

# 6769 SAYILI SİNAİ MÜLKİYET KANUNU UYARINCA NİSPİ RET NEDENLERİ

Gözde Sena ERGİN BAY\*

## ÖZ

10.01.2017'de 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun yürürlüğe girmesi Türk Marka Hukuku açısından oldukça önemli bir gelişme olmuştur. Evvelce kanun hükmünde kararnamede yer alan düzenlemeler yalnızca 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile birer kanun maddesi haline getirilmemiş; aynı zamanda düzenlemelerin Avrupa Birliği Hukuku ile uyumlaştırılması amacıyla güncellemeler de yapılmıştır. Markanın tescili, marka sahibine münhasır haklar tanır. Bu kapsamda tescilden doğabilecek potansiyel uyuşmazlıkların önlenmesi adına marka başvurusuna itiraz süreci öngörülmüştür. Marka başvurusuna itiraz, üçüncü kişiye başvuruya konu marka ile uyuşmazlığa sebep olabilecek önceki tarihli hakkına dayanarak başvurunun reddini talep için verilmiş bir haktır. İtiraza dayanak olabilecek önceki tarihli haklar nispi ret nedenleri olarak 6769 sayılı Kanunun 6'ncı maddesinde düzenlenmiştir. Çalışmamızda marka başvurusuna itiraz hakkı sağlayan nispi ret nedenleri yeni Kanun çerçevesinde ele alınacak ve bu kapsamda yeniliklere de değinilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, Marka Tescili, İtiraz, Nispi Ret Nedeni

## RELATIVES GROUNDS FOR REFUSAL IN ACCORDENCE WITH ACT NO 6769 ON INDUSTRIAL PROPERTY RIGHTS

### ABSTRACT

Act. No 6769 on Industrial Property Rights coming into force on 10.01.2017 has become a profound progress for Turkish Trademark Law. Rules took place on the decree law became not only provisions of an Act but also subject of an upgrade made for harmonisation with European Union legislations. As registration of a trademark confers exclusive rights to its proprietor in order to prohibit the potential conflicts which may arise from the registration, opposition procedure is accepted. Opposition procedure is a right given to third parties to request rejection of a trademark application because of earlier rights which may conflict with the application. Earlier rights which may form the basis of an opposition is regulated on Article 6 of Act No 6769 as relative grounds for refusal. On this study relative grounds for refusal and amendments will be discussed with regard to new Act.

**Keywords:** Trademark, Trademark Registration, Opposition, Relative Grounds For Refusal

\* Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku ABD. Araştırma Görevlisi E-Posta Adresi: erginbaygozde@gmail.com

**Yayın Kuruluna Ulaştığı Tarih** :22/05/2018

**Yayınlanmasının Uygun Görüldüğü Tarih:** 30/05/2018

## GİRİŞ

Gün geçtikçe önemi artırmakta olan Marka Hukukunda, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamede (KHK) yer alan düzenlemelerde eksikliklerin yer alması, uygulamada bazı hükümlerin yetersiz kalması, daha önemlisi konunun kanun hükmünde kararname ile düzenlenmiş olması ve devamında gelen Anayasa Mahkemesine iptal başvuruları ve madde hükümlerinin iptali yeni bir Kanuna olan ihtiyacı ve beklentiye her geçen gün artırmaktaydı. Bu bağlamda, 556 sayılı KHK ve diğer KHK'ların birleştirilerek tek bir kanun haline getirildiği 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun (SMK) kabulü hem marka hukuku açısından hem de diğer sınai haklar açısından önemli bir gelişme olmuştur<sup>1</sup>.

Bu çalışmamızda nispi ret nedenleri incelenerek 6769 sayılı SMK ile kabul edilen değişikliklere değinilecektir.

## I. MARKA BAŞVURUSU VE BAŞVURUYA İTİRAZ

SMK m. 3'de zikredilen kimseler; mal ve hizmetleri için kullandıkları işaretlerin tescili için Türk Patent ve Marka Kurumuna (TÜRKPATENT) başvuruda bulunarak işaretin Kanundan doğan korumadan faydalanmasını sağlayabilirler.

Bir marka başvurusu, şekli olarak incelendikten sonra SMK m. 5 uyarınca mutlak ret nedenleri bakımından incelenerek herhangi bir eksiklik bulunmadığı takdirde Markalar Bülteninde yayımlanır. Bundan sonra üçüncü kişilerin yayıma iki ay süreyle itiraz etme hakları bulunmaktadır. Nispi ret nedenleri, bir kimseye bir marka başvurusuna önceki tarihli bir hakka dayanarak itiraz etme olanağı vermektedir.

SMK m. 5'te düzenlenen mutlak ret nedenlerinin aksine; nispi ret nedenleri bakımından kamu düzeninin varlığı kabul edilmediğinden Kanunda sayılan nispi ret nedenleri marka başvurusunun incelenmesi aşamasında TÜRKPATENT tarafından re'sen gözetilmeyecektir. Bireysel menfaatleri koruma altına alan nispi ret nedenlerinin değerlendirilebilmesi için marka başvurusuna karşı itiraz edilmesi gerekmektedir.

Marka başvurusuna nispi ret nedenlerinin varlığı nedeniyle itiraz eden kimse, bu itirazının Markalar Dairesince reddi üzerine karara karşı Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kuruluna (YİDK) itirazda bulunabilir; YİDK ta-

<sup>1</sup> 10.01.2017 tarih, 29944 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

rafından verilen karara karşı da Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinde kararın iptali için dava açabilir. YİDK tarafından verilen kararın iptalinin yanı sıra nispi ret nedenleri SMK m. 25/1’de hükümsüzlük nedeni olarak kabul edildiğinden ayrıca tescil edilen markanın hükümsüzlüğü de talep edilebilir. Öte yandan marka başvurusuna itiraz etmeyen veyahut başvuruya itirazın reddi kararına karşı YİDK’ e başvurmayan kişiler de SMK m. 25/1 uyarınca markanın hükümsüzlüğünü talep edebilecektir. Marka başvurusuna ve tescil edilmiş bir markanın hükümsüzlüğü talebine dayanak yapılabilecek nispi ret nedenleri şöyledir:

### **A. Markalar Arasında Karıştırılma İhtimali**

Kanunda sayılan ilk nispi ret nedeni tescil başvurusu yapılan bir markanın, tescil edilmiş veya önceki tarihte başvurusu yapılmış marka ile aynılığı ya da benzerliği ve kapsadığı mal veya hizmetlerin aynılığı ya da benzerliği nedeniyle, tescil edilmiş veya önceki tarihte başvurusu yapılmış marka ile halk tarafından ilişkilendirilme ihtimali de dâhil karıştırılma ihtimali olarak düzenlenmiştir.

Yargıtay karıştırılma ihtimali ile ilgili olarak “*Bu ihtimalin değerlendirilmesinde kıstas; bu işin ilgisi veya uzmanı kimselerin değil, tüketicilerin algısı ve bakış açısıdır. Eğer tüketici konumundaki halk bu iki işaret arasında şekil, ses, anlam, genel görünüm, çağrışım gibi herhangi bir şekilde ve herhangi bir sebeple bağlantı kurabilecekse karıştırılma ihtimalinin varlığından söz edilebilir*” değerlendirmesini yapmıştır<sup>2</sup>. Bu kapsamda karıştırılma ihtimalinin tespitinde hedef tüketici kitlesinin dikkati önem arz edecek; bu da ilgili mal ve hizmetler ve bunların yer aldığı pazar koşullarına göre değişecektir<sup>3</sup>.

Karıştırılma ihtimali için AB hukukunda ya kamunun doğrudan markaları karıştırmasını yani birini diğeri zannetmesi ya da markalar arasında bağlantı kurarak mal ya da hizmetlerin aynı veya ekonomik olarak bağlantılı işletmelerden sağlandığını zannetmesi yeterli görülmektedir<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Yargıtay Hukuk Genel Kurulu 14.06.2017 tarih, 2017/1729 Esas, 2017/1186 Karar sayılı ilamı, Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama, son erişim tarihi, 19.04.2018.

<sup>3</sup> Bøggild, Frank/ Staunstrup, Kolja, Community Trade Mark Law, Kluwer Law International, 2015, s. 255.

<sup>4</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 2 Double Identity and Likelihood of Confusion Chapter 1 General Principles, s. 5.

Avrupa Birliği uygulamasında markanın en önemli fonksiyonu kaynak gösterme fonksiyonu olarak kabul edilmektedir<sup>5</sup>. Dolayısıyla ilişkilendirme ihtimali de dahil karıştırılma ihtimalinin tespitinde emtianın kaynağı konusunda bir karışıklığın meydana gelmesi şarttır<sup>6</sup>. Ancak karıştırılmanın fiilen gerçekleşmesi aranmamakta; bu karıştırılma tehlikesinin varlığı yeterli kabul edilmektedir<sup>7</sup>.

Bu maddenin uygulanması için öncelikle markalar daha sonra markaların kapsadığı mal ve hizmetlerin karşılaştırılmasının yapılması zorunludur. Zira; bir markanın aynısının farklı mal ve hizmetler için tescil edilmesine bir engel yoktur.

Karıştırılma ihtimali, markaların bir bütün olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir<sup>8</sup>. Bu değerlendirme neticesinde tescilli bir markanın ya da önceki tarihli başvuruya konu markanın aynısının marka başvurusuna konu olduğu tespit edilirse; tescilli ya da önceki başvuru tarihli markanın kapsadığı mal ve hizmetler ile başvuruya konu mal ve hizmetler karşılaştırılmalı; mal veya hizmetlerin aynı ya da benzer olduğu sonucuna ulaşılmalıdır.

Aynı şekilde tescilli bir markanın ya da önceki tarihli başvuruya konu markanın benzeri marka başvurusuna konu olmuşsa; tescilli ya da önceki başvuru tarihli markanın kapsadığı mal ve hizmetler ile başvuruya konu mal ve hizmetler karşılaştırılmalı; mal veya hizmetlerin aynı ya da benzer olduğu sonucuna ulaşılmalıdır.

556 sayılı KHK'nın 8/1-a ve 8/1-b bentlerinde düzenlenen markanın aynısının aynı mal ya da hizmetler için tescili durumunun, esasen mutlak ret nedenleri arasında düzenlenen KHK'nın 7/1-b bendindeki düzenlemenin kapsamı içinde olduğu ve bu halde karıştırılma ihtimalinin var sayıldığı kabul edildiğinden karıştırılma ihtimalinin, benzer markaların aynı veya benzer mal ve hizmetler yönünden tescilinde araştırılması gerektiği savunulmuştur<sup>9</sup>.

<sup>5</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 2 Double Identity and Likelihood of Confusion Chapter 1 General Principles, s. 3.

<sup>6</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 2 Double Identity and Likelihood of Confusion Chapter 1 General Principles, s. 6.

<sup>7</sup> Bkz. Çağlar, Hayretin/Yıldız, Burçak/ İmirlioğlu, Dilek, Marka Vekilliği Sınavına Hazırlık, Adalet Yayınevi, Ankara 2017, s. 52.

<sup>8</sup> Bkz. Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 09.03.2017 tarih, 2016/14857 Esas, 2017/1442 Karar sayılı ilamı, Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama, son erişim tarihi, 19.04.2018.

<sup>9</sup> Sekmen, Orhan, Markanın Hükümsüzlüğü ve Hukuki Sonuçları, Bilge Yayınevi, Ankara

Belirtmek gerekir ki tam benzerlik hali olan SMK 5/1-ç'de (556 sayılı KHK'da 7/1-b) mutlak ret nedeni olarak kabul edilen durum esasen Avrupa Birliği Markası (European Union Trademark) bakımından Avrupa Birliği Marka Tüzüğünde (ABMT m. 8/1-a) ve ulusal markalar bakımından Marka Direktifinde (MD m. 5/1-a) nispi ret nedeni olarak sayılmakta; ancak 'double identity' olarak adlandırılan bu durumun varlığı halinde, karıştırılma ihtimalinde olduğu gibi önceki tarihli marka sahibine ayrıca bir ispat yükü getirilmeden marka başvurusuna itirazın otomatik olarak kabul edilmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla örneğin bir AB markası bakımından; marka başvurusuna itirazda nispi ret nedenlerinden ABMT 8/1-b'ye dayanılmışsa EUIPO markalar nezdindeki benzerliğin ABMT m. 8/1-a'daki gibi olduğu kanaatine varırsa karıştırılma ihtimalini değerlendirmeden m. 8/1-a kapsamında incelemeye almakta; tam tersi m. 8/1-a'ya göre yapılan bir itirazda koşulların oluşmadığı kanaatine varırsa m. 8/1-b çerçevesinde itirazı incelemektedir.

AB mevzuatındaki düzenlemelerden farklı olarak mevzuatımızda tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretin aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili marka başvurusuna konu edilmesinde kamu yararı gözetilerek mutlak ret nedeni olarak düzenlenmesi söz konusudur. 556 sayılı KHK döneminde de uygulanmakta olan bu mutlak ret nedenine 6769 sayılı SMK ile farklı olarak bir istisna getirilmiş ve bir marka başvurusunun önceki marka sahibinin başvurusunun tesciline açıkça muvafakat ettiğini gösteren noter onaylı belgenin Kuruma sunulması hâlinde SMK 5/1-ç uyarınca reddedilemeyeceği düzenlenmiştir (m. 5/son). Muvafakatname, 556 sayılı KHK döneminde uygulamada gereksinim duyulan bir ihtiyaca yönelik olduğundan yerinde bir düzenleme olmakla birlikte; Kanun Koyucunun bir taraftan bir markanın ayırıcısının/ayırt edilemeyecek kadar benzerinin tescil edilmemesinde kamu menfaati olduğunu kabul ederek başvuruları reddetmesi karşısında önceki tarihli marka sahibinin, yani bireysel menfaat sahibinin izniyle, kamu menfaatinin zedelenmeyeceği varsayımına ulaşarak ya da kamu menfaatini gözardı ederek başvurusunun kabulüne olanak vermesinin kendi içinde çelişkili bir düzenleme olduğu kanaatindeyiz.

Mal veya hizmetlerin aynı sınıflarda yer almaları benzer olduklarına, farklı sınıflarda yer almaları da benzer olmadıklarına karine teşkil etmez (SMK m. 11/4). Dolayısıyla farklı sınıflardaki mal ve hizmetlerin benzer ol-

duğu sonucuna ulaşılabilir. Karıştırılma ihtimalinin tespitinde mal ve hizmetlerin karşılaştırılmasında ABAD bir kararında, mal ya da hizmetin niteliği, kullanım amacı, kullanım şekli, birbirinin tamamlayıcısı olup olmadığı, rakip ya da ikame olup olmadıkları, dağıtım ve satış kanalları, hitap ettikleri kesim, menşeileri gibi hususların dikkate alınması gerektiğini belirtmiştir<sup>10</sup>.

Bu kapsamda tescilli talep edilen emtialar için farklı ifadeler kullanılmış da olsa markaların kapsadığı mal ve hizmetlerin aslında aynı olduğu kanaatine varılıyorsa mal ve hizmetlerin aynı olduğu sonucuna ulaşılabilir<sup>11</sup>. Benzerlikte ise bütüncül bir değerlendirme yapılmalı, ürünlerin kullanım amaçlarının birbirine yakın olması, malların fiziksel benzerlikleri nedeniyle tüketicilerin ürünler arasında bağlantı kurması, ürünlerin aynı süreçten geçerek üretilmesi/ aynı hammaddeye sahip olması, aynı tür dükkanlarda ya da reyonlarda/raflarda satılması, ikame edilebilirlik gibi hususlar göz önüne alınarak ilgili kesimin mal ve hizmetler arasında ilişki kurduğu ihtimalinin varlığının tespitine göre bir sonuca varılmalıdır<sup>12</sup>. Ayrıca ABAD Canon kararında; markalar arasında karıştırılma ihtimali olup olmadığı tespit edilirken önceki tarihli markanın ayırt ediciliği ve tanınmışlığı gibi hususların da değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Markanın tescilli olduğu hizmetlerle ilgisi azaldıkça ayırt ediciliği artmakta ve koruma alanı genişlemektedir. Öte yandan önceki tarihli markanın ayırt ediciliğinin az olması karıştırılma ihtimalinin bulunmadığına ya da bu tip markaların sadece markanın aynısı ya da çok benzer bir taklidinin veya hut aynı mal ve hizmetler için korunacağı anlamına gelmemektedir, zira ayırt edicilik, karıştırılma ihtimalinde gözetilecek unsurlardan yalnızca biridir<sup>13</sup>. Bu nedenle de aynı şekilde ayırt ediciliği yüksek bir markanın varlığı halinde de karıştırılma ihtimalinin bulunduğunun varsayılması yerine tüm unsurların bir bütün halinde gözetilmesi gerekecektir<sup>14</sup>.

SMK m. 6/1 kapsamında markaların karşılaştırılması sonucunda işaretlerin aynı ya da benzer olduğu tespitinden sonra mal veya hizmetlerin de

<sup>10</sup> Bkz. 29.09.1998 tarih, C-39/97, Canon, EU:C:1998:442 sayılı ABAD kararı, ABAD Resmî İnternet Sitesi, <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=44123&pageInd ex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=212325>, son erişim tarihi 20.05.2018.

<sup>11</sup> Paşlı, Ali, Marka Hukukunda Ürün Benzerliği, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2018, s. 51.

<sup>12</sup> Ayrıntı için bkz. Paşlı, Ali, s. 73 vd.

<sup>13</sup> Bøggild /Staunstrup, s. 254

<sup>14</sup> Bøggild /Staunstrup, s. 254

aynı veya benzer olduğu sonucuna ulaşıyor ve itiraz sahibince karıştırılma ihtimali kanıtlanabiliyorsa marka başvurusu reddedilecektir.

## **B. Marka Sahibinin İzni Olmaksızın Ticari Vekilinin veya Temsilcisinin Markayı Kendi Adına Tescili**

SMK m. 6/2 uyarınca ticari vekil veya temsilcinin, marka sahibinin izni olmaksızın ve haklı bir sebebe dayanmaksızın markanın aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzerinin kendi adına tescili için yaptığı başvuru, marka sahibinin itirazı üzerine reddedilir. Bu kapsamda marka sahibi, markasıyla aynı ya da benzer olan ticari vekil ya da temsilcinin marka başvurusuna itiraz edebilir<sup>15</sup>. Marka sahibi ayrıca izni olmaksızın tescil edilen markanın hükümsüzlüğünü talep edebileceği gibi (SMK m.25); tescilin kendisine devredilmesini de talep edebilir (SMK m. 10).

Düzenleme, iş etiğinin genel kuralları ve tarafları makul ve hakkaniyetle davranmaya iten sözleşmesel iyiniyetten kaynaklanmaktadır<sup>16</sup>. Dolayısıyla marka sahibi ile ticari vekil/temsilci arasındaki ilişki geniş yorumlanmalı, sadece ticari vekil ve temsilci ile sınırlı tutulmamalıdır<sup>17</sup>; sözleşmenin adı ne olursa olsun bir tarafın diğerinin menfaatini temsil ettiği bütün sözleşmesel ilişkiler kabul edilmelidir<sup>18</sup>. Bu kapsamda sözleşmenin yazılı veya sözlü olması da zorunlu değildir, belirleyici olan marka başvurusunda bulunan kimseye marka sahibine karşı sadık kalmayı yükleyen ve güvene dayalı bir ilişkiyi düzenleyen ticari bir anlaşmanın yapıp yapılmadığıdır<sup>19</sup>. Örneğin lisans veya franchise alanlar, distribütörler de madde kapsamına dahildir.

Marka sahibinin izni açık veya zımni olabilir; ancak iznin vekil ya da temsilci tarafından ispatlanabilir olması gereklidir. Yargıtay, davacıya ait markayı hiçbir yetki, onay, icazet almadan aynı logo ve kelime ile hem şekil hem sözcük markası olarak tescil ettiren distribütöre karşı terditli olarak markanın davacıya devri ve hükümsüzlüğü talepli açılan davada, davacının marka

---

<sup>15</sup> Çağlar (Yıldız/İmirlioğlu), s. 54.

<sup>16</sup> Von Bomhard, Verena /Gielen, Charles, Concise European Trade Mark and Design Law, Concise Commentary of European IP Law, C.5, 2017, Kluwer Law International, 2. Baskı, s. 562.

<sup>17</sup> Suluk, Cahit/ Karasu, Rauf /Nal, Temel, Fikri Mülkiyet Hukuku, Seçkin Yayınları, Ankara 2017, s. 195.

<sup>18</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 3 Unauthorised Filing by Agents of the TM Proprietor, s. 7.

<sup>19</sup> Bøggild/ Staunstrup, s. 384.



hakkını davalı tarafa devrettiğine veya marka tescillerine onay verdiğiğine ilişkin bilgi ve belgenin bulunmadığı, davalı tarafın tescilinin kötünietli olduğu gerekçesiyle davanın kabul edilerek markanın davacıya devrine ilişkin yerel mahkeme kararını onamıştır<sup>20</sup>. Ticari vekilin veya temsilcinin, marka başvurusunu kendi adına yapacağına dair niyetini açık bir biçimde bildirmesine makul süre sessiz kalan marka sahibinin başvuruya zımnem izin verdiği kabul edilebilir<sup>21</sup>. Bunun dışında marka sahibi, vekil ya da temsilci nezdinde ilgili bölgede markasından vazgeçtiğini ya da markanın uzunca bir süre kullanımının askıya alınmasında olduğu gibi markaya dayalı haklarını sürdürme niyetinde olmadığına dair bir intiba bırakırsa haklı nedenin varlığı kabul edilebilir<sup>22</sup>.

### C. Tescilsiz Marka ya da Ticarete Kullanılan Başka İşaret

SMK m. 6/3 uyarınca başvuru tarihinden veya varsa rüçhan tarihinden önce tescilsiz bir marka veya ticaret sırasında kullanılan bir başka işaret için hak elde edilmişse, bu işaret sahibinin itirazı üzerine, marka başvurusu reddedilir.

Düzenleme uyarınca bir marka başvurusuna itiraz edilebilmesi için itiraza dayanak işaretin tescilsiz bir markanın yanı sıra ticaret unvanına, işletme adına veya alan adına dayanması mümkündür<sup>23</sup>.

AB uygulamasında ticarete kullanılma ile kastedilen ciddi kullanım değildir; ancak işaretin sahibine daha sonraki bir markanın kullanımını yasaklama hakkını vermesi gerekmektedir<sup>24</sup>. Aynı şekilde 556 sayılı KHK döneminde markanın tescili için yapılan başvuru tarihinden önce veya markanın tescili için yapılan başvuruda belirtilen rüçhan tarihinden önce bu işaret için hak elde edilmiş ise, belirtilen işaret, sahibine daha sonraki bir markanın kullanımını yasaklama hakkını veriyorsa tescili istenilen marka başvurusunun itiraz üzerine reddedileceği<sup>25</sup> hem düzenlemede hem de uygulamada kabul edilmişti.

<sup>20</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 25.06.2014 Tarih, 2014/726 Esas, 2014/12095 Karar sayılı ilamı, Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama, son erişim tarihi 20.05.2018

<sup>21</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 3 Unauthorised Filing by Agents of the TM Proprietor, s. 17.

<sup>22</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 3 Unauthorised Filing by Agents of the TM Proprietor, s. 17.

<sup>23</sup> Sekmen, s. 180.

<sup>24</sup> Bøggild/ Staunstrup, s. 387.

<sup>25</sup> Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 29.01.2016 tarih, 2015/3127 Esas, 2016/114 Karar sayılı ilamı, Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama, son erişim tarihi 20.05.2018.



Ancak SMK m. 6/3; 556 sayılı KHK m. 8/3-b’de yer alan, belirtilen işaretin sahibine daha sonraki bir markanın kullanımını yasaklama hakkını verme şartını aramamış; yalnızca işaret için hak elde edilmiş olma halini kabul etmiştir.

“Hak elde etme”den kasıt ise işaretin ilgili piyasada belli seviyede bilinir olmasıdır<sup>26</sup>. AB düzenlemelerindeki kriter de (another sign used in the course of trade of more than mere local significance) işaretin yalnızca ticarete kullanılmasının yanı sıra bu kullanıma ekonomik bir önem yüklemektedir. EUIPO buna ilişkin olarak kullanımın yoğunluğu, kullanım süresi, ürünlerin yayılımı (coğrafi olarak), işaret için yapılan reklam ve kullanılan medya gibi unsurların da dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir<sup>27</sup>.

#### D. Paris Sözleşmesi Anlamında Tanınmış Markalar

6769 sayılı SMK ile yapılan değişikliklerden bir tanesi de Paris Sözleşmesi anlamında tanınmış markaların artık mutlak tescil engeli olarak kabul edilemeyecek olmasına ilişkindir. 556 sayılı KHK’da Paris Sözleşmesi bağlamında tanınmış markalar mutlak ret nedeni olarak düzenlenmişti. Mevzuat düzenlemeler AB Marka Tüzüğü ve Marka Direktifinde de nispi ret nedeni olarak kabul edilen Paris Sözleşmesi 1’inci mükerrer 6’ncı maddesi bağlamında tanınmış markaların kamu düzeninden sayılmasına ilişkin bir gerekçe bulunmadığından 556 sayılı KHK döneminde çeşitli eleştiriler yer almaktaydı<sup>28</sup>.

SMK m. 6/4 “Paris Sözleşmesinin 1 inci mükerrer 6 ncı maddesi bağlamındaki tanınmış markalar ile aynı veya benzer nitelikteki marka başvuruları, aynı veya benzer mal veya hizmetler bakımından itiraz üzerine reddedilir” hükmünü düzenlemektedir.

Madde gerekçesinde “niteliği gereği nisbi bir hak içeren Paris Sözleşmesi 1 inci mükerrer 6’ncı maddesi anlamındaki tanınmış markaların aynısı veya benzeri niteliğindeki marka başvurularının itiraz üzerine reddedileceği hükmü düzenlenmiş olup bu düzenleme ile daha önce mutlak ret nedenleri arasında yer alan bu husus, AB ve yurtdışı uygulamalarla uyumlu olacak şekilde nisbi ret nedenleri arasına eklenmiştir” denilmiş ise de TRIPS m. 16/3 uyarınca Paris Sözleşmesinin 1’inci mükerrer 6’ncı maddesi bağlamındaki tanınmış markalara markanın tescil edildiği mal veya hizmetlere benzemeyen

<sup>26</sup> Karasu (Suluk/Nal), s. 196.

<sup>27</sup> EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 4 Rights under Articles 8 (4) and 8 (4a) EUTMR, s. 14.

<sup>28</sup> Bkz. Sekmen, s. 76 vd.

mal veya hizmetlere de yani farklı mal ve hizmetlere de koruma imkânı tanınması gerekmektedir. Üstelik ABMT m. 8/5'te Paris Sözleşmesi bağlamında markalar yönünden de farklı mal ve hizmetler bakımından korunma sağlanmış olması karşısında gerekçede belirtildiği gibi bir uyumluluk sağlandığından bahsedilemeyecektir.

Öte yandan *Tekinalp*, aynı veya benzer nitelikteki markanın tescil edilemeyeceği yönündeki düzenlemedeki "benzer" ifadesinin 556 sayılı KHK'nın iptal edilen 7/1-ı hükmündeki olduğu gibi "ayırt edilemeyecek kadar benzer" anlamına geldiğini ileri sürmüştür<sup>29</sup>. Meha AB Marka Tüzüğü (m. 8/1 ve m. 8/2-c) ve Marka Direktifi (m. 5/1 ve m. 5/2-d) düzenlemeleri göz önüne alındığında her iki düzenlemede de Paris Sözleşmesi bağlamında tanınmış markalara dayanılarak başvuru konusu yapılmış benzer markaya da itiraz hakkı tanındığından SMK m. 6/4'de de tanınmış marka ile benzer marka başvurusuna da itiraz hakkının tanındığı kanaatindeyiz.

Paris Sözleşmesi bağlamında tanınmış markalarla ilgili dikkat edilmesi gereken bir husus bu markaların Türkiye'de tanınmışlık seviyesine ulaşan markalarla farklı kavramları ifade ettiği'dir. Aşağıda açıklanacağı üzere SMK m. 6/5'te sağlanan korumanın aksine Paris Sözleşmesi bağlamında tanınmış markaların korumadan faydalanması için tescilli olma zorunluluğu yoktur. Bu markaların Türkiye'de tanınıyor olması yeterlidir, Türkiye'de kullanılıyor dahi olmasa marka korumadan faydalanabilir<sup>30</sup>.

### E. Türkiye'de Tanınmışlık Seviyesine Ulaşan Markalar

Türkiye'de tanınmışlık seviyesine ulaşan markalarla ilgili düzenleme SMK m. 6/5 'de yer almaktadır. Düzenleme uyarınca Türkiye'de tanınmışlık düzeyine ulaşmış, tescil edilmiş veya önceki tarihte başvurusu yapılmış bir markanın Türkiye'de ulaştığı tanınmışlık düzeyi nedeniyle haksız bir yararın sağlanabileceği, markanın itibarının zarar görebileceği veya ayırt edici karakterinin zedelenebileceği hâllerde bu marka ile aynı ya da benzer bir marka başvurusu farklı mal ve hizmetler için başvuruya konu olsa dahi reddedilecektir.

Tanınmış markalara tanınan bu geniş koruma ile markaların sadece aynı ya da benzer olması durumunda oluşabilecek karışıklıktan ziyade önceki tarihteki markanın sahip olduğu tanınmışlıktan yararlanarak farklı sınıflarda dahi

<sup>29</sup> Tekinalp, Ünal, Sınai Mülkiyet Kanununun Öne Çıkan Yenilikleri, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Sempozyumu, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2017, Sayı 12, s. 20.

<sup>30</sup> Çağlar (Yıldız/İmirlioğlu), s. 24.

bu tanınmışlıktan haksız yararlanılmasının engellenmesi amaçlanmaktadır.

Tanınmış markanın tespiti için markanın ilgili kesimin büyük çoğunluğu tarafından bilinmesinin yanı sıra pazar payı, kullanım yoğunluğu, coğrafi olarak ne kadar yayıldığı, kullanım süresi ve yapılan yatırımların büyüklüğü değerlendirilmelidir<sup>31</sup>.

Burada dikkat edilmesi gereken husus tanınmış markanın tescilli olması veyahut tescil için önceki tarihte başvuru yapılmış olması gerektiğidir. Bunun dışında tanınmış marka tescilli olmakla ya da önceki tarihte başvuruya konu olmakla birlikte Türkiye’de ulaştığı tanınmışlık düzeyi nedeniyle haksız bir yararın sağlanabileceği, markanın itibarının zarar görebileceği veya ayırt edici karakterinin zedelenebileceği hususlarından birinin varlığı kanıtlanamıyorsa tanınmış marka, sonraki tarihli başvurunun reddini sağlayamayacaktır.

Öte yandan SMK’da esas itibariyle mülga KHK’daki düzenleme korunmakla birlikte KHK’dan farklı olarak, haklı bir sebebe dayanma hâli saklı tutulmuştur. Madde gerekçesinde de TRIPs ve AB Marka Tüzüğüne uyumlu olarak fıkranın düzenlendiği, mevcut düzenlemeden farklı olarak başvuru sahibine başvuru yapma konusunda haklı sebepleri olduğunu ileri sürebilme imkânı tanındığı belirtilmiş; ancak haklı sebebe ilişkin bir gerekçelendirme veya örneklendirme yapılmamıştır.

Mehaz mevzuat incelendiğinde AB Marka Tüzüğü m. 8/5 ve Marka Direktifi m. 3/a’da da yer alan haklı sebeple (due cause) ilgili kesin kriterlerin ortaya konulması mümkün olmayıp; somut olayın özelliklerine göre karar verilmesi gerekmektedir.

Örneğin; EUIPO Temyiz Kurulu bir olayda tanınmış markanın başvuru sahibinin soyadı olması ve eski tarihli birlikte varolma sözleşmesinin varlığını haklı sebep sayarken bir başka olayda tesadüfen tanınmış bir markayla aynı soyada sahip olan kişilerin marka sahibinin emeğiyle tanınır hale gelen işareti ticarete, tanınmışlıktan haksız yararlanacak şekilde bir kullanıma sebebiyet verse de, kullanmaya hakları oldukları anlamına gelmediği yönünde kararlar vermiştir<sup>32</sup>.

Haklı sebep; başvuru sahibine tanınan bir savunma olduğu için haklı sebebin ispatı da marka başvurusunda bulunan kişiye aittir.

---

<sup>31</sup> Bøggild/ Staunstrup, s. 362.

<sup>32</sup> EUIPO Temyiz Kurulunun 30/07/2007 tarih, R 1244/2006-1 sayılı 06/10/2006 tarih, R 428/2005-2 sayılı kararları (Alıntı, EUIPO Guidelines Part C Opposition Section 4 Rights under Articles 8(4) and 8(4a) EUTMR, s. 16).

### **F. Başkasına ait Kişi İsmi, Ticaret Unvanı, Fotoğraf, Telif Hakkı veya Herhangi Bir Fikri Mülkiyet Hakkı**

SMK m. 6/7 uyarınca tescil başvurusu yapılan markanın başkasına ait kişi ismini, ticaret unvanını, fotoğrafını, telif hakkını veya herhangi bir fikri mülkiyet hakkını içermesi hâlinde hak sahibinin itirazı üzerine başvuru reddedilir.

Kişi isim ve fotoğrafları kişilik haklarına ilişkin olduğu için bunların tescili ancak kişilik haklarını ihlal etmediği müddetçe mümkündür; bu nedenle de bir ret nedeni olarak düzenlenmiştir.

Düzenleme uyarınca ticaret unvanı ve işletme adının yanı sıra FSEK uyarınca korunan telif hakları ile diğer sınai mülkiyet hakları da marka başvurusuna itiraza dayanak teşkil edebilecektir. Öte yandan sınai hakların TÜRK-PATENT nezdinde; ticaret unvanı ve işletme adının da ticaret sicilinde tescili bu maddenin uygulanması için şarttır<sup>33</sup>.

### **G. Yenilenmeme Sebebiyle Koruma Süresi Sona Ermiş Ortak Marka veya Garanti Markasının Tescili**

Ortak marka, üretim veya ticaret ya da hizmet işletmelerinden oluşan bir grup tarafından kullanılan ve gruptaki işletmelerin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan işarettir.

Garanti markası, marka sahibinin kontrolü altında birçok işletme tarafından o işletmelerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işarettir.

Markaların sona ermesi yenilememe, vazgeçme, hükümsüzlük ve iptal gibi sebeplerden meydana gelir. SMK m. 6/7 uyarınca yenilememe sebebiyle sona eren ortak ya da garanti markasının sona ermesinden üç yıl geçmedikçe, başvuru konusu marka, marka sahibinin itirazı üzerine reddedilecektir.

### **H. Yenilenmeme Sebebiyle Koruma Süresi Sona Ermiş Markanın Aynısının veya Benzerinin Tescili**

Tescilin markaya sağladığı koruma kural olarak süresiz değildir; marka on yıllık süre için tescil edilir. Ancak; tescil yenilenerek koruma on yıllık süreler için uzatılabilir. Süresinde yenilenmeyen marka hakkı ise sona erer.

<sup>33</sup> Sekmen, s. 197.

SMK m. 6/8 uyarınca tescilli markanın yenilenmeme sebebiyle koruma süresinin sona ermesinden itibaren iki yıl içinde yapılan, bu markayla aynı veya benzer olan ve aynı veya benzer mal veya hizmetleri içeren marka başvurusu, önceki marka sahibinin itirazı üzerine bu iki yıllık süre içinde markanın kullanılmış olması şartıyla reddedilecektir.

Dolayısıyla koruma süresi dolup yenilenmemiş marka ile aynı veya benzer olan ve aynı veya benzer mal veya hizmetleri içeren marka başvurusu ancak koruma süresinin dolduğu tarihten itibaren iki yıllık süre içinde önceki tarihli hak sahibince marka kullanılmaya devam edilmiş ise nispi ret nedeni olarak ileri sürülebilecektir.

Düzenlemede yer alan markanın koruma süresinin sona ermesinden itibaren iki yıllık süre içinde markanın kullanılmaya devam edilmesi yönündeki şart halihazırda SMK m. 8/3 hükmünün tescilsiz markanın ret nedeni olarak ileri sürülmesine olanak vermesi nedeniyle eleştirilmiş ve bu şarttan vazgeçilmesi önerilmiştir<sup>34</sup>. Gerçekten de marka tescilli olmadan kullanılıyorsa SMK m. 8/3 hükmüne dayanılarak da itirazda bulunulacağından pratikte SMK m.8/8’de bir düzenleme yapılmış olmasının anlamı kalmayacaktır. Öte yandan bu süre içinde markanın kullanılma şartı hükümde yer aldıkça, kullanmanın ciddi olduğunun ispatı da gerekecektir.

### I. Kötüniyetli Tescil

6769 sayılı SMK’da yapılan değişikliklerden birisi de kötüniyetin nispi ret nedeni olarak m. 6/9’da düzenlenmesidir. Kötüniyet, 556 sayılı KHK’da nispi ya da mutlak bir tescil engeli olarak belirtilmemekte ancak 35’inci maddesinde marka başvurusuna itiraz nedeni olarak sayılmakta idi. Öte yandan 556 sayılı KHK döneminde kötüniyet bir itiraz sebebi olmakla beraber markanın hükümsüzlüğü nedenleri arasında da sayılmamakta idi. Türk hukukunda iyiniyetin esas olması ve kötüniyetli kimsenin korunmaması hukukun temel ilkelerinden olduğundan; marka hukukunun amacı ve KHK’nın ruhu gereğince kötüniyetin mutlak hükümsüzlük sebebi olarak kabul edilmesi savunulmaktaydı<sup>35</sup>. Kötüniyetli tescil Yargıtay Hukuk Genel Kurulu kararı ile de hükümsüzlük sebebi sayılmıştır<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Ayrıntı için bkz. Çağlar, Hayrettin, *Sınai Mülkiyet Kanununun Marka Hukuku Alanında Getirdiği Önemli Yenilikler*, Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.3, S.1, Ocak 2017, s.145 vd.

<sup>35</sup> Arkan, Sabih, *Marka Hukuku*, C. 2, Ankara 1998, s.158, Yasaman, Hamdi/Altay, Sıtkı Anlam/ Ayoğlu, Tolga/Yusufoğlu, Fülürya/Yüksel, Sinan, *Marka Hukuku* 556 sayılı KHK Şerhi C.1, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004, s.879.

<sup>36</sup> Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 16.07.2008, 2008/11-501 Esas, 2008/507 Karar sayılı

556 sayılı KHK döneminde doktrin ve uygulamada kabul edilen bu gelişmeler karşısında 6769 sayılı SMK ile kötüniyet nispi ret nedeni olarak kabul edilmiştir (m 6/9). Kötüniyetin nispi ret nedeni olarak kabul edilmesi; kötüniyetin hiçbir zaman korunmaması gerektiğinden bahisle eleştirilmiştir<sup>37</sup>.

AB düzenlemelerine baktığımızda ulusal markalar bakımından Marka Direktifi m. 5/4-c’de kötüniyetli başvuru hem nispi ret nedeni hem de hükümsüzlük nedeni olarak sayılırken; AB Markası bakımından kötüniyet, marka başvurusunun incelenmesi ya da başvuruya itiraz aşamasında düzenlenmemiş; ancak mutlak hükümsüzlük nedeni olarak sayılmıştır (AB Marka Tüzüğü m. 51/1-b). Öte yandan AB Markası bakımından kötüniyet mutlak bir hükümsüzlük nedeni sayılsa da EUIPO<sup>38</sup> incelemeyi taraflarca öne sürülen dayanak ve delillere göre yapmaktadır.

ABAD ön karar başvurusuna konu olan kötüniyetle ilgili olarak başlıca üç kriter belirlemiştir; bunlar başvuru sahibinin başvuru markasıyla karıştırılabilecek bir işaretin aynısını ya da benzeri bir işaretin üçüncü kişi tarafından kullanıldığını bildiği ya da bilmesi gerektiği, başvuru sahibinin üçüncü kişinin bu işareti kullanmasını engelleme amacı ve benzer işareti kullanan kişinin yararlandığı hukuki koruma ile marka başvurusuna sağlanacak hukuki korumanın derecesidir. Bu kapsamda; üçüncü kişinin kullanımı ilgili sektörde genel olarak biliniyorsa, başvuru sahibinin kullanımı bildiği varsayılır. Bu durumda özellikle kullanım süresinin uzunluğu bilinirliği etkileyen ve bu varsayımı güçlendiren bir etmendir. Asıl amacı elde ettiği yasal koruma ile markaya sağlanan haklardan yararlanarak işareti kullanan rakibi ile haksız rekabette bulunma olan kimsenin de kötüniyetli olduğu sonucuna varılabilir. Öte yandan markanın özellikleri de kötüniyet bakımından belirleyici olabilir. Ürünün şekil ve sunumundan oluşan tescil başvurusunda; rakiplerin teknik ve ticari nedenlerle ürünün şeklini kullanma özgürlükleri kısıtlandığında marka sahibi yalnız aynı ya da benzer işaretin kullanılmasını engellemekle kalmakta aynı zamanda ürünün piyasaya sürülmesi de engellendiğinden kötüniyetin varlığı sonucuna daha kolay ulaşılabilir olduğu değerlendirilmesinde bulunmuştur<sup>39</sup>.

ilamı, Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama, son erişim tarihi 20.05.2018.

<sup>37</sup> Bkz. Karasu (Suluk/Nal), s. 202.

<sup>38</sup> Avrupa Birliği Markası bakımından markanın iptali ve hükümsüzlüğü kararları EUIPO tarafından verilmektedir.

<sup>39</sup> Bkz. 11/06/2009 tarih, C-529/07, Lindt Goldhase, EU:C:2009:361 sayılı ABAD kararı, ABAD Resmi İnternet Sitesi, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text>

Avrupa Birliği Markası bakımından hükümsüzlük kararı vermeye yetkili merci EUIPO, mahkeme kararları da göz önüne alınarak asgari olarak kötüniyet bakımından markaların aynı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzer olması; marka sahibinin markasının aynısı ya da ayırt edilemeyecek kadar benzerinin üçüncü kişi tarafından aynı ya da benzer mal ve hizmetler bakımından kullanıldığını bilmesi veya bilmesi gerektiği, başvuru sahibinin dürüstlük kuralına aykırı amaçlarla gerçekleştirdiği davranışlar gibi kıstasların aynı anda varlığı aramakta; ayrıca somut olay özelliklerine göre başka faktörlerin de kötüniyetin tespitinde değerlendirileceğini belirtmektedir<sup>40</sup>.

Kötüniyet, tescil yoluyla sağlanan marka korumasının amacına aykırı bir biçimde kötüye kullanılmasıdır. Ticari dürüstlük kurallarına aykırı olarak ve tanınmış olsun ya da olmasının başkasının markasını ele geçirmeye, markanın tanınmışlığından haksız yararlanmaya yönelik yaptırılan tesciller kötüniyetlidir<sup>41</sup>.

Marka kullanma amacı olmadığı halde, birçok farklı mal veya hizmet için birden çok markanın tescil ettirilerek bu markaları bir silah olarak, benzer markaları tescil ettiren kişilere karşı kullanmak kötüniyetlidir<sup>42</sup>. Dolayısıyla marka başvurusu sırasında markayı kullanma niyeti bir şart olmasa da salt olarak üçüncü bir kişinin pazara girmesini engellemek amacıyla yapılan ve kullanma niyeti olmaksızın yapılan başvurular kötüniyetlidir<sup>43</sup>. Bir marka sahibinin hoşgörü süresini suni olarak uzatarak markanın kullanılmaması sebebiyle uğrayabileceği hak kayıplarını önlemek için yaptığı tekrar başvuruları da kötüniyet teşkil eder<sup>44</sup>.

---

=&docid=74488&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=212503, son erişim tarihi 20.05.2018.

<sup>40</sup> EUIPO Guidelines Part D Cancellation Section 2 Substantive Provisions, s. 15 vd.

<sup>41</sup> Çolak, Uğur, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2016, 3. Baskı, s.783; Çağlar (Yıldız/İmirlioğlu), s. 65.

<sup>42</sup> Çağlar (Yıldız/İmirlioğlu), s. 66.

<sup>43</sup> 11/06/2009, C-529/07, Lindt Goldhase, EU:C:2009:361 sayılı ABAD kararı, ABAD Resmi İnternet Sitesi, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=74488&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=212503>, son erişim tarihi 19.05.2018.

<sup>44</sup> Bkz. 13/12/2012 tarih, T-136/11, Pelikan, EU:T:2012:689 sayılı AB Genel Mahkemesi kararı, ABAD Resmi İnternet Sitesi, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=131826&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=213519>, son erişim tarihi 19.05.2018.



Kötüniyetin tespitinde esas alınacak zaman marka başvurusunun yapıldığı tarihtir. SMK m. 6/9'nın uygulanmasında da bahsettiğimiz hususlar emsal teşkil etmekle birlikte yine somut olayın özellikleri önem taşıyacaktır.

### SONUÇ

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun nispi ret nedenlerini düzenleyen 6'ncı maddesi tetkik edildiğinde 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname düzenlemelerinin mehzaz mevzuat AB Marka Direktifi ve Marka Tüzüğüne uygun olarak bir takım değişikliklerle güncellendiği söylenebilir. Bu güncelleme, örneğin kötüniyetli marka başvurusunun bir ret nedeni olarak düzenlenmesinde olduğu gibi AB ile uyumlaşmaya ilişkin değişiklikler içerse de Paris Sözleşmesinin 1'inci mükerrer 6'ncı maddesi bağlamında tanınmış markalara farklı mal ve hizmetler bakımından da koruma sağlanmaması gibi hususlar bakımından yetersiz kalmıştır. Öte yandan AB'de hem AB markası hem de ulusal markalar bakımından nispi ret nedeni olarak düzenlenen halin SMK 5/1-ç'de düzenlenerek mutlak ret nedeni sayılması yönündeki kabulün devamı da mehzaz mevzuatla uyumsuz olmuştur. Bir markanın aynısının, aynı mal veya hizmetler için tescilinde marka sahibinin itirazı yerine tescile rızasının aranması yönünde bir gelişmeye yol açan SMK m. 5/3'de düzenlenen muvafakatname ile markanın tescili mümkün olduğundan 556 sayılı KHK'dan farklı olarak, bu durumun mutlak ret nedeni sayılması biraz da olsa yumuşatılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Arkan, Sabih, Marka Hukuku, C. 2, Ankara 1998.
- Bøggild, Frank/ Staunstrup, Kolja, Community Trade Mark Law, Kluwer Law International, 2015.
- Çağlar, Hayrettin, *Sinai Mülkiyet Kanununun Marka Hukuku Alanında Getirdiği Önemli Yenilikler*, Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.3, S.1, Ocak 2017, s. 139- 154.
- Çağlar, Hayrettin/Yıldız, Burçak/ İmirlioğlu, Dilek, Marka Vekilliği Sınavına Hazırlık, Adalet Yayınevi, Ankara 2017.
- Çolak, Uğur, Türk Marka Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2016, 3. Baskı.
- Paslı, Ali, Marka Hukukunda Ürün Benzerliği, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2018.
- Suluk, Cahit/ Karasu, Rauf /Nal, Temel, Fikri Mülkiyet Hukuku, Seçkin Yayınları, Ankara 2017.
- Sekmen, Orhan, Markanın Hükümsüzlüğü ve Hukuki Sonuçları, Bilge Yayınevi, Ankara 2016, 2. Baskı.
- Tekinalp, Ünal, *Sinai Mülkiyet Kanununun Öne Çıkan Yenilikleri*, 6769 sayılı Sinai Mülkiyet Kanunu Sempozyumu, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2017, Sayı 12, s. 5-84.
- Von Bomhard, Verena /Gielen, Charles, Concise European Trade Mark and Design Law, Concise Commentary of European IP Law, C.5, 2017, Kluwer Law International, 2. Baskı.
- Yasaman, Hamdi/Altay, Sıtkı Anlam/ Ayaoğlu, Tolga/Yusufoğlu, Fülürya/ Yüksel, Sinan, Marka Hukuku 556 sayılı KHK Şerhi C.1 , Vedat Kitapçılık, İstanbul 2004.
- Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi Kılavuzları
- Yargıtay Resmi İnternet Sitesi Karar Arama Sayfası
- Avrupa Birliği Adalet Divanı Resmi İnternet Sitesi Karar Arama Sayfası

