

A complex network diagram with numerous nodes and connecting lines, rendered in shades of gray. Several nodes are highlighted in vibrant colors: teal, yellow, red, and dark blue. The network is dense and interconnected, with some nodes having larger radii than others.

**Esin
Attorney
Partnership.**

IP Quarterly Newsletter

Issue 2 | July 2023

Contents / İçindekiler

01 The parody exception in trademark law — should we laugh or should we be offended?	3	01 Marka Hukukunda Parodi İstisnası - Gülmeli Miyiz Yoksa Alınmalı Mıyız?	7
02 “Suruç Narı” is now protected in the EU as a geographical indication	11	02 “Suruç Narı” Avrupa Birliği’nde Tescilli Coğrafi İşaret Olarak Koruma Altına Alındı	12
03 European Commission published its 2023 Report on the Protection and Enforcement of Intellectual Property Rights in Third Countries	13	03 Avrupa Komisyonu Üçüncü Ülkelerde Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması ve İcrasına İlişkin 2023 Yılı Raporunu Yayımladı	15
04 Game-changing decision from Istanbul 3rd Civil Court For Intellectual And Industrial Property Rights on party representation in internet infringements	17	04 İstanbul 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinden internet ortamında gerçekleşen ihlaller yönünden taraf teşkiline ilişkin çığır açan karar	19
05 Significant changes made in patent and trademark attorney examination	21	05 Patent ve Marka Vekilliği Sınavında Önemli Değişiklikler Yapıldı	22
06 Communiqué Amending the Internet Domain Names Communiqué has been published	23	06 İnternet Alan Adları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ Yayınlandı	23
Key Contacts	24	Önemli İletişim Bilgileri	24

01 The parody exception in trademark law — should we laugh or should we be offended?

The area of intellectual and industrial property faces a sensitive balance between protecting the property rights of trademark owners and ensuring freedom of expression for producers, artists, and creators. Trademark law aims to protect the distinctive character of a trademark, to prevent the likelihood of confusion between trademarks, and to protect the goodwill of trademark owners. Traditionally, unauthorized use of a trademark is considered a violation of trademark rights. As a form of artistic expression that humorously imitates or satirizes well-known trademarks, parody has long been a question in trademark law.

However, in some jurisdictions, parody expressions regarding the use of existing trademarks are considered an exception. The parody exception provides an exception to the trademark infringement rule by allowing the use of trademarks for satirical or comedic purposes. Freedom of expression constitutes the basis for the protection of parody in various jurisdictions around the world. In this article, the place of parody exception in trademark law will be evaluated by considering various decisions from the United States of America (USA) and the European Union (EU); the current situation in Turkish law will also be addressed.

I. What is parody? Under which legal regulations does the parody exception apply in the USA and EU?

Parody is the imitation of a work created by someone else or a trademark owned by someone else through modification or adaptation with certain creativity. Since the products or services that are used in a parody attract the attention of consumers, it is often preferred.

In the USA, parody is interpreted within the doctrines of freedom of expression and fair use, and it is accepted that the use for this purpose

does not qualify as trademark infringement. When a trademark parody dispute occurs in the USA, the rules from the Copyright Law of the United States regarding the protection of intellectual and artistic works are applied by analogy under the “fair use” doctrine. Additionally, The Lanham Act (the USA Federal Trademark Law) also incorporates the doctrine of freedom of expression in dispute resolution. Accordingly, for parody uses to be evaluated under the fair use doctrine, they must not create a likelihood of confusion and must not harm the distinctive character of the original trademark (the function of indicating the origin). Also, article 1125 of The Federal Trademark Dilution Act states that parody uses shall not be interpreted as dilution of the trademark. In addition to the regulations, based on the case law that has developed over the years, according to each concrete case, the USA courts establish a balance between the rights of the trademark owner, freedom of expression, and fair use.

In the EU, the European Union Trade Mark Regulation (EUTMR) numbered 2017/1001 and the European Union Trade Mark Directive (EUTMD) numbered 2015/2436 address the protection of trademarks. Although neither of the regulations includes an article regarding the freedom of expression, the preambles of both of the regulations mention that “the use of a trademark by third parties within the scope of artistic expression” should be considered a justified use.

On the other hand, in Türkiye there is no regulation regarding the parody exception for trademarks. Additionally, Turkish courts have not yet published a precedent regarding the parody exception. However, the term “parody” is indirectly mentioned in a few Turkish court decisions. These decisions are briefly mentioned in the fifth (V) title of the article. Although the decisions do not provide detailed evaluations, unlike the EU and the USA, Turkish courts seem to not

apply the parody exception as long as the use does not cause a “commercial effect.”

II. The principle of the parody exception in the jurisdictions where it is applied

Well-known trademarks are open to being the subject of parody because of the impact they have on consumers. The rapidly evolving culture of social media and communication has led to the emergence of parodies, especially of well-known brands, as a form of humor.

Benefiting from the parody exception of use within the scope of trademark law can be considered as a justified use within the freedom of expression in various jurisdictions, even if it does not have a commercial effect. For a parody to be considered a justified use, it is generally required that the relevant consumers perceive it as a parody. It should be noted that the purpose of a trademark parody should not be to humiliate the trademark or try to damage the owner. Therefore, even if a phrase created as a parody has elements of humor and sarcasm, a violation of the trademark right may occur. Undoubtedly, all of these concepts are very abstract and open to interpretation. It may not be clear when the use of parody exceeds the limit of justified use and when it falls within this limit. At this juncture, the extent to which the principle of freedom of expression is interpreted broadly in the relevant jurisdictions is important and ultimately determinative.

Accordingly, in the EU and the US, a balance is established between the principle of freedom of expression, the likelihood of confusion, and the indication of the origin of the trademark, and a decision is made according to certain criteria. Similar criteria are considered in both jurisdictions and decisions are given according to the facts of the concrete case. In the following titles of the article, the conditions for the validity of the parody exception in the USA and EU are examined.

III. The parody exception in USA's trademark law

In USA, parody uses are protected under The USA Federal Trademark Act under the principles of freedom of expression and associated fair use. The various decisions on the parody exception in the USA are as follows:

- **Supreme Court of the United States Stop the Olympic Prison v. US Olympic Committee decision:** The slogan "Stop the Olympic Prison" was used as a reaction to the fact that the Olympics held in New York could only be watched by a certain group of people, and a composition was created by placing bars over the Olympic symbol, the five colored rings, which is a registered trademark. A lawsuit was filed against this use claiming trademark infringement. The court decided that there was no violation, as this work would be protected within the scope of freedom of expression, which is a fundamental human right, and the absence of likelihood of confusion between trademarks would support this decision. This decision shows that, although there was a parody of a registered trademark that resembled the original trademark and even though the use of the parody had a commercial effect, the absence of a likelihood of confusion can enable parody uses to be evaluated within the framework of freedom of expression.
- **Supreme Court of the United States Toy decision:** In a video game created by a game company, the voices of the toys of a world-famous toy brand were changed to make them say unexpected things. The toy company then filed a lawsuit for trademark infringement. However, the court decided that the use of parody did not damage the reputation of the trademark owner and would be protected within the scope of freedom of expression. As can be seen from this decision, the US courts interpret the possibility of damage to the reputation of the trademark narrowly and give greater weight to the freedom of expression arising from parody uses.
- **Supreme Court of the United States Homel Foods Corp. v. Jim Henson Productions, Inc. decision:** The case is about whether the parody character "Spa'am" produced by Jim Henson Productions violated Home Foods' trademark rights on well-known "SPAM" products. Spa'am is the fearsome king character of the piggy island from the Muppet movie, sarcastically referring to

the canned pork product SPAM. Stating that parody use would not result in the dilution of the SPAM trademarks and would be protected under the freedom of expression and fair use exceptions, the court decided that there was no trademark infringement. As it can be understood from this decision, US courts interpret the risk of trademark dilution narrowly and focus more on freedom of expression stemming from parody uses.

The cases mentioned illustrate examples where courts have recognized and protected parodies under the fair use exception in trademark law. On the other hand, in accordance with USA trademark law, if the changes made by the parody on the original trademark are not distinctive enough, they are made to damage the reputation of the trademark by its competitors or they harm the indication of origin of the trademark, then there may be a trademark infringement. Additionally, if the use of parody is not understood to be made for humor, the case cannot be evaluated within the scope of the fair use exception. These principles are outlined in various court decisions.

- **Supreme Court of the United States Clothing Brand decision:** In this case, a student, to criticize the products of a well-known trademark worn by his friends, created a trademark by replacing the phrase of this trademark with a humorous expression and reversed the shape element of the original trademark in a way that creates a likelihood of confusion. The court stated that even though this trademark was produced as a parody, it intends to damage the reputation of a well-known trademark and that there was a likelihood of confusion between the marks because they were used for products in the same class and that the marks were visually highly similar. In this case, the right protected by the court was the reputation of the trademark and the indication of origin of the trademark, because the parody use aimed to damage it.
- **Supreme Court of the United States Public Order decision:** In the concrete case, an advertising slogan of a famous fast-moving consumer goods manufacturer was used as a parody by associating it with a banned drug. The court concluded that a trademark infringement had been caused by the association with an illegal product and the use of an exact copy of the original trademark's font. According to the decision, the connection established between the trademark and this inappropriate discourse would damage the reputation of the trademark since

the expressions are against public order. This in return, would damage the reputation of the trademark. In this case, the court favored the reputation of the trademark.

As a form of expression protected by court decisions in the United States, the parody exception allows individuals and businesses to use trademark elements in a humorous or satirical manner as long as they do not create confusion or dilute the original brand or damage its reputation. These decisions emphasize the importance of freedom of expression and strike a balance between protecting trademark rights and allowing creative commentary and criticism.

IV. The parody exception in EU's trademark law

In the EU, parody uses are also considered to be justified to a certain extent and are protected under freedom of expression. The various decisions on the parody exception in the EU are as follows.

- **European Union Court of Justice (CJEU) Deckmyn v. Vandersteen decision:** This is the first decision of the CJEU in which the parody exception has been addressed. Although the decision relates to the evaluation of the parody exception in terms of copyright, the rules mentioned in the decision have guided the subsequent decisions since it was the first such decision in the EU. The nationalist political party Vlaams Belang distributed 2000 calendars to the residents of Ghent, inspired by the caricature of the main character on the cover of the 1961 comic strip "De Wilde Weldoener'in" (The Wild Philanthropist) by the publisher Spike and Suzy. On the calendar, the original character Lambic has been replaced by the Mayor of Ghent. It was implied that people of different races unfairly take advantage of the rights of taxpayers in the city of Ghent. CJEU pointed out two criteria for parody while stating that the meaning of parody should be evaluated as we use it in everyday language. The first criterion is that the parody use should be understandably different from the original, and the second is that it should contain elements of humor and criticism. CJEU stated that parodies without humorous characters will be excluded from the scope of this exception. At the same time, it held that this parody use does not fall within the scope of the exception, citing the need to strike a just balance between freedom of expression and the rights of the author of the work being exploited.

- **European Union Intellectual Property Office (EUIPO) Humorous Message decision:** This case examined the original trademark owner's opposition to a trademark application filed by imitating the logo of a well-known clothing brand. EUIPO decided that this use causes the likelihood of confusion with the original trademark, as it intends to take advantage of the reputation for the sole purpose of making sales, without any parody messages, with a weak element of humor or criticism. While striking a balance between the likelihood of confusion and parody use, EUIPO evaluated that the likelihood of confusion that consumers would suffer outweighed the parody use exception. Therefore, the court emphasized that parody uses should intend to convey a certain level of the humorous message.
- **Cour Suprême Française's (French Supreme Court) Esso Française SA v. Association Greenpeace France decision:** Greenpeace France parodied "stop Esso, stop E\$\$O and E££O" to protest Esso's failure to take the necessary cautions against global warming according to the Kyoto Protocol. The court ruled that there was no trademark infringement since these uses were made within the scope of freedom of expression to convey a certain message.
- **Bundesgerichtshof (German Federal Supreme Court) Unfair Advantage decision:** In this decision, due to t-shirts designed by an artist imitating the logo of a well-known clothing brand, the owner of the original trademark filed a trademark infringement action, claiming that there was a holistic similarity between the trademarks in terms of a general impression. The artist produced prints in similar colors and fonts by replacing the animal figure of a wild cat in the well-known trademark with a poodle dog. The defendant claimed that this trademark is a parody use and should be protected under the freedom of expression. The court stated that there was a likelihood of confusion despite the differences between the two trademarks and that an unfair advantage is derived from the reputation of the original trademark in the sector. Additionally, The court held that there is a balanced distinction between the rights of the well-known trademark owner and the freedom of expression and that one's freedom of expression could not protect a similar trademark in clear violation of the trademark owner's rights.

These decisions show how courts interpret and apply the parody exception in EU jurisdictions. They highlight the importance of

balancing the protection of trademark rights with freedom of expression and creativity.

Courts in both the US and EU recognize that parody serves as a form of social commentary and criticism, and allow the use of trademarks in a humorous or satirical manner. However, for a parody to qualify for protection, the consumer must convey a different message from the original trademark in a way that eliminates the likelihood of confusion. Accordingly, parody is considered a valid defense against trademark violation only if it is distinguishable, does not cause a likelihood of confusion and does not unfairly damage the distinctive character or reputation of the original trademark.

V. Approach to parody exception in trademark law in Türkiye

Freedom of expression is protected in Türkiye under Article 26 of the Constitution of the Republic of Türkiye. A parody to be protected within the scope of freedom of expression must also be of a nature that does not harm intellectual and industrial rights, and it is up to the courts to examine this balance on a case-by-case basis. Turkish law has not yet issued a decision addressing parody uses at the same level as in the US or the EU. However, some court decisions have indirectly mentioned the effects of parody uses.

- **The decision of the 11th Civil Chamber of the Supreme Court numbered E. 2013/11793, K. 2014/16523:** A lawsuit was filed for copyright infringement against a television program called "Ha Babam De Babam," which featured parody versions of the clothes and characters in the TV series "Kurtlar Vadisi." In the decision rendered on this matter, the court stated:

Law No. 5648 does not include parody among the exceptions to copyright, therefore it is not possible to impose restrictions on the rights protected by the law through regulation, even if it is assumed for a moment that there is parody exception, the use subject to the lawsuit not only incorporates the characters but also the quotations taken directly from the series, as well as the music, costumes, decor, dialogues, and concept of the series, and there is parasitic exploitation of the reputation and commercial success of the plaintiff's series.

The court stated that neither the Law on Intellectual and Artistic Works nor the Industrial Property Law explicitly include an

exception for parody. Therefore, the court made a narrow interpretation and prioritized the intellectual rights of the author. Although this decision is not related to trademark infringement, it shows the first approach of Turkish courts to the developing issue of parody exception in terms of copyrights.

- **Istanbul Commercial Court of First Instance "4 Çeker Çok Yakar" decision:** Avea parodied Turkcell's "4 Çeker" slogan in an advertisement. Turkcell filed a lawsuit against these uses, alleging unfair competition. The court ruled that these uses constituted unfair competition and ordered Avea to stop its advertisement. This decision shows that Turkish courts have recognized that the commercial effect of parody uses, which are frequently used by companies operating in the same sector, may lead to unfair competition. Although the court did not assess in terms of intellectual property law, it is understood that even if such commercial uses are parodies, this does not provide an exception for unfair use.
- **The Decision of the Istanbul 2nd Civil Court of Intellectual and Industrial Rights numbered E. 2018/307 K. 2020/149:** In this decision, an assessment was made as to whether a phrase shared on a website where consumers share their complaints is a parody use. The Court stated:

There should be a balance between the rights of the trademark owner and those who want to use the trademark for criticism, parody, and news purposes. This balance will be achieved by ensuring that the trademark is used only for criticism without any commercial benefit or damage to the trademark's reputation or its function of indication of origin... When all these issues are evaluated together; It has been concluded that the defendant's uses on the website are not of a nature that can create a "commercial effect", do not offer an alternative to the trademark, and do not have an activity related to the goods/services within the scope of the trademark. Therefore, the use of the trademark to express complaints is within the limits of freedom of expression. It is decided that there is no trademark infringement.

This approach of the court shows that parody uses that do not create a commercial effect do not constitute infringement, and thus, a parody use that indirectly creates a commercial effect cannot be considered within the scope of the exception.

Although Turkish courts and legislation have not yet fully addressed parody uses the above decisions may provide some guidance on how to approach this issue. In Türkiye, a different approach from the US and the EU is taken when there is a use that has a commercial effect. Accordingly, in Türkiye, the commercial effect, i.e., the commercial benefits to be obtained through the use of parody, affects whether these uses will be considered an exception or not. Therefore, even if a use is seen as a parody, it may be decided that it is not an exception since the commercial effect created by this use may harm the original trademark. As a commercial effect of the infringing use is a prerequisite for trademark infringement, it can be said that the parody exception does not apply to trademark infringement in Türkiye.

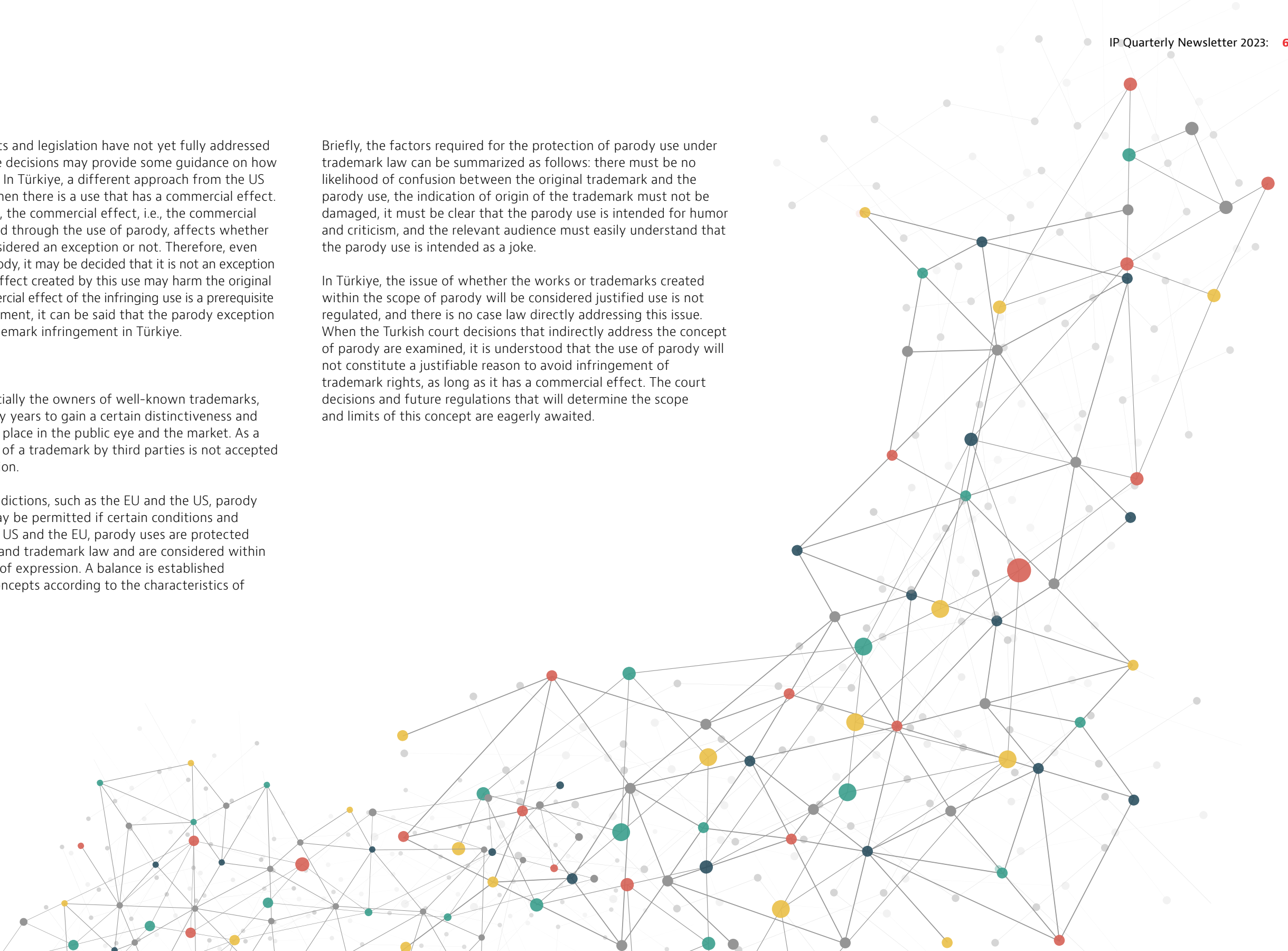
VI. Evaluation

Trademarks, and especially the owners of well-known trademarks, invest heavily for many years to gain a certain distinctiveness and reputation to obtain a place in the public eye and the market. As a rule, unauthorized use of a trademark by third parties is not accepted in almost any jurisdiction.

However, in some jurisdictions, such as the EU and the US, parody uses of trademarks may be permitted if certain conditions and criteria are met. In the US and the EU, parody uses are protected both under copyright and trademark law and are considered within the scope of freedom of expression. A balance is established between these two concepts according to the characteristics of the concrete case.

Briefly, the factors required for the protection of parody use under trademark law can be summarized as follows: there must be no likelihood of confusion between the original trademark and the parody use, the indication of origin of the trademark must not be damaged, it must be clear that the parody use is intended for humor and criticism, and the relevant audience must easily understand that the parody use is intended as a joke.

In Türkiye, the issue of whether the works or trademarks created within the scope of parody will be considered justified use is not regulated, and there is no case law directly addressing this issue. When the Turkish court decisions that indirectly address the concept of parody are examined, it is understood that the use of parody will not constitute a justifiable reason to avoid infringement of trademark rights, as long as it has a commercial effect. The court decisions and future regulations that will determine the scope and limits of this concept are eagerly awaited.



01 Marka Hukukunda Parodi İstisnası - Gülmeli Miyiz Yoksa Alınmalı Mıyız?

Fikri ve sınai mülkiyet alanı, marka sahiplerinin mülkiyet haklarını korumak ile üreticiler, sanatçılar ve yaratıcıların ifade özgürlüğünü sağlamak arasında hassas bir denge ile karşı karşıyadır. Marka hukuku, markaların ayırt edici niteliğini korumayı, tüketicilerin markaları birbirine karıştırılmasını önlemeyi ve marka sahiplerinin iyi niyetini korumayı amaçlamaktadır. Geleneksel olarak, bir markanın izinsiz kullanımı marka hakkının ihlali olarak kabul edilir. Tanınmış markaları mizahi bir şekilde taklit eden veya hicveden bir sanatsal ifade biçimi olan parodi kullanımlarının akıbeti marka hukukunda uzun zamandır bir soru işareti yaratmaktadır. Ancak bazı hukuk düzenlerinde, mevcut markaların kullanımına dayanan parodi ifadeler bir muafiyet olarak kabul edilmektedir.

Parodi muafiyeti, markaların hiciv veya komedi amaçlı kullanımına izin vererek marka hakkının ihlali kuralına bir istisna sunar. Markaların parodi çerçevesindeki kullanımlarının dünyanın çeşitli yargı yerlerinde aktif olarak korunmasının temelini ifade özgürlüğü oluşturmaktadır. Bu yazımızda marka hukukunda parodi istisnasının yeri, Amerika Birleşik Devletleri ("ABD") ve Avrupa Birliği ("AB") açısından çeşitli yargı kararları dikkate alınarak incelenecektir ve Türk hukukundaki mevcut duruma değinilecektir.

I. Parodi nedir? Parodi istisnası ABD ve AB'de hangi hukuki düzenlemeler altında uygulanmaktadır?

Parodi aslında bir başkası tarafından ortaya çıkartılan bir eserin veya bir başkasının sahip olduğu markanın değiştirilerek veya uyarlanarak belli bir yaratıcılık katılması suretiyle taklit edilmesidir. Parodi kullanılan ürün ya da hizmetler, tüketicilerin dikkatini çokça çektiği için, parodi kullanımları sıklıkla tercih edilmektedir.

ABD'de parodi kullanımlar ifade özgürlüğü ve adil kullanım doktrinleri altında yorumlanmakta ve bu amaçla ortaya çıkan kullanımların marka hakkına tecavüze yol açmayacağı kabul edilmektedir. ABD'de parodi marka uyuşmazlığı ortaya çıktığı zaman, fikir ve sanat eserlerinin telif hakları kapsamında korunması için getirilen The Copyright Law of the United States (ABD Federal Telif Yasası) kuralları "adil kullanım" doktrini altında kıyasen uygulanmaktadır. The Lanham Act (ABD Federal Marka Yasası) ile de uyuşmazlıkların çözümünde ifade özgürlüğü doktrini yer bulmaktadır. Buna göre, parodi kullanımların adil kullanım doktrini altında değerlendirilebilmesi için karıştırılma ihtimali yaratılmaması ve orijinal markanın ayırt edici gücüne (kaynak gösterme fonksiyonuna) zarar verilmemesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra The Federal Trademark Dilution Act'in (ABD Federal Marka Sulandırılması Yasası) 1125. maddesinde parodi kullanımların markanın sulandırılması olarak yorumlanmayacağı belirtilmektedir. Bu düzenlemelerin yanı sıra ABD mahkemeleri, yıllar içinde gelişen içtihatları vesilesiyle, her somut olaya göre, marka sahibinin hakları ile ifade özgürlüğü ve adil kullanım arasında bir denge kurmaktadır.

AB'de ise 2017/1001 sayılı European Union Trade Mark Regulation (Avrupa Birliği Marka Tüzüğü - EUTMR) ile 2015/2436 sayılı European Union Trade Mark Directive (Avrupa Birliği Marka Direktifi - EUTMD) markaların hukuki koruması konularını ele almaktadır. Her iki düzenlemede de açıkça ifade özgürlüğünü konu alan bir madde olmamakla beraber her iki düzenlemenin de gerekçesinde "üçüncü kişilerin bir markayı sanatsal ifade kapsamında" kullanmasının haklı kullanım sayılması gerektiği ve bu kullanımların dürüst şekillerde gerçekleştirildiği müddetçe ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirileceğinden bahsedilmektedir.

Türkiye'de ise parodi markalar hakkında çıkartılmış veya buna değinen bir kanuni düzenleme mevcut değildir. Henüz Türk mahkemeleri

tarafından parodi istisnasını inceleyen emsal kararlar da yayınlanmamıştır. Ancak zaman zaman Türk mahkemesi kararlarında dolaylı olarak parodi kavramına atıf yapıldığına denk gelinmektedir. Yazımızın beşinci (V) başlığında bu kararlara kısaca yer verilmektedir. Bu kararlarda detaylı değerlendirmeler yer almasa da, AB ve ABD'den farklı olarak, parodi kullanımları "ticari etki" yarattığı müddetçe, Türk mahkemelerinin parodi istisnası uygulama eğiliminde olmadığı öngörülmektedir.

II. Parodi istisnası uygulanan hukuk düzenlerinde bu uygulamaya temel teşkil eden prensip

Tanınmış markaların tüketici kitleleri üzerinde yarattığı etki nedeniyle parodiye konu olmalarının önü açıktır. Oldukça hızlı bir şekilde gelişen sosyal medya ve iletişim kültürü sayesinde özellikle tanınmış markaların güldürü niteliğinde parodi kullanımlarının ortaya çıktığı görülmektedir.

Marka hukuku kapsamında bir kullanımın parodi istisnası korumasından faydalanması çeşitli hukuk düzenlerinde, bu kullanım ticari etki doğursa dahi, ifade özgürlüğü çerçevesinde haklı kullanım olarak değerlendirilebilmektedir. Bir parodi kullanımının haklı kullanım olarak değerlendirilmesi için, parodi istisnası uygulayan hukuk düzenlerinde genellikle ilgili kesimin bunu parodi olarak algılaması şartı aranmaktadır. Önemle belirtmek gerekir ki bir markanın parodisinin amacı markayı kötülemek veya aşağılamak olmamalı veya marka sahibinin imajını zedelemeye çalışmamalıdır. Bu noktada parodi biçiminde üretilen bir ibare güldürü ve iğneleme unsurlarını sağlasa bile, marka hakkının ihlali ortaya çıkabilecektir. Elbette bu kavramların hepsi çok soyut ve yoruma açık kavramlardır. Bir parodi kullanımının ne zaman haklı kullanım sınırını aştığı, ne zaman bu sınır dahilinde kaldığı çok net bir şekilde ortaya koyulmayabilmektedir.

Bu noktada, ilgili hukuk düzenlerinde ifade özgürlüğü prensibinin ne derece geniş yorumlandığı önem teşkil etmekte ve sonucu belirleyici nitelikte olmaktadır. Buna göre AB ve ABD’de ifade özgürlüğü prensibi ile markaların karıştırılma ihtimali ve markanın kaynak gösterme fonksiyonu arasında bir denge kurularak belirli kriterlere göre karar verilmektedir. Her iki hukuk düzeninde de benzer kriterler dikkate alınmakta ve somut olayın unsurlarına göre karar verilmektedir. Yazının devamında ABD ve AB’de parodi istisnasının geçerliliği için aranan şartlara değinilmektedir.

III. ABD’de marka hukukunda parodi istisnası

ABD’de parodi kullanımlar ifade özgürlüğü ve bununla bağlantılı adil kullanım prensipleri çerçevesinde korunmaktadır. ABD’de parodi istisnası hakkında verilen çeşitli kararlar aşağıdaki gibidir.

- **Supreme Court of the United States’in (ABD Yüksek Mahkemesi) Stop the Olympic Prison v. US Olympic Committee kararı:** New York’ta düzenlenen olimpiyatların yalnızca belli bir kesim tarafından izlenmesine bir tepki olarak “Stop the olympic prison” (Olimpiyat hapisanesini durdurun) başlıklı slogan ile Olimpiyat sembolü olan ve tescilli bir marka olan renkli beş halka sembolünün üzerine parmaklıklar yerleştirilerek bir kompozisyon oluşturulmuştur. Bu kullanıma karşı marka tecavüzü iddiasıyla dava açılmıştır. Verilen kararda bu çalışmanın temel bir insan hakkı olan ifade özgürlüğü kapsamında korunacağı, markalar arasında karıştırılma ihtimalinin olmamasının da bu sonucu destekleyeceği gerekçeleriyle ihlal olmadığına hükmedilmiştir. Bu karardan da anlaşılacağı üzere, her ne kadar tescilli bir markanın aynısı orijinalini hatırlatacak biçimde kullanılsa ve parodi kullanımı ticari etki doğuracak nitelikte olsa da, karıştırılma ihtimalinin yokluğu parodi kullanımların ifade özgürlüğü çerçevesinde değerlendirilmesini sağlamıştır.
- **ABD Yüksek Mahkemesi’nin Oyuncak kararı:** Bir oyun şirketinin yarattığı video oyununda dünyaca ünlü bir oyuncak markasının oyuncaklarının sesleri değiştirilerek beklenmedik şeyler söylemesi sağlanmıştır. Bunun üzerine oyuncak markasının sahibi marka hakkının ihlali gerekçesiyle dava açmıştır. Fakat mahkeme bu parodi kullanımın, marka sahibinin itibarını zedelediğine ve ifade özgürlüğü çerçevesinde korunacağına karar vermiştir. Bu karardan da anlaşılacağı üzere, ABD mahkemeleri markanın itibarının zedelenmesi ihtimalini dar yorumlamakta ve parodi kullanımlardan kaynaklı ifade özgürlüğüne ağırlık vermektedir.

- **ABD Yüksek Mahkemesi’nin Homel Foods Corp. v. Jim Henson Productions, Inc. kararı:** Dava, Jim Henson Productions’ın ürettiği “Spa’am” isimli parodi karakterin, Home Foods’un tanınmış “SPAM” markalı ürünleri üzerindeki marka haklarını ihlal edip etmediği üzerinedir. Spa’am, SPAM marka kapalı kutu domuz eti ürününe alaylı bir yaklaşımla atıf yapan, Muppet filmindeki domuzcuk adasının korkutucu kral karakteridir. Mahkeme, parodi kullanımların SPAM markasının sulandırılması sonucunu yaratmayacağı ve ifade özgürlüğü ve adil kullanım istisnası altında korunacağını belirterek marka haklarının ihlali bulunmadığına hükmetmiştir. Bu karardan da anlaşılacağı üzere, ABD mahkemeleri markanın sulandırılması riskini dar yorumlamakta ve parodi kullanımlardan kaynaklı ifade özgürlüğüne ağırlık vermektedir.

Bu davalar, mahkemelerin marka hukukundaki adil kullanım istisnası kapsamında parodileri tanıdığı ve koruduğu örnekleri göstermektedir. Öte yandan, ABD marka hukuku uyarınca, parodi maksatlı kullanımın orijinal marka üzerinde yaptığı değişiklikler yeterince ayırt edici değilse, markanın rakipleri tarafından itibarını zedelemek amacıyla yapılmışsa ve karıştırılma ihtimalinin ana unsuru olan köken gösterme fonksiyonuna zarar veremekteyse bir ihlalden söz edilebilir. Bütün bu durumların yanı sıra başka bir koşul olarak parodi kullanımının güldürü amacıyla yapıldığının anlaşılması ya da güldürü amacı taşıması da adil kullanım istisnasını kapsamını aşan hallerdir. Bu prensipler çeşitli mahkeme kararlarında ortaya konmaktadır.

- **ABD Yüksek Mahkemesi’nin Giyim Markası kararı:** Bu karara konu olayda, bir öğrenci, arkadaşlarının giydiği tanınmış bir markanın kıyafet ürünlerini eleştirmek amacıyla bu markanın ibaresini karıştırılma ihtimali yaratacak şekilde ofansif güldürü unsurlu bir ibare ile değiştirerek ve orijinal markanın şekil unsurunu ters çevirerek yeni bir marka yaratmıştır. Mahkeme parodi amaçlı olarak üretilen bu markanın tanınmış bir markanın itibarını zedeleme amacı taşıdığı, aynı sınıftaki ürünler için kullanıldığı ve markanın görsel olarak orijinal marka ile yüksek derecede benzerlik gösterdiği gerekçeleriyle işaretler arasında karıştırılma ihtimali bulunduğu hükmetmiştir. Bu olayda mahkemenin asıl koruduğu hak markanın itibarı ve kaynak gösterme fonksiyonu olmuştur çünkü oluşturulan parodi kullanım buna zarar verme amacı taşımaktadır.
- **ABD Yüksek Mahkemesi’nin Kamu Düzeni kararı:** Karara konu olayda ünlü bir hızlı tüketim malları üreticisinin içecek ürününe ilişkin bir reklam sloganı yasaklı bir uyuşturucu ile ilişkilendirilerek parodi

olarak kullanılmıştır. Mahkeme, yasa dışı bir ürünle bağlantı kurulduğunu ve orijinal marka sahibinin yazı tipinin birebir aynısının kullanıldığını belirterek, marka ihlalinin olduğu sonucuna varmıştır. Karara göre, markanın tanınırlık karakterinden yararlanılarak kamu düzenine aykırı ifadeler kullanılması sonucu, marka ve bu uygunsuz söylem arasında kurulacak bağlantı markanın itibarına zarar verecektir. Bu ihtilafta mahkeme, markanın itibarını üstün tutmaktadır.

ABD’de mahkeme kararlarının çizdiği çerçevede korunan bir ifade biçimi olarak parodi istisnası, karıştırılma ihtimali yaratmadığı veya orijinal markayı sulandırmadığı veya itibarına zarar vermediği sürece, bireylerin ve işletmelerin markalı unsurları mizahi veya hicivli bir şekilde kullanmalarına izin vermektedir. Bu kararlar ifade özgürlüğünün önemini vurgulamakta ve marka haklarının korunması ile yaratıcı yorum ve eleştiriye izin verilmesi gerekliliği arasında bir denge kurmaktadır.

IV. AB’de marka hukukunda parodi istisnası

AB’de de parodi kullanımlar belli bir dereceye kadar haklı kullanım sayılmakta ve ifade özgürlüğü kapsamında korunmaktadır. AB’de parodi istisnası hakkında verilen çeşitli kararlar aşağıdaki gibidir.

- **European Union Court of Justice’in (Avrupa Birliği Adalet Divanı - ABAD) Deckmyn v. Vandersteen kararı:** Bu karar ABAD’ın parodi istisnasını ele aldığı ilk karardır. Karar her ne kadar parodi istisnasının telif hakkı yönünden değerlendirilmesine ilişkin olsa da, AB’de bu konuda verilen ilk karar olması neticesinde kararda sözü geçen kurallar parodi istisnasının yorumlanmasında sonraki kararlara yol gösterici olmuştur. Milliyetçi siyasi parti Vlaams Belang, Spike ve Suzy isimli yayımcıların 1961 tarihli “De Wilde Weldoener’in” (Vahşi Hayırsever) isimli çizgi roman kapağında yer alan ana karakterin karikatüründen esinlenerek Gent şehri sakinlerine 2000 adet takvim dağıtmıştır. Takvimde orijinal karakter Lambic’in yerini Gent Belediye Başkanı almıştır. Dağıtılan takvimlerde, farklı ırklardan insanların Gent şehrinde vergi veren vatandaşların haklarından haksız bir şekilde yararlandığı ima edilmektedir. ABAD parodinin anlamının günlük dilde de kullandığımız şekilde değerlendirilmesi gerektiğini belirterek iki kriter öne sürmüştür. İlk kriter parodi kullanımın orijinalinden anlaşılabilir şekilde farklı olması, ikinci kriter ise mizah ve eleştiri öğeleri içermesidir. ABAD mizahi özelliği olmayan parodilerin bu istisnanın kapsamı dışında tutulacağına değinmiştir. Aynı zamanda ifade özgürlüğü ve yararlanılan eserin sahibinin hakları arasında adil bir denge kurulması gerektiğine değinerek bu parodi kullanımın istisna kapsamında değerlendirilmeyeceğine karar vermiştir.

- **European Intellectual Property Office'in (Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi - EUIPO) Mizahi Mesaj kararı:** Bu davada, tanınmış bir giyim markasının logosu taklit edilerek yapılan marka başvurusuna karşı orijinal marka sahibinin itirazı incelenmiştir. EUIPO bu kullanımın herhangi bir parodi mesaj içermeden, mizah veya eleştiri unsuru zayıf bir şekilde, yalnızca satış yapabilmek adına, orijinal markanın tanınmışlığından yararlanmayı amaçlaması nedeniyle, orijinal marka ile karıştırılma ihtimali yarattığına hükmetmiştir. EUIPO, karıştırılma ihtimali ile parodi kullanım arasındaki dengeyi kurarken, tüketicilerin uğrayacağı karıştırılma ihtimalinin parodi kullanım istisnasını geride bırakacağını değerlendirmiştir. Mahkeme parodi kullanımların belirli seviyede bir mizahi mesajı aktarmaya yönelik olması gerektiğinin üzerinde durarak marka hakkı ve parodi kullanımlar arasında denge kurmuştur.
- **Cour Suprême Française'in (Fransız Yüksek Mahkemesi) Esso Française SA v. Association Greenpeace France Kararı:** Greenpeace France, Esso'nun Kyoto Protokolü kapsamında küresel ısınmaya karşı gerekli önlemleri almadığını protesto etmek amacıyla "stop Esso, stop E\$\$O and E££O" şeklinde parodi kullanımlarda bulunmuştur. Mahkeme bu kullanımların Greenpeace'in belirli bir mesajı vermek amacıyla ifade özgürlüğü kapsamında gerçekleştirdiği gerekçesiyle itibar zedeleyici bir durum ya da marka ihlali bulunmadığına hükmetmiştir.
- **Bundesgerichtshof'un (Alman Federal Yüksek Mahkemesi) Haksız Yarar kararı:** Bir sanatçının tanınmış bir giyim markasının logosunu taklit ederek tasarladığı tişörtler nedeniyle orijinal marka sahibi genel izlenim itibarıyla markalar arasında bütünsel benzerlik olduğu iddiasında bulunarak marka ihlali davası açmıştır. Sanatçı, tanınmış markada yer alan vahşi bir kedi türüne ait hayvan figürünü poodle türündeki bir köpek ile değiştirerek benzeri renk ve fontlarda baskılar üretmiştir. Davalı ise bu markanın parodi bir kullanım olduğunu ve ifade özgürlüğü çerçevesinde korunması gerektiğini iddia etmiştir. Mahkeme, iki marka arasındaki farklılıklara rağmen karıştırılma ihtimali bulunduğu ve orijinal markanın sektördeki tanınmışlığından haksız bir yarar sağlandığına değinerek tanınmış marka sahibinin marka üzerindeki hakları ile ifade özgürlüğü arasında dengeli bir ayırım olduğuna ve kişinin ifade özgürlüğünün marka sahibinin haklarını açıkça ihlal edecek şekilde benzer bir markayı korumayacağına değinmiştir.

Bu kararlar, AB hukuk düzeninde mahkemelerin parodi istisnasını nasıl yorumladığını ve uyguladığını göstermektedir. Bu kararlar marka

haklarının korunması ile parodinin doğasında bulunan ifade özgürlüğü ve yaratıcılığın dengelenmesinin önemini vurgulamaktadır. Ancak AB hukuk düzeninde parodi istisnasının, ABD'ye kıyasla daha dar yorumlandığı da gözlerden kaçmamaktadır.

Hem ABD hem AB'de mahkemeler, parodinin bir sosyal yorum ve eleştiri biçimi olarak hizmet ettiğini kabul etmekte ve markaların mizahi veya hicivli bir şekilde kullanılmasına izin vermektedir. Fakat, bir parodinin korunmaya hak kazanabilmesi için, tüketicinin karıştırılma olasılığını azaltacak şekilde temel markadan farklı bir mesaj iletmesi gerekmektedir. Buna göre parodi yalnızca, açıkça ayırt edilebilir olması, karışıklığa neden olmaması ve orijinal markanın ayırt edici karakterini veya itibarını haksız bir şekilde istismar etmemesi veya zarar vermemesi halinde marka ihlaline karşı geçerli bir savunma olarak kabul edilmektedir.

V. Türkiye'de marka hukukunda parodi istisnasına yaklaşım

İfade özgürlüğü Türkiye'de Türkiye Cumhuriyeti Anayasa'sının 26. maddesi çerçevesinde korunmaktadır. İfade özgürlüğü kapsamında korunacak bir parodinin aynı zamanda fikri ve sınai haklara zarar vermeyecek nitelikte olması gerekmekte ve bu dengeyi sağlamak olay bazında inceleme yapacak mahkemelere düşmektedir. Türk hukukunda henüz parodi kullanımları, ABD veya AB'de incelendiği düzeyde ele alan bir karar çıkmamıştır. Ancak bazı mahkeme kararlarında dolaylı olarak parodi kullanımların etkilerinden bahsedilmiştir.

- **Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin E. 2013/11793, K. 2014/16523 sayılı kararı:** ..."Ha Babam De Babam" isimli bir televizyon programında "Kurtlar Vadisi" dizisindeki kıyafetlerin ve karakterlerin parodi versiyonlarına yer verilmesine karşı telif tecavüzü iddiasıyla bir dava açılmıştır. Bu konuda verilen kararda mahkeme

"5648 sayılı Yasa'da eser haklarına getirilen istisnalar arasında parodiye yer verilmediği, dolayısıyla yasanın koruduğu haklara yönetmelikle kısıtlama getirilmesinin mümkün olmadığı, bir an için parodinin istisnadan yararlandığı varsayılsa bile dava konusu kullanımda eserin sadece karakterleri değil diziden alınan alıntıları aynen kullandığı gibi dizinin müziği, kostümleri, dekoru, diyalogları, konsepti ile birlikte kullanıldığı, davacıya ait dizinin tanınmışlığı ve ticari başarısından paraziter bir şekilde yararlanma durumunun söz konusu olduğu"

ifadelerine yer vermiştir. Kararda Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ya da Sınai Mülkiyet Kanunu'nda parodi istisnasına açıkça yer verilmediği

belirtilmiştir. Bu nedenle de mahkeme dar bir yorumlamada bulunarak eser sahibinin fikri haklarını önceliklendirmiştir. Her ne kadar bu karar marka ihlaline ilişkin olmasa da, Türk mahkemelerinin gelişmekte olan parodi istisnasına telif hakları yönünden ilk yaklaşımlarını göstermektedir.

- **İstanbul Asliye Ticaret Mahkemesi'nin "4 Çeker Çok Yakar" kararı:** Avea bir reklamında, Turkcell'in "Dört Çeker" sloganını parodileştirerek kullanmıştır. Turkcell bu kullanımlara karşı haksız rekabet iddiasıyla dava açmıştır. Mahkeme bu kullanımların haksız rekabete yol açtığını değerlendirerek Avea'nın reklamını durdurma kararı vermiştir. Bu karar, Türk mahkemelerinin birbirleri ile aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların sıkça başvurduğu parodi kullanımlardan elde edilecek ticari etkiyi haksız rekabete sebebiyet verecek şekilde yorumladığını göstermektedir. Her ne kadar mahkeme fikri mülkiyet hukuku açısından bir değerlendirme yapmamış da olsa, bu tarz ticari kullanımlar parodi teşkil etse bile, mahkemelerce parodi kullanımların haksız kullanımlara muafiyet olarak kabul edilmediğini göstermektedir.
- **İstanbul 2. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi'nin E. 2018/307 K. 2020/149 sayılı kararı:** Bu kararda tüketicilerin şikayetlerini paylaştığı bir internet sitesi platformunda paylaşılan bir ibarenin parodi kullanımı olup olmadığı konusunda bir değerlendirmede bulunulmuştur. Mahkeme değerlendirmesinde

"... marka sahibinin haklarıyla markayı eleştiri, parodi, haber amaçlı kullanmak isteyenlerin arasında denge sağlayıcı bir durum olmalıdır. Bu dengeyi sağlayacak olan da markanın herhangi bir ticari gelir elde etme veya markanın itibarına, kaynak gösterme fonksiyonuna zarar vermeden somut olay açısından sadece eleştiri amacıyla kullanılmasıdır... Bütün bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde; davalının web sitesindeki kullanımlarının "ticari etki" yaratabilecek nitelikte olmadığı, markaya alternatif sunmadığı ve markanın kapsamındaki mal/hizmetlerle ilgili bir faaliyeti olmadığı, markanın şikayetlerin ifade edilebilmesi amaçlı kullanımının ifade özgürlüğü sınıfları içinde olduğu kanaatine varıldığından marka ihlali olmadığı kanaatine varılmıştır."

ifadelerine yer vermiştir. Mahkemenin bu yaklaşımı, ticari etki doğurmayan parodi kullanımların ihlal yaratmadığını, bu vesileyle de dolaylı olarak ticari etki yaratan bir parodi kullanımının muafiyet kapsamında değerlendirilemeyeceğini göstermektedir.

Türk mahkemeleri ve mevzuatı henüz parodi kullanımları tamamen ele almamış olsa da, bu konuya yaklaşımın nasıl olacağına dair yukarıdaki kararlar bize biraz olsun yol gösterebilmektedir. Türkiye’de ABD ve AB’den farklı olarak konuyla ilgili yaklaşım ticari etki doğuran bir kullanım söz konusu olduğunda ortaya çıkmaktadır. Buna göre Türkiye’de ticari etki yani parodi kullanımı vasıtasıyla elde edilecek ticari kazançlar, bu kullanımların istisna sayılıp sayılmayacağını etkilemektedir. O halde, bir kullanım parodi olarak kabul edilse dahi, bu kullanımın yarattığı ticari etkinin orijinal markaya zarar vereceği kabul edilerek bir istisna kategorisinde olmadığı kararlaştırılabilir. Marka ihlalden bahsetmek için ihlal yaratan kullanımın ticari etki doğurması zaten ön şart olduğundan, güncel durumda Türkiye’de marka ihlallerinde parodi istisnasının uygulanmadığı söylenebilecektir.

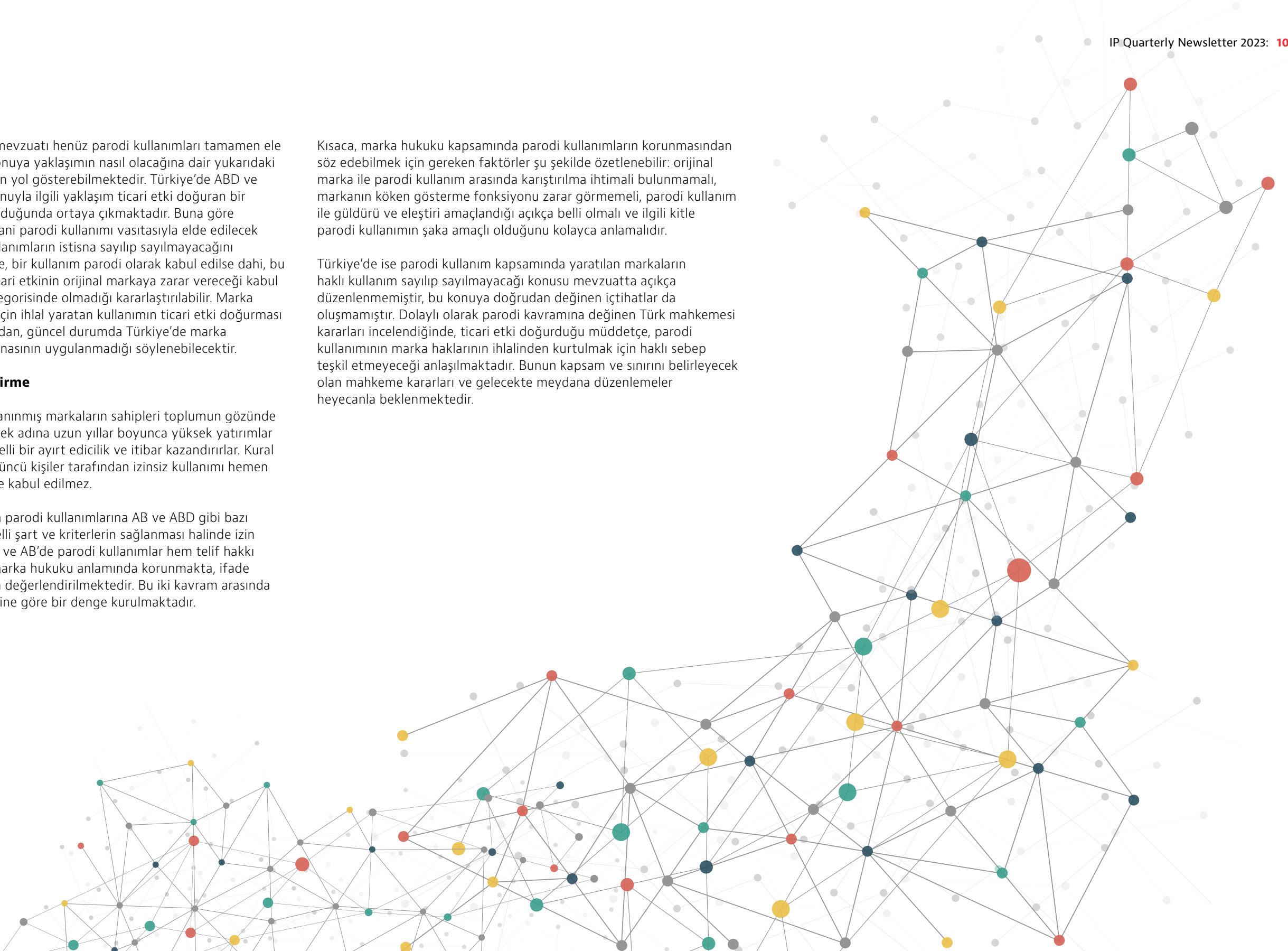
VI. Genel değerlendirme

Markalar ve özellikle tanınmış markaların sahipleri toplumun gözünde ve piyasada yer edinmek adına uzun yıllar boyunca yüksek yatırımlar yaparak markalarına belli bir ayırt edicilik ve itibar kazandırır. Kural olarak bir markanın üçüncü kişiler tarafından izinsiz kullanımı hemen hiçbir hukuk düzeninde kabul edilmez.

Buna karşın markaların parodi kullanımlarına AB ve ABD gibi bazı hukuk düzenlerinde belli şart ve kriterlerin sağlanması halinde izin verilebilmektedir. ABD ve AB’de parodi kullanımlar hem telif hakkı kapsamında hem de marka hukuku anlamında korunmakta, ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmektedir. Bu iki kavram arasında somut olayın özelliklerine göre bir denge kurulmaktadır.

Kısaca, marka hukuku kapsamında parodi kullanımların korunmasından söz edebilmek için gereken faktörler şu şekilde özetlenebilir: orijinal marka ile parodi kullanım arasında karıştırılma ihtimali bulunmamalı, markanın köken gösterme fonksiyonu zarar görmemeli, parodi kullanım ile güldürü ve eleştiri amaçlandığı açıkça belli olmalı ve ilgili kitle parodi kullanımın şaka amaçlı olduğunu kolayca anlamalıdır.

Türkiye’de ise parodi kullanım kapsamında yaratılan markaların haklı kullanım sayılıp sayılmayacağı konusu mevzuatta açıkça düzenlenmemiştir, bu konuya doğrudan değinen içtihatlar da oluşmamıştır. Dolaylı olarak parodi kavramına değinen Türk mahkemesi kararları incelendiğinde, ticari etki doğurduğu müddetçe, parodi kullanımının marka haklarının ihlalden kurtulmak için haklı sebep teşkil etmeyeceği anlaşılmaktadır. Bunun kapsam ve sınırını belirleyecek olan mahkeme kararları ve gelecekte meydana düzenlemeler heyecanla beklenmektedir.



02 “Suruç Narı” is now protected in the EU as a geographical indication

Suruç, located in the south-west of Şanlıurfa province is part of a fertile crescent historically known as Mesopotamia, where agriculture is extensively engaged. These lands have hosted many civilizations since ancient times. The district's economy is predominantly based on agriculture. Suruç Narı, produced within the borders of Şanlıurfa, became identified with Suruç county in the region and started to become known.

It is believed that Suruç Narı was brought to the region from the Babylonian gardens. Şanlıurfa is one of the genetic resources of pomegranate in Türkiye. For this reason, pomegranate cultivation has been carried out in the region for centuries. For centuries, the farmers have been following a traditional way of cultivating Suruç Narı.

Suruç Narı is specifically recognized for its unique color, taste and smell. In addition to making significant contributions to the district's economy, Suruç Narı also provided employment opportunities for the women through Suruç Narı Women's Cooperative.

Upon the application of the Suruç Municipality to the Turkish Patent and Trademark Office in 2020, Suruç Narı was registered as a geographical indication, as a protected designation of origin in 2021. Recently, the registration application to the European Commission has been approved and Suruç Narı registered as a geographical indication and granted protection as a designation of origin in the European Union. Thus, Suruç Narı became the first product in Şanlıurfa to be granted registration as a geographical indication and granted protection as a designation of origin. Protected designation of origin aims to protect products that stand out for their quality, local characteristics and originality. Suruç Narı is grown within the borders of Şanlıurfa province. Birecik, Suruç and Ceylanpınar plains were formed due to tectonic collapses in the southern part of the province.

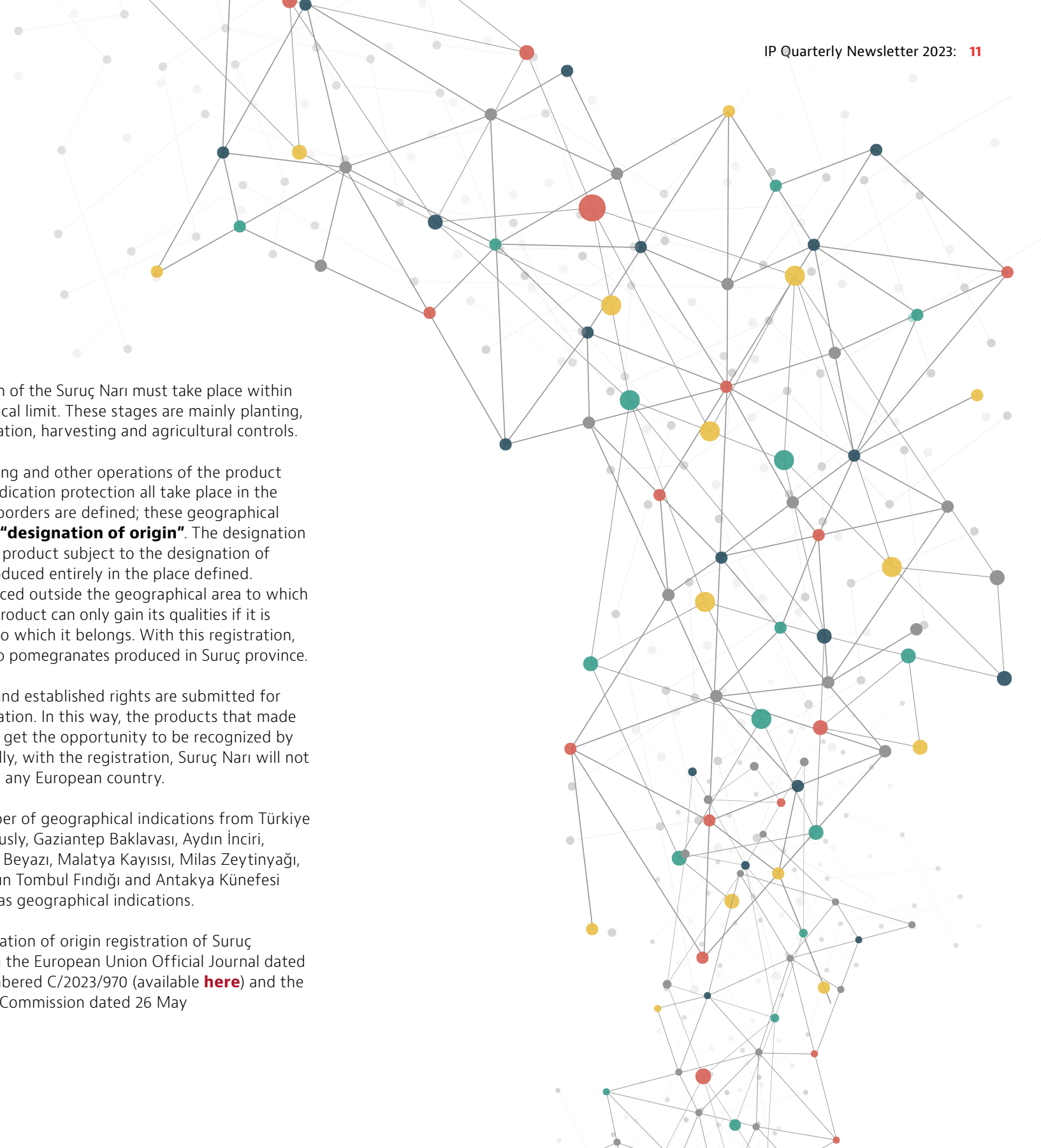
All stages of the cultivation of the Suruç Narı must take place within the determined geographical limit. These stages are mainly planting, pruning, irrigation, fertilization, harvesting and agricultural controls.

If the production, processing and other operations of the product subject to geographical indication protection all take place in the geographical area whose borders are defined; these geographical indications are defined as **“designation of origin”**. The designation of origin requires that the product subject to the designation of origin must have been produced entirely in the place defined. Products cannot be produced outside the geographical area to which they belong because the product can only gain its qualities if it is produced in the territory to which it belongs. With this registration, Suruç Narı will refer only to pomegranates produced in Suruç province.

Geographical indications and established rights are submitted for all member states' information. In this way, the products that made their marks in our country get the opportunity to be recognized by other countries. Additionally, with the registration, Suruç Narı will not be allowed to be grown in any European country.

With Suruç Narı, the number of geographical indications from Türkiye has reached the 10. Previously, Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri, Aydın Kestanesi, Bayramiç Beyazı, Malatya Kayısı, Milas Zeytinyağı, Taşköprü Sarımsağı, Giresun Tombul Fındığı and Antakya Künefesi were protected in the EU as geographical indications.

The application for designation of origin registration of Suruç Narı has been published in the European Union Official Journal dated 10 February 2023 and numbered C/2023/970 (available [here](#)) and the approval of the European Commission dated 26 May 2023 is available [here](#).



02 “Suruç Narı” Avrupa Birliği’nde Tescilli Coğrafi İşaret Olarak Koruma Altına Alındı

Şanlıurfa’nın güney batısında yer alan ve Mezopotamya’nın bereketli tarım topraklarında bulunan Suruç, eski çağlardan bu yana pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bölgenin ekonomisi ağırlıklı olarak tarıma dayalıdır. Şanlıurfa ili sınırlarında üretilen Suruç Narı, bölgede Suruç ilçesiyle özdeşleşmiş ve tanınmaya başlamıştır.

Suruç Narı’nın bu yöreye Babil bahçelerinden getirildiğine inanılmaktadır. Türkiye’de narın genetik kaynaklarından birisi olan Şanlıurfa’da yüzyıllardır nar yetiştiriciliği yapılmakta olup, çiftçiler nar yetiştirmede geleneksel yöntemleri izlemektedir.

Suruç Narı, kendine has renk, tat ve kokusuyla dikkat çeker. Bölge ekonomisine önemli katkıları olan Suruç Narı, Suruç Belediyesi’nin desteği ile kurulan Suruç Narı Kadın Kooperatifi aracılığı ile de bölgedeki kadınlar için bir istihdam kapısı olmuştur.

Suruç Belediyesi tarafından 2020 yılında Türk Patent ve Marka Kurumu’na başvurusu yapılan Suruç Narı, 2021 yılında bir coğrafi işaret ve menşe adı olarak koruma altına alınmıştır.

Geçtiğimiz günlerde ise Avrupa Komisyonu’na yapılan tescil talebi kabul edilmiş ve Suruç Narı, Avrupa Birliği’nde de tescilli bir menşe adı olarak koruma altına alınmıştır. Böylece Suruç Narı, Şanlıurfa’da Avrupa Birliği nezdinde bir coğrafi işaret ve menşe adı olarak koruma altına alınan ilk ürün olmuştur. Menşe adı tescili ile amaçlanan, yerel nitelikleri, kalitesi veya özgünlüğü ile öne çıkan ürünlerin korumasıdır. Suruç Narı, Şanlıurfa ilinde yetiştirilmekte olup, ilin güneyinde tektonik çökmeler sonucu oluşan Birecik, Suruç ve Ceylanpınar ovaları yer almaktadır. Bu bakımdan ekim, sulama, hasat ve tarımsal kontroller gibi başlıca yetiştirme aşamaları, belirlenen coğrafi sınırlar içinde gerçekleştirilmektedir.

Coğrafi işaret korumasına konu edilen ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı, sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda ise bu coğrafi işaretlere “menşe adı” denilmektedir. Menşe adı, menşe adına konu ürünün tümüyle tanımlanan yerde üretilmiş olmasını gerektirir. Ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Çünkü ürün, ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde niteliklerini kazanabilir. Bu tescil ile birlikte, Suruç Narı, sadece Suruç ilçesinde üretilen narlara işaret edecektir.

Bu kapsamda coğrafi işaret tescili ve bu tescilden kaynaklanan haklar, bütün üye devletlerin bilgisine sunulur. Bu sayede ülkemizde ün kazanmış olan ürünlerin diğer ülkeler nezdinde tanınmasına da imkan sağlanır.

Suruç Narı ile birlikte Türkiye’nin Avrupa Birliği’nde tescilli coğrafi işaret sayısı ona ulaşmıştır. Suruç Narı öncesinde Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Aydın Kestanesi, Taşköprü Sarımsağı, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Giresun Tombul Fındığı ve Antakya Künefesi de Avrupa Birliği nezdinde tescil edilmiştir.

Suruç Narı’na ilişkin coğrafi işaret tescil başvurusu Avrupa Birliği Resmi Gazetesi’nin 10.02.2023 tarih ve C/2023/970 sayılı nüshasında yayınlanmış (ilgili Resmi Gazete’ye [buradan](#) ulaşabilirsiniz.) ve Avrupa Komisyonu tarafından başvurunun onaylandığına ilişkin karar 26.05.2023 tarihinde verilmiştir (ilgili karara [buradan](#) ulaşabilirsiniz).

03 European Commission published its 2023 Report on the Protection and Enforcement of Intellectual Property Rights in Third Countries

A. The scope of the report and important findings

On 17 May 2023, the European Commission published a report titled "Protection and Enforcement of Intellectual Property Rights in Third Countries" ("**Report**").¹ The Report has been published biennially since 2006 as a part of the European Commission's efforts to strengthen the protection of intellectual property rights ("**IPR**"s) in non-EU countries.

The main aim of the Report is to determine the focal points of the European Commission's efforts and resources to address the shortcomings regarding the protection and enforcement of IPRs, both online and offline, by creating a list of third countries in which such shortcomings are considered to have a negative economic impact on the EU. Additionally, the Report intends to inform stakeholders and rightsholders in third countries, in particular, small and medium-sized enterprises operating in these countries, regarding the potential risks to their IPRs and to enable them to develop strategies for obtaining adequate protection.

Protecting IPRs effectively is critical for economic growth and competitiveness. In fact, according to the report published by the European Union Intellectual Property Office ("**EUIPO**") and the European Patent Office ("**EPO**") in October 2022, IPR-intensive industries² such as manufacturing, technology and commercial services generate 47% of gross domestic product value ("**GDP**") and 39.4% of all jobs (81 million in total) in the EU. Likewise, 80.5% of EU imports and 80.1% of EU exports in 2019 were carried out by IPR-intensive industries.

The main challenges for EU companies in the protection of their IPRs in third countries were addressed in the Report as follows: forced technology transfer, procedural deficiencies, lack of effective enforcement policies, delays in rights registrations, the inability to

register certain rights, the lack of deterrence of sanctions, lack of expertise, corruption, lack of awareness and transparency.

Another significant issue that was emphasized in the Report is the trade of counterfeit and pirated goods. In 2019, counterfeit and pirated goods violating IPRs accounted for 2.5% of world trade and 5.8% of EU exports amounting to approximately EUR 119 billion. Trade of counterfeit and pirated products, which is also attracting organized crime, has recently shifted to the online environment. Counterfeiting and piracy especially affect small and medium-sized businesses, causing a loss of turnover, damage to reputation, loss of their competitiveness and even bankruptcy. Forty percent of these enterprises do not or cannot monitor the market for counterfeits of their products.

B. Findings and evaluations regarding Türkiye

In the Report, countries were divided into three categories according to their priority. China is listed as the first priority country, while Türkiye and India form the second priority countries. Argentina, Brazil, Ecuador, Indonesia, Malaysia, Nigeria, Saudi Arabia and Thailand are the third priority countries. According to the Report, there are systematic problems in the protection and enforcement of IPRS in Türkiye and India, which is seriously harming the EU rightsholders. Compared to the Report from 2021, limited progress has been made in overcoming these shortcomings.

In Türkiye, the Industrial Property Code No. 6769 ("**IP Code**"), which was adopted on 10 January 2017, brought positive developments in terms of protecting well-known trademarks and invalidation of bad faith registrations. It also expanded the scope of protection of geographical indications. According to stakeholders, the protection of well-known trademarks has become more efficient. The Turkish Patent

and Trademark Office ("**TPTO**") has improved its online application service and call center. Although Türkiye took certain effective steps, no significant progress has been made in the improvement of IPRs in the reporting period.³

During the reporting period, both the number of applications submitted to the customs authorities by rightsholders and the number of seizures by the customs authorities increased. Customs officers and judges were trained on counterfeit and pirated goods to increase the number of seizures. However, despite the serious sanctions in the legislation, deterrent fines are rarely imposed by the courts for violations of IPRs.

In the field of copyright law, amendments were made in the Law on Intellectual and Artistic Works No. 5846 on collective management organizations ("**CMO**") and banderol regulation. These amendments brought some developments to the establishment, membership and working principles of CMOs.

In the Report, the identified issues regarding the protection and enforcement of IPRs in Türkiye are as follows:

- The international exhaustion regime in the IP Code is different than the regime implemented in the EU although Türkiye is in a customs union with the EU. Therefore, controlling the use of the products put on the market is difficult for the rightsholders.
- Stakeholders report that the revocation, opposition and invalidation procedures for trademarks are lengthy and expensive.
- The objection and invalidation procedures of bad faith applications are ineffective since there is no precise definition of bad faith.

1. <https://euiipo.europa.eu/portal/en/news/commission-report-status-of-ip-rights-in-third-countries>

2. IPR-intensive industries are defined as industries that have an above-average use of IPR per employee, as compared with other IPR-using industries

3. 27 April 2021-5 September 2022

- Legal protections for authors, performers and phonogram producers are not adequate both against circumvention of technical protection measures and for rights management information, as required by the WIPO Copyright Agreement and the WIPO Performances and Phonograms Agreement.
- The reforms and modernizations that are required for the implementation of international copyright agreements have been waiting for more than 10 years.
- Stakeholders are seriously concerned that a possible change in the provision about the right of distribution will cause the importation of copies of literary works without the permission of the rightsholder.
- There is no effective protection system for undisclosed tests and other data created to obtain marketing approval for pharmaceutical and agrochemical products.
- Since the data protection period is associated with the patent protection period in Turkish law, if a product is considered off-patent, data protection is automatically lost.
- Piracy remains a major issue affecting domestic and foreign rightsholders, as the sanctions against online copyright infringement are ineffective. Physical piracy, such as pirated translations of English books, also causes significant economic loss.
- Türkiye is used as a transit hub for the transfer of counterfeit products from China to the EU. There has been growth in the production and sales of counterfeit products both in domestic and export markets, especially during the pandemic. According to the Global Counterfeit Trade in Fakes report published by the Organization for Economic Cooperation and Development (“OECD”) and EUIPO in June 2021, Türkiye ranks third in terms of seizures of counterfeit and pirated goods in customs between 2017 and 2019. Similarly, in the Dangerous Fakes report that was published in March 2022, Türkiye was identified as one of the main economies of dangerous counterfeit products.
- Türkiye is a significant transit point for labels and packaging materials, and these are exported to complete the IPR violations

within the EU. Although import and export are referred to in Article 30 of the IP Code,⁴ the customs authorities’ empowerment to seize goods in transit is not clearly regulated, and it creates uncertainty for rightsholders. However, there has been a positive development as the Criminal General Assembly of the Supreme Court decided that the transit trade of counterfeit products constitutes a criminal offense.⁵

- Türkiye is the main source of products such as counterfeit clothing, cosmetics and foodstuffs in the EU. While the Turkish authorities can ex officio confiscate counterfeit and pirated products based on public health, consumer safety and the fight against organized crime, this authority is rarely exercised.
- Even if rightsholders provide reasonable evidence to support their claims, search and seizure decisions are rarely issued by the prosecution authorities and courts. In some cases, unreasonable additional evidence is requested from the rightsholders.
- It is difficult to take a precautionary measure and the sanctions imposed by the judicial authorities are not an effective deterrent.
- Trademark proprietors are given a period of three days by the customs authorities to prove that the detained products are counterfeit, while this period is 10 days in the EU.
- Despite the increasing effort, customs authorities still do not have sufficient resources and training to take efficient measures against violations of new plant varieties.
- Police and judicial authorities do not have sufficient resources to take effective measures against the violation of IPRs. The decrease in the number of specialized IP civil and criminal courts has a negative impact on the quality of court decisions.

Within the scope of improvement works on these points, the EU and Türkiye organize annual IP working group meetings to exchange ideas and make suggestions on legislation and practice. Additionally, IPRs are discussed in the Customs Union Joint Committee and the Internal Market Subcommittee at the EU level.

C. Conclusion and recommendations

The Report mainly focuses on the deficiencies in the practice of combating counterfeiting and piracy and the protection of IPRs at customs. This can be related to the fact that Türkiye is both a production and transit center for counterfeit and pirated goods and that it harms the EU economy. In the Report, labels and packaging materials were also emphasized, and it was mentioned that they are being used to commit IPR violations in the EU.

A significant step has been taken in terms of harmonization of national legislation with EU legislation since the IP Code was adopted and the decree laws on trademark, design and patent were repealed. However, in practice, lengthy litigation procedures are still an unsolved issue. The difficulties faced by rightsholders regarding interim injunctions and criminal proceedings are also significant areas that need improvement. In the Report, copyright law was also assessed in detail. The work required for the harmonization of copyright law with the relevant international agreements and the difficulties encountered in the fight against piracy seem to be primary issues that Türkiye should focus on.

The GDP and workforce created by IPR-intensive industries demonstrate the significance of the protection of IPRs for economic progress. The effective enforcement of IPRs is critical for both EU and Turkish companies. It can be considered that in the near future, efforts on the legislation and practice of both copyright law and other IPRs will intensify, and the EU standards will be reached in Türkiye.

⁴. IP Code, Article 30/1: A person who produces or provides services, puts on the market or sales, imports or exports, buys for commercial purposes, possesses, transports or stores, while infringing a trademark right through quotation or likelihood of confusion, shall be sentenced from one year to three years of imprisonment and punished with judicial fine up to twenty thousand days.

⁵. 2017/67 Merits No., 2020/253 Decision No., 2 June 2020.

03 Avrupa Komisyonu Üçüncü Ülkelerde Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması ve İcrasına İlişkin 2023 Yılı Raporunu Yayımladı

A. Raporun Kapsamı ve Avrupa Komisyonu'nun Önemli Tespitleri

Avrupa Komisyonu, 17 Mayıs 2023 tarihinde "Üçüncü Ülkelerde Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması ve İcrası" başlıklı raporunu ("**Rapor**") yayımlanmıştır.⁶ İki 2006 yılında yayımlanan ve Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Birliği ("**AB**") üyesi olmayan ülkelerde fikri mülkiyet haklarının korunması ve icrasını güçlendirme çalışmalarının bir parçası olan rapor iki yılda bir yayımlanmaktadır.

Raporun temel amacı, hem çevrimiçi, hem de fiziki ortamda fikri mülkiyet haklarının korunmasına ve icrasına ilişkin eksikliklerin AB'ye ekonomik anlamda negatif etki ettiği değerlendirilen üçüncü ülkelerin öncelikli bir listesini oluşturarak Avrupa Komisyonu'nun bu eksikliklerin giderilmesine yönelik çaba ve kaynaklarının odak noktalarını belirlemektir. Rapor ayrıca, hem üçüncü ülkelerdeki paydaşları, hem de hak sahiplerini, özellikle de bu ülkelerde ticari faaliyet yürüten küçük ve orta ölçekli işletmeleri fikri mülkiyet haklarına ilişkin potansiyel riskler hakkında bilgilendirmek ve yeterli koruma elde edebilmeleri için stratejiler geliştirmelerine olanak sağlamayı amaçlamaktadır.

Fikri mülkiyet haklarının etkin bir şekilde korunması, ekonomik büyüme ve rekabetçilik için kritik bir öneme sahiptir. Nitekim Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi ("**EUIPO**") ve Avrupa Patent Ofisi ("**EPO**") tarafından Ekim 2022'de yayımlanan rapora göre imalat, teknoloji ve ticari hizmetler gibi fikri hak yoğun endüstriler,⁷ AB'de 6.4 Trilyon Euro değerindeki gayrisafi yurtiçi hasılanın ("**GDP**") %47'sini ve tüm işlerin %39.4'ünü (toplam 81 milyon) yaratmaktadır. Benzer şekilde, 2019 yılında AB ithalatının %80.5'i ve AB ihracatının %80.1'i fikri hak yoğun endüstriler tarafından gerçekleştirilmiştir.

Raporda, zorunlu teknoloji transferi, usul eksiklikleri, etkili icra politikalarının yoksunluğu, sicil kayıtlarındaki gecikmeler, belirli hakların

tescil edilemiyor oluşu, mevcut yaptırımların caydırıcılıktan uzak olması, uzmanlık eksikliği, yolsuzluk, farkındalık ve şeffaflık eksiklikleri gibi hususların AB şirketleri için üçüncü ülkelerde fikri mülkiyet haklarının korunması ve icrasında karşılaşılan en büyük sorunlar olduğu belirtilmiştir.

Raporda dikkat çekilen en önemli konulardan birisi taklit ve korsan ürün ticaretidir. Fikri mülkiyet haklarını ihlal eden taklit ve korsan ürünler, 2019 yılında dünya ticaretinin %2.5'ünü ve yaklaşık 19 milyar Euro ile AB ihracatının %5.8'ini oluşturmuştur. Organize suç örgütlerinin de ilgili alanına giren taklit ve korsan ürün ticareti, son yıllarda özellikle çevrimiçi ortama kaymıştır. Taklit ve korsan özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri ciro kaybı, itibar zedelenmesi, rekabet gücünün kaybı ve hatta iflasa neden olacak kadar ciddi şekilde etkilemektedir. Bu işletmelerin %40'ı ürünlerinin taklitlerine yönelik piyasa izlemesi de yapmamakta veya yapmamaktadır.

B. Raporun Türkiye'ye İlişkin Tespit ve Değerlendirmeleri

Raporda ülkeler önceliklerine göre üçe ayrılmıştır. Çin, birinci öncelikli ülkeken, Türkiye ve Hindistan ikinci öncelikli ülkelerdir. Arjantin, Brezilya, Ekvator, Endonezya, Malezya, Nijerya, Suudi Arabistan ve Tayland üçüncü öncelikli ülkeleri oluşturmaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından, Türkiye ve Hindistan'da fikri mülkiyet haklarının korunması ve icrasına ilişkin AB menşeli hak sahiplerine ciddi zarar veren sistematik sorunlar bulunduğu ve fakat 2021 tarihli bir önceki rapora kıyasla bu sorunların aşılmasına yönelik sınırlı bir ilerleme kaydedildiği ifade edilmektedir.

Türkiye'ye ilişkin 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("**SMK**") tanınmış markaların korunması ve kötü niyetli tescillerin hükümsüz kılınması gibi konularda olumlu yenilikler getirdiği, ayrıca coğrafi işaretlerin korunma kapsamının genişletildiği ifade edilmiş; hak sahiplerinin özellikle tanınmış markalarının

korunmasının daha hızlı ve etkili hale geldiğini ifade ettikleri belirtilmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun ("**TÜRKPATENT**") çağrı merkezi de dahil çevrimiçi başvuru ve işlem servisini geliştirdiği, bununla birlikte fikri mülkiyet haklarının iyileştirilmesi yönünde Türkiye'nin geçmişte etkili adımlar atmasına karşın raporlama döneminde⁸ önemli bir ilerleme kaydedilmediği not edilmiştir.

Raporlama döneminde hem gümrük idarelerine hak sahipleri tarafından iletilen başvuru sayısında, hem de gümrük idarelerinin el koyma sayılarında artış görülmüş, ayrıca bu dönemde gerek gümrük memurlarına, gerekse fikri ve sınai haklar hukuk ve ceza mahkemeleri hakimlerine (taklit ve korsan ürünlerin) yakalanma sayılarının arttırılmasına yönelik eğitimler verilmiştir. Bununla birlikte - mevzuatta ciddi yaptırımların varlığına karşın - fikri ve sınai haklar ceza mahkemelerince caydırıcı düzeyde para cezalarına nadiren hükmedilmektedir.

Telif hukuku alanında 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda ("**FSEK**") meslek birlikleri ve bandrole ilişkin hükümlerde değişiklikler yapıldığı, bu değişikliklerin meslek birliklerinin kuruluş, üyelik ve çalışma esaslarına ilişkin yenilikler getirdiği belirtilmiştir.

Raporda, Türkiye'de fikri mülkiyet haklarının korunması ve icrasına ilişkin olarak:

- SMK ile belirlenen uluslararası tükenme rejiminin, Türkiye'nin AB ile gümrük birliği içinde olması nedeniyle, AB'den farklı bir tükenme rejimine sahip olmasının, hak sahiplerinin piyasaya sürülen malların kullanımını kontrol etmesini zorlaştırdığı,
- Hak sahiplerinin marka tescil süreçlerinin öngörülemez ve belirsiz olduğu, ayrıca markalara ilişkin itiraz, iptal ve hükümsüzlük süreçlerinin orantısız bir şekilde pahalı ve uzun olduğunu bildirdikleri,

6. <https://euipo.europa.eu/portal/en/news/commission-report-status-of-ip-rights-in-third-countries>

7. Fikri hak yoğun endüstriler, diğer endüstriler ile karşılaştırıldığında, çalışan başına ortalamının üzerinde fikri mülkiyet hakkı kullanılan endüstriler olarak tanımlanmaktadır.

8. 27 Nisan 2021 - 5 Eylül 2022.

- Kötu niyetli başvurulara ilişkin kesin bir tanım olmamasının, bu başvuruların itiraz ve hükümsüzlüğüne yönelik alınan aksiyonları etkisiz kıldığı,
- Telif hakları ile bağlantılı haklara ilişkin olarak, Türkiye'nin WIPO Telif Hakkı Anlaşması ve WIPO İcralar ve Fonogram Sözleşmesi'nin gerektirdiği şekilde, hem eser sahipleri, icracı sanatçılar ve fonogram yapımcıları için teknik koruma önlemlerinin etrafından dolaşılmasına karşı, hem de hak yönetimi için yeterli koruma sağlamadığı,
- Telif haklarına ilişkin uluslararası anlaşmaların uygulanabilmesi için gereken reform ve modernizasyonların on yılı aşkın süredir beklediği,
- Eser sahiplerinin, dağıtım hakkına ilişkin hükümde yapılacak olası bir değişikliğin, edebi eserlerin nüshalarının eser sahibinin izni gerekmeksizin ithal edilebilmesiyle sonuçlanmasından ciddi bir endişe duydukları,
- Beşeri tıbbi ürünler ile zirai kimyasal ürünler için ruhsat almak üzere yaratılan açıklanmamış testler ve diğer verilere ilişkin etkili bir koruma sisteminin olmadığı, mevcut veri koruma rejiminin kapsamının sınırlı olduğu,
- Türk hukukunda veri koruma süresinin patent koruma süresi ile ilişkilendirildiği, bu nedenle bir ürünün patent hakkı kapsamı dışında değerlendirilmesi durumunda otomatik olarak veri korunmasının da kaybedildiği,
- Korsan yayıncılığın yerli ve yabancı hak sahiplerini etkileyen önemli bir sorun olmaya devam ettiği, çevrimiçi telif hakkı ihlallerine karşı yaptırımların etkisiz olduğu, ayrıca İngilizce kitapların korsan tercüme gibi fiziksel kitap korsanlığının da ciddi bir ekonomik kayba neden olduğu,
- Türkiye'nin, Çin'den AB'ye taklit/sahte ürünlerin geçişi için bir aktarma merkezi olarak kullanıldığı, özellikle pandemi döneminde hem iç hem de ihracat pazarları için taklit/sahte ürünlerin üretim ve satışında büyüme yaşandığı, İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı ("**OECD**") ve EUIPO tarafından Haziran 2021 tarihinde yayımlanan Küresel Taklit Ticaret Raporuna göre Türkiye'nin 2017 ila 2019 yılları arasında taklit, sahte ve korsan ürünlerin gümrüklerde ele geçirilmesi sayısına göre üçüncü sırada yer aldığı, benzer şekilde OECD ve EUIPO tarafından Mart 2022'de yayımlanan Tehlikeli Taklit Ürünler

Raporunda Türkiye'nin tehlikeli taklit/sahte ürünlerin ana kaynak ekonomilerinden birisi olarak tespit edildiği,

- Türkiye'nin etiket ve ambalaj malzemeleri için de önemli bir aktarma merkezi olduğu, ürünlerden ayrı olarak AB'ye ihraç edilen bu etiket ve ambalaj malzemelerinin AB içindeki fikri mülkiyet hak ihlallerinin tamamlanması amacıyla kullanıldığı, SMK'nın 30. maddesinde⁹ ithalat ve ihracata atıfta bulunulmakla birlikte gümrük idarelerinin transit geçiş yapan ürünlere el koyma yetkisinin açıkça düzenlenmemesinin hak sahipleri yönünden belirsizliğe yol açtığı, Yargıtay Ceza Kurulu'nun taklit ürünlerin transit ticaretinin suç teşkil ettiğine ilişkin kararının¹⁰ olumlu bir gelişme olduğu,
- Türkiye'nin AB'ye yönelik taklit giyim, parfüm, kozmetik ürünleri, gıda maddeleri ve diğer içecek ürünlerine ilişkin ana kaynak ülkesi olduğu, Türk makamlarının halk sağlığı ve tüketici güvenliği kapsamında ve organize suçla mücadele çerçevesinde belirli durumlarda taklit ve korsan ürünlere re'sen el koyma yetkisine sahip olduğu, bununla birlikte bu yetkinin nadiren re'sen kullanıldığı,
- Hak sahiplerinin iddialarını destekleyecek makul düzeyde kanıt sunsalar dahi savcılık makamları ile fikri ve sınai haklar ceza mahkemeleri tarafından nadiren arama ve el koyma kararları verildiği, bazı durumlarda hak sahiplerinden makul olmayan ek kanıtlar talep edildiği,
- İhtiyati tedbir kararı almanın güç olduğu ve adli makamlarca uygulanan yaptırımların caydırıcılık seviyelerinin düşük olduğu,
- Gümrük makamlarınca, marka sahiplerine alıkonulan ürünlerin sahte olduğunu ispatlamaları için üç günlük bir süre tanındığı, AB hukuku kapsamında bu sürenin on gün olduğu,
- Yeni bitki çeşitlerinin ihlallerine yönelik - artan çabalara rağmen - etkin önlem alınması noktasında gümrük makamlarının yeterli kaynak ve eğitime sahip olmadığı,
- Polis güçlerinin ve adli makamların fikri mülkiyet haklarının ihlaline yönelik etkin önlem almak için yeterli kaynağa sahip olmadığı, özelleşmiş fikri ve sınai haklar hukuk ve ceza mahkemelerinin sayısının azalmasının mahkeme kararlarının kalitesi ve tutarlılığı üzerinde olumsuz bir etki yarattığı, tespit edilmiş ve bu hususların öncelikli iyileştirilmesi gereken alanlar olduğu vurgulanmıştır.

Tespitlere yönelik iyileştirme çalışmaları kapsamında AB ve Türkiye arasında yıllık fikri mülkiyet hakları çalışma grubu toplantıları düzenlenmekte, fikri mülkiyet mevzuatı ve uygulanması hakkında fikir alışverişinde bulunularak öneriler belirlenmekte, fikri mülkiyet hakları ayrıca AB nezdinde Gümrük Birliği Ortak Komitesi'nde ve İç Pazar Alt Komitesi'nde de ele alınmaktadır.

C. Sonuç ve Değerlendirmeler

Raporda yer alan tespitlerin taklit ve korsanla mücadeleye yönelik uygulamadaki eksikler ile gümrüklerde fikri mülkiyet haklarının korunmasına yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durumun Türkiye'nin taklit ve korsan ürünlere ilişkin hem bir üretim, hem de aktarma merkezi olmasından kaynaklandığı ve özellikle AB ekonomisine zarar verdiği tespit ve kanaatinden kaynaklandığı değerlendirilebilir. Raporda etiket ve ambalaj malzemelerine ayrıca dikkat çekilmiş, bunların AB içerisinde fikri mülkiyet hak ihlallerinin tamamlanması amacıyla kullanıldığı ifade edilmiştir.

SMK'nın yürürlüğe girmesiyle marka, tasarım ve patent haklarına ilişkin kanun hükmünde kararname yürürlükten kaldırılmış, ulusal mevzuatın AB mevzuatıyla uyumu noktasında önemli bir adım atılmıştır. Bununla birlikte uygulamada uzun yargılama süreçleri bir sorun olarak karşımıza çıkmaya devam etmektedir. İhtiyati tedbir kararları ile ceza yargılamalarında ve arama ve el koyma kararlarının alınmasında hak sahiplerinin karşılaştıkları zorluklar da iyileştirilmesi gereken önemli alanlar olarak görünmektedir.

Raporda büyük bir yer ayrılan bir diğer husus telif hukukuna ilişkindir. Hem FSEK'in ilgili uluslararası anlaşmalar ve AB mevzuatı ile uyumlaştırılması için gereken modernizasyon çalışmalarının henüz tamamlanmamış olması, hem de uygulamada çevrimiçi ve fiziki ortamda korsanla mücadelede karşılaşılan güçlükler Türkiye'nin üzerinde eğilmesi gereken öncelikli konulardan birisidir.

Fikri hak yoğun endüstrilerin yarattığı GDP ve iş gücü, fikri mülkiyet haklarının korunması ve icrasının ekonomik ilerleme için önemini göstermektedir. Fikri mülkiyet haklarının korunması ve etkin icrası yalnızca AB menşeli şirketler için değil, Türk şirketleri için de kritik öneme sahiptir. İlerleyen dönemde gerek telif hukuku alanında, gerekse de diğer fikri mülkiyet haklarına ilişkin mevzuat ve uygulamadaki eksikliklerin giderileceği çalışmaların yoğunlaşacağı ve Türkiye'de fikri mülkiyet haklarının korunmasını ve icrasında AB standardına ulaşacağı değerlendirilmektedir.

9. SMK m. 30/1: Başkasına ait marka hakkına iktibas veya iltibas suretiyle tecavüz ederek mal üreten veya hizmet sunan, satışa arz eden veya satan, ithal ya da ihraç eden, ticari amaçla satın alan, bulunduran, nakleden veya depolayan kişi bir yıldan üç yıla kadar hapis ve yirmi bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

10. 2017/67 E., 2020/253 K., 2 Haziran 2020 tarih.

04 Game-changing decision from Istanbul 3rd Civil Court For Intellectual And Industrial Property Rights on party representation in internet infringements

In accordance with Article 119/1-b of the Code of Civil Procedure No. 6100 (CCP), it is mandatory to include the defendant's name, surname and address in the lawsuit petition. If this information is not included in the lawsuit petition, as per Article 119/2 of the CCP, the court gives the plaintiff a definitive period of one week to rectify the omission. If the plaintiff does not provide the missing name, surname and address information of the defendant within this one-week period, the lawsuit is deemed not to have been filed.

The abovementioned relevant provisions of the CCP are also applicable to civil lawsuits filed by the parties for resolving disputes arising from the Industrial Property Law No. 6769 (IPL).

Nonetheless, the relevant provisions of the CCP that foresee the obligation to include the defendant's name, surname and address information in the lawsuit petition, the requirement for the plaintiff to complete any deficiencies within the definitive period of one week, and the consequence of the lawsuit being deemed not filed otherwise can lead to unfavorable outcomes for the plaintiff, especially in terms of disputes concerning infringement of industrial property rights on the internet. Accordingly, in today's world, where technological advancements are rapidly progressing, commercial transactions — especially trading — are largely shifting from physical to virtual environments due to logistical conveniences. While the internet environment provides significant logistical and practical benefits for users in terms of commercial activities, these benefits also create a favorable ground for potential infringements against third parties. Furthermore, it can be seen that acts constituting infringement of industrial property rights, particularly trademark rights, are increasingly prevalent on the internet. Against these accelerated

infringements in the virtual environment, right holders may file lawsuits before the civil courts for intellectual and industrial property rights in Izmir, Ankara and Istanbul or before the civil courts of first instance throughout Türkiye to seek the identification, remedy, prevention, and compensation for the damage caused by these acts.

On the other hand, regarding infringements of industrial property rights on the internet, it is common for the relevant domain name to not have a ".tr" extension, making it difficult to identify the domain name owner through publicly available sources such as Whois, or there may be no information concerning the domain name or website owner on the website. Even so, if any information regarding the domain name or website owner is somehow found, it is often the case that such information is false and does not reflect the truth. In such cases, the intellectual property right holder whose rights have been infringed may wish to seek justice by filing a lawsuit. However, it becomes impossible for the plaintiff to include the mandatory name, surname and address information of the defendant in the lawsuit petition as per Article 119/1-b of the CCP. Consequently, it is not likely for the right holder to provide the missing information within the definitive period of one week. Thus, in line with Article 119/2 of the CCP, the lawsuit will be considered not filed, resulting in an unfavorable outcome that prevents the plaintiff from seeking justice due to circumstances that are beyond their control. This very issue was the subject of a lawsuit heard by the Istanbul 3rd Civil Court for Intellectual and Industrial Property Rights, leading to a game-changing decision within the framework of equity and procedural economy.

This concrete dispute heard by the Istanbul 3rd Civil Court for Intellectual and Industrial Property Rights¹¹ involves the determination, prevention, and elimination of trademark infringement and unfair competition, as well as the blocking of access to the website.

The plaintiff states that the counterfeit products of their registered trademark are offered for sale on the website subject to the lawsuit and this constitutes infringement of their trademark rights and unfair competition. However, neither the owner of the domain name nor the authorized and responsible parties of the website have been identified, making it impossible to notify the defendant of the lawsuit, and thus, the defendant has not been able to respond.

In order to determine and examine the facts put forward by the plaintiff's claims, an expert panel was appointed by the court. The expert panel came to the conclusion that the website subject to the lawsuit is currently accessible, but the owner information of the relevant domain name is kept confidential in the Whois records.

Therefore, the expert panel stated that a letter should be sent to the intermediary company from which the domain was purchased in order to determine the owner of the domain name. The expert panel indicated that this is the one and the only way to ascertain the ownership of the domain name. Furthermore, the expert panel found that the content of the website is primarily in Persian, and that no detailed personal information, company name or address information is provided for the purpose of identifying the content provider. Upon conducting a detailed examination of the website, the panel determined that the visual representation of the plaintiff's registered trademark is featured throughout the website. It was also discovered that a phrase that could cause likelihood of confusion with the plaintiff's trademark was used on the relevant products and offered for sale. Additionally, the panel concluded that the domain name in question includes the plaintiff's registered trademark explicitly.

Based on all the findings, the panel concluded that there had been an infringement of the plaintiff's trademark rights.

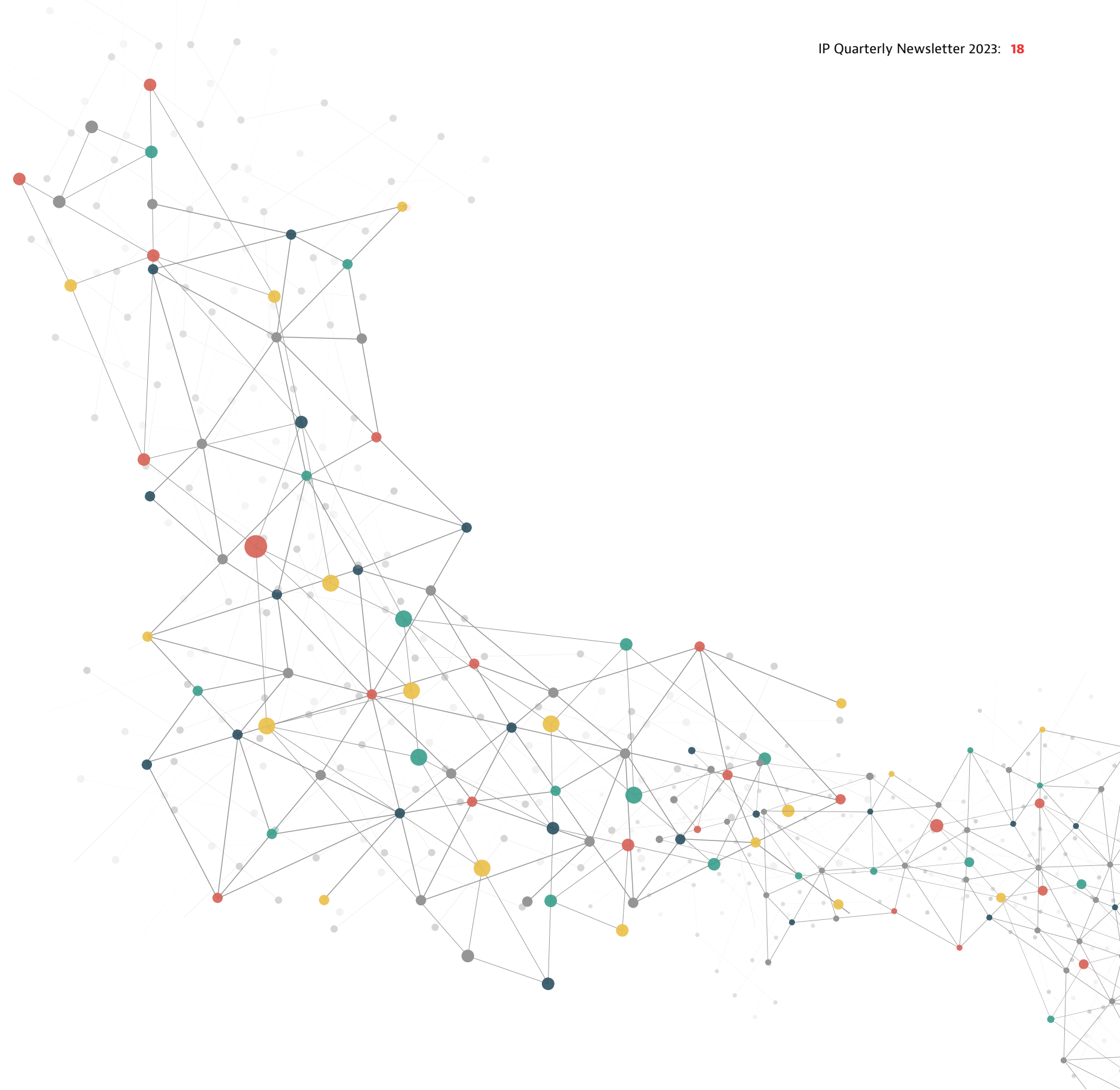
11. İstanbul 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesi, 2022/165 E., 2022/194 K., 30.12.2022 T.

As a matter of fact, the panel deduced that the use of the plaintiff's trademark on the website could potentially lead to likelihood of confusion, including the likelihood of association with the plaintiff's trademark.

In line with the evaluation made by the court, it is obligatory under Article 119/1-b of the CCP to include the name, surname and address of the defendant in the lawsuit petition, and if this information is not included in the petition, Article 119/2 of the CCP requires the judge to give the plaintiff a definitive period of one week to complete the deficiency. However, the court stated that in cases where infringement occurs on the internet, it may not be possible to establish the defendant's party representation. The use of dynamic IP addresses and the time elapsed since the infringement has occurred, make it nearly impossible to reach the website owner through the IP addresses.

Additionally, such websites are usually created using fake names and addresses making it impossible to determine the defendant's name and address. The court concluded that announcement of the lawsuit would not have practical results, and conducting a preliminary investigation would not have an impact on the outcome, thus, it would not be fair for the court to deem the lawsuit as not filed as per Article 119/2 of the CCP. Nevertheless, the court determined that blocking of access to the website should be imposed. The court also acknowledged that it is almost impossible to establish the defendant's party representation in such cases, which could cause lawsuits to remain pending for a long time, contradicting the principle of procedural economy. Accordingly, the court ruled that the defendant's actions constituted infringement of trademark rights and unfair competition. Therefore, the court decided to prohibit the infringement and take the necessary measures to impose blocking of access to the website subject to the lawsuit.

Even though the decision of the court of first instance has not yet been finalized, it has paved the way for a game-changing procedural roadmap to prevent unfair outcomes in cases where industrial property rights are infringed on the internet where party representation cannot be established.



04 İstanbul 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesinden internet ortamında gerçekleşen ihlaller yönünden taraf teşkiline ilişkin çığır açan karar

Bilindiği üzere, 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu'nun ("HMK") 119/1-b bendi uyarınca, dava dilekçesinde davalının adı, soyadı ve adres bilgisine yer verilmesi zorunlu olup bu hususa dava dilekçesinde yer verilmemiş olması halinde, HMK'nın 119/2 fıkrası uyarınca hakim söz konusu eksikliği tamamlaması için davacıya bir haftalık kesin süre vermektedir. Bir haftalık kesin süre içinde davalı tarafın ad, soyad ve adres bilgilerinin davacı tarafından tamamlanmaması halinde ise dava açılmamış sayılmaktadır.

HMK'nın yukarıda işaret ettiğimiz ilgili hükümleri, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'ndan ("SMK") kaynaklanan uyuşmazlıkların çözümü için ilgililer tarafından açılacak hukuk davalarında da uygulanmaktadır.

Bununla birlikte HMK'nın dava dilekçesinde davalının adı, soyadı ve adres bilgisine yer verilmesinin zorunlu olduğunu, bu husustaki herhangi bir eksikliğin bir haftalık kesin süre içinde davacı tarafından tamamlanması gerektiğini, aksi halde davanın açılmamış sayılacağını öngören ilgili hükümleri, özellikle sınai mülkiyet haklarının internet ortamında ihlalini konu alan uyuşmazlıklar yönünden davacı taraf aleyhine sonuçlara yol açabilmektedir. Nitekim, teknolojik gelişmelerin giderek ivmelendiği günümüz dünyasında, alım-satım başta olmak üzere ticari iş ve işlemler de lojistik kolaylıklar karşısında fiziki ortamdaki sanal ortama büyük oranda taşınmaktadır. İnternet ortamı, her ne kadar kullanıcılara ticari iş ve işlemler yönünden büyük lojistik ve pratik faydalar sağlıyorsa da söz konusu kolaylıklar, üçüncü kişiler aleyhine gerçekleştirilebilecek hak ihlallerine de elverişli bir zemin hazırlamaktadır. Keza günümüzde, marka hakkı başta olmak üzere sınai mülkiyet haklarına ihlal teşkil eden eylemlerin özellikle internet ortamında büyük bir ivmeyle artmakta olduğu görülmektedir. Sanal ortamda ivmelenen söz konusu ihlaller karşısında da hak sahipleri, Ankara, İstanbul ve İzmir'de bulunan fikri ve sınai haklar hukuk

mahkemeleri veya Türkiye genelindeki asliye hukuk mahkemeleri nezdinde hukuk davası açmak suretiyle ihlal teşkil eden eylemlerin tespitini, giderilmesini, önlenmesini ve bu eylemlerin yol açtığı zararların tazminini isteyebilmektedir.

Ne var ki, çoğunlukla internet ortamında gerçekleştirilen sınai mülkiyet hakkı ihlalleri yönünden ilgili alan adının ".tr" uzantılı olmaması, alan adı sahibinin Whois gibi kamuya açık kaynaklar üzerinden saptanamaması, ilgili internet sitesinin içeriğinde de alan adı ve/veya internet sitesi sahibine ilişkin herhangi bir bilgi bulunmaması söz konusu olmaktadır. Hatta, alan adı ve/veya internet sitesi sahibine ilişkin herhangi bir bilgiye ulaşılsa dahi, söz konusu bilgilerin genellikle sahte olduğu ve gerçeği yansıtmadığı sıklıkla görülmektedir. Bu hallerde, sınai mülkiyet hakkı ihlal edilen ve hukuk davası açarak hak arama özgürlüğünü kullanmak isteyen hak sahibinin, HMK'nın 119/1-b bendi uyarınca dava dilekçesinde bulunması zorunlu olan davalıya ait ad, soyad ve adres bilgilerine yer vermesi; bu bilgilerden herhangi birinin eksik olması halinde ise HMK'nın 119/2 fıkrası uyarınca bir haftalık kesin süre içinde hak sahibince tamamlanması mümkün olmamaktadır. Bu halde ise, yine HMK'nın 119/2 fıkrası uyarınca dava açılmamış sayılmakta olup davacı hak sahibinin elinde olmayan sebeplere bağlı olarak, davacı hak sahibi yönünden hak arayışını önleyen aleyhe bir sonuç doğmuş olmaktadır. Tam da bu husus, İstanbul 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesince görülen bir dava dosyasına konu olmuş, mahkemece hakkaniyet ve usul ekonomisi ilkeleri çerçevesinde çığır açan bir hüküm kurulmuştur.

İstanbul 3. Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemesince görülen somut uyuşmazlık, marka hakkına tecavüzün ve haksız rekabetin tespiti, men'i, ref'i ile internet sitesine erişimin engellenmesine ilişkindir. Nitekim davacı, kendisine ait tescilli markanın taklit ürünlerinin

davaya konu internet sitesi üzerinden satışa sunulduğunu, bu eylemin ise marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet teşkil ettiğini iddia etmektedir. Bununla birlikte, gerek internet alan adı sahibi gerekse davaya konu internet sitesinin yetkili ve sorumluları tespit edilememiş olduğundan davalı tarafa dava dilekçesi tebliğ edilememiş, bu sebeple de davalı(lar) tarafından davaya cevap verilememiştir.

Davacı tarafından ileri sürülen iddialara konu vakıaların tespiti ve incelenmesi amacıyla mahkemece tayin edilen bilirkişi heyeti, davaya konu internet sitesinin güncel olarak erişime açık bulunduğu, buna karşın ilgili internet alan adının Whois nezdindeki kayıtlarında internet alan adı sahibi bilgisi gizli tutulduğundan ilgili alan adının hak sahibinin tespiti için alan adının alındığı aracı şirkete mahkemece yazı yazılması gerektiği, ancak bu şekilde alan adının kime ait olduğunun anlaşılabilmesi yönündeki çıkarımlarını bilirkişi raporunda paylaşmıştır. Bununla birlikte bilirkişi heyeti, ilgili internet sitesinin genel olarak Farsça oluşturulduğu, içerik sağlayıcının tespiti amacıyla internet sitesi içinde gerçekleştirilen araştırmada detaylı bir şahıs/firma adı ve adres bilgisinin yer almadığı, internet sitesinin genelinde yapılan detaylı inceleme neticesinde davacıya ait tescilli markanın görseline yer verildiği, davacı markasıyla iltibasa yol açacak derecede benzer bir ibarenin markasal olarak ilgili ürünler üzerinde kullanılıp satışa sunulduğu, ayrıca davaya konu alan adının davacıya ait tescilli markayı birebir olarak içerdiği yönündeki tespitlerini de iletmiştir. Tüm bu tespitler doğrultusunda bilirkişi heyetinca, somut uyuşmazlık yönünden davacının marka haklarına tecavüz eyleminin vuku bulunduğu, nitekim ilgili internet sitesindeki kullanımların davacı markasıyla ilişkilendirilme ihtimali dahil karıştırılma ihtimaline yol açacak nitelikte olduğu çıkarımına varılmıştır.

Mahkemece yapılan değerlendirme doğrultusunda, her ne kadar HMK'nın 119/1-b bendi uyarınca, dava dilekçesinde davalının adı, soyadı ve adres bilgisine yer verilmesi zorunlu olup bu hususa dava dilekçesinde yer verilmemiş olması halinde, HMK'nın 119/2 fıkrası uyarınca hakim tarafından söz konusu eksikliğin tamamlaması için davacıya bir haftalık kesin süre verilmesi gerekliyse de, internet ortamında gerçekleşen hak ihlalleri yönünden taraf teşkilinin bazı hallerde mümkün olmadığı vurgulanmıştır. Nitekim değişken IP kullanımı ve ihlalin gerçekleşmesinden itibaren geçen süre nedeniyle IP numarası üzerinden internet sitesi sahibine ulaşılmasının neredeyse imkansız hale geldiği, bu tür sitelerin genellikle sahte isim ve adres bilgileri kullanılarak oluşturulduğu, bu sebeple de davalının ad ve adres bilgilerinin tespitinin imkansız olduğu, bu kapsamda ilan yapılmasının pratik sonucu olmadığı gibi ön inceleme yapılmasının da sonuca etki etmeyeceği saptanarak mahkemece HMK'nın 119/2 fıkrası uygulanarak davanın açılmamış sayılmasının adil olmayacağı sonucuna varılmıştır.

Bununla birlikte mahkeme, dava konusu internet sitesine erişim engeli getirilmesinin gerektiği hususunu tespit etmekle birlikte, davalı yönünden taraf teşkilinin sağlanmasının neredeyse imkansız olduğu bu tip durumlarda davalı internet sitesi sahibinin araştırılmasının davalının uzun süre derdest kalmasına sebebiyet vererek usul ekonomisi ilkesine aykırı düşeceğini de belirtmiştir. Bu doğrultuda mahkeme, davalının eyleminin marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet teşkil ettiğinin tespitine, tecavüzün men'ine ve ref'ine karar vermiş ve aynı zamanda dava konusu internet sitesine erişim engeli getirilmesi yönünde hüküm kurmuştur.

Söz konusu ilk derece mahkemesi kararı henüz kesinleşmemiş olmakla birlikte, internet ortamında gerçekleşen sınai mülkiyet hakkı ihlallerine yönelik hukuk davalarında taraf teşkilinin sağlanamaması durumunda, davacı aleyhine adil olmayan sonuçların doğmasını önleyecek çığır açan bir usuli yol haritası çıkarmıştır.



05 Significant changes made in patent and trademark attorney examination

The right to practice before the Turkish Patent and Trademark Office (TPTO) in relation to industrial property rights is reserved only for persons who have qualified in the patent and trademark attorney examination and have been granted the title of “patent or trademark attorney.” The exam is held every two years and has consisted of two stages since 2015: a “general qualification exam” and a “professional qualification exam.”

The Regulation Amending the Patent Attorney and Trademark Attorney Examination, Registry and Discipline Regulation (Regulation) prepared by the TPTO entered into force after being published in the [Official Gazette](#) dated 12 May 2023 and numbered 32188. With the Regulation, important changes have been introduced to the patent and trademark attorney examination system.

The most important change introduced by the Regulation is the change of the exam from a two-stage system to a one-stage system. In the pre-Regulation period, candidates who scored 70 points in the first stage of the exam, the general proficiency exam, were entitled to take the second stage, the professional proficiency exam. With the Regulation, the “professional qualification exam” stage was removed and a system consisting of only the “general qualification exam” stage was introduced.

With the change of the exam to a single stage, candidates who will take the patent and trademark attorney exam in 2023 for the first time will be eligible to become a patent or trademark attorney by passing the “general qualification exam” stage. On the other hand, there is an ambiguity regarding the candidates who took the exam in 2021

and were successful in the general qualification exam but not in the professional qualification exam. In the pre-Regulation period, candidates who passed the general qualification exam but were unable to pass the professional qualification exam were exempted from the general qualification phase in the next exam period and could gain the title of trademark/patent attorney only by passing the professional qualification exam. The amendment introduced by the Regulation raises a question mark as to whether the candidates who passed the general qualification exam in 2021 are required to take the exam again in 2023. In our opinion, it will not be possible to claim a vested right at this point and all proxy candidates will be expected to succeed in the single-stage exam to be held in 2023 in order to gain the title of trademark/patent attorney, regardless of the result of the first stage of the exam held in 2021.

On the other hand, the amendments introduced by the Regulation are also important for the future of the patent and trademark attorney profession. Since 2015, it appears that the exams have been highly selective and the success rate has been relatively low. Indeed, out of the 3,000 candidates who took the exam, approximately 200 were able to pass it. The facts that the examination consisted of two stages in the pre-Regulation period, that it was not only a test examination but also a written examination consisting of questions measuring the field, and that the attorneys who would be authorized to act before the TPTO were selected by this method can be considered positive in terms of the general quality of the profession. The Regulation, on the other hand, removes the written selective examination stage and allows entry to the profession of patent or trademark attorney through only a multiple-choice test.

It is clear that the amendments introduced by the Regulation are of great importance for candidates who want to become a patent or trademark attorney, and this sector which has made great progress in Türkiye in recent years. We would like to take this opportunity to wish good luck to all candidates who are preparing for the patent and trademark attorney exam to be held in 2023!

05 Patent ve Marka Vekilliği Sınavında Önemli Değişiklikler Yapıldı

Türk Patent ve Marka Kurumu ("TÜRKPATENT") nezdinde sınai mülkiyet haklarına ilişkin işlem yapmak, yalnızca patent ve marka vekilliği sınavında yeterlilik göstererek "patent veya marka vekili" unvanı kazanmış kişilere haizdir. Sınav iki yılda bir yapılmakta olup 2015 yılından bu yana "genel yeterlilik sınavı" ve "mesleki yeterlilik sınavı" olmak üzere iki aşamadan oluşmaktaydı.

TÜRKPATENT tarafından hazırlanan "**Patent Vekilliği ve Marka Vekilliği Sınav, Sicil ve Disiplin Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik**" ("**Yönetmelik**") 12 Mayıs 2023 tarih ve 32188 sayılı [Resmi Gazete'de](#) yayımlanarak yürürlüğe girdi. Yönetmelik ile birlikte patent ve marka vekilliği sınav sisteminde önemli değişiklikler getirildi.

Yönetmelik ile getirilen en önemli değişiklik sınavın iki aşamalı sistemden tek aşamalı sisteme indirilmesidir. Yönetmelik öncesi dönemde sınavın ilk aşaması olan genel yeterlilik sınavından 70 puan alabilen adaylar ikinci aşama olan mesleki yeterlilik sınavına girmeye hak kazanmaktaydı. Yönetmelik ile birlikte "mesleki yeterlilik sınavı" aşaması kaldırılarak yalnızca "genel yeterlilik sınavı" aşamasından oluşan sisteme geçildi.

Sınavın tek aşamaya indirilmesiyle birlikte ilk defa 2023 yılında yapılacak patent ve marka vekilliği sınavına girecek adaylar yalnızca "genel yeterlilik sınavı" aşamasını geçerek patent veya marka vekili olmaya hak kazanabileceklerdir. Öte yandan 2021 yılında sınava giren ve genel yeterlilik aşamasında başarılı olmasına karşın mesleki yeterlilik sınavında başarılı olamamış adaylara ilişkin bir belirsizlik söz konusudur. Yönetmelik öncesi dönemde genel yeterlilik sınavında başarılı olmakla birlikte mesleki yeterlilik sınavını geçemeyen adaylar, bir sonraki sınav döneminde genel yeterlilik aşamasından muaf tutulmakta ve yalnızca

mesleki yeterlilik sınavını geçerek vekil sıfatı kazanabilmekteydi. Yönetmelik ile getirilen değişiklik, 2021 yılında genel yeterlilik sınavını geçmiş olan adayların 2023 yılında tekrardan sınava girmesinin gerekli olup olmadığı noktasında soru işareti yaratmaktadır. Kanaatimizce bu noktada kazanılmış bir haktan söz etmek mümkün olmayacak ve 2021 yılında yapılan sınavın ilk aşaması sonucundan bağımsız olarak vekillik sıfatının kazanılması için tüm vekil adaylarının 2023 yılında yapılacak tek aşamalı sınavda başarılı olmaları beklenecektir.

Öte yandan Yönetmelik ile getirilen değişiklikler patent ve marka vekilliği mesleğinin geleceği açısından da önemlidir. 2015 yılından günümüze kadar yapılan sınavların son derece seçici olduğu ve başarı oranının da görece düşük olduğu gözlemlenmektedir. Keza sınava katılan 3000 adaydan yaklaşık 200'ü sınavı geçebilmektedir. Yönetmelik öncesi dönemde vekillik sınavının iki aşamadan oluşması, salt test sınavından ibaret olmayıp alana ilişkin ölçücü sorulardan oluşan yazılı bir sınavın da yapıyor olması ve TÜRKPATENT nezdinde işlem yapma yetkisini elde edecek vekillerin bu yöntemle seçilmesi mesleğin genel niteliği açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Yönetmelik değişikliği ise özellikle seçici yazılı sınav aşamasını kaldırarak yalnızca çoktan seçmeli test usulüyle patent veya marka vekilliği mesleğine giriş yapılabilmesine olanak sağlamaktadır.

Yönetmelik ile getirilen değişikliklerin Türkiye'de son yıllarda oldukça ilerleme kaydeden bu sektöre dahil olarak patent veya marka vekili olmak isteyen adaylar için büyük önem arz ettiği açıktır. Bu vesileyle 2023 yılında yapılacak patent ve marka vekilliği sınavına hazırlık aşamasında olan tüm adaylara bol şans diliyoruz!

06 Communiqué Amending the Internet Domain Names Communiqué has been published

The Communiqué on Internet Domain Names (Communiqué) governing the procedures and principles regarding the determination and activities of domain registrars (DRs) and the process for the use of internet domain names (IDNs) with the “.tr” extension under the Internet Domain Names Regulation (IDN Regulation) was published in the Official Gazette dated 21 August 2013 and numbered 28742.

The Communiqué Amending the Internet Domain Names Communiqué (Communiqué Amending the Communiqué), which envisages some changes in the content of the Communiqué, entered into force after being published in the Official Gazette dated 10 June 2023 and numbered 32217.

Following the announcement of the Information Technologies and Communication Authority (ITCA) dated 19 August 2022, “.tr” Network Information System (TRABIS) commenced its activities on 14 September 2022. On this occasion, within the scope of the IDN Regulation, the articles that were postponed until TRABIS became operational came into force and a new era began in terms of allocation, management and operation of IDNs. The duties and authority of DRs, which play a very important role in the allocation, management and operation of IDNs and the execution of these processes, have undergone significant changes within the scope of the Communiqué Amending the Communiqué.

Consequently, the Communiqué Amending the Communiqué constitutes radical changes, especially in the life cycle of IDNs, duties and authority of DRs, opening a new level of IDN and storage of IDNs. You can access the Communiqué Amending the Communiqué [here](#) (in Turkish). You can find more information on the recent developments through our legal alert [here](#).

İnternet Alan Adları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ Yayınlandı

İnternet Alan Adları Yönetmeliği (“İAA Yönetmeliği») kapsamındaki Kayıt Kuruluşlarının («KK») belirlenmesine, faaliyetlerine ve «.tr» uzantılı internet alan adlarının («İAA») yaşam çevrimine dair usul ve esasları düzenleyen İnternet Alan Adları Tebliği («Tebliğ») 21 Ağustos 2013 tarihli ve 28742 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

Tebliğ’in içeriğinde kimi değişiklikler öngören İnternet Alan Adları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ («Tebliğ’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ»), 10 Haziran 2023 tarihli ve 32217 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’nun (“BTK”) 19 Ağustos 2022 tarihli duyurusunun akabinde, 14 Eylül 2022 tarihinden itibaren “.tr” Ağ Bilgi Sistemi (“TRABİS”) faaliyetlerine başlamıştır. Bu vesileyle İAA Yönetmeliği kapsamında, TRABİS faaliyete geçene dek yürürlüğü ertelenen maddeler de yürürlüğe girmiş ve İAA’ların tahsis, yönetim ve işleyişi açısından yeni dönem başlamıştır. İAA’ların tahsis, yönetim ve işleyişi ile bu süreçlerin yürütülmesi bağlamında oldukça önemli bir rol üstlenen KK’ların görev ve yetkileri, 10 Haziran 2023 tarihli ve 32217 sayılı Resmi Gazete ile yürürlüğe giren Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ kapsamında önemli değişikliklere uğramıştır.

Nitekim Tebliğ’de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, özellikle İAA’ların yaşam çevrimi, KK’ların görev ve yetkileri, yeni seviye İAA açılması ile İAA depolama hususlarında köklü değişiklikleri beraberinde getirmektedir. İnternet Alan Adları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğe [buradan](#) ulaşabilirsiniz. Bu yeni gelişmeyle ilgili yazımıza [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Key Contacts / nemli İletişim Bilgileri



Can Szer
Partner

+90 530 555 39 63
can.sozer@esin.av.tr



Pelin Aydođdu
Senior Associate

+90 533 629 6423
pelin.aydogdu@esin.av.tr



Fulden Tezer
Associate

+90 549 439 01 92
fulden.tezer@esin.av.tr



Mustafa ađatay Akbař
Associate

+90 549 439 0216
mustafa.akbas@esin.av.tr



İbrahim Barış Sayar
Associate

+90 546 502 41 94
baris.sayar@esin.av.tr



Selin Umay zmen
Associate

+90 549 439 02 11
umay.ozmen@esin.av.tr



Elifsu Gzen
Trainee

+90 549 133 63 78
elifsu.gozen@esin.av.tr



Seil Nibat
Trademark Paralegal

+90 549 439 02 27
secil.nibat@esin.av.tr



Ulař Biici
Senior Trademark Paralegal

+90 549 804 9754
ulas.bicici@esin.av.tr

Baker McKenzie delivers integrated solutions to complex challenges.

Complex business challenges require an integrated response across different markets, sectors and areas of law. Baker McKenzie's client solutions provide seamless advice, underpinned by deep practice and sector expertise, as well as first-rate local market knowledge. Across more than 70 offices globally, Baker McKenzie works alongside our clients to deliver solutions for a connected world.

bakermckenzie.com

© 2023 Baker McKenzie. All rights reserved. Baker & McKenzie International is a global law firm with member law firms around the world. In accordance with the common terminology used in professional service organizations, reference to a "partner" means a person who is a partner or equivalent in such a law firm. Similarly, reference to an "office" means an office of any such law firm. This may qualify as "Attorney Advertising" requiring notice in some jurisdictions. Prior results do not guarantee a similar outcome.

 [Return to Contents](#)