemiz Seral Cantürk'e ve tüm ekibine de başarılar dilerim. Fikri Gündem ekibinin daha önce olduğu gibi bundan sonra da keyifle okuyacağınız ve mesleki anlamda da faydalanacağınız içeriği dolu tatmin edici sayıları siz değerli üyelerimizle buluşturup başarılı işlere imza atacaklarına eminim.

Bildiğiniz üzere, 26 Nisan Dünya Fikri Mülkiyet Günü'nün bu seneki teması, WIPO tarafından spor dünyasında fikri haklar olarak belirlendi. İnovasyon, yaratıcılık ve fikri hakların dünyada sporun desteklenmesine katkılarının irdelendiği "Reach for Gold" adlı kampanya gerçekten çok ilgi çekici. Fikri hakların sporla olan tüm bağlantılarını görmek, spora ve sporculara katkılarını detaylı olarak öğrenme fırsatı bulmak bir spor fanatiği olarak şahsen beni çok mutlu etti. Herkes tarafından söz konusu içeriklerin benim kadar keyifle takip edildiği umuduyla tüm değerli üyelerimizin Dünya Fikri Mülkiyet Günü'nü kutlar, fikri haklar ve spor dolu bir yaşam dilerim.

Son olarak, değerli dostum ve derneğimizin ebedi başkanı Sertaç Köksaldı'yı da bu vesileyle bir kez daha rahmet ve minnetle anmak istiyorum. Seni hiç unutmadık, unutmayacağız ve unutturmayacağız. Açtığın yolda, olağanüstü liderliğinle bizlere tuttuğun ışıktaki ilerlemeye devam edeceğiz. Huzur içinde uyu...

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Fikri Gündem Komitesi Moderatörü

Değerli Okurlar,

Fikri Gündem Komitesi adına öncelikle tüm meslektaşlarımızın, fikri haklar alanına emeği geçen, katkı sağlayan herkesin Dünya Fikri Mülkiyet Günü'nü kutlarım. Fikri haklar korumasının ne denli önem arz ettiğinin toplumsal bilincine daha çok ulaştığımız, ülkemizden başlayarak fikri hakların en geniş anlamda geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için birlik içerisinde çalıştığımız, paylaşımlarımızın arttığı nice yıllara!

Bu sayı, Fikri Gündem'in çıkmasına destek verdiğim ilk sayı olması itibarıyla benim için ayrı bir öneme sahip. İlkler hep güzeldir derler ama yayın mutfağında hiç bulunmamış biri olarak başlangıçta bu güzelliğe bolca kaygının da eşlik ettiğini söylemeliyim. Yine de, geldiğimiz nokta, dergilerin de bir varlık sahibi olduğunu ve her varlık sahibi gibi gıdası verildiğinde kendi hayatini devam ettirebildiğini idrak ettirdi. 17. sayı da, başta Yönetim Kurulu'nun desteği ve yönlendirmesi, üyelerimizin, konuk yazarlarımızın paylaştığı çalışmalar, daha önceki Fikri Gündem ekiplerinin çizdiği yol haritaları ve şu an birlikte çalıştığımız ekip arkadaşlarımızın bilgisi ve samimi çabası ile varlık kazandı. Hepsine içtenlikle teşekkür ederim.

Sizleri içeriğimizle baş başa bırakmadan önce, bir sonraki sayı için fikir, eleştiri, öneri ve çalışmalarla katkı sunmak isteyen okuyucularımızın bizlere fikrigundem@aippiturkey.org adresinden ulaşabileceklerini yinelemek isterim.

Keyifli okumalar, bir sonraki sayıda görüşmek dileğiyle...

İÇİNDEKİLER

GÜNDEM DEN HABERLER

Türkiye'den Haberler.....	6
Dünyadan Haberler.....	8

İZLENİMLER

AIPPI 2018 Dünya Kongresi • Merve Macit.....	10
Sertaç Köksaldı - 5. Fikri Haklar Hukuku Semineri Üzerine İzlenimler • Feride Özdemir.....	12
Marka Hukukunda Kullanmama Nedeniyle İptal Müessesesinde Yaşanan Güncel Gelişmeler ve Sorunlar Paneli • Deniz Merve Ersoy Pınar ve Özlem Fütman.....	14
Türk Patent ve Marka Kurumu Çarşamba Semineri - Telif Hakları ile Kesişen Sınai Mülkiyet Hakları • Buşra Altındağ.....	18
Rakiplerinin Markalarını Karşılaştırmalı Reklamlarda Kullanılmasına İzin Veren Düzenleme Yürürlüğe Girmeden Kaldırıldı • Mine Güner.....	19
10 Milyon Patent • Ender Erkarataş.....	21

MAKALELER

Konusu Alacak/Tazminat Talepleri Olan Ticari Dava Niteliğindeki Fikri Mülkiyet Hukuku Uyuşmazlıklarında Dava Şartı Olarak Zorunlu Arabuluculuk • Gülay Göksu ve İbrahim Barış Sayar.....	23
Avrupa Birliği Dijital Tek Pazarda Telif Haklarının Düzenlenmesine İlişkin Önemli Adımlar Atıyor • Ece Gönülal	26
Markanı Korumayı Müşterinin Yaşasın • Mehmet Çiçek.....	28
Tasarım Hukukunda Koruma Dışı Haller • Muazzez Kılıç	34

ETKİNLİKLER

2019 Yılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hukuku Uluslararası Etkinlikleri.....	38
---	----

TÜRKİYE'DEN HABERLER

Fikri Mülkiyet Hukuku Doçentlik Alanı Olarak Kabul Edildi

Hukuk temel alanı kapsamında yer alan doçentlik bilim alanları arasına Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı'nca Fikri Mülkiyet Hukuku'nun da eklenmesiyle, Fikri Mülkiyet Hukuku müstakil bir doçentlik alanı haline geldi.

Fikri Mülkiyet Hukuku alanındaki akademik uzmanlaşmaya olanak sağlayan bu gelişmenin, akademisyenlerin sürekli değişen ve gelişen bu alandaki çalışmalarını teşvik edeceğine ve ortaya çıkacak nitelikli ve kapsamlı akademik çalışmaların da bu alanda rol alan tüm kişi ve kurumların gelişmesine önemli katkılar sağladığına inanıyoruz.

Sertaç Köksaldı Fikri Mülkiyet Hakları Başarı Ödülü'ne IPR Gezini Layık Görüldü

2018 yılında 8.si düzenlenen Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi iş birliğiyle her yıl Boğaziçi Üniversitesi'nde gerçekleştirilen Üniversitelerde Fikri Mülkiyet Hakları Yönetimi Uluslararası Konferansı, 4-5 Ekim tarihlerinde Boğaziçi Üniversitesi'nde gerçekleştirilmiştir.

Açılış konuşmalarını, Boğaziçi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mehmed Özkan ve Destek Patent Başkanı Kemal Yamankaradeniz'in yaptığı, "Başarı Öyküleri: Üniversitelerin Sahip ve/veya Ortak Oldukları Teknoloji Yatırım Fonları" temasıyla gerçekleşen konferansta ABD, Almanya, İtalya, İngiltere, Hollanda gibi farklı ülkelerden uzmanlar, fikri mülkiyet hakları yönetimi konusunda mevcut stratejilerini, başarı öykülerini ve girişim ekosistemlerine dair bilgileri dinleyicilerle paylaştı.

Konferans kapsamında ilk kez, 18 Ocak 2018 tarihinde aramızdan ayrılan Sertaç Köksaldı'nın

anısını yaşatmak üzere "Sertaç Köksaldı Fikri Mülkiyet Hakları Başarı Ödülü" verilmiştir.

4 Ekim 2018 tarihinde "Sertaç Köksaldı Fikri Mülkiyet Hakları Başarı Ödülü", konferansın açılışında jüri adına M. Kaan Dericioğlu tarafından yapılan konuşmanın ardından, Boğaziçi Üniversitesi Rektörü Mehmed Özkan ve Emine Köksaldı tarafından IPR Gezini kurucusu Önder Erol Ünsal'a takdim edildi.

TÜRKPATENT'in Coğrafi İşaret Envanteri Dijital Ortama Taşındı

Türkiye'deki coğrafi işaret veri tabanı TÜRKPATENT tarafından www.ci.gov.tr adresinde dijital ortama taşınarak kullanıcılara sunuldu. Veri tabanında coğrafi işaret isminden arama yapılabileceği gibi, ürün grubu ve il ismine göre de istatistiki veriye ulaşılabilir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanı tarafından yapılan açıklamada, veri tabanının araştırmacılar tarafından zengin bir kaynak olacağı belirtildi. Bununla birlikte, "Coğrafi İşaret Envanterinin Dijital Platforma Taşınması" projesinin de tamamlandığı duyuruldu. Bu vesile ile 2 yılda 198 yeni tescil yapıldığı ve tescil sayısının 406'ya çıktığı belirtildi.

Ayrıca benzer şekilde, AB'de tescil edilen coğrafi işaretlerin bir kısmının da 1 Nisan 2019'dan itibaren eAmbrosia isimli online sisteme aktarıldığı haberini de paylaşmak isteriz. Üç kısımda tamamlanacak olan veri tabanı, şu anda AB'de tescil edilen şarap ürününe ilişkin coğrafi işaretleri kapsıyor. 2019 yılı yaz mevsimi sonuna kadar alkollü içeceklerin veri tabanına ekleneceği duyurulurken; 2019 yılı sonuna kadar da tarım ürünleri de veri tabanının bir parçası olacak.

Veri tabanına ulaşmak için: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

TÜRKPATENT'in Çarşamba Seminerleri Başladı

Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) Sınai Mülkiyet Eğitim Merkezi bünyesinde, "Çarşamba Seminerleri" adıyla fikri ve sınai mülkiyet hukukunun farklı konuları hakkında seminerler düzenlenmeye başlandı. Kayıt yaptırarak ücretsiz olarak katılım sağlanabilen seminerlerin tebliğleri gerek ülkemizden gerekse yurt dışından alanda çalışan uzmanlar tarafından sunuldu. 13 Mart 2019'da "Telif Hakları ile Kesişen Sınai Mülkiyet Hakları"; 20 Mart 2019'da "Uluslararası Patent Sınıflandırma Sisteminin (IPC) Temelleri ve Ülkemizde Kullanılan Patent Sınıflandırma Sistemleri (IPC, CPC)"; 27 Mart 2019'da ise "Tasarımlarda Görünmeyen Unsurlar ve Fonksiyonellik" konularının tartışıldığı seminerlere katılımcıların da ilgisi yoğun oldu.

10 Nisan 2019'da gerçekleşen "Patent Hukukunda Kullanmama Nedeni ile Zorunlu Lisans" konulu seminer de yoğun ilgi görmüştür. Seminerde, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi araştırma görevlisi sayın Hakan Koçak, "Faydalı Model Tescil Şartları, Yenilik Değerlendirmesi ve Eşdeğer Unsurlar Yoluyla Tecavüz" konusunda ise İstanbul Teknik Üniversitesi öğretim görevlisi Dr. Özgür Öztürk sunumlarını yapmıştır.

İlk oturumda Hakan Koçak, öncelikli kullanım, kullanmama ve zorunlu lisans konularının dünyadaki uygulamalarda ve uluslararası anlaşmalarda nasıl olduğunu ve daha sonra Türkiye'deki zorunlu lisans ve kullanım şartlarını KHK ve SMK ile karşılaştırmalı olarak anlatmıştır.

İkinci oturumda ise Dr. Özgür Öztürk, Faydalı Model ile patent arasındaki farkları, dünyada Faydalı Model sistemi uygulaması olan ülkelerin sistemlerini örnekli ve karşılaştırmalı olarak ifade etmiş, SMK ile geline nokta Faydalı Model'e nasıl yaklaşıldığını ve eşdeğerlik anlamında tecavüz unsurunun nasıl değerlendirilmesi gerektiğini karşılaştırmalı örneklerle anlatmıştır.

AIPPI Türkiye Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği 11. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nı Gerçekleştirdi

Derneğimizin 11. Olağan Genel Kurul Toplantısı, 29 Mart 2019 tarihinde, Eski Büyükdere Caddesi, Tekfen Tower Konferans Salonu, 4. Levent-İstanbul adresinde yapıldı. 48 üyenin katılımı ile gerçekleşen toplantıda, Yönetim Kurulu faaliyet raporunda, Derneğin ulusal ve uluslararası faaliyetleri, çalışma komite ve alt komiteleri faaliyetleri, diğer paydaşlarla olan ilişkiler, üyelik durumu, 2019 AIPPI World Congress Londra çalışma konusu soruları, Derneğin uluslararası büro ve organlarda temsil durumu, Dernek üyeleri tarafından veya Dernek hakkında yapılan yayınlar konularına değinildi. Toplantı, katılım sağlayan üyelerin, 2019 Çalışma Planı'na ilişkin dilek ve önerilerinin paylaşımlarıyla son buldu.

Moment Expo Dergisi Sn. Rıza Ferhan Çağırğan ile Röportaj Yaptı

Makine İhracatçıları Birliği'nin aylık süreli yayını olan Moment Expo Dergisi'nin 127. Sayısında "Fikri Mülkiyet Hakları Ekosisteminde Referans Noktası Olma Yolunda: AIPPI Türkiye" başlığı ile Dernek Başkanımız Sn. Rıza Ferhan Çağırğan ile AIPPI Türkiye üzerine bir röportaj yayımlanmıştır. Röportaja şu bağlantıdan ulaşılabilir: <http://www.moment-expo.com/fikri-mulkiyet-haklari-ekosisteminde-referans-noktasi-olma-yolunda-aippi-turkiye>

DÜNYADAN HABERLER

WIPO Marka Arama Motoruna Yapay Zeka Destekli Görsel Arama Seçeneğini Getirdi

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO), "Global Brand Database" isimli global marka veri tabanının arama motoruna yapay zeka destekli hızlı ve kolay bir görsel arama seçeneği ekledi. Önceki görsel arama seçeneği, temel olarak şekiller ve renkler arasındaki benzerliğe göre arama gerçekleştiriyorken; yapay zeka destekli yeni sistem, konsept kombinasyonu şeklinde de arama yapmaya imkan sağlıyor. Sistemin tanıtımı ile ilgili habere https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2019/article_0005.html adresinden ulaşılabilirken; <https://www.wipo.int/branddb/en/> adresinden de arama motoruna ulaşılabilir.

Global Brand Database Perform a trademark search by text or image in brand data from multiple national and international sources, including trademarks, appellations of origin and official emblems. V: 2019-04-03 17:14

A new AI-powered image search available Use the "Concept" Strategy 2019-04-03 Data from Registro Nacional Costa Rica available Over 326000 records added 2019-03-21 International Nonproprietary Names from WHO available Over 9800 records added 2019-02-08 Data from North Macedonia available Over 33500 records added 2019-12-21 Free webinars Global Brand Database Webinars 2019-11-11 NEWS Over 70

SEARCH BY Brand Names Numbers Dates Class Country

Text = e.g. wipo OR ompl, "ntel", ompl-

Image Class = e.g. 05.07.13, apple AND tree

Goods/Services = e.g. footwear, comput*

search

FILTER BY Source Image Status Origin App. Year * Expiration *

Pick an image browse or drag an image here

Pick a strategy Concept Shape Color Composite

Pick an image type Verbal 1,242,833 Nonverbal 2,131,969 Combined 12,536,535 Unknown 223,019

filter

Kanada Üçlü WIPO Marka Anlaşmalarına Taraf Oldu

Kanada, uluslararası marka başvuru sistemine ilişkin Madrid Protokolü, sınıflandırmaya ilişkin Nice Anlaşması ve marka hukukuna ilişkin Singapur Anlaşması'na imza attı. Anlaşmalar, Kanada için 17 Haziran 2019'da yürürlüğe girecek. (https://www.wipo.int/portal/en/news/2019/article_0013.html)

Yaratıcılığın Olmadığı Bir Dünya Mümkün Mü?

Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi (EUIPO), "IPIDENTICAL" isimli bir gelecek distopyası kısa filmi çekti. Kısa filmde, fikir, sanat ve sınai mülkiyet ürünlerinin olmadığı ve yaratıcılığın bulunmadığı bir dünyanın nasıl olacağı özellikle son orijinal şarkının arayışı üzerinden gösteriliyor.

EUIPO, filmi, fikri mülkiyetin önemi hakkında farkındalığı artırmak için yaptığını belirtiyor. EUIPO ve Avrupa Patent Ofisi (EPO) tarafından yürütülen bir araştırmaya göre Avrupa Birliği'ndeki tüm işlerin %28'i doğrudan fikri mülkiyet hakları ile alakalı sektörlerle dayanıyor.

15'ten fazla uluslararası ve ulusal film festivalinde ödüllendirilen film, <https://www.youtube.com/watch?v=UuNFIMrvNaQ&feature=youtu.be> adresinden izlenebilir.

EUIPO ve OECD “Sahte ve Korsan Ürünlerin Ticaretinde Trendler” İsimli Çalışmasını Yayımladı

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), EUIPO ile yaptığı ortak çalışmada sahte ürünler konusundaki global trendleri inceledi. Daha önce 2013 ve 2016 yıllarında iki kurumun yaptığı ortak çalışmalar güncellendi. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre sahte ürünler, dünya ticaretinin %3.3'ünü oluşturuyor. Çalışmaya <https://euiipo.europa.eu/ohimportal/web/observatory/observatory-publications> adresinden ulaşılabilir.

EUIPO Sahtecilikle Mücadele Konusunda Yeni Bir Forum Oluşturdu

EUIPO, sahtecilikle mücadele etmek için en yeni teknolojik çözümleri sunabilmek amacıyla kişilerin ve organizasyonların birlikte çalışabileceği bir forum oluşturdu. “Anti-Counterfeiting Blockathon” isimli organizasyonları, kişileri ve yetkili makamları bir araya getirmeyi amaçlayan forumda orijinal ürünlerin tespiti ile sahtecilikle ilgili çalışmalar yürütülecek. Forumu <https://euiipo.blumm.it/event/ar/1/anti-counterfeiting-blockathon-forum> adresinden katılınabilir.

TMview ve DesignView’e Katılan Yeni Ülkeler

Brunei Fikri Mülkiyet Ofisi ile Monaco Sınai Mülkiyet Ofisi, bünyelerindeki marka verilerini, TMview arama motoruna entegre ettiler. Bu entegrasyon ile birlikte TMview aracılığı ile veritabanına erişilebilecek marka ofislerinin sayısı 69’a ulaştı. Brunei Fikri Mülkiyet Ofisi, aynı zamanda tasarım tescillerine ilişkin veri tabanını da DesignView’a entegre etti. DesignView böylece 14.4 milyondan fazla tasarımın bilgisine sahip oldu.

Brexit Sonrası AB Marka ve Tasarımlarının İngiltere’deki Durumu

İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden anlaşmalı mı yoksa anlaşmasız mı ayrılacağı ile ilgili belirsizlik hala devam etmesine karşın son günlerde İngiltere’nin Avrupa Birliği’nden ayrılmasının ardından, AB marka ve tasarımlarının akıbetinin ne olacağı ile ilgili belirsizliği gidermek adına İngiltere Fikri Mülkiyet Ofisi (UKIPO), ayrılış tarihinde yürürlüğe girecek bazı hükümleri açıkladığını duyurmuştur.

Açıklamaya göre;

- 1) Tescilli AB marka ve tasarımları, otomatik olarak UKIPO Ofisi tarafından aynı detaylar ile kayıt altına alınacak ve herhangi bir hak kaybı olmadan eşit şartlar ile ulusal marka olarak koruma sağlamaya devam edecek. Bu prosedür için ek bir işlem yapılması veya ücret ödenmesi gerekmeyecektir.
- 2) Henüz süreci tamamlanmamış AB marka ve tasarımları için başvuru sahiplerinin ayrılış tarihinden sonra 9 ay içerisinde UKIPO’ya bu başvuruları ulusal başvuruya dönüştürmek için başvurması gerekecektir. 9 ay içerisinde başvurunun yapılması ve ilgili ücretlerin ödenmesi durumunda ilk başvuruya ait başvuru tarihi, rüçhan tarihi ve kıdem tarihi (*seniority*) aynen korunacaktır.
- 3) Brexit için farklı bir süre belirlenmez ise yenileme son tarihi ayrılış tarihinden sonraya denk gelen AB marka ve tasarımları için Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi nezdinde yapılmış olan yenileme işlemleri tek başına yeterli olmayacaktır. Markanın İngiltere’de geçerliliğinin devamı için UKIPO nezdinde de yenilenmesi gerekecektir.
- 4) Mevcut kayıtlar ile ilgili olası karışıklıkları engellemek ve takip sistemini kolaylaştırmak için UKIPO, AB orijinli marka ve tasarımlarının mevcut numaralarının önüne UK009 numarasını ekleyecektir.

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi**AIPPI 2018 DÜNYA KONGRESİ**

AIPPI Dünya Kongresi (AIPPI World Congress), 2018 yılında 23-26 Eylül tarihleri arasında Meksika'nın Cancun şehrinde düzenlenmiştir.

İki ayrı görkemli mekanda gerçekleştirilen kongre, her ikisi de oteller bölgesinde ve ana iş merkezi "Punta Cancun"da yer alan Cancun International Convention Center (Cancun ICC) ve Hotel Grand Fiesta Americana Coral Beach Cancun'da dünyanın dört bir yanından gelen 1400 civarında katılımcıyı bir araya getirmiştir.

2018 yılı itibariyle Kongreye Türkiye ulusal grubundan 17 üyemiz katılım sağlamıştır.

Ulusal grubumuz Cancun'da, 2017 Dünya Kongresinde olduğu gibi, başkanımız ve 6 delege ile toplamda 7 oy ile temsil hakkına sahip olmuştur.

Kongrede, ulusal grubumuzun tüm oturumlara tam oy sayısı ile katılım sağladığı 2018 yılı çalışma grubu soruları olan "Conflicting Patent Applications" (Patents), "Registrability of 3D Trademarks" (Trademarks), "Partial Designs" (Designs), "Joint Liability for IP Infringement" (General) soruları tartışılmış ve yapılan oylamalar sonucunda yerel ve uluslararası düzenlemelerin uyumlaştırılması amacıyla yönergeler oluşturulmuştur.

Yönergelerin oluşturulmasına ek olarak, komite toplantıları, ilaç sektöründeki güncel konuları ele alan geleneksel "Pharma Session" programları ve yapay zeka, standarda esas patentler (SEP), telif hakkına karşı diğer haklar, markaların ciddi kullanımı gibi konuları kapsayan paneller oldukça ilgi çekici olmuştur.

2016-2018 yılları arasında ulusal grubumuzun başkanlığını yapan ve 18 Ocak 2018 tarihinde zamansız kaybettiğimiz ebedi başkanımız Sertaç Köksaldı, ExCo'da anılmış ve bu hususa 24 Eylül 2018 tarihli Kongre gazetesindeki aşağıda yer alan yazıda yer verilmiştir:

Paying respects at the ExCo

AIPPI President Hao Ma took the opportunity during yesterday's ExCo meeting to look back. He began by asking for a round of applause for former Executive Director John Bochnovic. He then honoured two AIPPI members who passed away this year: Ronald Myrick, AIPPI President from 2006-2008, and Sertaç Köksaldı, President of the Turkish Group from 2016-2018. Attendees at the meeting stood to mark a minute's silence.

Ma also discussed some of the highlights from the year for AIPPI. This included the formation of the National Group from UAE, strong international involve-

ment in AIPPI's Study Questions, and the AIPPI Strategic Plan 2017-2020 beginning to be implemented. "Our national groups were very active," noted Ma.

Also during the ExCo, Reporter General Sarah Matheson gave an update on the Bureau's activities and also noted a few developments to keep an eye on.

She praised the increased role of standing committees in recent years. These can work much faster to reach a resolution than the study questions process. One example of the value of standing committees is AIPPI's involvement with the Hague Conference on Private International Law. The association had

the privilege of being an invited observer at recent meetings on the project to develop a convention on the recognition and enforcement of foreign judgments. A diplomatic conference is anticipated in 2019. Ahead of that, a standing committee will meet this morning to propose a resolution on the project.

Matheson said another issue to look out for is collaboration with other NGOs. This includes the FICPI/AIPLA Colloquium on AI in March 2019 and INTA panel on FTAs in May 2019.

Lastly, Matheson noted that the Bureau now has a new team with a "stellar line up".

Kongre esnasında komitelere yeni üyelerin seçimi de gerçekleştirilmiş olup, ulusal grubumuzdan AIPPI Türkiye Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Irmak Yalçınar, *Aday Gösterme Komitesi* (*Nominating Committee*), AIPPI Türkiye Genel Sekreteri Av. Melis Abacıoğlu Viskuşenko, Üyelik Komitesi (*Membership Committee*) üyeleri arasında yerini almıştır.

Türkiye, uluslararası büro ve organlardaki temsil durumu ve konu sorularına katılımcı sayısı ile isminden söz ettirmiştir. Uluslararası platformda oldukça aktif roller üstlenen ulusal grubumuzun görünürlüğünün, 2022 yılında İstanbul'da düzenlenmesi planlanan AIPPI Dünya Kongresi'nin etkisiyle daha da artması beklenmektedir.

Ayrıca, katılımcılar, AIPPI tarafından organize edilen muhteşem bir açılış töreni ve hoşgeldiniz resepsiyonu ve "Women in AIPPI" (AIPPI'da Kadınlar) "Taste of Mexico" (Meksika'nın Tadı) gibi organizasyonların ardından muhteşem bir kapanış yemeğinin tadını çıkarmıştır.

Kongrede ayrıca 2019 yılı itibariyle üzerinde çalışılacak ve Londra'da düzenlenecek olan Dünya Kongresi'nde tartışılacak konu sorularının tanıtımı yapılmıştır. 2019 Londra Dünya Kongresi için belirlenen konu sorusu başlıkları "Plausibility" (Patents), "Consumer survey evidence" (Trademarks), "Copyright in artificially generated works" (Copyrights) ve "IP damages for acts other than sales" (General) şeklindedir.

2019 yılında düzenlenecek olan AIPPI Dünya Kongresi 15-18 Eylül tarihleri arasında İngiltere'nin Londra şehrinde gerçekleştirilecektir.



Feride Özdemir*

*AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği
Tanıtım Organizasyon Sosyal İlişkiler Çalışma Grubu Sekreteri*

SERTAÇ KÖKSALDI - 5. FİKRİ HAKLAR HUKUKU SEMİNERİ ÜZERİNE İZLENİMLER



AIPPI Türkiye'nin 2011 yılından bu yana gelenekselleşerek devam eden fikri haklar hukuku seminerlerinin beşincisi, 5-6 Nisan 2018 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirildi.

AIPPI Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Rıza Ferhan Çağırman ve AIPPI Genel Sekreter Yardımcısı Marek Lazewski'nin karşılama konuşmaları ile başlayan seminerde iki gün boyunca ele alınan başlıklar, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ve Uygulaması, Dijitalleşen Dünyada IoT ve Yazılım Tabanlı Patent Koruması, Dijitalleşen Dünyada Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda Yeni Gelişmeler, Fikri Hakların Ticarileştirilmesinin Endüstri 4.0 Devrimi Karşısındaki Önemi ve Markanın Kullanılma Yükümlülüğü oldu.

Tamamı kendi alanında deneyimli ve çok değerli çalışmalara imza atmış Türkiye'den ve yurtdışından hâkimler, avukatlar, akademisyenler, patent ve marka vekilleri, Türk Patent ve Marka Kurumu temsilcileri ve sanatçılar tarafından Türk hukuku ve uluslararası hukuktan özenle seçilen bu konular, uygulamalar, yasal düzenlemeler ve öğretiler ışığında gerçekleştirilen sunumlarla ele alındı.

Seminer boyunca en çok vurgu alan ve tartışılan konu, gelişen teknoloji ve 4. sanayi devriminin fikri haklar hukuku alanındaki yansımaları, hayata geçirilen yeni uygulamalar ve alınması gereken tedbirler oldu. Oturumlar boyunca konuların yalnızca hukuki açıdan değil, aynı zamanda akademisyenler, Türk Patent ve Marka Kurumu yetkilileri, marka ve patent vekilleri, sanayi temsilcileri, Bakanlık temsilcileri ve sanatçıların bakış açısından da anlatılması, hem konular hakkında çok daha kapsamlı bilgiler edinilmesini hem de seminerin çok verimli tartışmalara sahne olmasını sağladı.

Geçmiş yıllarda olduğu gibi bu seminerde de Türk ve yabancı hâkim, avukat ve vekillerin katılımıyla hem patent hem de marka alanında iki adet farazi yargılamaya yer verildi. Diğer yıllardan farklı olarak, patent farazi davasında Türkiye’de ilk kez genel bir izleyici kitlesine hitap eder şekilde EPO (Avrupa Patent Ofisi) nezdinde yapılan bir temyiz vakası farazi olarak gerçekleştirildi. Seminer kapsamındaki diğer farazi yargılamada ise marka, tasarım ve eser haklarının bir arada tartışılmasına olanak veren bir senaryo üzerinde duruldu.

Seminerin son günü akşamında tekne turu eşliğinde gerçekleştirilen gala yemeğinde ise katılımcılar hem seminer boyunca edindikleri izlenimler hakkında sohbet etme hem de dolu dolu geçen iki günlük seminerin yorgunluğunu atma fırsatı buldular.

Seminer izlenimlerini sonlandırırken altı çizilmesi gereken en önemli nokta ise seminer isminde yapılan değişiklik: Seminerimiz bundan böyle her iki yılda bir “*Sertaç Köksaldı – Fikri Haklar Hukuku Semineri*” olarak yapılmaya devam edilecek. Seminer hazırlık çalışmaları boyunca her zaman yanımızda olan ve büyük bir gayretle çalışan, fikri haklar alanına büyük emeği ve katkısı geçmiş olan değerli başkanımız Sayın Sertaç Köksaldı’yı 18 Ocak 2018 tarihinde kaybetmiş olmamız sebebiyle seminerde aramızda olmasa da bundan sonraki tüm seminerlerimizde ismiyle yaşamaya devam edecek.

*Marka ve Patent Vekili, Stok Sınai Mülkiyet Hizmetleri A.Ş., feride.ozdemir@stock.com.tr

Deniz Merve Ersoy Pınar*

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

Özlem Fütman**

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

MEVZUAT VE İÇTİHATLARI İZLEME VE DERLEME ÇALIŞMA GRUBU 9 MART 2018 TARİHİNDE TAKSİM THE MARMARA OTELİ'NDE "MARKA HUKUKUNDA KULLANMAMA NEDENİYLE İPTAL MÜESSESESİNDE YAŞANAN GÜNCEL GELİŞMELER VE SORUNLAR" PANELİNİ GERÇEKLEŞTİRDİ. PANELE İLİŞKİN KİTAP YAYIMLANDI VE İLGİLİLERE GÖNDERİLDİ.



Derneğimizin Mevzuat ve İctihatları İzleme ve Derleme Çalışma Grubu, Çalışma Grubu Başkanı **Sn. Av. Önder Özden** başkanlığında Grup üyeleri **Sn. Av. Özlem Fütman** ve **Sn. Av. Deniz Merve Ersoy Pınar**'ın organizasyonuyla 9 Mart 2018 tarihinde İstanbul Taksim The Marmara Oteli'nde yarım günlük "Marka Hukukunda Kullanmama Nedeniyle İptal Müessesesinde Yaşanan Güncel Gelişmeler ve Sorunlar Paneli"ni düzenledi. 250 dinleyicinin kayıt yaptırdığı Panele 220 kişi civarında katılım sağlandı ki dinleyici sayısının yüksekliği ve Panelin sonuna kadar dinleyicilerin salonu terk etmemesi meselenin camiamız açısından önemini ve yaşadığımız sıkıntılı süreci işaret ediyordu diye düşünüyoruz. Nitekim, zaten halen verilmekte olan mahkeme kararlarıyla da görmekteyiz ki mesele güncelliğini devam ettirmektedir. Panele katılım yalnızca İstanbul ile sınırlı değildi, Ankara'dan, Konya'dan ve başkaca bazı şehirlerden dinleyicileri de ağırlama imkanı bulduk.



Av. Özlem Fütman'ın moderatörlüğünde yaklaşık dört saat süren Panel sürecinde aşağıda belirtilen birbirinden değerli 8 panelist¹ konu hakkındaki görüşlerini ifade ettiler ve tecrübelerini bizlerle paylaştılar:

Sn. Prof. Dr. Hamdi Yasaman, (Akademisyen, Galatasaray Üniversitesi)

Sn. Prof. Dr. Tekin Memiş, (Akademisyen, Beykent Üniversitesi)

Sn. Doç. Dr. Hayrettin Çağlar, (Akademisyen, Gazi Üniversitesi)

Sn. Yard. Doç. Dr. Tamer Pekdinçer, (Akademisyen, Marmara Üniversitesi)

Sn. Yard. Doç. Dr. Rabia Eda Giray, (Akademisyen, Marmara Üniversitesi)

Sn. Fethi Merdivan (Hakim-Ankara 2. FSHHM),

Sn. Önder Erol Ünsal (Marka ve Patent Uzmanları Derneği –Yönetim Kurulu Başkanı)

Sn. Türkay Alıca (Emekli Ankara FSHHM Hakimi – Avukat)

Saat 13.00'te başlayıp 18.00'de sona eren Panel, konunun derinlemesine tartışılması bakımından faydalıydı.



Panelin açılış konuşması Dernek Başkanımız Sn. Av. Rıza Ferhan Çağırğan tarafından yapıldı. Sn. Çağırğan, Panel'in düzenlenme amacına kısaca değindikten sonra müteveffa Dernek Başkanımız Sn. Sertaç Köksaldı'yı anan bir konuşma yaptı.

Akabinde, Av. Deniz Merve Ersoy Pınar, kullanmama nedeniyle iptal müessesesi açısından içinde bulunduğumuz hukuki durumu, üyelerimiz ve diğer kaynaklardan temin edilen mahkeme kararları ışığında, SMK öncesinde açılan davalar ve SMK yürürlüğe girdikten sonra açılan davalar açısından ayrı ayrı olmak üzere 15 dakika süren bir konuşmayla ortaya koydu.

¹ Panelistlerin ünvanları, Panel'in ilan tarihindeki ünvanlarıdır.

Akabinde, Panelin ilk bölümüne geçildi ve yaklaşık 2 saat süren bu ilk kısımda, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) çerçevesinde açılan kullanmama sebebiyle iptal davalarının SMK yürürlüğe girdikten sonra 5 yıl boyunca açılmayacağı gerekçesiyle reddine ilişkin verilen mahkeme kararları geniş bir perspektiften ele alınarak tartışıldı.

Panelistlerden Sn. Doç. Dr. Hayrettin Çağlar, SMK uyarınca kullanmama sebebiyle iptal davalarının açılabilmesi için SMK'nin yürürlüğe girdiği 10/01/2017 tarihinden itibaren 5 yıllık bir sürenin geçmesi gerektiği yönündeki görüşünü savundu ve meselenin ancak SMK'ye bir yürürlük hükmü konulması ile giderilebileceğini ifade etti.

Diğer panelistler ise Sn. Çağlar ile aynı fikirde olmadıklarını ifade ettiler. Sn. Çağlar dışındaki panelistler, SMK'ye bir yürürlük hükmü koyulmasının gereği bulunmadığını, zira Kanun'un 9. maddesinde veya bir başka hükmünde Kanun'un yürürlük tarihinden itibaren 5 yıl geçmesinin beklenmesi gerektiği yönünde bir ifade bulunmadığı, SMK'nin KHK sistemini aynen takip ettiği ve ortaya çıkan sorunun yalnızca KHK'nin 14. maddesinin iptaliyle SMK'nin yürürlük tarihi arasında 4 günlük bir boşluk olmasından kaynaklandığı, ancak bu 4 günlük zaman zarfında kanun koyucunun iradesinin değişmediği, esasen ortada bir boşluk da bulunmadığı halde, bir an öyle olduğu varsayılsa dahi, bunun MK m. 1 uyarınca hakim tarafından doldurulacağı, ortada zaten ciddi bir kamu menfaati bulunduğu, kullanma "külteti" tanımlamasının yanlış olduğu, zira markanın "Eşya Hukuku" anlamında bir mülkiyet olmadığı ve farklı değerlendirilmesi gerektiği, bir markayı tescil ettirenin bunu kullanmak zorunda olduğu aksi halde kullanmama eylemsizliğinin ekonomi üzerinde negatif etkisi bulunduğu ve ticari rekabet ilkelerini ihlal ettiği gibi hususlara değindiler.

İlk bölümün ardından verilen yarım saatlik kahve molasında dinleyiciler akıllarına takılan soruları toparlama, aralarında fikir teatisinde bulunma ve panelistlerle istişare etme imkanı buldular.



Panelin ikinci bölümü iki soruya ayrıldı:

İlk soru, kullanmama sebebiyle iptal davalarının ancak SMK yürürlüğe girdikten sonra 7 yıl geçmekle açılabilmesine dair yorum hakkında panelistlerin ne düşündüğü idi. Bu soruya ilişkin panelistlerin tümünün ortak yorumu, SMK'nin geçici 4. maddesi göz önüne alındığında böyle bir yoruma/görüşe katılmadıkları yönünde oldu.

İkinci soru ise, 556 sayılı KHK'nin 14. maddesinin iptali neticesinde yasal boşluk doğduğundan bahisle, KHK döneminde açılmış davalar hakkında mahkemelerin ve Yargıtay'ın verdiği red

kararları hakkında ne düşündükleri idi. Bu soru hakkında ortaya çıkan genel görüş şöyle oldu; MK m. 1 uyarınca ortaya çıkan boşluk hakim tarafından doldurulabilir, TRIPS Anlaşması ve Paris Sözleşmesi burada uygulama alanı bulur, Yargıtay önüne gelen dosyalarda yasadan red yerine daha detaylı ve analize dayalı bir yorumla uygulamayı yönlendirme şansına sahiptir. Ancak Sn. Çağlar bu görüşe katılmadığını belirtti.

MAPADER YK Başkanı Sn. Önder E. Ünsal ise meseleye yeni bir bakış açısı getirerek Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Toplulukları arasında imzalanmış 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı (Gümrük Birliği Anlaşması) çerçevesinde boşluğun doldurulup doldurulamayacağı hususunu tartışmaya açtı. Moderatör Av. Özlem Fütman da SMK'nin kullanmama sebebiyle iptalini düzenleyen 9. maddesinin gerekçesinde maddenin mehzazının AB Marka Tüzüğü ve Marka Direktifi olduğunun açıkça belirtildiğine dikkat çekti.

Akabinde, 30 dakikalık Soru-Cevap kısmına geçildi.

Panelin bitiminden sonra yine The Marmara Oteli'nde panelistlerimize bir kokteyl düzenlendi. Böylece herhangi bir karşılık beklemeksizin tüm günlerini bize ayıran ve değerli fikirleri ile tecrübelerini paylaşan panelistlerimize son bir teşekkür etme fırsatı yakalandığı gibi, Ankara'dan katılan panelistlere de uğuşları öncesi uygun bir veda etme imkanına kavuşuldu.

Panel kayıtları daha sonra çözümlendi ve -sevinerek bildirmek isteriz ki- kitap olarak basıldı. Bu kitap, Derneğimizin ilk basılı yayını olma özelliğini taşımaktadır. Böyle bir ilk yayını gerçekleştirdiğimiz için son derece mutluyuz.

Derneğimiz Çalışma Grubuna bu organizasyonu düzenledikleri ve dinleyicilere bu denli değerli panelistlerin görüşlerini dinleme fırsatı sundukları bir platform yarattıkları için teşekkür ediyoruz.

Bundan sonra da Derneğimiz seminer, toplantı ve paneller ile eğitim programları düzenlemeye devam edecektir. Hepinizin katılım ve desteğini beklemekteyiz!



*Avukat, DP Hukuk & Danışmanlık,
deniz.pinar@dphukuk.com

**Avukat, Ofo Ventura,
ofutman@ofoventura.com.tr

Buşra Altındağ*

*AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları
Koruma Derneği Üyesi*

TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU ÇARŞAMBA SEMİNERİ TELİF HAKLARI İLE KESİŞEN SİNAİ MÜLKİYET HAKLARI

Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") bünyesinde bulunan Sınai Mülkiyet Eğitim Merkezi tarafından bir süredir gerçekleştirilen Çarşamba Seminerlerinde 13 Mart 2019 Çarşamba günü, "Telif Hakları ile Kesişen Sınai Mülkiyet Hakları" konulu bir seminer gerçekleştirilmiştir. İki bölümden oluşan seminerin ilk oturumunda, "Marka ve Tasarımlar ile Telif Haklarının Kesişen Alanları" hakkında Prof. Dr. Irini Stamatoudi tarafından bir sunum yapılmıştır. Bu kapsamda Stamatoudi, telif hakları ve tasarımlar ile telif hakları ve markalar arasındaki kesişen alanlar hakkında bilgi vererek, telif hakları, marka ve tasarım korumasının hangi şartlar altında, ne şekilde söz konusu olacağı açıklanmış; birbirinden farklı bu hukuki rejimlerin kesiştiği alanlar hakkında bilgi verilerek, konu gerek Yunanistan gerekse Avrupa Birliği'nden verilen güncel karar örnekleri ile desteklenmiştir. Stamatoudi, telif hakları ile marka ve tasarımların kesiştiği alanlarda özellikle fikri ve sınai mülkiyet haklarının temelinde yatan felsefeye dikkat edilmesi gerektiğini, telif hakları korumasındaki esas amaç, eser sahibini üretmeye teşvik etmek iken, marka ve tasarımda amacın marka ve tasarım hakkı sahibine tek elci haklar tanınarak, ekonomik anlamda hak sahiplerine mutlak bir hak sağlanması olduğunu vurgulamıştır. Stamatoudi, sunumunu bitirirken, örnekler vererek marka korumasının, telif hakkı korumasının önünde engel teşkil etmeyeceğini belirtmiştir. Örneğin; bir melodinin ses markası olarak tescil edilmesi, bir başka kimsenin bu melodiyi telif hakları korumasına tabi yeni bir eserde kullanmasına engel teşkil etmeyeceğini, Avrupa Birliği Müktesebatı kapsamında marka koruması ile telif hakkı korumasının birbirinden farklı amaçlara hizmet ettiğini vurgulamıştır.

Seminerin ikinci bölümünde, TÜRKPATENT bünyesinde görev yapan Sınai Mülkiyet Uzmanı Elif Akyurt Karaca tarafından "Türk Patent ve Yargı Kararları Çerçevesinde Marka Tesciline Engel Telif Hakları" başlıklı bir sunum yapılmış, bu sunum da katılımcılar tarafından ilgiyle takip edilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 6. maddesinin 6. fıkrası hakkında bilgi verilmiş ve tescil başvurusu yapılan markanın başkasına ait telif hakkını içermesi halinde hak sahibinin itirazı üzerine başvurunun reddedileceği belirtilmiştir. Aynı zamanda, Kanun'un 25. maddesinin 1. fıkrasına göre 6. maddede yer alan bu halin, markanın hükümsüzlüğüne neden olabileceği de belirtilmiştir. Daha sonra, Elif Akyurt Karaca tarafından eser, eser sahibi, telif hakkı ve eser sahibinin hakları kavramları üzerinde durulmuştur. Marka tesciline engel telif hakları kapsamında Sınai Mülkiyet Kanunu'nun uygulanabilmesi için gerekli şartlar ise; (i) bir marka başvurusu/tescili olması; (ii) hak sahibinin itirazı olması/hak sahibinin dava açması ve (iii) marka başvurusu/tescilinin eser sahibinin telif hakkını ihlal etmesi olarak vurgulanmıştır. Ayrıca, Kanun'un hükümlerinin uygulanabilmesi için kusur, haksız rekabet ve benzeri bir şartın daha gerçekleşmesine gerek olmadığı da belirtilmiştir. Sunum, Karaca tarafından verilen örnek TÜRKPATENT ve yargı kararları ile sonlandırılmıştır.

*Avukat, AABG Hukuk Bürosu, busra.altindag@aabghukuk.com

Mine Güner*

*AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları
Koruma Derneği Üyesi*

RAKİPLERİNİN MARKALARINI KARŞILAŞTIRMALI REKLAMLARDA KULLANILMASINA İZİN VEREN DÜZENLEME YÜRÜRLÜĞE GİRMEYEN KALDIRILDI

Yürürlükten Kaldırılan Düzenleme:

10 Ocak 2015'te Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği"nin ("Yönetmelik") büyük ilgi uyandıran 8/2 maddesi "doğrudan karşılaştırmalı reklamları" düzenlemekteydi. Yönetmelik'in 8/2. maddesi, "doğrudan karşılaştırmalı reklamlar" için yapılacak hazırlıkları nedeni ile yürürlük ertelemelerine tabi oldu ve son erteleme sonrası 1 Ocak 2019'da yürürlüğe girmesi bekleniyordu. Ancak söz konusu madde, 28 Aralık 2018 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan "Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" ile yürürlüğe girmeden kaldırıldı.

Yönetmeliğin 8/2. maddesi, "*karşılaştırmalı reklamlarda, rakiplere ait isim, marka, logo ve diğer ayırt edici şekil veya ifadeler ile ticaret unvanı veya işletme adlarına, bu maddenin birinci fıkrasında belirtilen hükümlere uygun olması koşuluyla izin verilebilir*" hükmünü içermekteydi. Bu madde, karşılaştırmalı reklamlarda rakiplere ait marka veya ayırt edici unsurlara yer verilmesini mümkün hale getirmesi sebebiyle reklam verenler tarafından heyecanla beklenerek reklam hukukuna dair köklü bir değişikliği barındırıyordu.

Mevcut Durum ve Düzenleme:

Türkiye'de karşılaştırmalı reklam yapılması, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("TKHK") Madde 61 ve Yönetmelik Madde 8 ile düzenlenmektedir ve karşılaştırmalı reklam yapılması mümkündür. TKHK'nin ve Yönetmeliğin izin verdiği türde karşılaştırmalı reklamlar, rakiplerinin ad ve ayırt edici işaretlerinin kullanılmadığı, yani bir başkasının markasını belirtmeden, bilimsel verilere dayanarak ya da bazen aldatıcı olmamak kaydıyla sübjektif abartılı ifadelerle yapılan "dolaylı" karşılaştırmalı reklamlardır.

Söz konusu gelişmeler ışığında karşılaştırmalı reklamlarda rakiplerin marka veya ayırt edici işaretleri kullanılması yasağı devam edecektir. Bir diğer deyişle, değişiklik sonucunda karşılaştırmalı reklamların kapsamı daraltılarak rakiplere ait marka ve işaretlere karşılaştırmalı reklamlarda yer verilmesi yasaklanarak var olan durum korunmuştur.

SMK Açısından Kısa Değerlendirme:

Bu arada, 10 Ocak 2017'de yürürlüğe giren Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") reklam ve karşılaştırmalı reklama dair bir tanım içermese de, bazı fikrî mülkiyet haklarını korumak adına reklâmlarla ilgili kısıtlayıcı düzenlemelere yer vermiştir.

Bunlardan biri de "marka tescilinden doğan hakların kapsamı ve istisnaları" başlıklı " 7. maddede yer almaktadır.

SMK'nın 7/3-f maddesi **“işaretin hukuka uygun olmayan biçimde karşılaştırmalı reklamlarda kullanılması”** diyerek, marka hakkı sahibinin, markasını, “hukuka uygun olmayan biçimde” karşılaştırmalı reklamda kullanılmasına engel olunabileceğini belirtmektedir. Yani, SMK aslında “hukuka uygun” doğrudan karşılaştırmalı reklamı marka hakkına tecavüz saymamaktadır. Bu eylem, 556 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname döneminde “marka hakkına tecavüz” veya “marka sahibi tarafından önlenecek fiiller” arasında yer almayan bir tür ve SMK ile getirilen yeni bir düzenlemedir.

Bu eylem, tahminimizce, SMK'nın yürürlüğünden kısa bir süre sonra yürürlüğe girmesi beklenen “doğrudan karşılaştırmalı reklamlar” düşünülerek kapsama alınmıştır. Ne var ki, 28 Aralık 2018 itibariyle “doğrudan karşılaştırmalı reklamların” yürürlüğe girmeden tarih olduğunu düşündüğümüzde, rakibinin veya üçüncü kişilerin markasını karşılaştırmalı reklamlarda kullanmanın “hukuka uygunluğu”nu tartışmaya gerek olup olmayacağını değerlendirmek gerekir. Zira, TKHK ve Yönetmelik'in hükümlerine bakıldığında, üçüncü kişilerin markalarına karşılaştırmalı reklamlarda yer vermek zaten başlı başına bir hukuka aykırılık gibi gözükmektedir.

Sonuç

Reklâm, serbest piyasa ekonomisinde mal ve hizmetlerin tanıtımı ve sürümünü sağlamakta vazgeçilmez bir unsurdur. Reklam verenlerin, rekabeti arttırmak için kendi mal ve hizmetlerinin özelliklerini ön plana çıkarmaları ve diğerlerinden daha iyi olan özelliklerini vurgulamaları olmazsa olmazdır. Her ne kadar, rakiplerin birbirinin markasını açıkça belirtip, birbirlerinin ürünlerini karşılaştırdıkları türde reklamlar hayatımıza girememiş olsa da, TKHK'nın 61/5. maddesi uyarınca “Aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik rakip mal veya hizmetlerin karşılaştırmalı reklamı yapılabilir”. Karşılaştırmalı reklamların reklamın “dürüst, doğru, aldatıcı olmayan, haksız rekabete yol açmayan” nitelikte olması TKHK ve Yönetmelik'in temel şartlarından olmaya devam etmektedir. Reklam verenlerin, karşılaştırmalı reklamlarda

rakiplere ait marka ve diğer ayırt edici işaretlere yer vermeden, haksız rekabete neden olmadan, TKHK ve Yönetmelik hükümlerine uygun şekilde, dürüst, yanıltıcı olmayan ve haksız rekabete neden olmayan reklam yapmaya özen göstermeleri gerekmektedir.

*Avukat, Esin Avukatlık Ortaklığı,
mine.guner@esin.av.tr

Ender Erkarataş*

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

10 MİLYON PATENT

Evet yanlış duymadınız 10 milyon patent!

ABD Patent Ofisi, 19 Haziran 2018 tarihinde, 10 milyonuncu patentini verdiğini açıkladı. Evet, yanlış duymadınız 10 milyonuncu patent! Yazının devamında bu rakamın ne ifade ettiğini daha iyi anlayacaksınız.

-
- ABD 1790
 - Fransa 1791
 - Rusya 1815
 - İtalya 1864
 - Almanya 1877
 - Osmanlı 1879
 - Japonya 1885
-

Bugün patent konusunda söz sahibi olan ülkelerin yasalarının tarihlerine baktığımızda, bizimkinin de benzer şekilde bu arada yer aldığını ve ortalama olarak 200 yıl öncesine dayandığını görüyoruz.

Peki sonrasında ne oldu?

Günümüzdeki yasal çerçeveye benzer şekilde ilk yasal uygulama olan ABD Patent Yasası, George Washington tarafından 1790 yılında onaylanmıştır. Bu tarihten 1836 yılına kadar ise toplamda 10.000 patent verilmiştir. Bu tarihte patent ofisinde çıkan yangın sonucunda patent belgelerinin yok olması, ABD Patent Ofisi'nde yeni düzenlemenin yolunu açmıştır. Düzenleme ile patentler numaralı bir şekilde depolanmaya başlamıştır. Yani, 1790'da patent verilmeye başlamış olmasına rağmen, saymaya 1836'da başlamışlar diyebiliriz.

1836 yılında 1 numaralı patentin verilmesinden bu yana milyonlarca patent başvurusu alan Amerika Patent ve Marka Ofisi, 2018 Haziran ayında, ülkedeki 10 milyonuncu patentin verildiğini duyurmuştur. 10 milyonuncu patent, lazerlerin menzilini ve hızını belirlemek için kullanılan LADAR uygulamasına yönelik bir sistem için verilirken, 10 milyonuncu patente özel bir web sitesi de açmışlar.

<https://10millionpatents.uspto.gov/>

Ayrıca, sitede bugüne kadar patentlenen ilginç ürünler ve sistemler hakkında çeşitli bilgilere de yer vermişler.

Konuyla ilgili olarak ilginç bir diğer ayrıntı ise, ABD'nin, 10 milyon patentin yarısını, 1836-1991 yılları arasında verdiği gerçeğidir. Kalan yarısını ise 1991'den günümüze kadarki süreçte vermiştir. Bilgi çağına girişte ABD'nin tam gaz yoluna devam ettiğini daha doğrusu hızlandığını söyleyebiliriz.

1879 yılında İhtira Beratı Kanunu ile yola çıkan Türkiye, 1995 yılındaki 551 sayılı Patent Kanun Hükmünde Kararnamesi ve sonrasında 2017 yılında yasalaşan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile yoluna devam etmektedir. Türkiye'nin patent konusunda zamanında yola çıkmış olmasına rağmen, çıktığı yolda ilerleme konusunda aynı başarıyı gösterdiğini söyleyemeyiz.

1994 yılında Türk Patent Enstitüsü ile daha etkin ve doğru bir şekilde yürümeye başlamış olsa ve patent başvuru sayılarında artış olsa da, henüz yılda toplam 20.000 barajını geçebilmiş değiliz. Daha acısı ise hiçbir yılda yerli başvurular, yabancı ortaklı/ menşeli şirketlerin başvuruları üstüne çıkamamıştır. Başka bir deyişle, yabancılar bizim ülkemizde bizden daha fazla patent başvurusu yapmaktadırlar. ABD'nin 1 milyonuncu patentine 1911 yılında ulaştığı düşünüldüğünde, Türkiye'de 1995'ten bugüne kadar gerçekleştirilen yerli yabancı toplam yaklaşık 174.000 patent başvurusu, doğru zamanda çıktığımız yolda çok fazla ilerleyemediğimizi göstermektedir.

Sonuç olarak; hem bizler konularının uzmanı sektör çalışanları olarak bu konuda elimizden geleni yapmalı, hem de ülke olarak topyekûn konunun üzerine eğilmeli ve vakit kaybetmeden bu açığı kapatmalıyız.

Bol patentli günler dileğiyle...



KONUSU ALACAK/TAZMİNAT TALEPLERİ OLAN TİCARİ DAVA NİTELİĞİNDEKİ FİKRİ MÜLKİYET HUKUKU UYUŞMAZLIKLARINDA DAVA ŞARTI OLARAK ZORUNLU ARABULUCULUK

A. Genel Olarak

19 Aralık 2018 tarih ve 30630 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 7155 sayılı “Abonelik Sözleşmesinden Kaynaklanan Para Alacaklarına İlişkin Takibin Başlatılması Usulü Hakkında Kanun” ile 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (“TTK”) ve 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanununda bir kısım değişiklik yapılmıştır. 1 Ocak 2019 itibarıyla yürürlüğe giren ve TTK’ye 7155 sayılı Kanun’un 20. maddesi ile eklenen “Dava şartı olarak arabuluculuk” başlıklı madde 5/A (1) uyarınca ticari dava niteliğindeki uyuşmazlıklardan konusu bir miktar paranın ödenmesi olan alacak ve tazminat talepleri hakkında dava açılmadan önce arabulucuya başvurulmuş olması, bir dava şartı olarak öngörülmüştür.

TTK m. 4 uyarınca fikri mülkiyet hukukuna ilişkin mevzuatta öngörülen hususlardan doğan hukuk davaları ve çekişmesiz yargı işleri, tarafların tacir olup olmadıklarına ve her iki tarafın ticari işletmesi ile ilgili hususlardan doğup doğmadıklarına bakılmaksızın ticari dava ve ticari nitelikte çekişmesiz yargı işi sayılmaktadır. Ancak herhangi bir ticari işletmeyi ilgilendirmeyen fikir ve sanat eserlerine ilişkin haklardan doğan davalar, bu kuraldan istisna tutulmuştur. Bu itibarla, marka, tasarım ve patent hukuku da dahil olmak üzere fikri mülkiyet hukukuna ilişkin ticari dava niteliğindeki hukuk davalarından konusu bir miktar paranın ödenmesi olan alacak ve tazminat taleplerine ilişkin olanlarda, 1 Ocak 2019 tarihi itibarıyla zorunlu arabuluculuk öngörülmüştür. Arabuluculuğun dava şartı olarak öngörülmesine ilişkin hükümler, 1 Ocak 2019 itibarıyla ilk derece mahkemeleri ve bölge adliye mahkemeleri ile Yargıtay’da görülmekte olan davalar hakkında uygulanmayacaktır. Ancak taraflar, kendi istekleri ile bu tür uyuşmazlıklar için de arabulucuya başvurabilir.

Davacı, arabuluculuğa ilişkin faaliyetin anlaşmaya varılamayarak sona erdiğini gösterir son tutanağın aslını veya arabulucu tarafından onaylanmış bir örneğini dava dilekçesine eklemek zorundadır. Bu kurala uyulmaması durumunda mahkeme, davacıya bir haftalık kesin süre verir; eğer bu süre içerisinde de son tutanak mahkemeye sunulmazsa dava usulden reddedilir. Arabulucuya başvurulmadan dava açılması halinde ise başkaca bir işlem yapılmaksızın dava şartı yokluğu sebebiyle davanın usulden reddine karar verilir. Taraflar, arabuluculuk faaliyeti sonucunda bir anlaşmaya varırlarsa; bu anlaşma belgesinin icra edilebilirliğine ilişkin şerh verilmesini yetkili mahkemeden talep edebilirler. Taraflar ve avukatları ile arabulucunun birlikte imzaladıkları anlaşma belgesi ise belirtilen şerh aranmaksızın ilam niteliğinde belge sayılır ve ilamlı icra kuralları çerçevesinde icra edilebilir.

B. Zorunlu Arabuluculuk Usulü

Arabuluculuk usulüne ilişkin uygulanacak temel kanun olan 6325 sayılı Kanun uyarınca kural olarak taraflar arabulucuya başvurmak, süreci devam ettirmek, sonuçlandırmak veya süreçten vazgeçmek

konusunda serbesttirler. Ancak, 7155 sayılı Kanun ile 6325 sayılı Kanun'a eklenen ve dava şartı olarak arabuluculuğa ilişkin temel prosedürü öngören madde 18/A hükmü, bu serbestiden istisna tutulmuştur.

Taraflar ve/veya vekilleri, aralarında anlaşmak suretiyle arabuluculuk siciline kayıtlı olan belirli bir arabulucuya veya arabuluculuk merkezine başvurarak arabuluculuk sürecini yürütmesini talep edebilir. Alternatif olarak, taraflardan birisi arabuluculuk siciline kayıtlı bir arabulucuya veya arabuluculuk merkezine başvurabilir. Bu durumda diğer taraf, seçilen arabulucunun arabuluculuk sürecini yürütmesini kabul ederse ilgili arabulucu tarafından süreç yürütülür.

Taraflar ve/veya vekilleri arabulucunun kim olacağı hususunda aralarında anlaşamazlarsa; taraflardan birisi, yetkili mahkemenin bulunduğu yerde arabuluculuk bürosuna ve arabuluculuk bürosu kurulmayan yerlerde görevli sulh hukuk mahkemesi yazı işleri müdürlüğüne başvurur. Bu halde arabuluculuk bürosu tarafından rastgele belirlenecek sicile kayıtlı arabulucu tarafından arabuluculuk süreci yürütülür. Taraflar, özel nedenler dışında görevlendirilen arabulucuya itiraz edemezler.

Arbulucu, taraflara ait iletişim bilgilerini edindikten sonra tarafları ilk toplantıya davet eder. Arabuluculuk sürecinde birden fazla toplantı yapılabilir. Arabuluculuk süreci, arabulucunun görevlendirildiği tarihten itibaren altı hafta içerisinde sonuçlandırılır. Kanunda öngörülen altı haftalık süre zorunlu hallerde en fazla iki hafta uzatılabilir.

Arbulucu, sürecin sonunda (i) taraflara ulaşamaması, (ii) taraflar toplantılara katılmadığı için görüşme yapılamaması, (iii) tarafların anlaşması veya (iv) tarafların anlaşamaması hallerinde arabuluculuk faaliyetini sona erdirir; son tutanağını düzenleyerek durumu arabuluculuk bürosuna bildirir.

Kanun koyucu, geçerli bir mazeret göstermeksizin ilk toplantıya katılmayan taraflara/vekillerine ilişkin birtakım yaptırımlar öngörmüştür. Buna göre geçerli bir mazeret göstermeksizin ilk toplantıya katılmayan taraf, son tutanakta belirtilerek davada kısmen veya tamamen haklı çıksa dahi yargılama giderlerinin tamamından sorumlu tutulur. Ayrıca, bu taraf lehine vekalet ücretine de hükmedilmez. Eğer her iki taraf da geçerli bir mazeret göstermeksizin ilk toplantıya katılmazlar ve arabuluculuk süreci bu nedenle sona ererse açılacak davalarda tarafların yaptıkları yargılama giderleri kendi üzerlerinde bırakılır.

C. İhtiyati Tedbir Taleplerinde Zorunlu Arabuluculuk

İhtiyati tedbir taleplerinde, talepte bulunmadan önce arabulucuya başvuru zorunlu değildir. 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu ("HMK") uyarınca ihtiyati tedbir kararı dava açılmadan önce verilmişse, tedbir talep eden, tedbir kararının uygulanmasını talep ettiği tarihten itibaren iki hafta içerisinde esas hakkındaki davayı açmak zorundadır. 6325 sayılı Kanun'a eklenen düzenleme ile söz konusu iki haftalık dava açma süresinin arabuluculuk bürosuna başvurulmasından son tutanağın düzenlendiği tarihe kadar işlemeyeceği öngörülmüştür.

Ancak, eğer ihtiyati tedbir talebi esas dava ile birlikte ileri sürülmüş ve esas dava konusu bir miktar paranın ödenmesi olan alacak veya tazminat talebi içeren ticari dava niteliğindeki bir fikri mülkiyet hukukundan doğan uyuşmazlığa ilişkinse, bu durumda davacının dava açmadan önce arabulucuya başvurması dava şartıdır. Bu doğrultuda, özellikle ivedi durumlarda, fikri mülkiyet hakkı sahibinin esas davada alacak/tazminat talebinde bulunacaksa esas davayı açmadan önce ihtiyati tedbir talebinde bulunmasının tercih edilebilir bir yol olacağı değerlendirilmektedir.

D. Değerlendirme

Arbuluculuk, iş hukukundan kaynaklanan uyuşmazlıklara ilişkin olarak bir süre önce dava şartı olarak kabul edilmişti. Kanun koyucu, bu değişiklik ile zorunlu arabuluculuk prosedürünün kapsamını

genişleterek alacak/tazminat talebini içeren fikri mülkiyet hukukuna ilişkin uyuşmazlıklar da dahil olmak üzere daha geniş bir uyuşmazlık alanında uygulanmasını öngörmektedir. İlgili kanunlarda zorunlu arabuluculuk süreci ile ilgili kesin ve görece olarak kısa süreler öngörüldüğünden arabuluculuk sürecinin dava sürecini önemli ölçüde uzatmayacağı değerlendirilebilir. Bilakis, zorunlu arabuluculuğun sulh yoluyla çözülen uyuşmazlık sayısında bir artış sağlayacağı umut edilmektedir.

Öte yandan, kanunda arabuluculuk süreci için öngörülen görece kısa sürelerin özellikle karmaşık marka/tasarım/patent hukukundan doğan uyuşmazlıklar göz önünde bulundurulduğunda tarafların anlaşmaya varması için yeterli olmayabileceği de değerlendirilmektedir. Öte yandan bilhassa tarafların arabulucu üzerinde anlaşamaması durumunda, arabuluculuk bürosu tarafından rastgele seçilecek arabulucunun fikri mülkiyet hukuku üzerinde yeterli hukuki ve teknik bilgiye sahip olmayabileceği ve ancak fikri mülkiyet hukukuna ilişkin pek çok uyuşmazlığın belirli bir uzmanlık gerektirdiği göz önünde bulundurulduğunda, zorunlu arabuluculuk sürecinin tarafların uyuşmazlığı sulh yoluyla çözüme kavuşturmalarını sağlayacak bir araçtan ziyade dava açmadan önce izlenmesi gereken zorunlu bir usulî prosedür olarak kalması da muhtemeldir.

Kanun koyucunun hedefinin zorunlu arabuluculuğun kapsamını hukukun çok çeşitli alanlarından doğan uyuşmazlıkları da içerisine alacak şekilde genişletmek olduğu gerçeğinden yola çıkarak, yakın zamanda arabuluculuğun fikri mülkiyet hukukundan doğan diğer uyuşmazlıklar için de dava şartı olarak öngörülebileceği tahmin edilmektedir.

*Avukat, Ünlü Kuru Selek Avukatlık Bürosu, gulay.goksu@nsn-law.com

**Avukat, Ünlü Kuru Selek Avukatlık Bürosu, baris.sayar@nsn-law.com

Ece Gönülal*

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

AVRUPA BİRLİĞİ DİJİTAL TEK PAZARDA TELİF HAKLARININ DÜZENLENMESİNE İLİŞKİN ÖNEMLİ ADIMLAR ATIYOR

Yeni Gelişmeler

Dijital tek pazarda telif haklarını düzenlemeyi amaçlayan ve 20 Haziran 2018 tarihinde Avrupa Parlamentosu Hukuk İşleri tarafından teklif edilen Dijital Tek Pazarda Telif Haklarına İlişkin Direktif ("**Direktif**") ("*Directive on Copyright in the Digital Single Market*"), Avrupa Parlamentosu tarafından 12 Eylül 2018 tarihinde kabul edildi.¹ Direktif'e ilişkin Avrupa Parlamentosu, Avrupa Komisyonu ve Avrupa Konseyi arasında gerçekleşen uzlaştırma sürecinin de tamamlanmasının ardından Direktif Avrupa Parlamentosu tarafından 26 Mart 2019 tarihinde resmi olarak onaylandı.²

Direktif'in Avrupa Komisyonu tarafından da resmi olarak kabul edilmesi halinde Avrupa Birliği üye devletlerinin telif yasalarını kabul tarihinden itibaren iki sene içinde Direktif ile uyumlu olacak şekilde değiştirmesi gerekecek. Avrupa Komisyonu'nun konuya ilişkin kararını Nisan ayı içerisinde vermesi bekleniyor.

Neler Getiriyor?

Ulusal telif yasaları arasındaki farklılığın azaltılması ve Avrupa Birliği içerisindeki kullanıcıların telif hakkına konu içeriğe çevrimiçi ulaşımının kolaylaştırılması ihtiyacı ile doğan Direktif³;

- Vatandaşların telif haklarına konu içeriğe sınır-ötesi erişim sağlaması,
- Öngörülen eğitim, araştırma ve kültürel miras gibi istisnalarla bu amaçlar için telif haklarına konu içeriğin kullanılma fırsatlarının artırılması,
- Telif hakları piyasasının daha doğru çalışması amacıyla adil kuralların koyulması amaçlarına odaklanıyor.

Direktif, Avrupa Birliği sınırları içerisinde telif hakkına konu içeriğe ulaşmayı kolaylaştırarak bu içerikler için yeni dağıtım yolları öngörecektir. Direktif'te teknolojik gelişmeler de dikkate alınarak talebe bağlı yayın platformlarının ("*video-on-demand platforms*") yaşadıkları, ülkelerin telif yasalarındaki farklılıktan doğan zorluklar ve telif hakkına konu içeriğin çevrimiçi dağıtımının doğası gereği sınır ötesi oluşu da dikkate alınmıştır.⁴ Direktif ile telif yasaları yeknesaklaşacağından içeriğin lisans hakkına konu olması tek şekilde ve tek elden gerçekleşebilecektir. Örneğin, ulusal telif yasalarındaki

1 <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+XML+V0//EN> [Erişim tarihi: 05.04.2019]

2 http://europa.eu/rapid/press-release_STATEMENT-19-1839_en.htm [Erişim tarihi: 05.04.2019]

3 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0593> [Erişim tarihi: 05.04.2019]

4 http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-25/creatingadigitalsinglemarket-europeanco mmissionactionssince2015pdf_996FEA88-AD3C-940E-050B64C9A7B33CF5_53055.pdf [Erişim tarihi: 05.04.2019]

farklılıklar sebebiyle ülkelere bağlı yayın yapan talebe bağlı yayın platformları veya televizyon yayıncıları bu sınırların kaldırılmasıyla Avrupa Birliği sınırları içinde aynı yayını yaparak izleyicilerin sınırlara takılmadan daha fazla içeriğe ulaşmasını sağlayacaktır.

Direktif, daha adil bir ortam yaratma amacıyla, basın yayın kuruluşlarına özel yeni komşu haklar da öngörmektedir.⁵ Direktif ile basın yayın kuruluşlarına, bu kuruluşlarda yayınlanan telif hakkına konu içeriğin bilgi toplumu hizmet sağlayıcıları ("*information society service providers*") tarafından kullanılması halinde bedel talep etme hakkı tanınmaktadır. Ancak söz konusu hakkın içeriğinin "önemsiz" bir kısmının alınması ve içeriği akademik veya bilimsel araştırmalar amacıyla kopyalanması maddenin istisnaları olarak öngörülürken basın yayın kuruluşuna tanınan bedel talep etme hakkının herhalde bir sene sonunda sona ereceği belirtilmektedir.⁶ Bu madde, "*link tax*" adıyla basında geniş yer almıştır.

Ek olarak Direktif, eser sahiplerinin telif hakkına konu içeriklerinin ticari çevrimiçi içerik paylaşım serviserine yüklenmesi halinde bedel ve kaldırılmasını talep etme hakkı öngörürken, ticari çevrimiçi içerik paylaşım serviserine ise "mümkün olduğunca" telif hakkına konu içeriğin izinsiz kullanıldığı halleri denetleyip bu içeriğin kaldırılmasında yardımcı olma yükümlülüğü yükleyerek sorumluluk öngörmektedir. Direktif'in medyada geniş yer bulan bu maddesi, "*meme ban*" olarak da bilinmektedir.

Direktif, telif haklarına konu içeriğin eğitim amaçlı aktivitelerde veya kültürel mirasın korunması amacıyla kullanılmasını ve araştırma amaçlı metin ve veri madenciliği yapılmasını istisna olarak düzenlemektedir. Kültürel miras istisnasının bir örneği olarak, Direktif'in yürürlüğe girmesini takiben kültürel miras kurumları veya müze ve kütüphaneler, koleksiyonlarındaki ticaret alanından çıkmış olan ("*out-of-commerce*") eserleri dijital ortama aktarabileceklerdir ve bu eserlere Avrupa Birliği sınırları içerisinde çevrimiçi şekilde erişilebilecektir.⁷

Sonuç

Direktif ile Avrupa Birliği üye devletlerinin telif yasalarının yeknesaklaşmasıyla bu yasalardaki farklılıklardan doğan karışıklık ve zorlukların önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Direktif'in Avrupa Birliği telif yasaları ve dijital tek pazar açısından çok önemli ve köklü bir değişiklik teşkil ettiği açıktır. Direktif'in hayata geçip geçmeyeceği veya ne gibi değişikliklerden geçeceği ise Avrupa Komisyonu kararı sonucunda belirginlik kazanacaktır.

*Avukat, Esin Avukatlık Ortaklığı, ece.gonulal@esin.av.tr

5 <http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2018/06/18/julia-reda-discusses-current-proposal-directive-copyright-digital-single-market/> [Erişim tarihi: 05.04.2019]

6 <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2018/05/25/copyright-rules-for-the-digital-environment-council-agrees-its-position/> [Erişim tarihi: 05.04.2019]

7 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/modernisation-eu-copyright-rules> [Erişim tarihi: 05.04.2019]

Mehmet Çiçek*

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

MARKANI KORU KI MÜŞTERİN YAŞASIN

Otomotiv sektöründe artan rekabetle beraber değişen pazar dinamikleri ve küreselleşme, otomotiv müşterilerine sağlanan kredilere hayati bir vazife yüklemiştir. Marka koruma ile satışlar arasında anlamlı bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. İyi korunan marka, iyi satmaktadır. Bu durum, sürdürülebilir büyüme ve sürekli kârlılık için anlam taşımaktadır. Ancak bu makale paha biçilemez olan insan hayatına dikkat çekmeyi hedeflemektedir. Çünkü sahte ürünler insanların sakat kalmasına hatta ölmesine sebep olabilmektedir. Sahtecilikle mücadelede küresel iş birliği şarttır. Kazanan; insan, ekoloji ve kârlılık olacaktır.

Otomotiv Sektöründe Finansman ve Satışları Etkileyen Faktörler

Firmalar, artık uzun dönemli sadık müşterilerin önemini farkındadır. Korunan markanın müşterisi markasına sadıktır. İyi markanın genel özelliklerinden biri de sadık müşterilere sahip olmasıdır¹ (Uztuğ, 2003). Fiyattaki yükselmeye rağmen müşteriler o marka ürünü satın almaya devam ediyor ise, marka sadakatının olduğu ifade edilebilir² (Aaker, 1991). Bazı durumlarda ise müşteriler olumsuz izlenimlere sahip olmalarına rağmen o marka ürünü satın almaya devam etmektedir³ (Erdil ve Uzun, 2009).

Marka sadakati, markayı satın alma isteğinin sonucunda oluşan bir durumdur³ (Erdil ve Uzun, 2009). Farklı ürün türlerine göre marka sadakati değişmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ürün tiplerine göre marka sadakatının tespit edilmesi önemli olacaktır⁴ (Bennet ve Rundler-Thiele, 2005).

Güven olgusuyla birlikte markanın müşteriler tarafından satın alınması kolaylaşmaktadır⁵ (Kenning, 2008). Marka koruma faaliyetleri güven olgusuna özgül ağırlığı olan bir katkı sağlamaktadır. Güven, müşteri için belirsizliği ortadan kaldıran olgudur. Korunmayan marka, zayıf marka olarak kalmaktadır. Zayıf marka duyarlılığı olan müşteriler için ise bütün ürünler birdir⁶ (Afsar vd., 2010). Markanın az bilinir olduğu evrede tüketicinin markaya yönelik güveni daha az olabilmektedir⁷ (Kim ve Jones, 2009).

Satın alma niyetini ve satın alma davranışını etkileyen başlıca etmenler⁸ (Odabaşı ve Gülfidan, 2002): Ruhsal etmenler, sosyo-kültürel etmenler, demografik etmenler, durumsal etmenler ve pazarlama unsurlarıdır. Fiyat, tüketicinin bir ürün veya hizmeti satın almak için ödediği para miktarıdır⁹ (Kotler ve Armstrong, 2005). Fiyat, firmaların ürün ve hizmetlerine koyduğu değerdir¹⁰ (Üner, 2008).

Marka imajının üç alt başlığı bulunmaktadır¹¹ (Aaker ve Biel, 1993): İşletme ya da firma imajı, kullanıcının imajı ve mamul ya da hizmet imajıdır. Marka koruma faaliyetleri bu imajlara itici güçtür. İmkanları sınırlı istekleri sınırsız bireyler bugünkü mali olanaklarının üzerinde mal tüketerek tatmine ulaşmak için gelecekteki gelirlerini bugünden kullanmak istemektedir. Tüketicinin talebini etkileyen unsurlar kapalı bir fonksiyon şeklinde genelleştirilerek şöyle yazılabilir: $Q_d = f(P_x, P_s, P_c, Y, Z)$

Burada;

Q_d = Talep edilen miktar

P_x = Talep edilen malın fiyatı

Ps = İkame malların fiyatı

Pc = Tamamlayıcı malların fiyatı

Y = Tüketicinin geliri

Z = Tüketicinin zevkleri

Herhangi bir ürünle ilgili talebi etkileyebilen değişkenler; fiyat, gelir, nüfus ve tutundurma çabalarıdır. Motorlu araçlar ile ilgili talebi etkileyen çok değişken vardır. Gürkaner'in (1992) çalışmasında ifade ettiği gibi fiyat, gelir, gayrisafi milli hasıla, nüfus, kişi başına düşen milli gelir, hane başı gelir, vergiler, benzin fiyatları, yedek parça fiyatları, konut talebi, ithalat, kara yolu uzunlukları ve ortalama tasarruf oranı motorlu araçlara olan talebi etkiler¹². Bir mala olan talebi etkileyen faktörler arasında "yapısal faktörler" de belirtilebilir. Yapısal faktörler talep modellerinde her mala göre gerekli şekillerde kullanılması gereken hüner gerektirmektedir. Çok defa bu yapısal unsurların ölçülememesi, etkilerinin bilinmesine karşın modellere alınmamalarına sebep olmaktadır.

Marka Koruma ve Kredilerin Satışlara Etkisi

Ürün korsancılığı (taklit mal ticareti), 1960'lı yıllardan bugüne kadar dünya ekonomisinde dikkat edilmesi gereken ve her gün büyüyen küresel bir problem haline gelmiştir. Bu işten küresel terör örgütleri çıkar sağlamaktadır. Bu konuda küresel iş birliği şarttır. Küresel ticarete yüksek kârlı ürünlerin ayırt edilemeyecek derecede taklit edilmesi ile kazançlı piyasalara sızdırılması kolaylaşmıştır.

Taklit mal ticareti, izni ve hakkı olmaksızın bir patentin, endüstriyel tasarımın, coğrafi işaretin (Kayseri pastırması, Scotch whisky gibi), faydalı model veya ticari bir hakkın sahibi olan kişi haricinde ticari bir amaç ile üretilmesi veya tüketiciyi yanıltıcı derecede benzerinin yapılması, pazarlanması, depolanması veya teklif edilmesi demektir. Ürün korsancılığı, bir ürünün hak sahibi haricinde çoğaltılması ve/veya ürünlerin taklit edilmesi olarak anlaşılır. Kanunen korunmakta olan fakat haksız rekabete maruz kalan

ve ihlal edilen hakları şöyle sıralayabiliyoruz; kanunen tescil edilmiş bir marka, ürün veya ticari isim, tescil edilmemiş bir ticari hakkın sergilenmesi, teşhir şekli ve/veya bir ürünün özel olarak tanımlanması, patent, faydalı modeller ve/veya tat örnekleri ve telif hakları. Bu ticari haklara tecavüz veya ihlal aşağıdaki açıklamalarda belirtilmiş durumlarda varsayılır:

- Taklit edilen ürün veya ürünün üzerinde bulunan marka, emare, herhangi bir karakter veya ticari isim kısmen veya neredeyse aynısını yansıtmaması durumunda.

- Tescil edilmemiş bir ticari hakkın sergilenmesi, teşhir şekli ve/veya bir ürünün tanımlanması, taklit edilen ürünlerin formları, dıştan görünüşleri ve tanımlamaları ile bakıldığında belli bir üreticinin ürünlerine benzetilmesi ve dolayısıyla belli bir üreticinin ürünüymüş izleniminin verilmesi; böyle bir durumda, tüketiciyi yanıltarak taklit edilen ürün ile orijinal ürün hissine kapılması durumunda.

- Patent, faydalı model veya tat örnekleri, orijinal ürün tamamıyla veya kısmen patentler, faydalı modeller veya tat örnekleri ile korunma altına alınmış olmakla beraber, korunma altına alınan ürünlerin taklit edilen ürünlerin içinde bulunduğu durumlarda.

- Telif hakları, bir metnin (broşür, kitap, el kitabı, vs.) veya bir resmin, filmin, ses kaydının, bilgisayar programının veya teknik açıklamanın orijinalinin aynı olması halinde.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarına tecavüz ederek haksız ticaret yapan şahıs ve imalatçılar için marka taklidi, en ucuz ve piyasada en yaygın olan kazanç şeklidir. İzni ve hakkı olmadan taklit edilen herhangi bir ürünün üzerine ya da ambalajına konulan etiket veya işaretin uygulanması zor değildir ve minimum fiziki şartların olması durumunda kolayca gerçekleştirilebilir. Piyasada marka taklitlerinden sonra en çok endüstriyel tasarım taklitlerine (mobilya sektöründe) rastlanmaktadır. Endüstriyel tasarımları taklit edenlerin de büyük ölçüde izni ve hakkı bulunmamaktadır. Marka taklidinin gerçekleştirilmesinin aksine, endüstriyel tasarımın taklidi-

ni gerçekleştirmek için zaman ve teknik bilginin yanı sıra önemli yatırımlara da gerek vardır.

Yeni mevzuat ile markalar, buluşlar, endüstriyel tasarımlar, coğrafi işaretler uluslararası standartlarda korunur hale gelmiştir. Bu tür ürünlerin sadece taklit edilmesi değil, her türlü ticareti de bu konu ile ilgili olarak yürürlüğe giren ceza kanunlarınca zarar ve ziyanın tazmini, ağır para cezaları ve 4 yıla varan hapis cezaları ile düzenlenmiştir.

Taklitçilik konusu ele alındığında iki ayrı açıdan irdelenmesi gerekir; fikri ve sınai hakları korumak şartıyla, hak sahibinden izin alınarak bir ürünün taklit edilmesi veya reproduksiyonunu yapmak ve fikri ve sınai hakları dikkate almadan piyasada bulunan bir ürünün hak sahibinden izni alınmadan taklit edilmesi veya bu şekilde üretilmiş herhangi bir ürünün ticaretini yapmak; ki bu durum korsancılık veya sahtecilik olarak nitelenir ve kesinlikle bir suç unsurudur.

Gelişmekte olan ülke sanayilerine veya sanayisi olmayan ülkelere baktığımızda, piyasaya çıkan birçok yerli veya yabancı ürünün izinsiz olarak taklit edildiğini görebiliriz. Ar-Ge unsurunu geri planda tutup sadece kısa vadede kazanç sağlamaya çalışılması, üretim için yapılan yatırımların bu şekilde yönlendirilmesi, müteşebbisin veya işletmenin kendi dinamikleri içinde gelişmesini de yavaşlatacaktır.

Korsancılık, serbest piyasa ve rekabet koşulları açısından zorlayıcı ve varlığını zedeleyici bir hale gelerek ekonomide olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bu nedenle, ilk başta izinsiz olarak yapılan taklitçilik ile başlayan gelişmeler meyvelerini vermeye başladığı andan itibaren taklitçiliğin, kopyacılığın ve korsancılığın kesinlikle ve kararlılıkla Fikri ve Sınai Haklar Mevzuatı'na uygun bir şekilde engellenmesi gerekmektedir.

Türkiye'ye baktığımızda, 1980'li yılların ortasından başlayarak, 1990'lı yıllarda önemli gelişmeler kaydedilip birçok sektör uzun mesafeler kat ederek 21. yüzyıla yukarıda belirtilen taklitçilik seviyesinden, markalaşma ve uluslararası rekabet hususunda yaratıcılık ve geliştirme derecesine gelmiştir. Türk ekonomisinde yapılan milyarlarca

dolar yatırım artık kendini rahatlıkla gösterebilmektedir. Bundan dolayı, 1994 ve 1995 yıllarında fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunmasını sağlamak amacıyla, kararlılıkla, gerekli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. 2017 Ocak ayında Sınai Mülkiyet Kanunu yürürlüğe girmiştir.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarını koruyan tüm ulusal ve uluslararası sözleşmelere üye ülkelerde izinsiz ve haksız taklit mal ticareti yapılması kesinlikle yasaktır. Bütün gelişmeleri göz önüne aldığımızda taklit mal üretmenin ve ticaretinin Türkiye açısından hiçbir yararı bulunmamakta, tam aksine mevcut ulusal sanayileri zedeleyerek haksız rekabetin çoğalmasını, işsizliğin büyümesini, kayıt dışı kazançlar sağlanarak vergi kaçırmanın yaygınlaşmasını beraberinde getirmekte ve ülke ekonomisine çözülmesi zor problemler yaratmaktadır.

Türkiye'de taklit ürün ticaretini incelerken sanayicileri kategorilere ayırarak değerlendirmek gerekmektedir. Bir grup sanayici kendi dinamiklerini ortaya çıkararak, kendi markasını yaratmak için yatırım yapmış, kaliteli ürün ve üretimle kendi ülkesinde veya uluslararası piyasalarda diğer firmalar ve ürün-hizmetler ile rekabet etme imkanını yakalamıştır.

Diğer tarafta yürürlükte olan mevzuatı önemsemeyen ürün ve markaları izinsiz taklit ederek haksız rekabet sayesinde kazanç sağlamaya devam eden imalatçılar bulunmaktadır. Ülke ve toplum için bir katma değeri olmayan, yeniliği hala benimsememiş bu tür işletmeler ve imalatçılar uzun vadede yok olmaya mahkumdur. Ayrıca, hangi sektör olursa olsun uluslararası pazarlarda bir ülkenin "taklit mal cenneti" veya "sahte mal cenneti" olarak tanımlanması kadar kötü bir durum olamaz. Dünyada marka koruma faaliyetlerinin yoğunluk kazandığı ülkeler; Çin, Hindistan, Türkiye, Rusya, Güney Afrika, Birleşik Arap Emirlikleri ve Brezilya'dır.

Türkiye'de fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunmasının sağlanabilir olması için ilk etapta genel olarak toplumda fikri ve sınai mülkiyet haklarında kastedilen konuların benimsenmiş olması ve bu konu karşısında duyarlılığın meydana gelmesi gerekmektedir.

Ayrıca bir mevzuatın işlerliğini vurgulayabilmek için fikri ve sınai mülkiyet haklarının savunulduğu İhtisas Mahkemeleri'nin yeterli sayıda olması ve kanunların caydırıcı olması açısından suç işleyenlere azami cezaların verilmesi şarttır. Mevzuata göre cezaların verilmesi gerekirken izinsiz ve haksız olarak taklit veya sahte mal ticareti yapanlara sadece ihtar verilmesi veya cezalarının tecil edilerek sonuçlanması, ağır yaptırımları olan mevzuatın önemsenmemesinde önemli bir pay teşkil etmektedir.

Konuyla ilgili herkesin (imalatçı ve müşteri) sahte ürün imalatı ve izinsiz taklitçilik ve her türlü ticaretinin marka hakkına tecavüz olduğunu ve bunların her birinin de bir suç olduğunu bilmesi gerekir. Ayrıca, taklit ürün ticareti ve korsancılık sebebiyle devletimizin kayıt dışı kazançlar nedeniyle toplayamadığı milyarlarca dolar vergi sebebiyle Türkiye için harcanabilecek kaynakların da yok edilmesi anlamına gelmektedir.

Toplum olarak olumsuz gelişmelerin karşısında durmamız ve yenilikler hakkında bilgilenebilmeye çalışmamız, her ne konu olursa olsun bilinçlenmemizi ve haklarımızı daha etkili savunmamızı sağlayacaktır. "Marka" ve "patent" bir ürün değil, patent enstitüsünde tescil edilerek sahibine haksız rekabet karşısında koruması için verilen bir haktır. Hak sahibi, bir sembol, tanım veya isim olarak kullandığı markası sayesinde gelir, prestij ve kaliteye bağlı gelişmeyi hedefler.

Markaların yaşatılması için büyük harcamalar yapılmaktadır. Markalar, yaşatıldıkları ve geliştirildikleri sürece değer kazanır. Hak sahibine kazanç ve prestij sağlar, aynı zamanda da şirketlere ölçülebilir bir ek değer katar. Bize ait olan markalarımızı, izinsiz ve yetkisiz olarak kullananlara ve haksız kazanç elde edenlere karşı, yasalara ve mevzuata uygun şekilde korumalıyız.

Marka korumaya ilişkin dünyadaki ilk uygulamaları, sahteciliğin önlenmesi için bazı uygulamaların yapıldığı İngiltere ve Amerika'da görmekteyiz. Dünyadaki ilk uygulamalardan bir diğeri de Fransa'da 1877 yılında yürürlüğe giren "Üretim ve Ticari Markalar Hakkındaki Mevzuat"tır. Ortaçağ Avrupası'nda tacirlerin ticari alanlarının

sınırlarını göstermek üzere kullanılan işaretler de bir çeşit marka uygulaması olarak kabul edilebilir. Yine Avrupa'da esnaflara ait olarak kullanılan üreticisinin nitelikli sanatkâr olduğunu gösteren markalar da yine dünyadaki ilk marka uygulamalarına örnektir. Amerika'da marka tescilini içeren mevzuat, 1870 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu noktada, markanın işlevlerine kısaca değinmek iyi olacaktır.

Marka koruma faaliyetleri bir gider kapısı değil, aksine bir gelir kapısıdır. Ne kadar çok sahte ürüne el konulursa, o kadar çok orijinal ürün satılır. Markaların ve dolaylı olarak bu marka koruma faaliyetlerinin hizmet ettiği finansal sistem, ekonomide belirli kurum ve pazarların bir arada ve birbirlerini etkileyen bir şekilde temel işlevleri gerçekleştirmek üzere oluşturdukları sistemdir. İlave olarak, fon arz eden birimlerle fon talep eden birimler arasında fonların etkin ve kesintisiz bir biçimde akması sağlanmış olur. Her ne kadar literatürde otomotiv ürünlerinin satışlarına etki eden faktörler üzerinde birçok çalışma yapılmış olsa da, otomotiv ürünleri için sağlanan finansmanın otomotiv satışlarına etkisi ile alakalı yapılmış olan çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır. Bu noktada, kredilerin satışlara etkisi ile alakalı olarak doktora tezimde gerçekleştirmiş olduğum anket sonuçlarına değinmek faydalı olacaktır.

Anketteki³¹ (Çiçek, 2008) en önemli bulgu, tüm araç tipleri için, yeni bir motorlu taşıt satın alırken kredi imkanı varlığının çok büyük bir önem taşıdığının ispatlanmış olmasıdır. Bu noktadaki (Çiçek, 2008) bir diğer çok önemli bulgu ise, araç tiplerine göre krediye duyulan bu ihtiyacın eşit olmadığıdır, bir başka ifade ile farklı olduğudur³¹. Krediye en çok ihtiyaç duyan ve en çok önem veren kamyon müşterisi (1,87) olmuştur, sonra sırası ile otobüs (2,17), hafif ticari araç (2,44) ve otomobil müşterisi (2,67) gelmiştir³¹. Kamyonun ilk sırada gelmiş olmasının temel sebepleri, kamyonun otomobil ve hafif ticari araçtan daha pahalı olması, kamyonun ticari amaçla para kazanmak için kullanılıyor olması ve otobüs müşterisine göre ise daha az kurumsal ve daha az profesyonel olmasıdır³¹ (Çiçek, 2008).

Sonuç ve Öneriler

Otomotiv sektörü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde üretimin belkemiğidir. Sektördeki satışlar, kredi imkanı ve marka koruma faaliyetlerinden ciddi derecede etkilenmektedir.

Otomotiv sektörünün toplumsal refaha ve kalkınmaya ek güç olduğu aşikardır. Türkiye’de otomotiv sektörü, gıda ve tekstil sektöründen önce birinci büyük sektör durumuna erişmiştir. Sektördeki rekabetçi yapı ihracattaki başarılarla devam etmektedir. Özellikle Gümrük Birliği ile birlikte, dış ticaretin yapısı ve gelişme hedefleri önemli oranda değişmiştir. Otomotiv sektörü Türkiye’de ihracatta sektörler arasında birçok kez birinci olmuştur.

Türkiye, coğrafi konumundan dolayı uluslararası stratejik öneme sahiptir. Türkiye’nin bu stratejik rolü için, güçlü ekonomiye sahip olması, milli gelirini istikrarlı bir şekilde arttırarak refah düzeyini yükseltmesi de sanayileşmeye bağlıdır. Sanayinin, yüksek katma değer yaratan, sürdürülebilir ve gelişmeye açık bir rekabet gücünü barındıran, doğrudan ve öncelikli olarak gelişmiş pazarlara ihracatı hedefleyen ve Ar-Ge yeteneği bulunan bir nitelikte olması gerekir. Bu noktada otomotiv sektörü önem kazanmıştır.

Türkiye’de tüm araç tiplerinde geçerli olmak üzere yeni bir motorlu taşıt satın alırken kredinin önem taşıdığı literatürde ampirik bulgularla desteklenmektedir. Türkiye’de son 13 yılda kredi hacmi ve otomotiv kredileri hacmi artmıştır. Otomotiv kredileri hacmindeki bu artış, otomotiv ürünleri satışına ivme kazandırmıştır. Otomotiv satışlarındaki bu artış ise, milli geliri, kişi başına düşen gayri safi milli hasılayı, ve refah düzeyini arttırmıştır.

Sahtecilikten Türkiye’nin yıllık 18 milyar dolarıdır. Sahtecilikten, Türkiye’nin yıllık vergi kaybı 8 milyar dolardır. Her yıl Türkiye’de 135.000 insan sahteciler yüzünden işini kaybetmektedir. Markaların korunması için küresel işbirliği şarttır. Sahtecilikten, uluslararası terör örgütleri çıkar sağlamaktadır. Markaların daha iyi korunması için yaptırımını daha güçlü yasalara ihtiyacımız vardır. Sahtecilikle savaşırken Ar-Ge, markalaş-

ma ve teknoloji kilit rol oynarken, lojistik firmaları ve gümrükler de ayrı bir önem taşımaktadır. Bu noktada insanların bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi önemlidir. Sahte ürünleri bilerek satın alıp kullananlar da cezalandırılmalıdır.

Kaynaklar

¹ Uztuğ, Ferruh (2003), Markan Kadar Konuş, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul.

² Aaker, David A. (1991), Managing Brand Equity, New York: The Free Press.

³ Erdil Sabri ve Uzun Yeşim, (2009), Marka Olmak, 1. Baskı, Çağaloğlu, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

⁴ Bennett Rebekah ve Rundler-Thiele Sharyn (2005) “The Brand Loyalty Life Cycle: Implications for Marketers,” Brand Management, vol:12, no:4, s.32

⁵ Kenning Peter, (2008), “The Influence of General Trust and Specific Trust on Buying Behaviour”, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 36, 461-476.

⁶ Afsar, Bilal, Zia Ur Rehman, Jaweria Andleeb Qureshi ve Asad Shahjehan (2010), Determinants of Customer Loyalty in the Banking Sector: The case of Pakistan, African Journal of Business Management Vol.4 (6), 1040-1047.

⁷ Kim Soyoung ve Jones Christie, (2009) “Online Shopping and Moderating Role of Offline Brand Trust”, Direct Marketing: An International Journal, Vol. 3 pp. 282-300

⁸ Odabaşı Yavuz, Gülfidan Barış (2002) Tüketici Davranışı, MediaCat Kitapları, 4. Baskı, İstanbul.

⁹ Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Principles of Marketing, USA, Prentice-Hall, 11th Edition, 2005.

¹⁰ Üner, M. Mithat, Prof. Dr. (2008), Genel İşletmecilik, Ankara, Detay Yayıncılık.

¹¹ Aaker, D. A. ve Biel, A. L. (1993). Brand Equity and Advertising: Advertising’s Role in Building Strong Brands. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.

¹² Gürkaner, Kayahan. (1992). “Türkiyede Otomobil Endüstrisinin Ekonometrik Talep Analizi (1967-

1986)”. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

¹³ Lorie, J.H. (1954). “Forecasting the Demand for Consumer Durable Goods”, *The Journal of Business*, Vol.27, No.1, Jan., p.62-70.

¹⁴ Roos, C.F., Szeliski, von V. (1939). “Factors Governing Change in Domestic Automobile Demand”, *Dynamics of Automobile Demand*, General Motors Corporation, p.35-36.

¹⁵ Atkinson, L.J., (1950). “Demand for Consumer Durable Goods,” *Survey of Current Business*, June, 5-10.

¹⁶ Cohen, M., (1956). “How Big is the Automobile Market?” *National Industrial Conference Board, Business Record*, January, 7-12.

¹⁷ Suits, D. (1958). “The Demand for Automobiles in the U.S.A.”, *Review of Economics and Statistics*, 40, p.273-280.

¹⁸ Griliches, Z. (1971). “Hedonic Price Indices for Automobiles: An econometric analysis of quality change”, in *price indices and quality change*, ed. by Z. Griliches. Cambridge: Harvard University Press.

¹⁹ Ohta, M., Griliches, Z. (1976). “Automobile prices revisited: extensions of the hedonic hypothesis”, in *Household Production and Consumption*, ed. by N. Terlecky, NY: NBER.

²⁰ Berkovec, J., Rust, J. (1985). “A nested logit model of automobile holdings for one vehicle households”, *Transportation Research*, 19B, 275-285.

²¹ Toder, E., Cardell, N., Burton, E. (1975). “Trade policy and the US Automobile Industry”, NY: Praeger.

²² Levinsohn, J. (1988). “Empirics of Taxes on Differentiated Products: The Case in the US Automobile Industry,” in Robert E. Baldwin (ed.) *Trade Policy Issues and Empirical Analysis*. Chicago: University of Chicago Press. p.11-40.

²³ Bresnahan, T.F., (1987). “Competition and Collusion in the American Automobile

²⁴ Feenstra, R., Levinsohn, J. (1995). “Estimating markups and market conduct with multidimensional product attributes”, *Review of Economic Studies*, 62, 19-52.

²⁵ Manski, C. (1983). “Analysis of equilibrium automobile holdings in Israel with aggregate discrete

choice models”, *Transportation Research*, 17B, p.373-389.

²⁶ Rippe, R.D., Feldman, R.L. (1976), “The Impact of Residential Construction on the Demand for Automobiles: An Omitted Variable”, *The Journal of Business*, Vol.49, No.3, July, p.389-401.

²⁷ Deneckere, R.J., De Palma, A., (1998). The diffusion of consumer durables in a vertically differentiated oligopoly. *Rand Journal of Economics* 29 (4), 750-771.

²⁸ Kumar, P., (2002). “Price and quality discrimination in durable goods monopoly with resale trading”. *International Journal of Industrial Organization* 20 (9), p.1313-1339.

²⁹ Chow, G.C. (1957), “Demand for Automobiles in the United States: A Study in Consumer Durables”, Amsterdam: North-Holland Publishing Co. 149-178.

³⁰ Alper, C.Emre, Mumcu, Ayşe (2005). “Türkiye’de Otomobil Talebinin Tahmini”. *Ekonomi Bölümü, ve Ekonomi ve Ekonometri Merkezi Boğaziçi Üniversitesi, Bebek-İstanbul*.

³¹ Çiçek, Mehmet (2008). “Otomotiv Sektörünün Kredi Yolu ile Finansmanının Satışlara Etkisi ve Türkiye Uygulaması”. T.C. Kadir Has Üniversitesi, Finans ve Bankacılık Programı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

*Küresel Marka Koruma Yöneticisi,
Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
mehmet.cicek@turkcell.com.tr

Muazzez Kılıç*

AIPPI Türkiye /Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği Üyesi

TASARIM HUKUKUNDA KORUMA DIŞI HALLER

Aklın düşünme yeteneği sonucunda fikirler ortaya çıkar. Çıkan bu fikirler, buluş veya görsel olarak üründe kendini gösterirse bu ürünlerin ticari haklarına sahip olmak, ürünü yaratan açısından önem arz eder.

Fikir ve emeğin yansıdığı tasarımların belirli bir süre dahi korunması tasarımcının menfaatine olacağı için bu koruma, yaratıcılığı teşvik ederek toplumun sosyal ve ekonomik gelişimine katkı sağlayacaktır. Tasarımcı, tasarımını kendi adına veya bir başka kişi adına tescil yaptırmak şartıyla hukuki sınırları belli olan Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK) kapsamında etkin bir şekilde koruyabilir. Hak sahibi artık tescil sahibidir.

Ürünlerin dış görünümünü koruyan tasarım hukukunda hak sahibinin/tescil sahibinin sınırları nedir?

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 59/1. fıkrasında yer alan hüküm, bu sorunun cevabını sunmaktadır. Anılan madde, tasarımdan doğan hakların münhasıran tasarım sahibine¹ ait olduğunu belirtmektedir.

Tasarım sahibi, tescile konu ettiği tasarım veya tasarımın uygulandığı ürünün görünümünü TÜRK PATENT nezdinde yenileme işlemi yaptırmak suretiyle en fazla 25 yıl tekel olarak ticarete konu etme hakkına sahiptir. Tasarım sahibi, tasarım tescil belgesindeki ürünün tek başına üreticisi, satıcısı, kısacası ticari kullanandır. 6769 sayılı yasa, tasarım hakkı sahibine tescilden dolayı tekel hakkı sağlamaktadır.

Tekel hakkının sağlanabilmesi için tasarımın görünümünün yeni ve ayırt edici olması temel şarttır. Bu temel şartlardan ilki olan yenilik; tasarımın aynısının başvuru (varsa rüçhan) tarihinden önce kamuya sunulmamasıdır. Ayırt edici nitelik ise tasarımın bilgilenmiş kullanıcı² üzerinde bıraktığı genel izlenimin diğer tasarımların bıraktığı genel izlenimden farklı olmasıdır.

Yukarıdaki olumlu şartlara ilaveten, tekel hakkının sağlanabilmesi için tasarımın görünümünün kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı olmaması da gerekmektedir.

Kamu düzenine aykırılık: Devlet ve toplumun temel kuralları ve ilkelerine aykırı unsurları içeren tasarım tescil talepleri reddedilir. Ahlak kavramı dikkate alınırken, normal toleransa ve ortalama hassasiyete sahip kesimin gözüyle değerlendirme yapılır.

İşkence aleti, bankamatikten kolay hırsızlık yapılmasını sağlayan tasarım veya ırkçı unsurları, terör örgütü gibi konusu suç teşkil eden rumuzları içeren tasarımlar ile toplumun geneline ahlak kurallarına aykırı simgeleri içeren tasarımlar tescil ile korunamaz.

1 Tasarımcı: Korumaya konu tasarımı tasarlayan kişi /Türk Patent ve Marka Kurumu/Yönetmelik/49m.

Tasarım sahibi: Adına tescil yapılan gerçek veya tüzel kişi

2 Bilgilenmiş kullanıcı: Tasarımın bulunduğu ürün yelpazesi hakkında bilgi sahibi olan iyi bir gözlemcidir.

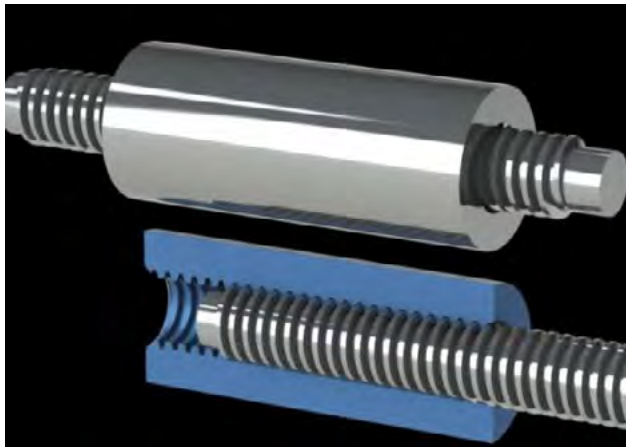


Tekel hakkının sağlanabilmesi için görünümün ürünün teknik fonksiyonunun zorunlu kıldığı görünüm olmaması diğer bir şarttır.

Tasarım koruması ürünün dış görünümünü korumayı hedeflediği için ürünün işlevsel amacını korumaz. Bilindiği üzere, ürünün işlevsel amacının korunması bir başka fikri mülkiyet hakkı olan patent veya faydalı modelin konusudur. Bir ürünün tasarımı aynı işlevi yerine getiren bir başka formun oluşabilmesine izin veriyorsa tescil ile koruma görür. Aksi takdirde, biçim zorunlu olarak işlevi takip etmek zorunda kalır, dolayısıyla zımnen tasarım koruması altında işlev korunur. Bu durum ise tasarım korumasının ruhuna aykırıdır.

Aşağıda görseli sunulan hareket vidasının görevi makine elemanlarında hareket ve kuvvet iletimi sağlamaktır. Bu işlevi helezonik dönüş yaparak sağlayan vidanın yatağının da helezonik olması teknik zorunluluktur. Bu sebeple helezonik yatak görünümü koruma kapsamı dışında kalmaktadır.

Resim 2 ³



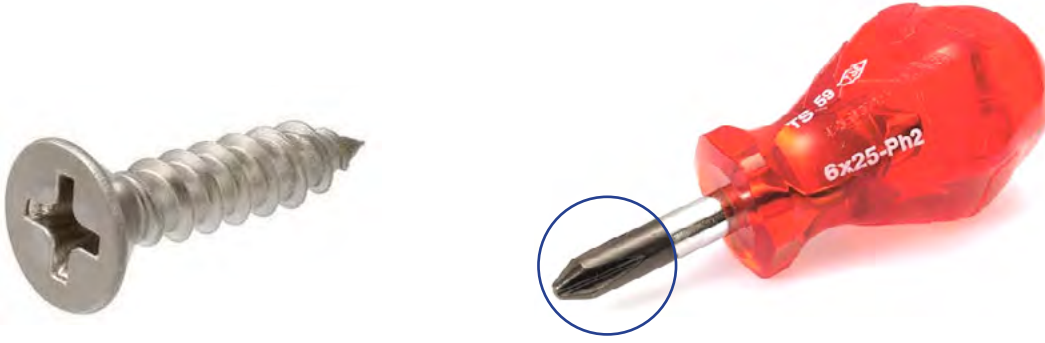
Tekel hakkının sağlanabilmesi için görünüm, tasarımı başka bir ürüne mekanik olarak bağlayabilmek veya monte edilebilmek için belirli biçim ve boyutlarda üretilme zorunluluğunda olmamalıdır.

Bağlantı işinde kullanılan ürünlerde montaj işinin yapılabilmesi için zorunlu görünüm arz eden kısımlar var ise yasa, bu görünümü korumamaktadır.

Konuya örnek olarak yıldız başlı vida ve yıldız uçlu tornavida verilebilir. Cisimleri birbirine tutturmak için kullanılan temel araçlar vida, çivi gibi ürünlerdir. Vidalar, zaman içerisinde gelişim göstererek düz başlı vidadan yıldız başlı vidaya evrildi. Yıldız başlı vidanın kullanımı için gerekli olan el aleti de

3 <https://www.makinaegitimi.com/tr/makine-elemanlari/vidalar-vida-cesitleri.html> [Erişim Tarihi: 01.03.2019]

doğal olarak bu baş formu ile uyumlu yıldız uçlu tornavidadır. Yıldız başlı vidanın kullanılabilmesi için gerekli olan tornavidanın uç kısmının da yıldız şeklinde olması gerekir ki vida başı ile uyumlu olsun ve vidanın malzeme içerisinde dönerek ilerlemesi sağlanarak ürünlerin bir birine tutturma işi gerçekleşsin. Tornavidanın yıldız şeklinde uç kısmında tek hak oluşturacak şekilde bir tescil yasa kapsamında gerçekleştirilemeyecektir.



Yıldız başlı vida

Koruma görmeyecek bölüm

Paris Sözleşmesinin 2'nci mükerrer 6'ncı maddesi kapsamında yer alan hükümlerle alametleri ile bu kapsam dışında kalan ancak kamuyu ilgilendiren, dinî, tarihî ve kültürel değerler bakımından halka mal olmuş ve ilgili mercilerin tescil izni vermediği işaretlerin, armaların, nişanların veya adlandırmaların uygunsuz kullanımını içeren tasarımlar koruma görmeyecektir.

Topluma ait ortak değerler üzerinde tescil yolu ile hak oluşturmak kamu vicdanını yaralar. Ayrıca, bir görünüm ortak değer haline gelmiş ise yeni olma özelliğini haiz değildir. Tescile konu edilmek istenen görünüm, tasarımın kimliğini eş anlatımla esas unsuru veya tamamıyla kendini oluşturuyorsa anılan görünümün tescil talebi, SMK 64/6(ç) bendi gereği resen reddedilir.

Bu görünüm, tasarımın bir bölümünü oluşturuyor ve tasarımın kimliğine etki etmiyorsa aynı maddenin 7. fıkrası gereği ilgili bölümün görselden çıkartılması TÜRKPATENT⁴ tarafından istenir.

SMK'de ilgili maddenin kaleme alınış tarzından sanki sadece uygunsuz kullanımlar reddedilecek gibi anlaşılmaktadır. Oysa ki uygunsuz kullanımlar, işin gereği, kamu düzenine aykırılık maddesi kapsamında reddedilmektedir. Kanımca bu tarz işaretlerin, işaretin sahibinden izin alınmadan tasarım tesciline konu edilmesi, tescil talebinin geri çevrilmesinin gerekçesi olmalıdır. Türk hukukundaki sorun, iznin kimden veya hangi kamu kuruluşundan alınacağını belirlenmemesidir.

İlgili maddenin nasıl uygulanması gerektiğine dair somut örnekler vermek gerekirse:

Örnek 1- Yanda sunulan görselde yer alan lacivert zemin üzerine daire formunda yerleştirilmiş 12 adet sarı renkli yıldız formu Avrupa Birliği'nin bayrağıdır. Bu görünüme ait tescil talebi anılan madde gereği resen reddedilir. Eğer işaret tasarımın bir bölümüne ilişkin ve tasarımın kimliğini oluşturuyorsa ilgili kısım çıkartılarak geri kalan kısım için tescil işlemlerine devam edilir.

⁴ Kamu düzenine aykırı bir bölüm varsa bu kısımda görselden çıkarılması aynı yasa maddesi gereği başvuru sahibinden istenir.



Resen ret. Avrupa Birliği Bayrağı çıkartıldıktan sonra geriye kalan kısım tescile konu olur.

Örnek 2- Korunması talep edilen işaret, yasa maddesinde belirtilen işaretin aynısı olmayıp illüstrasyonu sonucu oluşturulmuşsa ve doğrudan işaretle bağlantı kurmuyor ise tesciline izin verilmelidir.



Ambalaj tasarımıda yer alan AY YILDIZ figürleri açıkça Türk Bayrağı'nın⁵ taklidi olmayıp bir illüstrasyon çalışmasıdır.

Sonuç olarak tescilli tasarımda koruma sınırlarının netleştirilmesi yukarıda iletilen sebeplerle çok önemli ve gereklidir. Kural ve sınırların netleştirilmesi mümkün hale gelebilir ise, başvurusu öncesinde kaos yaşanması ve başvuru sonrasında hak kayıplarının zamanında önlenmesi mümkün olabilecektir.

*Tasarım Danışmanı, Ankara Patent Bürosu, Muazzez.kilic@ankarapatent.com

5 Türk bayrağında "ay" büyük olup "yıldız" figürü oldukça küçüktür. Tescile konu edilmek istenen görselde "ay" ve "yıldız" hemen hemen aynı boyutta olup dolgun hatlı ve üzerlerinde yatay çizgileri olan görünüme sahiptir.

2019 Yılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hukuku Uluslararası Etkinlikleri

Okuyucularımızla Ekim 2019'a kadar gerçekleşecek uluslararası konferans, toplantı ve etkinliklerin haberini paylaşmak isteriz.

- ABA Annual IP Conference – San Francisco, ABD, 18-20 Nisan 2019
- 141st INTA Annual Meeting – Boston, MA, ABD, 18-22 Mayıs 2019
- AIPLA Spring Meeting – Philadelphia, PA, ABD, 15-17 Mayıs 2019
- PIUG 2019 Annual Conference – Alexandria, VA, ABD 4 -9 Mayıs 2019
- 2019 ACPC Summer Meeting -Memphis, TN, ABD, 24-26 Haziran 2019
- ECTA 38th Annual Conference – Edinburgh, Birleşik Krallık, 26 – 29 Haziran 2019
- European Corporate Counsel – İsviçre 17-18 Haziran 2019
- IP Law Europe Summit – İsviçre 17-18 Haziran 2019
- BIO International Conference – Philadelphia, PA, ABD 3-6 Haziran 2019
- FICPI World Congress – Toronto, Kanada 3-9 Haziran 2019
- Summer Course on European Intellectual Property Law Trier, Almanya 1-5 Temmuz 2019
- ABA Annual Meeting – San Francisco, ABD 8-13 Ağustos 2019
- GRUR Annual Meeting 2019 – Frankfurt, Almanya, 25-28 Eylül 2019
- AIPPI 2019 World Congress – London, Birleşik Krallık 15-18 Eylül 2019
- MARQUES 33rd Annual Conference – Dublin, İrlanda 17 -20 Eylül 2019
- IPO Annual Meeting – Washinton D.C., ABD 24-26 Eylül 2019



AIPPI TÜRKİYE

FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI KORUMA DERNEĞİ

AIPPI Türkiye Ulusal Grubu

26 Eylül 2008 tarihi itibarıyla tüzel kişilik kazanmış bulunan ve T.C. Kanunlarına göre kurulu bağımsız bir dernek olarak Fikri Mülkiyet Hakları Koruma Derneği, Uluslararası AIPPI Derneği ile işbirliği içerisinde, AIPPI Türkiye ulusal grubu misyonunu da üstlenmiş bulunmaktadır.

Hazırlayanlar

Büşra Altındağ / busra.altindag@aabghukuk.com
Büşra Nur Kapkara / busranurkapkara@gmail.com
Ece Gönülal / ece.gonulal@esin.av.tr
Ender Erkarataş / Ender.Erkaratas@tofas.com.tr
Gizem Dilan Özmen / gizem.ozmen@ankarapatent.com
İpek Yıldız Esiner / ipek.esiner@stock.com.tr
Mehmet Çiçek / mehmet.cicek@turkcell.com.tr
Melis Abacıoğlu Viskuşenko / melis@abacioglu-ip.com
Mine Akarsu / mine@akarsu.av.tr
Mine Güner / mine.guner@esin.av.tr
Seral Cantürk / seral.canturk@stock.com.tr

Kapak Resmi

Irmak Yalçın / irmak@yalciner.com.tr

Tasarım ve Uygulama

Feyza / feyzalal@gmail.com

Fikri Gündem'de yayımlanan yazılar AIPPI Uluslararası ve/veya AIPPI Türkiye adına bağlayıcı olmamakla birlikte yazılar AIPPI Uluslararası ve/veya AIPPI Türkiye'nin resmi görüşü olarak nitelendirilemez. Yazılar yazarların kişisel görüşünü yansıtmakta olup, yazılara ilişkin her türlü sorumluluk tümüyle yazarına aittir.

Önümüzdeki sayılarda Bülten çalışmamıza katkıda bulunmak isteyen üyelerimizin fikrigundem@aippiturkey.org mail adresi üzerinden iletişime geçmeleri rica olunur.

FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI KORUMA DERNEĞİ

AIPPI Türkiye Ulusal Grubu

Altıntepe Mah. İstasyon Yolu Sk. No:3/1-130 Maltepe, İstanbul

www.aippiturkey.org

[instagram.com/aippiturkey](https://www.instagram.com/aippiturkey)