

Ağustos 2010

Kahveci Hukuk

KAHVE MOLASI

Kahveci Avukatlık Bürosu iç iletişimini sağlamak amacıyla yayınlanmıştır.



**Hızla Gelişen Bir Sektör
Olarak Perakendecilik**



***Yargıtay Kararları ve Fikri
Mülkiyet Hukuku Sempozyumu***



**Taklit Markalar
Dosyası**



***Bir Haksız Rekabet Türü
Olarak Yanıltıcı Bilgi Vermek”
ve “Aldatıcı Reklamlar”***



Garanti Markası Nedir?



K. Atatürk

Atam izindeyiz...

GİRİŞ

Kahveci Avukatlık Bürosu olarak gerek merkez ofiste çalışan avukatlar, gerek Kahveci ailesi ile yetişip kendi bürosunu açmış ve hala bizlerle bir ekip olarak çalışan avukatlar, gerekse attığımız her adımda bizlere desteği azımsanamayacak olan idari personelimiz ile her zaman sürekli bilgi akışı ve dayanışmayı ilke haline getirmeyi benimseyerek çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Bu bilgi akışı ve dayanışmanın daha etkin hale gelmesi, iletişimin güçlenmesi amacı doğrultusunda hiçbir kazanç ve mesaj kaygısı içermeksizin, tümüyle çalışmalarımızın paylaşılmasına yönelik olarak Kahve Molası Dergisini yayınlamaktayız.

Dergimiz, hem hukuki gelişmeleri daha yakından takip etmek, hem aile üyesi meslektaşlarımızın faaliyetlerini paylaşımlarına ortam hazırlamak hem de iletişimizi yazılı bir boyuta taşıyarak dergimizin tüm okuyucularını kısa bir kahve molasına davet etmeyi hedeflemektedir.

Bizden haberler , hukukumuzdaki son gelişmeler ve çalışma alanlarımıza ilişkin yeni ve güncel makaleleri içeren dergimizin bu sayısını ilgiyle ve beğenerek okumanız dileğiyle.

Kahveci Avukatlık Bürosu

KAHVE MOLASI DERGİSİ

Sayı - 5
Ağustos 2010

Kahveci Avukatlık Bürosu
Adına Sahibi
Av. Vehbi KAHVECİ

Yazı işleri Sorumlusu
Av. Mine GÜNER

Yazışma Adresi
Karanfil Sk. No:7 1. Levent
Beşiktaş - İstanbul
+90 212 270 32 34
+90 212 280 82 63
+90 212 324 22 29 (f)

Web Sitesi
www.kahveci.av.tr

E-Posta
bilgi@kahveci.av.tr

Grafik Tasarım
Serkan DOĞAN

İçindekiler >>

Hızla Gelişen 4- Bir Sektör Olarak Perakendecilik

Taklit 6- Markalar Dosyası

Yargıtay Kararları 8- ve Fikri Mülkiyet Hukuku Sempozyumu

Fikir ve Sanat 13- Eserlerinde Teknolojik Koruma

20- *Bir Haksız
Rekabet Türü Olarak
Yaniltıcı Bilgi Vermek”
ve “Aldatıcı Reklamlar”*

23- **Garanti
Markası
Nedir?**

26- **Ofisten Görüntüler
Sosyal Aktiviteler**

28- **Bir Hikaye
Bir Söz**

HIZLA GELİŞEN BİR SEKTÖR OLARAK PERAKENDECİLİK

Dünyada her geçen gün artan rekabetin ve gelişen bilişim teknolojisinin sayesinde eskiden ulaşılmazlıkların bol olduğu dünyamızda şimdi neredeyse her şey elimizin altında duruyor.



Av. Vehbi KAHVECİ

Dünyada her geçen gün artan rekabetin ve gelişen bilişim teknolojisinin sayesinde eskiden ulaşılmazlıkların bol olduğu dünyamızda şimdi neredeyse her şey elimizin altında duruyor. Bu nedenle de toplumların tüketim alışkanlıkları gün geçtikçe değişiyor ve bunun sonucunda da gelişmekte olan ülkeler, gelişmesini tamamlamış olanlar için fırsatlarla dolu bir pazar haline geliyor. Pek çok sektörde Türkiye’de bu durumdan nasibini alıyor.

1980’li yılların Türkiye’si ile 2000’li yıllar arasında büyük bir uçurum var. Üretim kaynakları her geçen gün dışardan sağlanmaya devam ediliyor, kapanan fabrikaların sayısı gün geçtikçe artıyor. Özellikle tekstil sektöründe yerel markalardan ve fason üreticilerden tanınmış markalara kadar herkes üretimini Çin, Sri Lanka, Tayvan, Hong Kong gibi ülkelerde yaptırıyor ve bu ürünler dünyaya dağılıyor. Üretim çok daha hızlı ve üretilen ürün sayısı eskisiyle

karşılaştırmayacak kadar büyük. Bu durum başka bir sektörün hızına yetişilemeyecek kadar büyümesini teşvik ediyor, bahsettiğimiz sektör elbette perakende sektörü.

Perakende Türkiye’nin de son yıllarda en hızlı büyüdüğü sektörlerden biri oldu. Türkiye’de perakende sektörü özellikle son 10 yılda şaşırtıcı bir hızla büyüdü. Zincir etkisiyle mağaza talepleri arttı, özellikle son 2 yılda her hafta yeni bir alışveriş

merkezi (A.V.M.) açıldı, artan satışlar ile birlikte kiralarda tavan yaptı. Ancak küresel ekonomik krizin patlak verdiği dönemde, en hızlı manevralardan biri tüketimde yaşandı. Özellikle

alışveriş merkezi yatırımlarıyla perakende sektörü kayıtlarına alınırken, yerli markalar görülmemiş büyüme oranları yakaladı. Son 4 yılda hem markalar hem de A.V.M.’ler hız kesmeden büyüdüğünü görmekteyiz. Bundan 10 yıl öncesine kadar örneğin İstanbul’da alışveriş merkezlerinin sayısı bir elin parmaklarını geçmezken



Bundan 10 yıl öncesine kadar örneğin İstanbul'da alışveriş merkezlerinin sayısı bir elin parmaklarını geçmezken bugün 100'ün üzerinde alışveriş merkezi var ve sayıları gün geçtikçe artıyor.

bugün 100'ün üzerinde alışveriş merkezi var ve sayıları gün geçtikçe artıyor. Bir mağazanın birkaç şubesini aynı semtte bulmak mümkün hale geldi. Her kesime hitap eden çeşitli kategorilerde A.V.M.'ler uygun fiyatlı seri sonu ve tanınmış markaları satan lüks olanlar şeklinde kategorilere ayrıldı. Yani artık her markanın alıcısına hitap eden farklı bir alışveriş merkezi var. Bununla da kalmıyor artık süper marketler, teknoloji marketler de yüzlerce şube ile her kesimde hizmet veriyor. Bu durum bir yandan istihdam sayısını arttırıyor bir yandan da tüketiciye daha fazla olanak sağlıyor. Rekabet ortamının da perakende sektörünün büyümesiyle doğru orantılı olduğu düşünülünce fiyatlarda da buna dayanan bir düşüş görülüyor.

Günümüzde küçük butik ve bakkal alışverişinden alışveriş merkezi ve süpermarkete kayan eğilim bu alanda profesyonelliğe ciddi ihtiyaç duyulmasını doğurmaya başladı. Eskiden küçük bir mağazada bir ya da iki eleman istihdam edilirken artık bir alışveriş merkezindeki mağaza ufak çaplı bile olsa örneğin satış, kasa,

mağaza sorumluları ayrı kişilerden oluşuyor ve bu durum her çeşit perakendecilikte kurumsallaşmayı beraberinde getiriyor. Bunun yanında hızla değişen şartlara ayak uydurmak da yeni ve ileriye dönük bir ön eğitimi gerektiriyor. Bilindiği gibi Türkiye'de üniversitelerin çoğunda işletme, ekonomi, iş yönetimine yönelik bölümler mevcut. Ancak bunlara bakıldığında bu bölümlerin bir kısmı eski tip iş hayatından yeni gelişmelere açılmakta zorluk çekiyor. Bir yandan da gelişmekte olan ülkemizde yeni iş alanlarına açılmak isteyen, gelişime açık bir potansiyel olduğu tartışmasız olup bu nedenle bizler de üniversite ve yüksek okulların özellikle İşletme Fakülteleri'nde Perakendecilik ve Perakende Sektörü'ne yönelik en azından ön lisans programları açılmasını destekliyoruz. Böylelikle gelişiminin önüne geçilemeyecek bir cevher değerinde olan bu sektörün sağlam bir alt yapı ile Türkiye'de benimsenmesi ve profesyonelce yürütülmesi çok daha sağlıklı olacaktır. Özellikle genç nüfusun oranı düşünüldüğünde bu yolla potansiyel iş gücünün eğitilmesi ve zamanın yeniliklerine uygun, çağa ayak uyduran bir sektörün sağlam temellere oturtulması mümkün kılınacaktır.

**Tescilli Markalar Derneği Başkanı
Avukat Vehbi KAHVECİ**

TAKLİT MARKALAR DOSYASI

**The Brand Age Mart 2010 Taklit Markalar
Dosyası Avukat Dilsu Ekin Ündar röportajı
(Vektör Marka Ofisi Ltd. Şti.)**



Av. Dilsu E. ÜNDAR

Ceza kanunundaki boşluk nedeniyle taklit ürünlerle ilgili açılan 9000 dava düştü ve mallar sahiplerine iade edilme aşamasında. Bu durum taklitçilerde “hukuki açıdan artık rahatız” duygusu yarattı mı?

Evet maalesef. “Nasil olsa artık cezalandırılmıyoruz, hapse girmiyoruz” gibi bir bakış açısı yarattı. Ama artık kesinlikle ceza hukukunda hiçbir şey yapılamıyor, şikayet edilemiyor, şikayetin sonunda da dava açılmıyor, ya da hiç kimse cezalandırılmıyor demek mümkün değil. Ticaret Kanununun haksız rekabet hükümlerine giderek bu kişiler hakkında dava açıyoruz. Elbette marka sahipleri açısından aleyhte bir durum doğdu, ama biz avukatlar olarak hala bir savaş veriyoruz. Bu kişiler hiç cezalandırılmıyor, elini kolunu sallayarak geziyor diye düşünülmesin.

Ceza Kanunundaki boşluk hala sürüyor mu?

Anayasa mahkemesinin 556 sayılı Markaların Korunması Hakkındaki Kanun Hükmündeki Kararnamedeki 9 ve 61. maddelerinin bazı hükümlerini iptal etmesi, bu boşluğu dolduracak kanunun 5 Ocak 2009 tarihinde yürürlüğe girmesi gerektiği halde girmemesi ve bu süre içinde de uygulanacak bir hüküm olmaması nedeniyle hükümleri davalar dayanaksız kaldı. 5833 Sayılı Markaların

Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun` 28 Ocak`ta Resmi Gazete`de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Aradaki 23 günlük süreçte mücadele yasal dayanaktan yoksun kaldı.. Ama şu anda bu eylemler marka hakkına tecavüz eylemleri olduğundan 556 sayılı KHK uyarınca ve aynı zamanda haksız rekabet de teşkil ettiği ve TTK`nda suç olarak düzenlendiği için, TTK haksız rekabet hükümlerine gidilerek cezalandırılıyor.. Gerçi bu kişiler yine hapis cezası almıyor, cezalar erteleniyor, adli para cezasına çevriliyor. Zaten kimi zaman da marka sahiplerinin istemesi ve kabul etmesi halinde bu kişilerle uzlaşma yoluna gidilerek bir bedel ve bir daha bu işi yapmayacağına dair taahhütnameler alınabiliyor.

Bu boşlukta düşen davalarla ilgili mağdurların bir uluslararası mahkemeye başvuru hakkı var mı?

Türkiye`de ki bütün yasal süreç tüketildikten sonra var. Şu anda dosyalar Yargıtay`da. Mahkemeler, beraat kararları, malların iade edilmesi kararları temyiz edildi. Bu temyiz aşaması bitip, Türkiye`de karar düzeltme yolu da kapandıktan sonra Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine taşınabilir. Mülkiyet hakkı ekonomik nitelikli bir hak olduğu ve Avrupa ülkelerinde gayri maddi haklar da insan haklarından sayıldığı için

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin fikri ve Sınai Haklar ile ilgili yerleşmiş içtihatları bulunmakta.

Peki bu davalardan dolayı el konulan mallar taklitçilere fiilen iade edildi mi?

Bu ceza davalarındaki sanıklar dava bitiminde malını hemen geri almak istese de, temyiz süreci olduğundan ve bu yargılama süreci uzun sürdüğünden hemen iade edilmiyor. Zaten marka sahiplerinin en çok üzüldüğü şeylerden biri iade konusu. Yıllarca süren uğraşılardan davalar, şikayetler, arama, el koymalardan, sonra o mallar taklitçilere ürünlerin iade edilecek olması üzücü.

Peki bu durumun temyizde düzeltilmesi ihtimali var mı?

Temyiz mercii olan Yargıtay, dosyayı beraat kararının verildiği tarihteki kanunları esas alarak incelediğinden bu konuda bir değişiklik olması hukuken mümkün görünmemekte. Bu nedenle yeni kanun tasarısıyla ilgili daha büyük beklentilerimiz vardı. Artık tüm sorunları çözecek bir kanun bekliyorduk. Ama tasarımı incelediğimizde bu kişileri cezalandıracak maddelerin yine yeterli olmadığını görüyor ve üzülüyoruz. Demek ki marka kavramına bakış açısı bizde hala oturmamış. Biz hukukçular olarak elimizden geleni yapıyoruz, ama yasaların çıkartılması sürecinde başka faktörlerden ötürü hala bu kişilere imtiyazlar sağlanıyor gibi görünüyor.

Bir marka sahibi, markasının taklidine rastladığında ne yapması gerekiyor?

Bu konu ile ilgili olarak uzmanlaşmış vekillere başvurmaları ve vekil olarak atadıkları kişilere gerekli bilgilerin en kısa sürede verilmesini sağlamaları gerekmekte. Genelde taklitlerin üretildiği veya toplu halde depolandığı yerlerin adresini bize bildiriyorlar. Biz de bu

adreslerde arama yapılmasını, ürünlere el konulmasını talep ediyoruz. Maalesef her savcılık arama el koyma kararlarını vermiyor, bazı adliyelerde çok zorlanıyoruz. Örneğin Güney ve Ege bölgeleri, özellikle yazın çok fazla taklidin olduğu yerler. Fakat bu noktada da karşılaştığımız en büyük zorluk özellikle küçük şehirlerdeki taklitlerin önüne geçilmesinin zor olması. Her ne kadar taklit malların toplanması polis eşliğinde gerçekleştiriliyor ise de, çeşitli zorluklar yaşanıyor örneğin esnaf birleşiyor ve bu durum üzerimizde baskı oluşturuyor. Düşünün ki polislerin bile zor durumda kaldığı oluyor.

Bu suçta toplumun bakış açısı nasıl? Toplum bunu cezalandırılması gereken önemli bir suç olarak görüyor mu, yoksa duyarsız mı?

Tamamen duyarsız değil, ama çok hassas da değil. Taklit markalı ürün satmak bir suç, ancak kişisel kullanım için satın almak suç değil. Özellikle Avrupa’da kişisel kullanım için dahi olsa taklit ürünün satın alınması, kullanan açısından bazı yasal yaptırımlarla sonuçlanabiliyor. Bu durum kullanıcıda “taklit marka kullanmama” bilincini geliştiriyor. Oysa ki; Türkiye’de bu tip bir yaptırım olmadığı için, insanlar taklide karşı gibi görünseler de taklit ürünleri almaktan geri kalmıyorlar.

Büromuz avukatlarından, Marka ve Patent Vekili Av.Dilsu Ekin Ündar ile The BrandAge Dergisi’nin Mart 2010 Sayısında Taklit Markalar Dosyası başlıklı yazı dizisi kapsamında yayınlanan röportajıdır.

Yargıtay Kararları ve Fikri Mülkiyet Hukuku Sempozyumu

İstanbul Barosu Fikri ve Sinaî Haklar Komisyonunca düzenlenen “Yargıtay Kararları ve Fikri Mülkiyet Hukuku” konulu Sempozyum 26 Haziran 2010 Cumartesi günü saat 10.00 – 18.00 arasında Kadir Has Üniversitesi Cibali Kampusu’nda yapıldı.



İstanbul Barosu Başkanı **Av. Muammer Aydın** yurt dışında görevli olduğu için açılış konuşması **Staj Eğitim merkezi Yürütme Kurulu Başkanı Av. Vehbi Kahveci** tarafından sunuldu.

Fikri mülkiyet hukukunun konularını asıl itibariyle telif hakları ve sinaî mülkiyet araçlarından oluşan patent, marka ve tasarım ve benzeri ayrıştırıcı iz ve işaretlerin oluşturduğunu belirten Kahveci, ülkemizde ilk telif korumasının 1800’lü yılların sonlarına doğru görülse de esaslı düzenlemenin Cumhuriyet döneminde gerçekleştiğini, 1952 tarihinde yürürlüğe giren 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu dönemin gereksinimlerine yanıt veren bu yoldaki önemli bir adım ve gelişim olarak değerlendirilebileceğini bildirdi.



Kahveci, ülkemizde sanayileşmenin hızla artması ve teknolojik çeşitliliğin üretimin her alanında yoğun biçimde kullanılmasıyla birlikte yasada bazı değişiklik ve düzenlemelere gidildiğini, Gümrük Birliğine geçilmesiyle birlikte fikri mülkiyet mevzuatımızın neredeyse yeniden şekillendiğini söyledi.

Kahveci sözlerini şöyle tamamladı: *"Avrupa Birliği Uyum Yasaları adı altında apar topar getirilen düzenlemeler ne yazık ki, bir iç gereklilikten öte verilmiş bir taahhüdün yerine getirilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Normal koşullarda böylesine önemli bir alanın yasayla düzenlenmesi gerekirken Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlenmeye gidilmesi hem yapılan düzenlemenin aceleyle gerçekleştiğini göstermiş hem de kanun hükmünde kararname ile suç ve ceza ihdas edilmiştir".*

Açılıшта konuşan Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekanı **Prof. Dr. Ali Güzel**, bilgi toplumunda en fazla konuşulan hakların hiç kuşkusuz, fikri ve sınai haklar olduğunu, bu haklara sağlanan



koruma ve hukuk sistemlerinin de doğrudan insanın yaratıcı düşüncesine gösterdiği saygının göstergesi olduğunu söyledi.

Fikri mülkiyet hukuku, yaşamın her alanda etkisini gösteren bir hukuk dalı haline geldiğini belirten Güzel, *"Şiirden musikiye, hayatımızı kolaylaştıran buluşlardan kullandığımız eşyaların dış görünümüne kadar her şey hukukun, özelde de fikri mülkiyet hukukunun koruması altındadır"*.

Ülkelerin gelişimi ve gerçek bir bilgi toplumu hedefine ulaşabilmeleri için fikri ve sınai hakların korunmasının zorunluluğuna değinen Güzel, hukuki korumanın yeterli olmadığı bir ülkede, buluş sahibinin buluşa emek ve sermaye sarf etmesinin, sanatçının eser üretmesinin düşünölemeyeceğini kaydetti. Güzel, bu düşünce ve fikirlere hukuk sistemi tarafından ödöl verilirse yeni buluşlar ve yeni eserlerin ortaya çıkabileceğini hatırlattı.

Güzel, sözlerini şöyle tamamladı: *"Düşünce sahibi tarafından ortaya konulduktan sonra çok kolay taklit edilebilmesi, takibinin*

çok zor olması, çok karmaşık hukuki sorunu ortaya çıkarmaktadır. Ülkemiz, fikri ürünlerin korunması için gerekli mevzuatı çıkarmış, düşünce ürünlerine yeterli korumayı sağlamıştır. Bu çerçevede uygulamada büyük bir boşluğu dolduran özel ihtisas mahkemelerini kurarak bu alanda önemli bir gelişme göstermiştir. Bu artık ülkemiz, taklit ve korsan ürün denilen ürünlerin cenneti olmaktan çıkarılmıştır”.

İstanbul Barosu Fikri ve Sınâî Haklar Komisyonu Başkanı **Av. Pınar Sürde**, sınâî mülkiyet sisteminin belirleyici aktörleri olan yargı, akademik çevreler, Türk Patent Enstitüsü ve uygulamacıların dünyadaki gelişmelere paralel çalışmalar ile ülkemizin sanayisine katkı sağlamalarının gerektiğini, bu bakımdan sınâî mülkiyet haklarını düzenleyen Kanun Hükmündeki Kararnamelerin çok acele





olarak kanunlaşmasının ülke sanayisi için kaçınılmaz bir zorunluluk olduğunu vurguladı.

Sür, yargı ve akademik çevrelerin sınâî mülkiyet haklarını tartışırken genel kavramların yerleşmiş olmasından da güç alarak sorunlara çok boyutu yaklaşımlar ile derinlemesine tartışma imkânı yaratmalarının sınâî mülkiyet hakları uygulamasına yeni bir ivme kazandıracağı ve Sempozyumu bu amaçla düzenlediklerini bildirdi.

Üç oturum halinde gerçekleştirilen Sempozyumun ilk oturumunu Yargıtay 11. Hukuk Dairesi Üyesi **Levent Yavuz** yönetti. Bu oturumda İstanbul (4) nolu Fikri ve Sınâî Haklar Hukuk Mahkemesi Hâkimi **Uğur Çolak**, "*Gümrüklerde Sınâî Hak İhlalleri Nedeniyle Maddi ve Manevi Tazminat Davaları*", Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi **Doç. Dr. Tekin Memiş**, "*Fikri Mülkiyet İhlallerinde Basiretli Tacir Kavramı*", Kahveci Avukatlık Bürosu Yöneticisi **Av. Vehbi Kahveci** de, "*Markalar Bakımından Cezai İşlemlerdeki Son Gelişmeler*" konulu bildiri sundu.

İkinci oturumu İstanbul Barosu Fikri ve Sinaî Haklar Komisyonu Başkanı **Av. Pınar Sür** yönetti. Bu oturumda, İstanbul Ticaret Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi **Prof. Dr. Sami Karahan**, "*556 Sayılı KHK m. 8/IV'ün Uygulama Şartları*", İstanbul (3) nolu Fikri ve Sinaî Haklar Hukuk Mahkemesi Hâkimi **Habibe Aslan**, "*Endüstriyel Tasarımlarda Hükümsüzlük Davaları*", Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi **Yrd. Doç. Dr. Tamer Pekdinçer**, "*Yargıtay Kararlarında Ticari Vekil ve Temsilci Kavramı*" konusunda sunum yaptı.

Günün son oturumunu yine Yargıtay 11. Hukuk Dairesi Üyesi **Levent Yavuz** yönetti. Bu oturumda, Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi **Doç. Dr. Savaş Bozbel**, "*Markanın Hükümsüzlüğü Davalarının Açılmasında Süre - Yargıtay Hukuk Genel Kurulunun 2007/11-974 E. ve 2007/968 K. sayılı Kararı Kapsamında Değerlendirmeler*", İstanbul Ticaret Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi **Dr. Eda Giray**, "*Markanın Devrine İlişkin Yargıtay Kararlarının Genel Değerlendirmesi*", Türkiye Patent Enstitüsü Eski Başkanı **Uğur G. Yalçiner**, "*Patent ve Faydalı Model Uygulamalarında Yargıtay Kararları*" konusunu ele aldı.

Sempozyum oturumları sonunda soru-cevap bölümleri yer aldı. Oturum sonlarında ise konuşmacılara birer Teşekkür Belgesi sunuldu.

Fikir ve Sanat Eserlerinde Teknolojik Koruma

Internet üzerinde P2P sistemler yoluyla dosya değişimi faaliyetine katılanların eylemlerinin eser sahibi hakları ve Fikri ve Sınai Eserler Kanunu’nda tanınmış istisnalar bakımından incelenmesi.

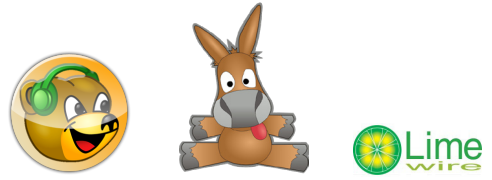
Internet, dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik bir iletişim ağıdır. Diğer bir deyişle çok protokollü bir ağ olup birbirine bağlı bilgisayar ağlarının tümü olarak da tanımlanabilir. Binlerce akademik, ticari, devlet ve serbest bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşmuştur. Bilgi, bilgisayarlar arasında çeşitli protokollere göre paketler halinde transfer edilir.

Türkiye’ye 1994 yılında gelen internet, geldikten hemen sonra

hızla yaygınlaşarak 7’den 70’e herkesin kullandığı bir teknolojik ürün ve her an yenilenen bir bilgi kaynağı halini almıştır. Devlet kurumları, özel sektörde faaliyet gösteren kuruluşlar, hastaneler, adliyeler, bankalar gibi gündelik yaşam içerisinde gereksinim duyulabilecek her türlü ihtiyaca cevap verecek birçok alana yayılan internet, kullanıcılar açısından gün geçtikçe bağımlılığını artırmakta ve vazgeçilemez hale gelmektedir. Pek çok kurum ve kuruluşun internet üzerindeki “e-sistem”

leri sayesinde günlük rutinler yer deşiştirmiş, internetin yaygınlaşması öncesinde zaman alan işlemlerin çoğu günümüzde bir tık ile yapılabilir hale gelmiştir. Bunların yanında sosyal ihtiyaçlar, telefonla konuşmak, sohbet etmek, müzik dinlemek, film izlemek, kitap okumak gibi birçok eylem internet üzerinden gerçekleştirilmektedir. Tüm bu kolaylıklar bir yandan internet kullanıcıları için zamanın önem kazandığı günümüzde maksimum fayda sağlarken diğer taraftan konumuzu oluşturan Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında eser sahipleri için savaş haline dönmektedir. Zira internet kullanıcılarının çoğunun haberi olmayan ve zararsız gözükken kullanımların pek çoğu bir başkasının telif, marka, patent ve sair fikri mülkiyet hakkını ihlal teşkil edebilmektedir.

P2P sistemler yoluyla dosya



Bear Shear, Emule ve Lime Wire gibi programlar P2P sistemiyle çalışan programlardan sadece bir kaçıdır.

değişimi ve bunun yasal izleri bu kompozisyonumuzun konusu oluşturmaktadır. Peer-to-peer ya da P2P olarak tanımlanan peer eř, denk anlamına gelmektedir. İki veya daha fazla istemci arasında veri paylaşmak için kullanılan bir ağ protokolüdür. Peer-to-peer yazılımlarıyla, kullanıcılar her türlü dijital içeriklerini uygulamaları kullananlarla paylaşabilirler. Bu işlem bu tanımla yasal olsa da, paylaşılan içerikler telif haklarıyla korunan ve parayla satılan içerikler olduğunda (ki tartışma konumuz bunu oluşturmaktadır.) bu içeriklerin paylaşılması ve paylaşan kişilerden edinilmesi illegal hale gelir. Ancak yasadışı hale gelen yazılımlar ve teknoloji

değil, yazılımlar ve teknolojinin kötüye kullanımıdır.

Fikri Sınai Eserler Kanunu'nda korunan eser tiplerinin başlıcalarını oluşturan yazı ile ifade edilen eserler; müzik eserleri, sinema eserleri gibi eserlerin internet üzerinde peer to peer adı verilen sistem ile olabilecek en hızlı şekilde paylaşımını sağlamakta, bu paylaşımından hiçbir fayda elde edemeyen eser sahipleri mağdur hale gelmektedir. İnternet, kullanıcıları için sağladığı hız, güvenilirlik ve verimlilik açısından oldukça önemli olmakla birlikte söz konusu sistem ile paylaşılan dosyaların çoğunun üzerinde telif hakkı sahibi olan eser sahiplerinin bulunması hukuki açıdan ciddi problemler yaratmaktadır.

Son zamanlarda internet korsanlığı olarak ifade edilen

sistemin işleyişini en basit haliyle özetleyecek olursak, herhangi bir şirket tarafından yazılan bir programın internette yayınlanması ve internet kullanıcılarının bu programı bilgisayarlarına indirmesiyle başlar. Buraya kadar kişisel kullanım gibi gözükmesine karşın, bu sistem ile ilgili programı yükleyen tüm kullanıcıların bilgisayarı birbirine P2P bağlantı yöntemiyle bağlanır. Birbirleriyle bağlantılı hale gelen bilgisayarlarda bulunan her türlü film, müzik vs. dosyaları bir liste halinde saklanır. Kullanıcılar programı açıp arama yapmak istedikleri bilgileri girdiklerinde programın yüklü olduğu tüm bilgisayarlarda aramaya ilişkin bilgiler taranır. Sonuç olarak aramaya ilişkin bütün eserler liste halinde kullanıcının karşısına gelir Böylece kullanıcı karşısındaki listelenen bölümden

istediği eseri kişisel bilgisayarına indirebilir. Dolayısıyla kullanıcılar böyle basit bir yolla istedikleri çoğu esere ulaşabilirken, özellikle film ya da müzik şirketleri açısından telif hakları dolayısıyla dava açabilecekleri muhatap bulmak imkansız hale gelmektedir. En basit haliyle bu şekilde peer to peer dosya değiş tokuş araçlarının gelişimi ile birlikte bu araçları kullanan kişiler arasında yasal olmayan paylaşımlar giderek yaygınlaşmıştır. Paylaşılan dosyaların çoğunluğunun telif hakkına tabi olması ve bu tip bir paylaşımın hukuka uygun olmamasından dolayı söz konusu sistemin kontrol altında tutulması gerekmekte bu konuda çeşitli yöntemler denenmektedir.

Bir saatte değişen dosya sayısının milyarlarla ölçüldüğu düşünöldüğunde birkaç P2P sisteminin kapanmasını sağlayan

Amerikan Müzik Kayıt Endüstrisi Birliği RIAA ve ortakları bir yandan kullanıcılara kısıtlı parçaların değiştirilmesine izin verilmesi, tüm parça ya da filmin ancak ücret karşılığı indirilmesi gibi alternatifler sunmaya çabalıyorlar. Fakat günümüz P2P ağlarında bu oldukça zor görünmektedir.

Hukukumuzda Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda, herhangi bir eserin, herhangi bir şekil veya yöntem ile tamamen veya kısmen, doğrudan veya dolaylı, geçici veya sürekli olarak çoğaltma hakkı sadece eser sahibine tanınmıştır. Diğer bir deyişle, yoğun bir çaba ve fikir çalışması neticesinde elde edilen eserlerin çoğaltılması hakkı bazı istisnalar dışında sadece sahiplerine tanınmıştır. Ancak maalesef uygulamada Kanun tarafından korunan haklar internet kullanıcılarınınca

kolaylıkla ihlal edilebilmekte, Kanun ile getirilen yaptırımlar muhatap bulunamamasından dolayı uygulanamamaktadır.

Bu durumdan zarar gören, görme ihtimali olan şirketler; çeşitli başvurularla dosya değişim sistemlerine sürekli müdahale hakkına sahip olmaya çalışıyorlar. Bu konu da tartışılmaya devam etse de, firmaların üç farklı stratejiyi bir süredir kullandıkları biliniyor:

Dosya değiştiren kullanıcıdan sahte taleplerde bulunup P2P bağlantısını yavaşlatmak, kullanıcıları, aradıklarını bulamayacakları sahte hedeflere yönlendirmek ve de son olarak aranan dosyaların benzerlerinin bozuk, farklı, çalışmayan kopyalarını dağıtımına sürmek.

Fikri Sınai Eserler Kanunu ile getirilen istisnalardan biri kişisel kullanım amacıyla eserin

aslından veya kopyasından çoğaltılmasıdır. Görüldüğü üzere burada koşullu bir izin durumu vardır; buna göre kişisel amaçlı kullanım, kar amacı güdülmemesi, eser sahibinin haklarına zarar vermemek ve de normal yararlanmanın aşılmaması durumların söz konusu olması gerekmektedir. Her ne kadar Kanun ile getirilen istisnanın uygulanabilmesi için koşullar getirilmekte ise de bu koşullar uygulamada ne kadar yerine getirildiği tartışmalıdır.

Bilgisayar programları, güzel sanat eserleri, sinema eserleri bakımından da aynı koşulların yerine getirilmesi şartıyla çoğaltılmalarında sakınca görülmemiştir. Bu noktada belirtilmelidir ki alenileşmiş veya yayımlanmış tüm eserler bakımından engellilere çoğaltma ve ödünç verme hakkı tanınmıştır. Yine doğrudan eğitim amaçlı

materyellerin hazırlanmasında kullanılmak üzere yapılacak alıntılar bakımından istisna getirilmiş ve bu amaç doğrultusunda çoğaltma hakkına izin verilmiştir. Böylece eğitim amaçlı hazırlanan eserlerde eserin adı ve eser sahibinin adı belirtilerek atıfta bulunulması koşuluyla alıntı yapılmasına imkan verilmiştir. Aynı şekilde eser niteliğinde kabul edilen güncel olayları içeren yazılardan da yararlanmak mümkündür.

Değnilmesi gereken bir diğer konu; Eser sahibinin haklarının ne kadar süre ile korunacağı hususudur. Korumada üst sınır belirlenmiştir. Eser sahibinin yaşamı süresince ve ölümünün ardından yetmiş yıl süre, birden fazla eser sahibinin mevcut olması halinde ise hayatta kalan son eser sahibinin ölümünün ardından yetmiş yıl süre ile korunacağı kabul edilmiştir. Eser

sahibinin adının belirtilmediği eserler ise eserin aleniyet tarihinden itibaren yetmiş yıl süreyle korunacaktır.

Bütün bu bilgi ve belgeler ışığında kolaylıkla söylenebilir ki; P2P ağları gelişen ve yenilenen teknolojinin legal ve yaratıcı bir ürünü olup, bunların kötü niyetli kullanımları illegal bir durum ve telif hakkı sahipleri bakımından mağduriyet yaratmaktadır.

Hazırlayanlar;

Av. Büşra Birkan - Av. Tuna Yasin Doyuk

Bir Haksız Rekabet Türü Olarak Yanıltıcı Bilgi Vermek” ve “Aldatıcı Reklamlar”



Av. Mine GÜNER

Bir kimsenin kendi şahsi durumu, ürünleri, ticari faaliyetleri veya işleri hakkında gerçeğe aykırı veya yanıltıcı beyanda bulunması veya üçüncü kişiler hakkında aynı şekilde hareket ederek rakiplerine kıyasla onları üstün duruma getirmesi haksız rekabet teşkil eder. Bu konuda daha açıklayıcı olması açısından Yargıtay'ın şu kararını örnek gösterebiliriz:

“İş makinelerinin Türkiye mümessili olan İ.Dış Tic. A.Ş.'ce davalı şirkete yazılan 28.8.1986 tarihli yazıda, davalının Türkiye'de satışa yetkili olduğunun bildirildiği, böylece tek yetkili satıcı olmadığı halde makineletin alıcı piyasasını oluşturan

BelediyelerdendavalınınKars-Selim Belediye Başkanlığı'na yazdığı 25.8.1986 tarihli yazıda kendilerini Vinieri makinelerinin tek satıcısı olduğunu bildirmesinin, TTK.m.57/3 maddesince haksız rekabet oluşturup oluşturmayacağını üzerinde durulmak gerekirken, mahkemece bu hususun değerlendirilmemesi doğru görülmemiş ve hükmün bozulması gerekmiştir.

Yargıtay burada Tek satıcı olmadığı halde, tek satıcıymış gibi ilgili yerlere yazı yazmak eyleminin, TTK'nın 57/3 maddesi kapsamına gireceğine ve haksız rekabet oluşturacağına hükmetmiştir. Bunun gibi ilgili kuruluştan

izin alınmadan TSE markası kullanılması, ya da tek bir işletmeye sahip kimsenin unvanında "müesseseleri" ibaresi kullanması da yüksek mahkemece aldatıcı olduğu kabul eden hallerdendir.

Türk Ticaret Kanunu'nda sayılan haksız rekabet halleri arasında aldatıcı reklamlar ayrıca sayılmasa da bu bendin kapsamına özellikle yanlış ya da yanıltıcı bilgilere dayanan aldatıcı reklamlar girer. Bir reklamda yer alan bilgi, gerçeğe uygun olsa da verilmiş biçimi itibarıyla tüketicilerde yanlış izlenim doğuruyorsa reklam gene de aldatıcı sayılır. Reklamdaki beyanın veya izlenimin yanlış veya yanıltıcı olduğu objektif kriterlerle ispatlanabiliyorsa o reklam aldatıcıdır. Örneğin bir ürünün kökeninin yanlış gösterilmesi (örn: Çin malı bir ürünün Japon teknolojisi gibi tanıtılması), yahut bir işletmenin beyan edilen

kuruluş yılının gerçek olmaması (örn: yeni kurulan bir işletmenin "25 yılı aşkın tecrübe" adı altında reklam yapması) gibi durumların aldatıcılığı objektif olarak ispatlanabilmektedir.

Aldatıcı reklamların en çok karşılaşılan türlerinden bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz;

i. Abartma: Piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin nitelikleri ile ilgili abartılı ifadeler kullanması yaygın bir tarzdır. Ancak her abartılı reklam haksız rekabet oluşturmaz. Abartılı ifadenin yanıltıcı seviyeye ulaşması gerekmektedir. Örneğin ay çiçek yağının çok hafif olması iddiasının ispatı bakımından o yağı kullananların uçması şeklindeki reklam, tüketici tarafından ciddiye alınmayacak derecede abartılı olduğundan aldatıcı olduğu söylenemez.

ii. Karşılaştırmalı Reklamlar: Butür reklamlarda üretici kendi mal ve hizmetleri ile benzer mal ve hizmetleri genellikle fiyat ve kalite açısından karşılaştırır. Karşılaştırma doğru yapılır ve rakip mal ve hizmetin adı kullanılmazsa haksız rekabet söz konusu olmaz. "En iyi", "en büyük", "en eski" şeklindeki reklamlar da gerçeğe uygun olduğu sürece aldatıcı sayılmaz. Ancak bir satıcının kendi ürününün bir başkasının ürünü kadar iyi olduğu yönündeki reklam yapması haksız rekabet teşkil eder. Örneğin "Adidas değil ama en az adidas kadar sağlam" şeklinde bir reklam, Adidas markasının haklı çabası sonucu elde ettiği başarıdan her hangi bir emek sarf etmeden yararlanma anlamına gelir.

iii. Bilimsel Araştırma Sonuçları İçeren Reklamlar; Bilimsel araştırma sonucuna

dayanarak örneğin bir ürünün içeriğinden bahseden bir reklamda bunun haksız rekabet teşkil etmemesi için bilimsel verilerin doğru olması gerekmektedir.

Saydığımız bu haller dışında reklamlarda fiyatlarla ilgili doğru bilgiler verilmemesi, saldırgan pazarlama yöntemlerine başvurulması, piyasaya sunulan bir ürünün sağlık açısından kullanılmasının gerektiği gibi izlenimler yaratılması şeklindeki reklamlar da TTK.57/3 anlamında haksız rekabete neden olacaktır. Bir işletmeye ait reklamlar yapılırken dürüstlük çerçevesinde olmasına dikkat edilmeli; saldırgan, gerçeğe aykırı, rakipleri küçük düşürücü ve tüketicileri yanıltıcı beyan ve tanıtımlar kullanılmamalıdır.

GARANTİ MARKASI NEDİR?

Garanti markası, Markaların Korunması Hakkındaki 556 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin (KHK) 54. maddesinde düzenlenmiş olup, "Marka sahibinin kontrolü altında birçok işletme tarafından kullanılan ve bu işletmelerin mal ve hizmetlerinin, garanti markası teknik yönetmeliğinde belirlenen ortak özellikleri, üretim usullerini, coğrafi menşeyini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işarettir". Tanımdan da anlaşıldığı üzere, garantimarkasımarkanınhitap ettiği kitleye karşı sunulan ürün ya da hizmetin marka sahibinin (teknik şartnamede) belirlediği şartlara uygun olduğu yönünde garanti verme

işlevini taşır.

Garanti markaları bir gerçek veya tüzel kişilik adına tescil edilebilirler. Ancak garanti markasının burada ortaya çıkan bir özelliği,(KHK'nın 54/2. maddesine göre) kontrol eden ve edilen mekanizmanın birbirinden ayrı tutulması amacıyla, marka sahibinin ve marka sahibine iktisaden bağlı bir işletmenin mal ve hizmetleri üzerinde kullanılamamasıdır. Garanti markasını kullanma hakkı yalnızca marka sahibince izin verilmiş kişilere ait olabilir. Dolayısıyla, marka sahibince hazırlanan teknik yönetmelikteki şartları sağladığını iddia eden kişiler, garanti markasınca yetkilendirilmedikçe bu

markayı kullanmaya başlayamazlar.

Uygulamada en çok bilinen garanti markalarına örnek vermek gerekirse, bir ürünün Türk Standartlarına uygunluğunu garanti eden TSE ile bir giysinin tamamen yünden yapıldığını garanti eden „Uluslararası Yüncüler Birliği’ne ait Woolmark markaları gösterilebilir. Bu düzenlemelere göre bir garanti markasını kullanarak ürünlerinin ve hizmetlerinin kalitesini, menşeyini garanti etmek isteyenler bu garanti markasının sahibinden izin belgesi almakla yükümlüdür.

Garanti markaları, KHK’ daki düzenleme doğrultusunda esas olarak dört hususta garanti sağlar. Buna göre garanti markasını kullanan işletmelerce, bu işletmelerin sunduğu mal ve hizmetlerin ortak özellikleri; bu işletmelerin mal ve hizmetlerinin üretim

usulleri, coğrafi kaynakları ve kalitesinin garanti edilmesidir. Bu dört özellik KHK’nın lafzı doğrultusundaki bir genel çıkarımdır.

KHK’nın 56. maddesinde ise “bir garanti markasının tescili için başvuru ile birlikte markanın kullanma usul ve şeklini gösterir bir teknik yönetmeliğin verilmesi zorunludur” denmektedir. Bu maddede adı geçen teknik yönetmelikte markanın garanti ettiği mal ve hizmetlerin ortak özellikleri hakkında hükümlerin yer alması ve markanın kullanılmasının nasıl kontrol edileceğine, markanın teknik yönetmelikte belirtilen usullere aykırı olarak kullanılması halinde ne tip yaptırımlar uygulanacağına ilişkin düzenlemelerin bulunması gerekmektedir. (md.57)

Garanti markası teknik yönetmeliğinin içeriği

KHK'nın 56. ve 57. ile Marka Yönetmeliği'nin 10/V. Maddelerinde belirtilmiştir. Bu hükümlere göre, teknik yönetmelikte, başvuru sahibinin isim ve soy ismi (başvuru sahibi bir tüzel kişilik ise ticaret unvanı), adresi, tebligat adresi, markanın örneği, markanın hangi mal ve hizmetlerle ilgili olarak ne şekilde kullanılabileceği, markanın kullanım usullerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir. Bunun yanında, markanın garanti ettiği mal ve hizmetlerin ortak özellikleri, markanın kullanma hakkının verilmesinden sonra markayı kullananların ne şekilde denetleneceği ve uygulanacak yaptırımların da yer alması gerekir. (Teknik yönetmelik bu şartları içermediği takdirde, gerekli değişikliklerin yapılması için Türk Patent Enstitüsü tarafından marka sahibine bildirimde bulunulur. Marka

sahibi bildirim tarihinden itibaren 6 ay içinde gerekli düzeltmeleri yapmalıdır.) Markanın tescilinden sonra marka sahibinden izin alarak garanti markasını kullanan kişiler de teknik yönetmeliğe uymak mecburiyetindedirler.

Av. Ezgi ELİTOĞ

Ofisten Görüntüler...



Sosyal Aktiviteler...



Hikaye

Ünlü Avukat Petroçelli'nin Kaybettiği Tek Dava...

Ünlü bir futbolcu karısını öldürmekle suçlanıyordu.. Futbolcu yakalanmıştı... Ama karısının cesedi ortada yoktu.. Duruşma Amerikan filmlerindeki gibiydi.. Futbolcu sanık sandalyesinde oturuyordu.. Kucak dolusu parayla tuttuğu avukatı jüriyi ikna etmeye uğraşıyordu:

“Sayın jüri, müvekkilimin suçsuz olduğuna yürekten inanıyorum.. Buna az sonra sizler de inanacaksınız.. Neden mi? Bakın, şimdi 1’den 10’a kadar sayacağım ve müvekkilimin öldürdüğü iddia edilen karısı bu kapıdan içeri girecek..

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10...” Bütün jüri kapıya döndü...

Kimse girmedi içeri.. Avukat bir savunma dehasıydı; öldürücü hamlesini yaptı..

“Bakın, siz de kadının öldüğüne inanmıyorsunuz..

Çünkü hepiniz içeri girecek diye kapıya baktınız.. İşte kararı buna göre vermenizi talep ediyorum..”

Jüri, ünlü futbolcuyu suçlu bulduğunu bildirdi ve dava bu şekilde sonuçlandı.. Mahkeme çıkışında avukat, bayan jüri başkanına yaklaştı:

“10’a kadar saydığınızda siz de diğer üyeler gibi kapıya bakmıştınız.. Neden böyle bir karara imza attınız?”

“Doğru” dedi jüri başkanı;

“Ben de kapıya baktım, ama müvekkiliniz kapıya bakmıyordu!..

SÖZ

“Hiç kimse onu bulandırmadığı ve ihlal etmediği sürece hukuk, teneffüs ettiğimiz hava gibi görünmez ve tutulmaz bir şekilde etrafımızı kaplar. Hukuk ancak kaybettiğimizi anladığımız zaman değerinin farkına vardığımız sağlık gibi sezilmez bir şeydir.”

Pierre Calamanderi



Fikri ve Sınai Mülkiyet haklarının korunması ve taklit mallarla mücadelede İstanbul başta olmak üzere tüm yurttta sunduğumuz kapsamlı hizmetlerle alanımızın önde gelen isimlerinden biri olduk.

Türkiye ve dünyanın önde gelen markaları ile çalışmanın verdiği gurur ve güvenle yola çıktık.

VEKTÖR MARKA OFİSİ olarak, deneyim ve bilgimizi, uzman ve dinamik bir hukukçu ekip desteğiyle, marka tescil hizmetleri ve korunması alanında sürdürüyoruz.

* Ulusal ve uluslararası tescil, benzerlik araştırması ve benzer başvurulara yönelik itiraz prosedürünün sonuçlandırılması, lisans ve devir sözleşmelerinin hazırlanması ve sicile kayıt işlemleri,

* Tescilinizin hukuki ve cezai alanda korunması, taklitlerinizin takibi, gümrükte el koyma,

* Firmanızın kimliği olan markanıza doğru yönü çizecek tüm çözümler için bir "VEKTÖR" ü seçin...

VEKTÖR MARKA OFİSİ

Levent Mah. Karanfil Sk.
No:7 Beşiktaş - İstanbul
0(212) 280 83 63 - 0(212) 280 82 63 (f)



VEKTÖR

marka ofisi ltd. sti.



markanıza
doğru yönü çizmek için...

Levent Mah. Karanfil Sk.
No:7 Beşiktaş - İstanbul
0(212) 280 83 63 - 0(212) 280 82 63 (f)
bilgi@vektormarkaofisi.com
www.vektormarkaofisi.com