

**Champagne Coğrafi İşareti –
Yargıtay Kararı – 11. H.D. 2021/632 E.
2022/3677 K. 09.05.2022 T.**



ay legal

A. Erhan Yılmaz

03

**Olay
Özeti**

04

**Çözümü
Gereken
Hukuki
Sorun**

05

**Mahkemenin
Çözümü**

07

Görüşümüz

OLAY ÖZETİ

Davacı, "Champagne" sözcüğünün Fransa Hükümeti tarafından köpüklü beyaz şaraplarıyla ünlü Fransa'nın Champagne bölgesinde üretilen ve işlenen ürünler ile ilgili "coğrafi işaret" olarak 1920'lerden beri tüm dünyada tanınır hale geldiğini, "Champagne" sözcüğünün Türkiye'de coğrafi işaret olarak korunması amacıyla TPMK nezdinde de 16.09.2011 tarihli başvuruya konu edildiğini, Türkiye'nin TRIPS üyeliği ve Anayasa'nın 90. maddesi gereği "Champagne" ibaresinin Türkiye'de de geçerli bir coğrafi işaret olduğunu, davalı şirketin "Champagne" coğrafi işaretinin ününden ve bilinirliğinden faydalanacak ve bu coğrafi işaretin ayırt ediciliğini sulandıracak şekilde 3. Sınıfta yer alan parfümler için marka tescil başvurusunda bulunduğunu, "Champagne" sözcüğünün başta köpüklü şarap dışında bir ürün ve hizmet için tescil edilebilmesinin davacının iznine bağlı olduğunu, davalının başvurusunun bültende yayınlanmasının akabinde itiraz edildiğini, bu itirazın reddedildiğini, "Champagne" ibaresinin coğrafi kaynak belirten bir ibare olduğunu ve tescil edilemeyeceğini, "Champagne" ibaresini 3. sınıftaki eşyalar üzerinde gören tüketicilerin markanın işletmesel kökeni konusunda hiçbir ilgisi olmadığı halde akla davacının alkollü içkilerinin geleceğini, markanın tescil edilemeyeceğini ileri sürerek YİDK kararının iptaline, davalıya ait dava konusu "Champagne Antonio Lorenzo" ibareli markanın dava devam ederken tescil edilmesi halinde hükümsüzlüğü ile sicilden terkinine karar verilmesini talep ve dava etmiştir.

Davalı şirket, bu davaya cevap vermemiş olup davalı TPMK; "Champagne" ibaresinin üzerinde kullanılmak istendiği malların 3. sınıftaki parfüm emtiası olduğunu, Türkçe'de özel bir isimden çok, genel isim ve sıfat anlamlarıyla bilindiğini, "Champagne" ibaresinin farklı sektörlerde yaygın kullanılan bir rengi ifade ettiğini ve markanın bu ibareden farklı başka unsurları da içerdiğini tanımlayıcı ya da coğrafi kaynak belirtir ve yanıltıcı nitelikte olmadığını, başvuru ile itiraza gerekçe gösterilen işaret arasında ilişkilendirilme ihtimali bulunmadığını savunarak davanın reddini istemiştir.

Çözümü Gereken Hukuki Sorun

Çözülmesi gereken hukuki sorun; davalının marka tescil başvurusunun, davalının coğrafi işareti üzerinden haksız faydalanma olarak kabul edilip edilemeyeceğidir.



Mahkemenin Çözümü

İlk derece mahkemesinde yapılan yargılama kapsamında tanzim edilen bilirkişi raporu doğrultusunda; dava konusu “Champagne Antonio Lorenzo” ibareli markanın 03. sınıfta yer alan parfümeri ve benzeri emtiaları yönünden tescil başvurusunda bulunulduğu, davacıya ait itiraza konu markaların 33. sınıfta yer alan “şarap” emtiası için WIPO aracılığı ile tescil edildiği, Paris Sözleşmesi veya Dünya Ticaret Örgütü’nü Kuran Anlaşma dahilinde başvuru hakkına sahip kişilerin Türk hukuku bakımından korumadan yararlanabileceklerini, TRIPS uyarınca üye devletlerin, coğrafi işaretlerle ilgili asgari korumayı sağlama yükümlülüğü bulunduğ, bunun için üye devletlerin Sözleşme’deki coğrafi işaret tanımına uygun, jenerik ada dönüşmemiş, kaynak ülkede korunmakta olan coğrafi işaretleri, iç hukuk düzenlemelerinde koruma altına almak zorunda oldukları, TRIPS madde 23’te “Şarap ve Alkollü İçeceklerde Kullanılan Coğrafi İşaretler İçin Ek Koruma” getirildiği, düzenlemeye göre, şarap emtiasına ilişkin “Champagne” şeklindeki coğrafi işaretin korumasının ülkemizde sadece “şarap” için geçerli olacağı, ulusal tescil bulunmadığından, asgari korumanın bunu gerektirdiğini, malın aslında kaynaklanmadığı bir yeri menşei olarak gösteren, sahte coğrafi işaretlerin marka olarak ya da markanın bir parçası olarak tescilini konusunu düzenlediğini, somut olayda “Champagne Antonio Lorenzo” markasının, “Champagne” ibaresinin coğrafi işaret korumasını içeren “şarap” emtiası üzerinde değil; bu emtiadan çok farklı olan ve tamamen ilişkisiz sayılan 3. sınıf emtiaları üzerinde tescilli olduğ, markanın kapsadığı mallar farklı olduğundan başvurunun TRIPS m. 22/3 kapsamına girmediğini, “Champagne” sözcüğünün Türkçe karşılığı olan şampanya kelimesinin ülkemizde hem “köpüklü beyaz şarap” şeklinde ürünü belirtmek bağlamında isim olarak, hem de “bej tonlarını” ifade etmek amacıyla sıfat olarak kullanıldığı, bu sebeple sözcüğün menşe belirtme işlevinin Türk tüketicileri açısından oldukça zayıf olduğunu, “Champagne Antonio Lorenzo” markasının bir bütün oluşturduğunu, davacıların “coğrafi işaret”ten kaynaklı sınai mülkiyet haklarını ihlal etmediği, YİDK kararının iptali ve markanın hükümsüzlüğü koşullarının oluşmadığı gerekçesiyle davanın reddine karar verilmiştir. Davacı, mahkeme kararını temyiz etmiştir.

Yargıtay kararında; 555 sayılı KHK’nın 15. maddesinde gösterilen kullanımların coğrafi işaretlerden doğan hakka tecavüz teşkil edeceği ve ayrıca coğrafi işaretin ününden haksız şekilde yarar sağlayacak markaların tescil edilemeyeceğini belirtmiştir. Her ne kadar “Champagne Antonio Lorenzo” markasının tescil edildiği mal ve hizmet sınıfları çok farklı olsa da, tescilli coğrafi işaretin tanınmışlık düzeyi ve ünü dikkate alındığında, davalının davaya konu bu markayı tescil kapsamındaki, 3. sınıfta yer alan ürünler yönünden tescil ettirmiş olmasının, davacının üzerinden haksız faydalanma olduğu kabul edilmiş ve tescil başvurusuna itirazın reddine dair YİDK kararının iptaline ve markanın hükümsüzlüğüne karar verilmesi gerektiğini belirterek ilk derece mahkemesi hükmünü bozmuştur.



Görüşümüz

TPMK'ye göre coğrafi işaret; tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretidir. Coğrafi işaret tescili ile kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen ham maddesi ile yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunması sağlanır. Bu durumda beyaz köpüklü bir şarap olarak dünyaca tanınmış "Champagne" coğrafi işaretinin, parfümler bakımından tescil edilmesinde bir sakınca yoktur. İlk derece mahkemesinin kararında da yer aldığı üzere parfümler, ürün niteliği taşımayan ve kimyasal yollarla fabrika/laboratuvar koşullarında üretilen bu ürünlerin herhangi bir coğrafi bölgede üretilmesinin tüketiciler bakımından bir anlamı ya da öneminin bulunmamaktadır. Dolayısıyla davalının marka başvurusu, davacının coğrafi işaretinden haksız faydalanma teşkil etmeyecektir. Yargıtay kararında yer alan muhalefet kararında, davacının coğrafi işarete konu şarap emtiası ile davalının markasına konu temizlik emtiasının birbirinden ilgisiz olması, davacının coğrafi işarete konu emtiasının şarap ve içecek sınıfında tanınmış bulunması nedeniyle çoğunluk görüşüne karşı çıkmıştır. Biz de bu görüşe katılmaktayız.

Teşekkürler

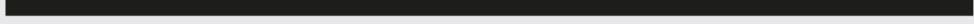


Abdullah Erkam Yılmaz
Kurucu Avukat

İletişim:

aeylegal.com

erkam@aeylegal.com

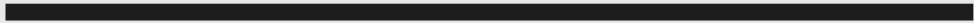


Buse Hamurcu
Avukat

İletişim:

aeylegal.com

buse@aeylegal.com



Sorularınız ve görüşleriniz için
bizimle iletişime geçebilirsiniz.