

T.C. TÜRK PATENT ve MARKA KURUMU MARKALAR DAİRESİ BAŞKANLIĞINA
İTİRAZ GEREKÇELERİ

MARKA İTİRAZA GEREKÇE MARKA:	MARKANIZIN LOGOSU - “MARKANIZIN İSMİ”, SINIF, TESCİL NUMARASI:
İtiraz Sahibi:	İTİRAZ EDEN GERÇEK VEYA TÜZEL KİŞİ BİLGİLERİ
Sahip Numarası:	
İTİRAZ EDİLEN MARKA	İTİRAZ EDİLEN MARKALAR VE SINIFLARI

AÇIKLAMALARIMIZ

Müvekkil adına tescilli [**Müvekkil Markası**] ibareli markamız, [**Müvekkil Marka Tescil Tarihi**] tarihinde [**Müvekkil Tescil No**] tescil numarası ile tescil edilmiştir (Başvuru Tarihi: [**Müvekkil Başvuru Tarihi**]). Davalı [**Başvuru Sahibi Adı Soyadı/Unvanı**], [**Davalı Başvuru Tarihi**] tarihinde [**Davalı Başvuru No**] başvuru numarası ile [**İtiraz Edilen Marka**] ibaresinin [**İtiraz Edilen Sınıflar, Örn: 14, 35, 42**] sınıflarında tescili için başvuruda bulunmuştur. Söz konusu başvuru, [**Bülten Tarihi**] tarihli ve [**Bülten No**] sayılı Resmi Marka Bülteni’nde yayımlanmıştır.

Müvekkile ait [**Müvekkil Markası**] tescilli markasına dayanarak, [**İtiraz Edilen Marka**] ibareli başvuruya karşı 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun (SMK) 5/1-ç, 6/1 ve 6/9 maddeleri uyarınca tescil itirazlarımızı sunuyoruz:
Şöyle ki;

1- SMK M.5/1-ç HÜKMÜ UYARINCA HER İKİ MARKA AYIRT EDEMEYECEK KADAR BENZERDİR.

Müvekkil’ e Ait Tescilli Marka	İtiraz Edilen Marka
İTİRAZ EDEN MARKANIN LOGOSU VEYA İSMİ	İTİRAZ EDİLEN MARKANIN LOGOSU VEYA İSMİ

Müvekkil markası **[İlgili Sınıf, Örn: 14. Sınıf]** kapsamında tescilli olup, itiraz edilen başvurunun da aynı sınıftaki emtiaları kapsadığı görülmektedir.

Müvekkil Tescilli Markası	İtiraz Edilen Marka Başvurusu
[Müvekkil Marka Görseli / İbaresı]	[İtiraz Edilen Marka Görseli / İbaresı]
Tescil Sınıfı: [14. Sınıf vb.]	Başvuru Sınıfı: [14, 35, 42. Sınıf vb.]

Müvekkil markasının merkezinde yer alan "**[Esas Kelime/İbare]**" unsuru, ilgili sektörde özgün ve yüksek ayırt ediciliğe sahip temel öğedir. Başvuru sahibinin, müvekkil markasının bu asli unsurunun başına "**[Eklenen Taki/Önek, Örn: RO]**" gibi ayırt ediciliği bulunmayan anlamsal bir ek getirmesi, markaları birbirinden farklılaştırmaya yetmemektedir.

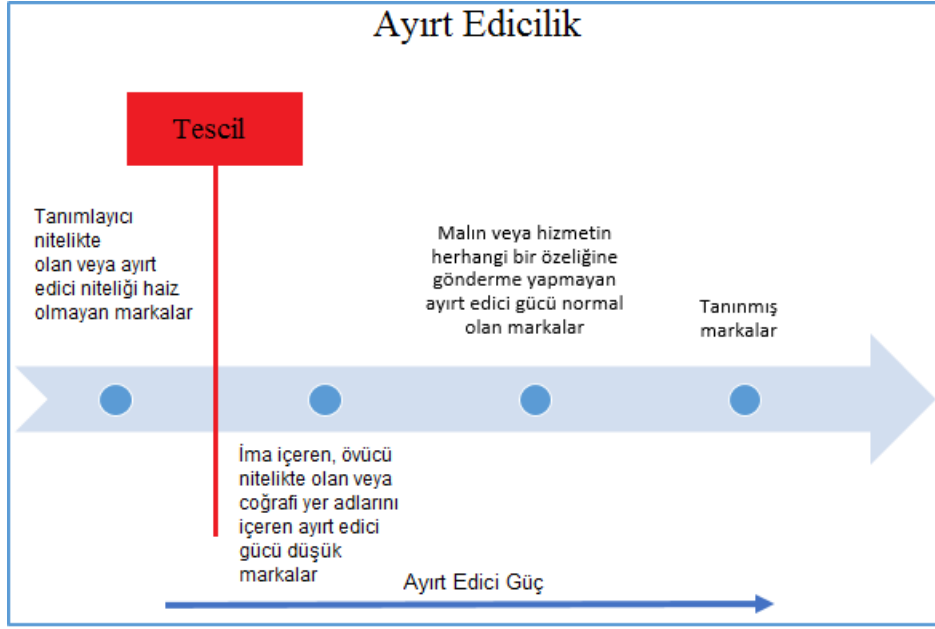
TÜRKPATENT Marka İnceleme Kılavuzu ilkeleri, YİDK kararları ve yerleşik yargı içtihatlarında da vurgulandığı üzere; bir markanın esaslı ayırt edici unsurunu koruyup başına veya sonuna tali nitelikte önemsiz ekler getirmek markayı bağımsız kılmaz. Bu tür türetmeler "ayırt edilemeyecek kadar benzer" kabul edilerek m. 5/1-ç kapsamında reddedilmelidir.

2. SMK m. 6/1 Uyarınca Markalar Arasında İltibas (Karıştırılma İhtimali) Mevcuttur

SMK m. 6/1 uyarınca; önceki tarihli marka ile başvurusu yapılan işaret arasındaki görsel, işitsel veya anlamsal benzerlik ve mal/hizmet sınıflarının örtüşmesi nedeniyle halk nezdinde ilişkilendirilme riski dahil karıştırılma ihtimali varsa başvuru reddedilir.

- Görsel ve İşitsel Benzerlik:** Taraf markalarının kök ve ana gövdeleri birebir aynıdır. Ortalama tüketicinin markaları yan yana getirip inceleme imkanının bulunmadığı anlık algı ortamında, kelimenin içindeki ortak heceler ve ses dizilimi güçlü bir işitsel çağrışım yaratmaktadır. Baş tarafa eklenen tek hecelik önemsiz ek, görsel ve işitsel benzerlik baskısını ortadan kaldırmamaktadır.
- Kavramsal (Anlamsal) Benzerlik:** Her iki kelime unsuru da sektörde özel bir anlama sahip olmayan türetilmiş ibarelerden oluştuğundan, kavramsal bir ayrışma sağlanamamaktadır. Anlamsal bir farkın bulunmaması, görsel ve işitsel iltibas tehlikesini daha da kuvvetlendirmektedir.
- Sektörel ve Sınıfsal Örtüşme:** İncelemeye konu her iki marka da aynı sektörde ve **[14. Sınıf]** kapsamındaki emtia grubunda faaliyet göstermektedir. Aynı hedef kitleye ve aynı dağıtım kanallarına hitap eden ürünlerde bu derecede benzer işaretlerin kullanılması, ortalama tüketicide ürünlerin aynı işletmeden veya ticari olarak bağlantılı firmalardan geldiği algısını doğuracaktır.

Emsal YİDK ve mahkeme kararlarında belirtildiği üzere; internet uzantıları, jenerik takılar veya anlamı değiştirmeyen ön ekler markanın asli karakterini gölgeleyemez. Esaslı unsur olan "**[Esas İbare]**" üzerindeki hak müvekkile ait olduğundan başvuru m. 6/1 gereğince reddedilmelidir.



YİDK, 2016-M-7734 kararı uyarınca aşağıdaki markalar ayırt edilemeyecek kadar benzer bulunmuştur:



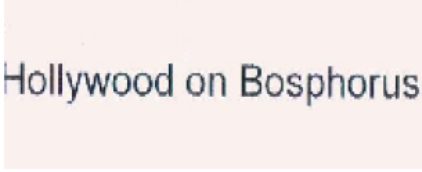
ANKARA 4. FSHHM 2014/117E-2013/247 kararı uyarınca aşağıdaki markalar ayırt edilemeyecek kadar benzer görülmüştür:



2. SMK M.6/1 UYARINCA HER İKİ MARKA AYIRT EDİLEMİYECEK KADAR BENZERDİR.

Ankara 3. FSHH Mahkemesi E2015/10, K2015/275 sayılı kararında aşağıdaki markalar görsel, işitsel ve

kavramsal işaret benzerliği bulunduğu sonuçlarına varmıştır.

Başvuru	İtiraz gerekçesi marka
	

YİDK 2019-M-1176 sayılı aşağıdaki markaların SMK m.6/1 kapsamında benzer olarak nitelendirilmiştir:

Başvuru	İtiraz gerekçesi marka
	

YİDK 2015-M-4093 sayılı kararında başvuru kararında; ““Başvuru konusu "yeniçarşım.com" ibaresinde ".com" eki internet alan adlarında, jenerik üst düzey alanı gösteren, piyasada yaygın kullanımı bulunan ve ayırt edici niteliği bulunmayan bir ibaredir. Bu çerçevede, ".com" ekinin markanın ayırt ediciliğine 659 belirli düzeyde katkı yaptığı kabul edilse dahi bu katkının son derece sınırlı düzeyde kaldığı ve markanın asli ayırt edici unsurunun bu ekten önce gelen "yeniçarşım" ibareleri üzerinde yoğunlaştığı açıktır.”

Başvuru	İtiraz gerekçesi marka
	

Yukarıda yer alan karar örnekleri dikkate alındığında, “..... markaları birbirleriyle benzer kabul edilecek markalardır. Her iki markanın da baskın unsuru” ibaresidir. Bir markanın başına sadece olarak ibare eklenmesi benzerlikten kurtarmamaktadır.

3. KÖTÜ NİYETLİ OLARAK YAPILMIL BİR MARKA TECİL BAŞVURUSU VARDIR.

SMK m. 6/9 uyarınca kötü niyetle yapılan marka başvuruları itiraz üzerine reddedilir. Kötü niyet; gerçek bir kullanım amacı olmaksızın başkasının markasından haksız yararlanma, markayı engelleme, yedekleme veya şantaj amacıyla yapılan tescil girişimleridir.

Müvekkilin ana faaliyet alanı [**Örn: Kuyumculuk / 14. Sınıf**] sektörüdür. İtiraza konu başvurunun ise müvekkil markasının asli unsurunu taşımasına rağmen, başvuru sahibinin ana faaliyet alanı dışındaki [**Örn: 35. ve 42. sınıflar**] gibi e-ticaret, reklam ve yazılım alanlarını da kapsayacak şekilde geniş tutulduğu görülmektedir.

Gerçek bir ticari kullanım amacı taşımaksızın, müvekkil markasıyla ayırt edilemeyecek derecede benzer bir ibarenin dijital ve e-ticaret sınıflarına da yaygınlaştırılarak başvurulması; müvekkilin pazar payını kısıtlama, markayı pasifize etme ve haksız avantaj sağlama amacını taşımaktadır. Dürüst ticaret ilkeleriyle bağdaşmayan bu başvuru kötü niyetli olup SMK m. 6/9 uyarınca reddedilmelidir.

Mülkiyet Kanunu 6/1, 5/1(ç) ve 6/9 maddeleri gereğince itirazımızın kabul edilerek, tescil edilmemesini arz ve talep ederiz.

Saygılarımızla,

..... vekili

Sena KOPARAN ŞAFAK