

**Marka İltibası Nedeniyle TPMK
YİDK Kararı İptali ve Markanın
Hükümsüzlüğü Kararı**
(Karar no. 2021/371, Esas
no. 2017/26)

03

**Olay
Özeti**

04

**Çözümü
Gereken
Hukuki
Sorun**

05

**Mahkeme
Kararı**

07

Görüşümüz

OLAY ÖZETİ

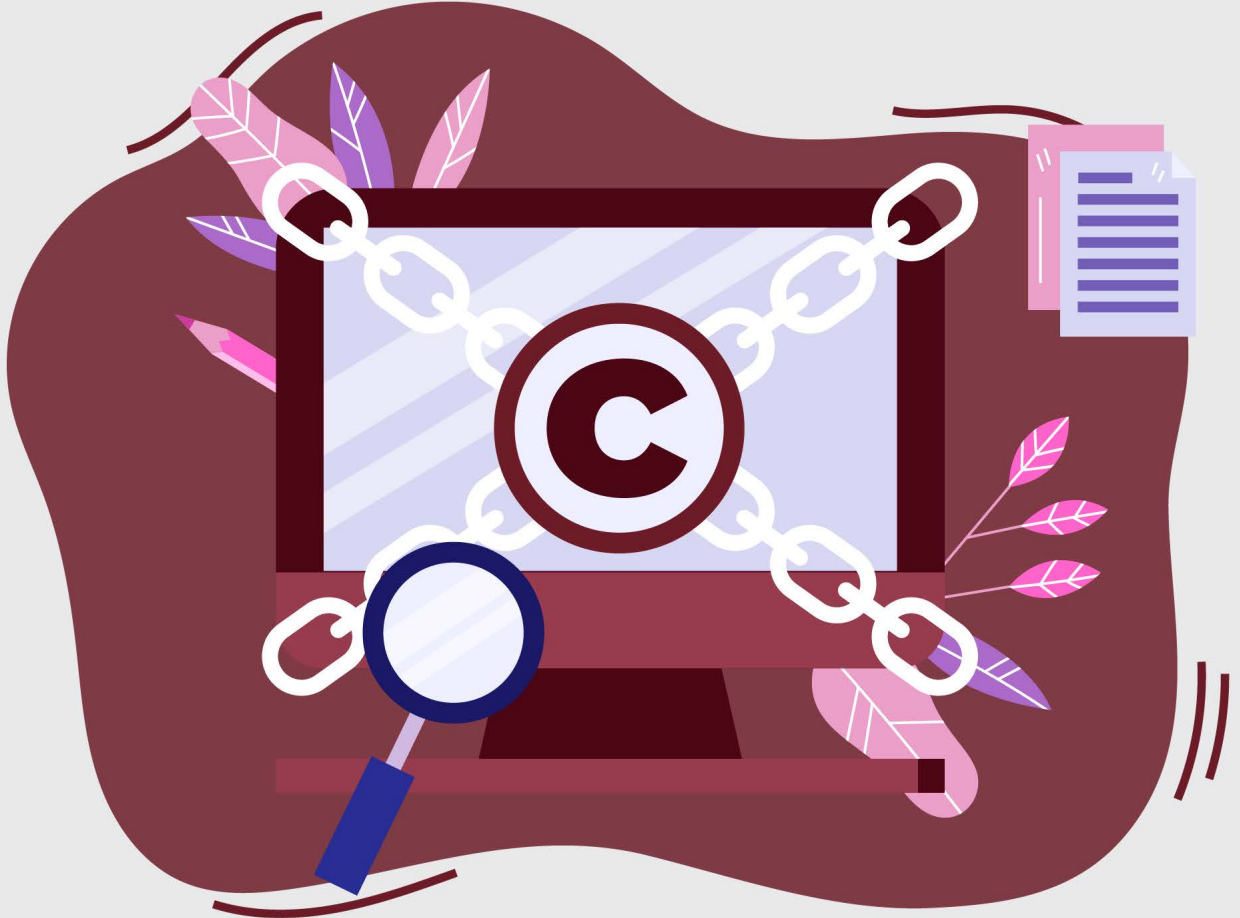
Davacı “stix” ve “stick seven” esas ibareli markaların sahibidir. Davalı “t-stick royal+şekil” ibareli marka tescil başvurusunda bulunmuştur. Başvurunun ilanı sonrası davacı, tanınmış markalarına iltibas oluşturacak başvurunun reddi istemiyle itirazda bulunmuştur. İtiraz önce Markalar Dairesi tarafından, daha sonra YİDK tarafından reddedilmiştir. Davacı, markalarının ayırt edici karakterinin zedelenerek marka itibarına zarar verileceğini ve tanınmışlığından haksız yararlanma amacının güdüldüğünü ifade etmiştir.

Davacının başvuru konusu “t-stick royal+şekil” ibareli işaretin davacının tanınmış markaları ile iltibasa neden olacağı dolayısıyla TPKM YİDK kararının iptaline ve davalı adına tescilli markanın hükümsüzlüğü ile sicilden terkinine karar verilmesi talebidir.

Davalı TPKM ise kurum kararının usul ve yasaya uygun olduğunu, markalar arasında iltibasa yol açacak düzeyde benzerlik bulunmadığını, yeterli düzeyde farklılığın bulunduğunu ve “stick” ibaresinin çubuk anlamında olup dondurma üreticileri tarafından yaygın olarak kullanıldığını dolayısıyla dondurma emtiası bakımından tanımlayıcı olduğunu iddia ederek davanın reddine karar verilmesini talep etmiştir.

Çözümü Gereken Hukuki Sorun

Çözülmesi gereken hukuki sorun, ilgili markalar arasında karıştırılmaya yol açacak bir benzerlik, dolayısıyla bir marka iltibasının bulunup bulunmadığının tespiti.



Mahkeme Kararı

İlk derece mahkemesi, “stick” ibaresinin çubuklu türü bulunan ya da sap kullanılan ürünler açısından tanımlayıcı nitelikte olduğu, markaların ilişkili olduğu emtialar aynı ya da benzer olsa da işaretlerin benzer olmadığı ve dolayısıyla iltibas tehlikesinin bulunmadığı ifade edilmiştir.

Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin 17.09.2013 tarihli ve 2012/1227 E., 2013/15843 K. sayılı kararı ile davacı markalarının asli unsurlarının “stix” ve “stick” olduğu, başvuru konusu markanın da asli unsurunu “stick” kelimesini oluşturduğu; bunların ilgili emtia yönünden doğrudan cins belirten ibare olarak kabulünün ise mümkün olmadığı ifade edilmiştir. “T-” ibaresinin de ürünün ortalama alıcıları nezdinde farklı bir anlam ve ayırt edicilik kattığından söz edilemez, ifadesi de karara eklenmiştir.

İlk derece mahkemesi direnme kararında önceki gerekçelere ek olarak “stick” ibaresinin ayırt edici niteliğinin düşük olduğu ve gıda ürünleri bakımından dolaylı olarak tanımlayıcı nitelik taşıdığı belirtilmiştir. Başvuru markasındaki diğer unsurların yeterli ayırt ediciliği sağladığı gerekçesi sunulmuştur.

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu kararında karıştırılma ihtimalinin varlığı incelemesini halk nezdinde çağrışım ve ayırt edici nitelik şeklinde iki unsura bağlı yapar:

Bir markanın başka bir markayı çağrıştırması ve özellikle başka bir marka ile irtibatının mevcut olduğu intibayı yaratıyorsa, bu markanın benzer/karıştırılma ihtimali olan marka olduğunu ifade eder. Bir işaretin marka olarak tescili için, halkın zihninde o işaretin başka bir marka ile bir bağlantısının olduğu çağrışımını uyandırmaması gerekir. Çağrıştırma, ilgili işaretin bütünsel açıdan kendisine yaklaşıldığında herhangi sebeple iki marka arasında bağlantı olduğu intibayı yaratmasıdır. Böyle bir çağrışım müşterinin mal ve hizmet tercihlerinde etkili oluyorsa, marka olarak tescili engellenebilir. Bunların tespitinde halk tarafından karıştırılma ihtimali önemlidir, işin uzmanı veya ilgilisi bu bağlamda dikkate alınmaz. İki işaret arasında bağlantı kurma ihtimali ise şekil, ses, anlam, genel görünüm, çağrışım ve bir seri içinde bulunma izlenimini kapsar bir ifadedir.

Önceki markanın ayırt edici niteliği düşük olduğunda küçük farklılıklar bile karıştırılma ihtimalini ortadan kaldıracaktır. Böyle durumlarda önceki marka ile başvuruya konu marka arasındaki farklı ve ortak unsurlara yapılan eklemelerin ayırt ediciliği ve sonraki başvuruyu yeterince farklılaştırıp farklılaştırmadığına bakılır. Ortak unsurun ayırt ediciliği yeterli değilse, örtüşmeyen diğer unsurlara bakılarak ayırt edicilik tespiti yapılmaya çalışılır. Yabancı dillerdeki kelimelerin ayırt edici gücü, kullanılacağı mal ve hizmetlerin ilgilisi olan halk nezdinde bilinirliği ölçüsünde belirlenecektir.

Somut olay incelemesine geçildiğinde HGK tarafından yapılan ilk tespit davacı şirkete ait “stick” ve “stix” ibareli markaların tescilli olduğu mal ve hizmetlerin davalı şirketinkiler ile benzer olduğu yönündedir. Bu benzerlik kararından sonra, karıştırılabilirlik tespitinde markayı diğerlerinden ayırt edilebilirliğini sağlayan kelime, harf, sayı, şekil vb. unsurları ile birlikte düşünerek sonuca varılır. Yargıtay HGK, marka kapsamındaki malların ülkemizde ilgili tüketicisi nezdinde “stick” kelimesinin anlamının yaygın bir şekilde bilinmemesi nedeniyle bu ifadenin markasal ayırt ediciliğini kabul eder ve asli unsur olan “stick” kelimesine “T-” ibaresinin eklenmesinin ayırt edicilik katmadığını belirtir. Dolayısıyla HGK, davalı şirketin başvurusu ile davacı şirketin markalarının ortalama tüketici nezdinde karıştırılmasının mümkün olduğunu ve bu ikisi arasında iltibasa yol açabilecek düzeyde benzerliğin varlığını kabul eder.



Görüşümüz

SMK madde 6/1 uyarınca başvurusu yapılan marka, daha önce başvurusu yapılmış veya tescil edilmiş bir diğer marka ile aynılığı ya da benzerliği ve kapsadığı mal ve hizmetlerin aynılığı ya da benzerliği nedeniyle karıştırılma ihtimali varsa itiraz üzerine başvurusu reddedilir. Bu düzenleme ile, markaların iltibasının yani önceki marka ile enzerlik yaratılarak tüketicilerin markaları karıştırmasının önüne geçmek amaçlanmaktadır.

Malın veya hizmetin yöneldiği alıcı grubu da dikkate alınarak iltibasın varlığına yönelik değerlendirme yapılır. Uygulamada, yasal düzenlemeyle de paralel olarak özellikle üç kriter incelenir:

- Tescili istenen markanın, daha önce başvurusunu yapılmış veya tescillenmiş bir marka ile aynı ya da benzer olması,
- Markaların kapsadığı ürün veya hizmetlerin aynı ya da benzer olması,
- Markalar arasında karıştırılma ihtimalinin bulunması. (Kanun koyucu burada halk tarafından ilişkilendirme ihtimalini bir örnek olarak özellikle belirtmiştir)

Dava bakımından, önceden tescillenmiş davacı markaları olan “stix” ve “stick seven” ifadelerinin davalının “T-stick royal + şekil” başvurusu ile esas unsurları itibariyle benzerlikleri ortadadır, dolayısıyla iltibasın varlığı için ilk kriter sağlanmıştır.

İkinci kriter açısından söylenmesi gereken, markaların kapsadığı ürün ve hizmetlerin tamamen uyuşmakta olduğudur.

Son kriter olan karıştırılma ihtimali açısından Yargıtay yöntemi doğrultusunda ilk olarak halk nezdinde çağrışım kriterini inceleyeceğiz. Halk nezdinde çağrışım konusunda, “stick” ifadesinin hem davacı markasında hem de davalı başvurusunda ortak esaslı unsur konumunda olmasının çağrışım koşulunu açıkça sağlayacağı söylenebilir. Aynı sektörde yer alan tarafların müşteri kitlesi göz önüne alındığında bu çağrışımın mal ve hizmet tercihinde etkili olması da yüksek bir ihtimaldir. İkinci değerlendirme koşulu olan ayırt edicilik değerlendirmesinde ise ortak esaslı unsur mevcut olduğundan esaslı unsur bakımından ayırt edicilik söz konusu olmayacak, eklenmiş olan “T-.. royal” ifadelerinin ise ayırt edicilik sağlamak bakımından yetersiz olduğu görülecektir.

Sonuç olarak, davalının başvurusu ile davacının markası arasında iltibasa yol açacak düzeyde benzerliğin tespiti kararına tüm kriterlerin açıkça sağlanması dolayısıyla katılmaktayız.

Teşekkürler



Abdullah Erkam Yılmaz
Kurucu Avukat

İletişim:

aeylegal.com
erkam@aeylegal.com

Buse Hamurcu
Avukat

İletişim:

aeylegal.com
buse@aeylegal.com



Ravza Yazıcı
Stajyer

İletişim:

aeylegal.com
ravza@aeylegal.com



Sorularınız ve görüşleriniz için
bizimle iletişime geçebilirsiniz.