

MARKA TESCİLİNDE AYNİYET VE AYIRT EDİLEMİYECER KADAR BENZERLİĞİN MUTLAK RET NEDENLERİ ARASINDA YER ALMASI VE KAMU YARARI İLE İLİŞKİSİ - YARGI KARARLARI İŞİĞİNDA BİR İNCELEME^(*)

IDENTITY AND INDISTINGUISHABLE SIMILARITY AS ABSOLUTE GROUND FOR REFUSAL IN TRADEMARK REGISTRATION AND ITS RELATION TO PUBLIC INTEREST - A STUDY IN THE LIGHT OF JUDICIAL DECISIONS

Prof. Dr. Hayri BOZGEYİK^(**)
Ahmet Şevki DAĞKIRAN^(***)

Öz

Sınai Mülkiyet Kanunu'nda düzenlenen marka koruması tescil esaslıdır. Kanuna göre marka hakkının elde edilmesi, bunun için öngörölmüş usule bağlıdır. Bir markanın tescil edilebilmesi için kanunda düzenlenen ret nedenlerini içermemesi gerekmektedir. Bu nedenlerden bazıları kamu düzeni ile ilgilidir. Örneğin, kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı markaların tescili mümkün değildir. Marka tescilindeki mutlak ret nedenlerinden biri, söz konusu markanın aynı veya benzer mal ve hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş veya tescil için başvurusu yapılmış bir marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer olmasıdır. Avrupa Birliği hukukundaki düzenlemelerin aksine, Türk hukukunda mutlak ret nedenlerinden birini oluşturan bu

düzenleme, Türk Patent'e tescilli marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer başvuruları inceleme ve karara bağlama yetkisi vermektedir. Bu çalışmada bir mutlak ret nedeni olarak markaların ayniyeti ve kamu yararı arasındaki ilişki incelenmektedir. "Kamu yararı" kavramı zaman içinde ve toplumlar arasında değişime tabidir. AB düzenlemesi ayniyeti marka tescilinde bir nispi ret nedeni olarak tanımlarken, SMK'nın bunu mutlak ret nedenleri arasında sayması daha isabetlidir.

Anahtar Kelimeler

Marka, Tescil, Mutlak Ret Nedenleri, Nispi Ret Nedenleri, Kamu Yararı.

^(*) (Araştırma Makalesi, Geliş Tarihi: 14.07.2024 / Kabul Tarihi: 06.11.2024).

^(**) Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Ankara - Türkiye, (E-posta: hbozgeyik@aybu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9974-7459).

^(***) Türk Patent ve Marka Kurumu 1. Hukuk Müşaviri; Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Programı, Ankara - Türkiye, (E-posta: asdagkiran@gmail.com, ORCID ID: 0009-0004-3583-6622).

Atıf/Citation: Bozgeyik, Hayri & Dağkiran, Ahmet Şevki (2024), "Marka Tescilinde Ayniyet ve Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzerliğin Mutlak Ret Nedenleri Arasında Yer Alması ve Kamu Yararı ile İlişkisi - Yargı Kararları İşığında Bir İnceleme", FFM, C: 10, S: 2, s. 203-213.

Abstract

The trademark protection regulated under the Industrial Property Law is based on registration. According to the Law, obtaining a trademark right depends on the procedure foreseen for this purpose. To register a trademark, it must not contain the grounds for refusal regulated in the law. Some of these grounds are related to public order. For example, trademarks contrary to public order and public morality cannot be registered. One of the absolute grounds for refusal to register a trademark is that the trademark in question is identical or indistinguishably like a trademark that has already been registered or is currently being applied for registration in respect of the same or similar goods and services. In contrast with the regulations set forth in European Union law, this regulation, which

represents one of the absolute grounds for refusal in Turkish law, also authorises the Turkish Patent Office to examine and decide on identical and indistinguishable similar applications. This study analyses the relationship between the identity and indistinguishable similarity of trademarks and public interest as an absolute ground for refusal. The concept of 'public interest' is subject to change over time and between societies. While the EU regulation defines identity as a relative ground for refusal in trade mark registration, it is more appropriate that the SMK regulates it among the absolute grounds for refusal.

Keywords

Trademark, Registration, Absolute Grounds for Refusal, Relative Grounds for Refusal, Public Interest.

GİRİŞ

Sınai Mülkiyet Kanununda (SMK) düzenlenen marka koruması tescil esasıdır. Marka tescilinde bazı tescil engelleri ise Türk Patent ve Marka Kurumu (Türk Patent) tarafından re'sen dikkate alınır. Bunlar mutlak ret nedenleri olarak adlandırılır. Mutlak ret nedenleri kamu düzeni ile ilgilidir.

SMK'da düzenlenen mutlak red nedenlerinden birisi de markanın aynı veya aynı türdeki mal ve hizmetlerle ilgili olarak daha önce tescil edilmiş ya da önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer olmasıdır¹. Avrupa Birliği'ndeki düzenlemeden farklı olarak Türk hukukunda mutlak ret nedenleri arasında yer alan bu düzenleme, Türk Patent'e bu gerekçeyle re'sen inceleme ve karar verme yetkisi tanımaktadır.

Çalışmada kısaca marka, marka tescil süreci, marka tescilinde mutlak ret nedenleri ve SMK m.5/1-ç bağlamında kamu yararı kavramı ilgili Yarıtmay kararları çerçevesinde incelenecektir.

I. MARKA KAVRAMI

Marka kısaca bir teşebbüse ait mal veya hizmetleri diğer teşebbüslerin mal veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayan işaret şeklinde tanımlana-

bilir (SMK m. 4)². Markanın temel işlevi ayırt ediciliktir³. Marka, ilişkin olduğu mal veya hizmetle ilgili olarak tüketiciye bunların kaynağını içeren bir mesaj iletmektedir⁴.

Serbest piyasa ekonomilerinde aynı tür mal veya hizmetlerin birçok kaynaktan gelme ve tüketicinin de bunlar arasından özgürce seçim yapma imkânı bulunmaktadır. Marka, sağlıklı işleyen bir piyasa ekonomisi için önemlidir. Zira bu yönüyle tüketiciye doğru bilgi akışı sağlamak, piyasa araştırması bakımından ona zaman kazandırırken bir yandan da pazar verimliliğini artırarak kamu yararı sağlamaktadır^{5,6}.

Tarihsel gelişim sürecinde markalar öncelikle üretilen malın menşeyini gösterme fonksiyonunu yerine getirmiş, ancak Sanayi Devrimi ile üretim kapasitesinin artması, üretilen malların daha geniş coğrafyalarda pazarlanabilmesi ve daha geniş tüketici kitlelerine hitap

¹ Aynı ve ayırt edilemeyecek kadar benzerlik kavramları için. bkz. Paslı, Ali, Marka Hukukunda Ürün Benzerliği (1. Baskı, Vedat 2018) 23-27, 55-56.

² Tanım için ayrıca bkz. WIPO 'DL 302 An Advanced Course on Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications' <https://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning> s.e.t. 4 Mayıs 2024, 3.

³ Bozgeyik, Hayri, Marka Hakkının Korunması (On İki Levha Yayıncılık 2024) 5.

⁴ WIPO (n.2) 3.

⁵ Hennessey, William O., 'The Role of Trademarks in Economic Development and Competitiveness' <https://www.ipmall.info/sites/default/files/hosted_resources/Hennessey_Content/RoleofTrademarksinEconomicDevelopmentandCompetitiveness.pdf> s.e.t. 7 Temmuz 2024, 1.

⁶ Suluk, Cahit vd. Fikri Mülkiyet Hukuku (Seçkin Yayınevi 2024) 187; Güneş, İlhami, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku (Adalet Yayınevi 2021) 3.

eder hale gelmesi sebebiyle markaların ayırt etme fonksiyonu ön plana çıkmıştır⁷. Yirminci yüzyılın başlarından günümüze kadar değişen rolüyle markanın kaynak gösterme fonksiyonundan çok ayırt etme, ürünlerle duygusal bağ kurma ve kendisini markayı taşıyan mallarla ifade etme yahut bir sosyal statüye ait olduğunu gösterme aracı özelliği daha da belirginleşmiştir. Bu yönüyle marka kendisini kullanan müşterilerine bir kimlik inşa etmekte ve onları kendileriyle ortak değerleri paylaşan bir topluluğa dahil etmektedir⁸.

SMK m.4'te yer alan tanımda marka olabilecek işaretler belirtilmiştir. Kanun koyucu bu tanımda sınırlı sayı yöntemini benimsediğinden, ayırt edici olmak ve sicilde gösterilebilir olma şartıyla sesler, renkler, hareketli görüntüler, ses ve görüntü kombinasyonları, kokular, tatlar ve dokular da marka olarak tescil edilebilecektir⁹. Madde metninden anlaşıldığı üzere markanın varlığı için iki unsurdan bahsetmek mümkündür. Bunlar, "ayırt edicilik" ve "sicilde gösterilebilir olmak şartıyla işaret"tir¹⁰.

II. MARKA TESCİLİNDE MUTLAK RET NEDENİ KAVRAMI

Mutlak ret nedenleri, marka tescil başvurusunun Türk Patent tarafından re'sen incelenip reddedilmesine gerekçe oluşturan hallerdir. SMK m.5'in gerekçesinde bu nedenlerinin kamu yararı ile ilgili halleri kapsadığı, ilgililerin marka olarak kullanılacak işaretleri seçme serbestisi olmasına rağmen tescil edilebilirlik bakımından birtakım kısıtlamalar getirildiği ifade edilmiştir. Doktrin¹¹ ve uygulamada¹²

mutlak ret nedenlerinin kamu menfaati ile ilgili olduğu görüşü genellikle kabul görmektedir.

Mutlak ret nedenlerinin temel amaçlarının başında kamu yararını temin etmek gelmekte iken, marka olabilme vasfının taşımayan işaretlerin tescilinin engellenmesi, genele şamil olan bir işaretin tek bir kişinin tekeline verilmemesi, ahlaka mugayir işaretlerin tescilinin engellenmesi, daha önce başkası adına tescil edilmiş bir işaretin aynısının başkası adına da tescilinin engellenmesi gibi haller de bunlar arasında yer almaktadır.

Türk Patent, kendisine yapılan marka tescil başvurusunun şekli yönünden eksikliği bulunmadığına karar verirse SMK m.5 açısından inceler (SMK m.16). Başvurunun 5'inci madde anlamında bir tescil engeli içerdiği değerlendirilen başvuruların tescili tamamen veya kısmen ret edilir.

Başvuru SMK m.5'te sayılan mutlak ret nedenlerinden biri veya daha fazlasına dayanılarak reddedilebilir¹³. Doktrinde markalar arasındaki benzerlik arttıkça, mal ve hizmetler arasındaki benzerlik ihtimali ve sonuç itibarıyla, iltibas tehlikesinin de artacağı görüşü savunulmaktadır¹⁴. Çalışmamızın konusunu oluşturan "aynı veya aynı türdeki mal ve hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretler" de bu sebepler arasında sayılmıştır. Ancak SMK m.5/1-ç, 5. maddedeki diğer ret nedenlerinden farklı olarak, önceki marka hakkı sahipliği bağlamında bir inceleme ve buna dayanarak başvurunun reddi esasına dayanmaktadır¹⁵. Önceki tarihli aynı markanın mehaz AB hukukunda sadece bir nispi ret nedeni olarak düzenlenmiş olması, konunun Türk hukukunda neden farklı düzenlendiğini ve kamu yararı ile olan ilgisini tartışmayı gerektirmektedir.

⁷ Arkan, Sabih, Marka Hukuku C I (Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları 1997) 38; Yasaman, Hamdi vd., Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi (Seçkin Yayıncılık 2019) 49; Çolak, Uğur, Türk Marka Hukuku (On İki Levha Yayıncılık 2023) 9.

⁸ Bently, Lionel vd., Intellectual Property Law (6. Bası, Oxford Law Trove 2022) 6-7.

⁹ Bently (n.8) 2.

¹⁰ Arkan (n.7) 36; Yılmaz, Alper Çağrı, Türk Marka Hukuku ve Avrupa Birliği Hukukunda Mutlak Tescil Engelleri (Pozitif Matbaacılık 2008) 19.

¹¹ Örneğin, Suluk vd. (n.6) 197; Eminoğlu, Cafer, 'Marka Sahibinin Tekliği İlkesi ve Bu İlkenin Markanın Devri Bağlamında İncelenmesi, (Anayasa Mahkemesi'nin 556 Sayılı KHK'nın m.16/5 Hükümünü İptal Eden Kararı Bağlamında Bir Değerlendirme)', Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi (2016) 2(1) s. 238, 243.

¹² Örneğin, Ankara Bölge Adliye Mahkemesi 20. Hukuk Dairesi, 20/06/2021, E. 2020/1176 ve K. 2021/792: "556 sayılı KHK'nın 7. maddesindeki mutlak ret nedenlerinin, gerek Türk Patent ve Marka

Kurumu gerekse de mahkemelerce resen gözetilmesi gerekmektedir. Zira, söz konusu hükümden düzenlenen mutlak ret nedenleri, toplumun ortak menfaatleri gereği olup, kişilerin menfaatinden önde gelmektedir. Eldeki davaya konu YİDK kararı, her ne kadar 556 sayılı KHK'nın 7/1-b ve 7/1-a maddesine ilişkin ise de aynı maddenin diğer bentlerindeki mutlak ret nedenlerinin de açıklanan nedenlerle işbu davada değerlendirilmesi zorunludur".

¹³ Güneş (n.6) 88.

¹⁴ Paslı (n.1) 6.

¹⁵ Tekinalp, Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku, (Vedat 2012) 400.

III. KAMU YARARI KAVRAMI VE MARKA KORUMASININ KAMU YARARI BOYUTU

“Kamu yararı”, kamu düzeni, milli güvenlik, milli savunma, genel sağlık gibi kavramları da kapsayan bir üst kavramdır¹⁶. Kamu yararı kavramının belirli bir tanım olmamakla birlikte hukuk devleti ilkesi çerçevesinde, yönetime uygulanan özel kuralların (yönetim hukukunun) uygulama alanını belirleyen bir ölçüt olduğu ve devlet erklerinin her faaliyetinin kamu yararını gerçekleştirme yönelik olduğu kabul edilmektedir¹⁷.

Bu kapsamda yasama ve yürütme faaliyetlerinin temel amacının kamu yararını gerçekleştirmek olduğu kabul edilmektedir¹⁸. Kamu yararının, demokratik bir toplum ve hukuk devleti için gerekli tüm hukuk kurallarının temel şartı olarak da tarif edilmektedir¹⁹. Kavram, her toplumun değer ve hedeflerine ilişkin olarak zaman içerisinde değişebildiği gibi ülkeden ülkeye de değişebilir niteliktedir²⁰.

Sahibine kanun tarafından mutlak hak ve yetkiler bahşedilmiş olması sebebiyle marka, hâkim görüş tarafından bir gayri maddi malvarlığı unsuru olarak kabul edilmektedir. Marka hakkının temel amacı, markayı taşıyan mal veya hizmetlerin ayırt edilmesini sağlamak suretiyle mal ve hizmet piyasalarında marka sahibinin haklarını korumaktır. Bu açıdan bir özel hukuk hakkı olan marka korumasında kamu yararı amacı ikinci planda kalmaktadır.

İşletmelerin marka tescilindeki esas gayeleri de kendi markalarını oluşturmak, marka değeri sağlamak ve ürünlerinin ayırt ediciliğini temin etmektir²¹.

Ancak bu noktada üreticinin nihai amacı olan ürününü satmak ile beğendiği yahut beğenmediği ürün hakkında marka ile kendisine iletilen bilgi doğrultusunda karar veren tüketicinin menfaatleri kesişmektedir²². SMK'nın marka hakkı sahibine tanıdığı haklar (SMK m.7) ve bu hakların ihlali halinde ileri sürülecek talepler (SMK m.29, 30, 149 vd.) marka sahibinin haklarını korumaya yönelik düzenlemeler olup kural olarak, ancak marka sahibi tarafından ileri sürülebilmektedir. Bu da marka korumasında kamu yararının ikinci planda kaldığını göstermektedir.

Bununla birlikte, SMK m.5'te mutlak ret nedenlerinin düzenlenmiş olması ve SMK m.17/1 uyarınca herkesin (ç) bendi hariç olmak üzere m.5 kapsamında görüşlerini Kuruma sunabilmesi gibi düzenlemeler karşısında marka hakkının kamu yararını ilgilendiren bir boyutunun da olduğunun kabulü gerekmektedir. Nitekim, marka hakkına getirilen bu sınırlamanın dayanağı Anayasanın 35'inci maddesinin ikinci ve üçüncü fıkrasında da kendisini göstermektedir. İlgili düzenlemede mülkiyet hakkının ancak kamu yararı amacıyla, kanunla sınırlandırılabilceği ve mülkiyet hakkının kullanılmasının toplum yararına aykırı olamayacağı ifade edilmektedir.

IV. AYNI VEYA AYIRT EDİLEMİYECEK DERECEDE BENZERLİK

SMK m.5/1-ç hükmüne göre “aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetlerle ilgili olarak tescil edilmiş ya da daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış marka ile aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer işaretler” için yapılan marka başvuruları reddedilecektir.

Buna göre bir başvurunun SMK m.5/1-ç kapsamında yer aldığı sonucuna varılabilmesi için bazı şartların varlığı gerekmektedir:

- Önceden tescil edilmiş veya daha önceki tarihte tescil başvurusu yapılmış bir markanın varlığı,
- Bu markanın aynı veya aynı türdeki mal veya hizmetleri kapsamaması,
- Karşılaştırılan işaretler arasında aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzerlik bulunması.

¹⁶ Akıllıoğlu, Tekin 'Kamu Yararı Kavramı Üzerine Düşünceler', İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi (1988) 9(1-3) 16-17.

¹⁷ Akıllıoğlu (n.16) 11.

¹⁸ Tombaloğlu, Nermin, 'Anayasa Mahkemesi Kararlarında Kamu Yararı Kavramı' İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (2014) 5(1) 369; Günday, Metin, İdare Hukuku (İmaj Yayıncılık 2002) 16.

¹⁹ Kavram hk. daha geniş bir inceleme için bkz. Özsoy, Özge, 'Yargı Kararları Işığında Kamu Düzenine ve Genel Ahlakı Aykırı Avrupa Birliği Markaları', Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, (2020) 11(43) 356 vd.

²⁰ EUIPO 'Trade Mark Guidelines 2020 Part B, Examination Section 4 Absolute grounds for refusal' 439 <<https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1803468/2000140000>> s.e.t. 7 Temmuz 2024; Bently (n.7) 35, 36.

²¹ Ceil, Chenoy, 'The Center Rationale for Trademark Protection is and Ought to be the Need of Bussiness to Protect than Brand Value Rather than the Public Interest' <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2288154> s.e.t. 7 Temmuz 2024.

²² Bently (n.7) 8.

Literatürde “bir hukuk politikası tercihi” olarak kabul edilen²³ söz konusu SMK m.5/1-ç düzenlemesi “markanın teklifi” ilkesinin bir yansımasıdır²⁴. Yukarıda belirtilen şartların gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespiti Türk Patent tarafından re’sen yapılacaktır. Madde metninde, SMK m.6/1’den farklı olarak, karıştırılma ihtimalinden bahsedilmemiştir. Burada markalar arasındaki benzerliğin son derece yüksek olması sebebiyle ayrıca bir iltibas değerlendirmesine gerek görülmemektedir. Bir başka ifade ile aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer iki markanın varlığı halinde iltibasın mutlak olarak gerçekleşeceği ispata gerek olmayacak derecede kesindir.

Kanun koyucunun ayniyeti bir mutlak ret nedeni olarak düzenleyen iradesi doktrinde bazı yazarlar tarafından eleştirilmektedir²⁵. Doktrinde, bu ret sebebinin, kendisine bir kamu yararı işlevi yüklenen aynı maddede düzenlenen diğer sebeplerden ayrılığın ve doğası gereği bir nispi ret sebebi olduğuna, aynı maddenin üçüncü fıkrasındaki muvafakatnamenin bunu teyit ettiğine dikkat çekilirken, geniş anlamda düşünüldüğünde son tahlilde yine genel menfaat ile ilişkilendirilebileceğine de işaret edildiği görülmektedir²⁶. Ancak, kanaatimizce kamu yararı ile ilgisi sebebiyle, konunun aynı maddedeki diğer sebeplerle birlikte düzenlenmiş olması isabetlidir²⁷.

Türk Hukukundaki düzenlemeden farklı olarak, AB Hukukunda *aynıyet* bir nispi ret sebebi olarak sayılmıştır. 2017/1001 sayılı Tüzüğü’nün 8’inci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde başvuru, önceki tarihli markayla aynı (*identical*) ve aynı mal ve hizmet sınıfında ise itiraz üzerine başvuru reddedilecektir. Buna ek olarak aynı maddenin (b) bendinde SMK m.6/1’è karşılık gelecek şekilde, mar-

kalar arasındaki “aynıyet” veya “benzerlik” sebebiyle karıştırılma ihtimali nispi ret sebebi olarak düzenlenmiştir. İkinci fıkrada yer alan düzenlemede karıştırılma ihtimalinin varlığı da şart koşulmuştur²⁸. Mal ve hizmetlerin yer aldığı sınıflar ise marka tescil sisteminin bir parçası olup, mal ve hizmetler arasındaki benzerlik seviyesi hakkında karar verebilmek bakımından tek başına belirleyici değildir²⁹.

Kanunda aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer ifadesinden anlaşılması gerekenin ne olduğu ve kanunda geçen “aynıyet” kavramının ne anlama geldiği açıklanmamıştır. Buna karşı mülga 1965 tarihli 551 Sayılı Markalar Kanunu’nda yer alan “*aynı emtiaya mütaallik olarak Türkiye’de tescil edilmiş veya tescil için müracaat edildiği halde henüz kesin bir karara bağlanmamış markalarla, bunların biçim veya telâffuz yahut mâna itibariyle ilk bakışta tefrik edilemeyen benzerleri*” (m.5/1-c) şeklindeki ifadelerden söz konusu kavramları tanımlamada yararlanılması mümkündür. Buna göre aynı olmak, daha önce tescil edilmiş veya başvurulmuş olan markanın birebir aynısı olmayı; ayırt edilemeyecek kadar benzerlik ise ilk bakışta ayırt edilemeyecek, ancak dikkatli veya tekrar bakıldığında fark edilecek derecede yüksek bir benzerliği ifade etmektedir. Türk Patent tarafından yayımlanan Marka İnceleme Kılavuzunda³⁰ ise ayniyet “*Mahkeme kararlarına ve Yargıtay içtihatlarına göre, başvuruya konu işaretin daha önce tescil edilmiş veya başvurusu yapılmış marka ile aynı olması, karşılaştırılan işaretlerin özdeş, farksız, tıpa tıp taklit, aynen veya bire bir kopya olması*” şeklinde açıklanmaktadır. Türk Patent’in değerlendirmesine göre işaretlerin tamamen aynı olması markaların aynı kabul edilmesi için yeterlidir. Buna karşılık yazı tipinin farklı olması, yazı şekil ve biçimindeki değişiklikler veya yazı renginin farklılığı ayniyeti ortadan kaldırmamaktadır³¹. Ortalama tüketici nezdinde

²³ Gün, Buket, Marka Hukukunda Birlikte Var Olma (On İki Levha 2019), 78.

²⁴ Markanın teklifi ilkesi hk. daha geniş bilgi için bkz. Eminoğlu, s. 231 vd.

²⁵ Arkan (n.7) 75; Yasaman vd. (n.7) 430- 432; Çolak (n.7) 181.

²⁶ Kaya, Aslan, Marka Hukuku, Güncellenmiş 2. Baskı (Vedat Kitapçılık 2024) 181. Karş. bir mutlak ret nedeninin taraf iradeleri bağlamında aşılabilir olmasının hükmün mutlak ret nedeni olmasının içini boşalttığı yönünde bkz. Güneş, Marka Hukuku, s. 66; aynı anlamda, Bozer, Ali, Göle, Celal, Ticari İşletme Hukuku (8. bası, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2023) s. 250.

²⁷ Oğuz, Arzu vd., ‘Yargıtay Kararları Işığında Sınai Mülkiyet Kanunu’nun 5/1 (ç) maddesi Anlamında Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzer İşaretler’ Terazi Hukuk Dergisi, (2018) 13(141), 43.

²⁸ Yasaman vd. (n.7) 430; Uzunallı, Sevilay, Marka Hukuku (Adalet Yayınevi 2021) 60.

²⁹ Uzunallı, Sevilay, ‘Marka Hukukunda Malların ve/veya Hizmetlerin Benzerliğinin Tespiti Sorunu’, Prof. Dr. Hamdi Yasaman’a Armağan, s. 675-699 (1. Baskı, On İki Levha 2017) 683; Paşlı (n.1) 31, 43 vd.; Çolak (n.7) 212.

³⁰ Türk Patent ve Marka Kurumu, Marka İnceleme Kılavuzu (Türk Patent 2021) 188.

<<https://www.turkpatent.gov.tr/duyurular/marka-inceleme-kilavuzu-guncellendi-18082021>> s.e.t 04 Mayıs 2024.

³¹ Yasaman vd. (n.7) 436.

ayırt edilmeyecek derecede önemsiz farklar bulunan işaretler aynı sayılır³². İşaretlerin neredeyse hiçbir fark gözetilemeyecek biçimde benzer olması halinde aynıyetten bahsetmek mümkündür³³. Türk Patent aşağıdaki işaretleri “aynı” olarak değerlendirmiştir:



“Ayırt edilemeyecek düzeyde benzerlik” kavramını ise Türk Patent “*karşılaştırılan işaretler aynı olmamakla birlikte, bunların ortalama düzeydeki tüketiciler üzerinde bıraktıkları genel izlenimleri hemen hemen aynıdır. Bir başka deyişle, markalar arasındaki farklılık o kadar önemsizdir ki ilgili tüketici nezdinde markalar görsel ve işitsel olarak aynıymış gibi algılanırlar*” şeklinde açıklamaktadır. Türk Patent’in Marka İnceleme Kılavuzu’na göre;

- Kelime unsurları aynı, şekil unsuru farklı işaretler,
- Kelime unsurları aynı, şekil unsuru içermeyen ancak tali unsur içeren işaretler,
- Tüm unsurları aynı olmakla birlikte tertip edilişi farklı işaretler,
- Tüm unsurları, tertip edilişi aynı olmakla birlikte baskın unsuru farklılaştırılmış işaretler

“ayırt edilemeyecek derecede benzer” kabul edilecektir³⁴.

Doktrine göre, ayırt edilemeyecek derecede benzer olan marka, ayrıca bir iltibas değerlendirmesi yapmaya gerek kalmayacak kadar açık benzerlik unsuru taşıyan işaretlerdir. Bu durumda iltibas teh-

likesinin varlığı mutlak şekilde kabul edilmekte ve ayrıca bir inceleme yapmaya gerek kalmamaktadır³⁵. Markaların her yönüyle aynı olmadığı, aralarında bazı farkların olduğu hallerde ise artık aynıyet söz konusu olmayacak, ayırt edilmeyecek kadar benzerlik söz konusu olacaktır. Ayırt edilmeyecek kadar benzerlik halinde markalar, aralarındaki yoğun benzerlik nedeniyle ilgili halk tarafından aynı olarak algılanmaktadır³⁶.

V. YARGITAY KARARLARINDA AYNI VEYA AYIIRT EDİLEMİYECEK DERECEDE BENZERLİK

Bu konuda örnek olarak inceleyeceğimiz ilk olayda Davacı tarafından Mal ve Hizmet Sınıfları Tebliğinin 34. sınıfında, aşağıda görseli bulunan işaretin tescili için başvuruda bulunulmuş, Türk Patent yaptığı değerlendirmede “alfa” ibareli aynı sınıfta tescilli marka gerekçe gösterilerek SMK m.5/1-ç uyarınca başvurunun reddine karar vermiştir:

Başvuru Konusu Marka



Redde Mesnet Marka



YİDK Kararının iptali için açılan davada ilk derece mahkemesince “... başvuru konusu işaretin ilk bakışta ve derhâl redde mesnet markanın yeni düzenlenmiş bir versiyonu olduğu yönünde izlenim doğduğu, zira her birinde aynı biçimde okunan ve görünen “ALFA” ibarelerinin göze çarptığı, görsel, ses-cil ve anlamsal olarak iki işaretin ayırt edilemeyecek derecede benzer oldukları yönünde intiba doğmasının kaçınılmaz olduğu, bu durumda “ALFA FLINTS” ibareli başvuru ile “ALFA” ibare ve biçimli redde mesnet marka arasında, ilk bakışta ayırt edilemeyecek kadar benzerlik bulunduğu ... gerekçesiyle davanın reddine” karar verilmiş, söz konusu karar istinaf aşamasında onanmış ancak Yargıtay 11. Hukuk Dairesi’nin 14/09/2022 tarihli ve E. 2021/1680, K. 2022/5884

³² Bently (n.8) 5; örnekler için bkz. Tekinalp (n.19) 441. Karş. Arkan (n.7) 51, 76; Yasaman vd. (n.7) 228. SMK 5/1-ç hükmünün geniş yorumlanmasının yol açtığı sakıncalar konusunda bkz. Çelikel, Deniz, Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) Kararları Doğrultusunda SMK Yorumu (Seçkin 2024) s. 38 vd.

³³ ABAD T-346/04 Sadas SA v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs).

³⁴ Türk Patent ve Marka Kurumu, Marka İnceleme Kılavuzu (Türk Patent 2021) 190- 192.

³⁵ Arkan (n.7) 75; Yasaman vd. (n.7) 439.

³⁶ Eminoğlu (n.11) 244.

sayılı ilamında belirtilen “... *dava konusu başvurunun ve mesnet markaların açıklanan nitelikleri, yazım şekli, renk gibi unsurları ile barındırdıkları şekil unsurları birlikte değerlendirildiğinde 6769 sayılı SMK'nun 5/1-ç maddesi anlamında aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer olduğundan söz edilemez*” gerekçeyle bozulmuştur³⁷.

Söz konusu kararda “ayırt edilemeyecek kadar benzerlik” kavramı için, “*karşılaştırılan işaretler arasındaki farklılıkların markanın kapsadığı mal ve hizmetin orta düzeydeki alıcı kitlesi üzerinde bıraktığı genel izlenim itibariyle önemsenmeyecek derecede düşük olması nedeniyle aynı işaret gibi algılanmasıdır*” tespitine yer verilmiştir. Kanaatimizce karşılaştırılan markalar arasında SMK m.5/1-ç kapsamında “ayırt edilemeyecek derecede benzerlik” bulunduğu kabul edilebilir. Zira Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 05.10.2012 tarihli kararında “*ayırt edilemeyecek derecede benzerlik*” için koyduğu kriter somut olayda gerçekleşmiştir. Karşılaştırılan İngilizce kelimeler, Türkiye'deki ortalama tüketici açısından ayırt edilemeyecek kadar benzer niteliktedir.

İkinci olayda, davacı, Mal ve Hizmet Tebliği'nin 29, 30 ve 32. sınıflarında aşağıda görseli bulunan işaretin tescili için başvuruda bulunmuş, Türk Patent tarafından yapılan değerlendirmede “boğazlıyan” ibareli marka gerekçe gösterilerek (Mülga) 556 sayılı KHK'nın 7'nci maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi uyarınca başvurunun reddine karar verilmiştir:

Başvuru Konusu Marka



Redde Mesnet Marka

BOĞAZLIYAN

YİDK Kararına karşı açılan davada ilk derece mahkemesi 28.11.2006 tarihli kararıyla markalar arasında aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzerlik bulunmadığı gerekçesiyle davanın kabulüne ve YİDK Kararının iptaline hükmetmiştir.

İlk derece mahkemesi kararının davalı tarafça temyiz edilmesi üzerine Yargıtay 11. Hukuk Dairesi 01.12.2011 tarihli 2009/7947 E., 2011/1036 K. sayılı ilamı ile karşılaştırılan markaların aynı emtia sınıfında olduğu, (Mülga) 556 sayılı KHK m.7/1-(b) bendi kapsamında aynı veya ayırt edilemeyecek derecede benzer olduğu, zira karşılaştırılan markaların ortak ibaresinin “boğazlıyan” ibaresi olduğu, bu ibarenin başvuru konusu markanın esas unsuru olduğu gerekçesiyle ilk derece mahkemesi kararının bozulmasına karar vermiştir.

Bu karar üzerine ilk derece mahkemesi ilk kararında direnmiş ve dosya Yargıtay Hukuk Genel Kurulu (HGK) önüne gelmiştir. HGK, 05.10.2012 tarihli ve E. 2012/11-154 K. 2012/659 sayılı ilamında “*556 sayılı KHK'nin 7/1-(b) bendinde belirtilen “aynı” olma; karşılaştırılan işaretlerin özdeş, birbirinden farksız, birebir aynı, taklit vb. olmalarını ifade eder. Bunun yanında, işaretlerin örneğin farklı renk veya büyüklükte olması, yazı karakteri ya da tipinin farklılaştırılması gibi değişiklikler de “aynı” olma durumunu etkilemez. “Ayırt edilemeyecek kadar benzerlik” ise, karşılaştırılan işaretler arasındaki farklılıkların markanın kapsadığı mal ve hizmetin orta düzeydeki alıcı kitlesi üzerinde bıraktığı genel izlenim itibariyle önemsenmeyecek derecede düşük olması nedeniyle aynı işaret gibi algılanmasıdır*” gerekçesine yer vermek suretiyle “ayniyet” ve “ayırt edilemeyecek kadar benzerlik” kavramlarından ne anlaşılması gerektiği açıklanmıştır. Buna göre, iki markanın tüketiciler üzerinde bıraktığı genel izlenim önemsenmeyecek derecede düşük ise bunlar arasında ayırt edilemeyecek derecede benzerlikten söz edilebilecektir.

Söz konusu kararda (mülga) 556 sayılı KHK m.7/1-b ve m.8/1-b arasındaki sınırın ne olması gerektiğinin de “*Bu nedenle, 556 sayılı KHK'nin 32. maddesi uyarınca Enstitü tarafından 7. madde önünden inceleme yapılırken, başvuru konusu işaretin üzerinde kullanılacağı mal veya hizmetlerin ortalama tüketicileri nezdinde sicilde daha önce tescilli bir marka veya marka başvurusu ile karıştırılma ihtimaline yol açılıp açılmayacağına da değerlendirilmesini gerektiren derecede, yani Enstitüce takdir yetkisinin kullanılacağı bir benzerlik mevcut ise, bu takdirde işaretler arasında güçlü ve açık bir iltibasın varlığı peşinen kabul edilmiş sayılmayacağından “ayırt edilemeye-*

³⁷ Yargıtay'ın markaları aynı veya ayırt edilemeyecek kadar benzer görmediği çeşitli örnekler için bkz. Suluk vd. (n.6) 200; Çelikel (n.32) 43 vd.

cek kadar benzerlik” bulunduğundan bahisle re’sen, başvurunun reddine karar verilemez. Çünkü, böyle bir durumda işaretlerin 556 sayılı KHK’nin 8/1-(b) bendi anlamında bir benzerliği söz konusu olacağından, artık bu husus nispi ret nedeni olarak ve ancak başvuruya itiraz halinde Enstitüce değerlendirilebilecektir” gerekçesine yer verilmek suretiyle açıklandığı görülmektedir.

Buradan da başvurunun SMK m.5/1-ç hükmüne göre reddedilebilmesi için, yukarıda da belirttiğimiz üzere, markalar arasında ayrıca bir iltibas incelemesine gerek olmayacak ve mutlak surette karışıklığa yol açacak derecede yüksek düzeyde bir benzerliğin bulunması gerektiği sonucu çıkmaktadır. Karşılaştırılan markalar arasında iltibas değerlendirmesini gerektirecek bir benzerlik söz konusu ise bu durumda başvuru SMK m.5/1-ç gerekçesiyle reddedilemeyecektir.

İnceleyeceğimiz üçüncü olayda, davacı tarafından Mal ve Hizmet Sınıfları Tebliğinin 35. Sınıfta, aşağıda görseli bulunan işaretin tescili için başvuruda bulunulmuştur, Türk Patent tarafından yapılan değerlendirme sonucu “papila” ibareli 35. sınıfta da tescilli marka gerekçe gösterilerek SMK m.5/1-ç uyarınca başvurunun reddine karar verilmiştir:

Başvuru Konusu Marka

Papilla

Redde Mesnet Marka

PAPILA

YİDK Kararı ile ilgili olarak ilk derece mahkemesince “marka işaretleri arasında da ayniyet ve ayırt edilemeyecek derecede benzerlik bulunmadığı gerekçesiyle davanın kabulü ile YİDK kararının iptaline” hükmedilmiş, Türk Patent tarafından yapılan istinaf talebi Ankara Bölge Adliye Mahkemesi 20. Hukuk Dairesi’nce “somut olayda taraf marka işaretleri ile başvuru kapsamındaki dava konusu hizmetlerle redde mesnet markanın kapsamındaki hizmetler arasında bu anlamda bir benzerliğin bulunmadığı” gerekçesiyle reddedilmiş, söz konusu karar Yargıtay tarafından onanmıştır³⁸.

Kanaatimizce yukarıda paylaşılan marka görselleri değerlendirildiğinde çakışan hizmet sınıfla-

rı da içeren iki marka arasında ayırt edilmeyecek derecede benzerlik söz konusudur. Zira Yargıtay HGK’nın 05.10.2012 tarihli kararında “ayniyet” için koymuş olduğu “farklı renk veya büyüklükte olması, yazı karakteri ya da tipinin farklılaştırılması gibi değişiklikler de “aynı” olma durumunu etkilemez” kriteri somut olayda gerçekleşmiştir. Gerçekten de karşılaştırılan markaların yazı düzeni ve rengi farklı olmakla birlikte kanaatimizce bu durum markaların tüketici nezdinde ayrışması için yeterli değildir.

Örnek olarak inceleyeceğimiz son olayda ise davacı tarafından Mal ve Hizmet Sınıfları Tebliğinin 29, 30 ve 35. sınıflarında tescil edilmesi talebiyle aşağıda görseli bulunan işaret için başvuruda bulunulmuş, Türk Patent tarafından yapılan değerlendirmede “dia” ibareli tüm sınıflarda tescilli markalar gerekçe gösterilerek başvurunun SMK m.5/1-ç uyarınca reddine karar verilmiştir:

Başvuru Konusu Marka

dia

Redde Mesnet Marka

Dia

YİDK Kararının iptali için açılan davada ilk derece mahkemesince “Dia ibaresinin ortaklığı sebebiyle görsel, sescil ve anlamsal olarak iki işaretin ayırt edilemeyecek derecede benzer oldukları yönünde itiba doğmasının kaçınılmaz olduğu” gerekçesiyle davanın reddine karar verilmiş, istinaf aşamasında mal ve hizmet sınıflarında yapılan değişiklik sonucunda “Dia ibaresinin ortaklığı sebebiyle görsel, sescil ve anlamsal olarak iki işaretin ayırt edilemeyecek derecede benzer oldukları” gerekçesiyle davanın kısmen kabulüne hükmedilmiş, istinaf aşamasında ise karar Yargıtay 11. Hukuk Dairesi’nin 24/05/2022 tarihli ve E. 2021/190, K. 2022/3946 sayılı ilamında yer alan “her iki markada “DİA” ibaresi ortak ise de markalar farklı şekil unsurlarını barındırmaktadır. Somut olayda şekil unsurları bakımından markalar arasında farklılık bulunduğu” gerekçesi ile bozulmuştur.

Kanaatimizce, bozma kararında değinilen şekil unsuru markaların SMK m.5/1-ç kapsamında değerlendirmesine engel değildir. Zira karşılaştırılan mar-

³⁸ Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 30/11/2022, E. 2021/4471, K. 2022/8495 sayılı karar.

kaların mal ve hizmet sınıfları birbiriyle çakışmakta, ayrıca markalarda baskın ve esaslı unsur olarak “dia” ibaresi ön plana çıkmaktadır. Bu durumda yine ortalama tüketici nazarından bakıldığında ayırt edilmeyecek derecede benzerliğin varlığının kabul edilmesi gerekmektedir.

Netice olarak, başvurunun önceki marka ile ayniyeti SMK’da hem mutlak (m.5/1-ç) hem de bir nispi (m.6/-1) ret nedeni olarak düzenlenmiştir. Önceki marka ile aynı veya ayırt edilmeyecek kadar benzer başvurular bakımından Türk Patent’e verilen ret yetkisi, itiraz yolu da açık olan bir başvurunun kamu yararı gözetilerek daha erken bir aşamada engellenmesi işlevi görmektedir. Bu nedenle, mehz AB Tüzüğü’nde sadece itiraza konu olabilen “aynı marka” başvuruları için ülkemizde ikili bir koruma mekanizmasının öngörülmesi yerindedir³⁹. Zira bu yolla, hem bir yandan tescil sürecinde fark edilmeyen aynı markalar için hak sahiplerine itiraz imkânı tanınmış, hem de her nasılsa tescil edilmiş olan “aynı markalar” için hükümsüzlük davası açabilme imkânı teyit edilmiş olmaktadır. Ancak bu noktada Türk Patent’in ayniyet veya ayırt edilmeyecek kadar benzerlik kavramlarını geniş yorumlayarak, bu açıdan tartışmaya açık başvurular için de ret kararı vermemesi gerektiği hatırlatılmalıdır⁴⁰.

SONUÇ

Marka tescilinde mutlak ret nedenlerini düzenleyen SMK m.5 ile mehzı olan 2017/1001 sayılı AB Tüzüğü’nün aynı konuya ilişkin 7’nci maddesindeki ilgili düzenlemelerin amacı kamu yararını tesis etmektir. Düzenlemelerin ayrıldığı nokta ise, aynı veya ayırt edilmeyecek derecede benzerliğin SMK m.5’te bir mutlak ret nedeni olarak düzenlenmiş olmasıdır. Bununla birlikte “ayniyet” aynı zamanda SMK 6’da bir nispi ret nedeni olarak da varlığını korumaktadır. Tüzükte nispi ret nedenleri arasında düzenlenen “ayniyet”, SMK’da buna “ayırt edilmeyecek derecede benzerlik” kavramı da eklenmek suretiyle genişletilmiş ve mutlak ret nedenleri arasına girmiştir. Kanun koyucunun bu tercihi öğretici tarafından eleştirilmiş olsa da kanaatimizce bu düzenlemenin toplumun

tüketim alışkanlıkları, ortalama tüketici düzeyi ve serbest piyasa ekonomisine aşinalık gözetilerek, kamu yararını korumaya yöneliktir. Türk Patent’in başkasına ait marka ile aynı veya ayırt edilmeyecek kadar benzer başvuruları ret etme yetkisi, ayrıca, itiraz yolu da açık olan bir başvurunun kamu yararı gözetilerek daha erken bir aşamada engellenmesi işlevi görmektedir. Ayrıca, “kamu yararı” kavramının zihinlerdeki karşılığı zamana, topluma ve yere göre değişmektedir. Bu bakımdan, “ayniyet” her ne kadar AB hukukunda nispi ret nedenleri arasında düzenlenmiş olsa da ülkemizdeki ortalama tüketici davranışları dikkate alındığında, ayırt edilmeyecek kadar benzerlik kavramı ile birlikte SMK m.5’te bir mutlak ret nedeni olarak düzenlenmesinin uygun olduğu kanaatindeyiz.

³⁹ Karş. Çetin, Emre, Marka Hukukunda Nispi Red Nedenleri ve Hükümsüzlük Davaları (Seçkin 2023) 54.

⁴⁰ Bkz. Örneğin, Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 2.11.2022, 2021/3817, 2022/7679 (Çelikel (n.32) 44).

KAYNAKÇA

- Akıllıoğlu Tekin, 'Kamu Yararı Kavramı Üzerine Düşünceler', İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi (1988) 9(1-3) 11-22.
- Arkan Sabih, Marka Hukuku C I (Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları 1997).
- Bently Lionel vd., Intellectual Property Law (6. bası, Oxford Law Trove 2022).
- Bozer Ali, Göle Celal, Ticari İşletme Hukuku (8. bası, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü 2023).
- Bozgeyik Hayri, Marka Hakkının Korunması (Adalet 2024).
- Ceil, Chenoy, 'The Center Rationale for Trademark Protection is and Ought to be the Need of Bussiness to Protect than Brand Value Rather than the Public Interest' <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2288154> s.e.t. 7 Temmuz 2024.
- Çelikel Deniz, Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) Kararları Doğrultusunda SMK Yorumu (Seçkin 2024).
- Çetin Emre, Marka Hukukunda Nispi Red Nedenleri ve Hükümsüzlük Davaları (Seçkin 2023).
- Çolak Uğur, Türk Marka Hukuku (On İki Levha 2023).
- Eminoğlu Cafer, 'Marka Sahibinin Tekliği İlkesi ve Bu İlkenin Markanın Devri Bağlamında İncelenmesi, (Anayasa Mahkemesi'nin 556 Sayılı KHK'nın m.16/5 Hükümünü İptal Eden Kararı Bağlamında Bir Değerlendirme)', YBHD, Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi (2016) 2(1), 229-254.
- EUIPO, 'Trade Mark Guidelines 2020 Part B, Examination Section 4 Absolute grounds for refusal Chapter 7' (EUIPO 2020) <<https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/1803468/2000140000>> s.e.t. 7 Temmuz 2024.
- Günday Metin, İdare Hukuku (İmaj 2002).
- Gün Buket, Marka Hukukunda Birlikte Var Olma (On İki Levha 2019).
- Güneş İlhami, 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Işığında Uygulamalı Marka Hukuku (Adalet 2021).
- Hennesey William O., 'The Role of Trademarks in Economic Development and Competitiveness' <https://www.ipmall.info/sites/default/files/hosted_resources/Hennesey_Content/RoleofTrademarksinEconomicDevelopmentandCompetitiveness.pdf> s.e.t. 7 Temmuz 2024.
- Kaya Aslan, Marka Hukuku (Vedat 2024).
- Suluk Cahit vd., Fikri Mülkiyet Hukuku (Seçkin 2024).
- Oğuz Arzu vd., 'Yargıtay Kararları Işığında Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 5/1 (ç) maddesi Anlamında Ayırt Edilemeyecek Kadar Benzer İşaretler' Terazi Hukuk Dergisi (2018) 13(141), 39-50.
- Özsoy Özge, 'Yargı Kararları Işığında Kamu Düzenine ve Genel Ahlaka Aykırı Avrupa Birliği Markaları', Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, (2020) 11(43) 351-368.
- Paslı Ali, Marka Hukukunda Ürün Benzerliği (1. Baskı, Vedat 2018).
- Tekinalp Ünal, Fikri Mülkiyet Hukuku (Vedat 2012).
- Tombaloğlu Nermin, 'Anayasa Mahkemesi Kararlarında Kamu Yararı Kavramı' İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (2014) 5(1) 353-388.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, 'Marka İnceleme Kılavuzu' <<https://www.turkpatent.gov.tr/duyurular/marka-inceleme-kilavuzu-guncellendi-18082021>> s.e.t. 7 Temmuz 2024.
- Uzunallı Sevilay, Marka Hukuku (Adalet Yayınevi 2024).
- Uzunallı Sevilay, 'Marka Hukukunda Malların ve/veya Hizmetlerin Benzerliğinin Tespiti Sorunu', Prof. Dr. Hamdi Yasaman'a Armağan, s. 675-699 (1. Baskı, On İki Levha 2017).
- WIPO 'DL 302 An Advanced Course on Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications' <https://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning> s.e.t. 4 Mayıs 2024.
- Yasaman Hamdi vd., Sınai Mülkiyet Kanunu Şerhi (Seçkin Yayıncılık 2019).
- Yılmaz Alper Çağrı, Türk Marka Hukuku ve Avrupa Birliği Hukukunda Mutlak Tescil Engelleri (Pozitif Matbaacılık 2008).

Etik Beyanı: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan etmektedir. Aksi bir durumun tespiti halinde Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi (TFM) hiçbir sorumluluğu kabul etmemektedir. Sorumluluk, çalışmanın yazarlarına aittir.

Katkı Oranı Beyanı: Söz konusu çalışmanın hazırlanması ve yazımı aşamasında yazarların katkı oranı %50'dir.

Varsa Destek ve Teşekkür Beyanı: Yoktur.

Çatışma Beyanı: Yoktur.

Ethics Statement: *The authors declares that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, TFM does not have any responsibility and all responsibility belongs to the authors of the study.*

Contributions Statement: *Authors have contributed 50%-50% into preparing and writing this study.*

Statement for Support and Appreciation If Any: *None.*

Statement for Conflict of Interest: *None.*