

TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU
MARKALAR DAİRESİ SAYIN BAŞKANLIĞINA

Karşı Görüş Bildirilen Marka:	MARKANIZIN LOGOSU “markanızın yazılı hali.” (başvuru numarası)
Karşı Görüş Bildiren:	BAŞVURU SAHİBİNİN İSMİ
Sahip Numarası:	8.....
İtiraz Sahibi:	İTİRAZ SAHİBİ GERÇEK KİŞİNİN İSMİ VEYA TÜZEL TİKİŞİNİN TİCARET UNVANI
İtiraz Tarihi veEvrak Numarası:	 tarih, 2026-GE-.....

ACIKLAMALARIMIZ:

..... başvuru tarih 2026/.....başvuru numaralı “..... ” marka başvurusu, (bundan sonra “Müvekkil” olarak anılacaktır.) isimli Müvekkil’e ait olup ilgili marka başvuru tarihli numaralı Resmi Marka Bülteni’nde yayınlanmıştır.

..... (bundan sonra “İtiraz Sahibi” olarak anılacaktır.) tarafından kendi; tescil numaralı “.....” ile tescil numaralı ve aynı işaretli “BELLA HOME” markalarıyla markalarıyla karıştırılma ihtimali bulunduğunu (SMK 6/1) ve başvurunun kötü niyetli olduğunu (SMK 6/9) iddia ederek yayına itiraz etmiştir. Ancak aşağıda detaylandırılacağı üzere; markalar arasında görsel, işitsel veya kavramsal bir benzerlik bulunmadığı gibi, faaliyet gösterilen sektörler ve hedef kitleler arasında da hiçbir kesişim noktası bulunmamaktadır.

A. Kullanım İspatı Talebimiz

İtiraz Sahibi, itirazına dayanak gösterdiği ve tescil numaralı markalarının numaralı markalarının, müvekkilin başvuru yaptığısınıflarda Türkiye’de son 5 yıl içerisinde ciddi bir biçimde kullanıldığını ispatlamakla yükümlüdür.

İtiraz edenin, dayanak kıldığı markalarını tescilli olduğu tüm mal ve hizmetler bakımından Türkiye sınırları içerisinde son 5 yıllık süreçte ticari olarak kullandığını gösteren fatura, broşür, tanıtım harcaması ve pazar verisi gibi somut delilleri sunması gerekmektedir. Bahse konu kullanım belgelerinin ibraz edilememesi halinde, itirazın anılan sınıflar yönünden esasa girilmeksizin usulden reddine karar verilmesi icap etmektedir.

B. SMK Madde 6/1 Uyarınca Değerlendirmemiz

1- HER İKİ MARKA FARKLI MAL VE HİZMET SINIFINDADIR.

SMK m. 6/1 uyarınca bir marka başvurusu hakkında karıştırılma ihtimali (iltibas) değerlendirmesi yapılabilmesinin ilk ve temel şartı, karşılaştırılan markaların kapsadığı mal veya hizmet sınıflarının aynı yahut

benzer olmasıdır.

Müvekkil başvurusu [XX, YY ve ZZ] sınıflarını kapsarken; İtiraz Sahibi'nin dayanak markaları yalnızca [AA] ve [BB] sınıflarında yer almaktadır.

Görüleceği üzere müvekkilimizin başvurduğu [XX ve ZZ] sınıfları ile İtiraz Sahibi'nin dayanak markaları arasında hiçbir sectoral veya sınıfsal çakışma bulunmamaktadır. İtiraz Sahibi'nin söz konusu sınıflarda korunan herhangi bir tescil hakkı bulunmadığından, bu sınıflar yönünden SMK m. 6/1 kapsamında iltibas incelemesi yapılması hukuken mümkün değildir.

Tarafların markaları arasındaki tek ortak nokta [YY] sınıfıdır. Ancak aşağıda açıklanacağı üzere, bu sınıftaki ürünler bakımından da iki marka arasında karıştırılma ihtimali doğmayacaktır.

2- HER İKİ MARKA ARASINDA GÖRSEL, İŞİTSEL VE KAVRAMSAL OLARAK BARİZ FARKLILIKLAR OLUP, İLGİLİ TÜKETİCİ KESİMİ TARAFINDAN RAHATLIKLA AYIRT EDİLEBİLECEK DURUMDADIR.

SMK m. 6/1 kapsamında karıştırılma ihtimalinin varlığından söz edebilmek için, markaların ortalama alıcı kitlesi nezdinde bıraktığı bütünsel izlenimin görsel, işitsel veya anlamsal açıdan iltibasa yol açacak düzeyde benzeşmesi gerekir.

Müvekkile ait başvuru; özgün kelime unsurlarının yanı sıra grafik unsurlar barındıran "karma nitelikte" bir işarettir. TÜRKPATENT Marka İnceleme Kılavuzu ve yerleşik Yargıtay içtihatları çerçevesinde; karma nitelikli markaların iltibas değerlendirmesinde, markanın görünüşü, yazılış biçimi ve bir bütün olarak bıraktığı genel izlenim esas alınmalıdır.

Müvekkilin markası; barındırdığı ilave ayırt edici ibareler, görsel kompozisyonu ve özgün tasarımı sayesinde İtiraz Sahibi'nin markasından tamamen ayrılmaktadır. Bu durum, hedef tüketici kitlesinin iki marka arasında herhangi bir işletmesel bağlantı kurmasını veya markaları karıştırmasını imkânsız kılmaktadır.

MÜVEKKİL MARKASI	İTİRAZ GEREKÇE MARKA
SİZİN MARKANIN İSMİ, VARSA LOGOSU	İTİRAZ EDEN MARKANIN İSMİ, VARSA LOGOSU

SMK m. 6/1 kapsamında karıştırılma ihtimalinin varlığından söz edebilmek için; markaların ortalama tüketici nezdinde bıraktığı genel izlenimin görsel, işitsel veya anlamsal açıdan iltibasa yol açacak düzeyde benzeşmesi gerekmektedir.

- **Görsel Açıdan Bütünsel Değerlendirme ve Karma Marka Niteliği:**

TÜRKPATENT Marka İnceleme Kılavuzu uyarınca markalar parçalanarak değil, bıraktığı bütünsel izlenim esas alınarak değerlendirilir. Müvekkile ait başvuru; özgün amblem, özel renk kombinasyonları ve grafik tasarım unsurlarından oluşan "karma nitelikte" bir işarettir. İtiraz Sahibi'nin markaları ise herhangi bir logo veya şekil unsuru içermeyen düz metin markalarından ibarettir. Müvekkil markasındaki baskın görsel kompozisyon ve stilize amblem tasarımı, ortalama tüketicinin iki marka arasındaki belirgin farkı ilk bakışta algılamasını sağlamaktadır.

- **İşitsel ve Fonetik Açıdan Kelime/Hece Farklılığı:**

Müvekkil başvurusu [**Önek + Ana Kelime + Eki**] şeklinde çoklu kelime öbeğinden oluşurken, İtiraz Sahibi'nin markaları yalnızca iki kelimeden ibarettir. Tüketicilerin markaları algılayarak genellikle ilk kelimelere ve ses ritmine odaklandığı esastır. Müvekkil markasının başındaki özgün kelime unsuru ile sonundaki sektörel tanımlayıcı ek, markanın okunuş ritmini ve işitsel odağını tamamen farklı bir noktaya taşımakta, fonetik karıştırılma riskini ortadan kaldırmaktadır.

- **Kavramsal Açıdan Zayıf Unsur ve Tekel Hakkı Kurulamayacağı Hususu:**

Dayanak markalarda yer alan ibareler, ilgili sektörde genel ve tanımlayıcı nitelikte kullanılan, ayırt ediciliği zayıf unsurlardır. Ticaret hayatına ve toplumun ortak diline mal olmuş bu tür yaygın kelimeler üzerinde tek bir işletmenin inhisari (tekel) hakkı kurması marka hukukunun temel ilkelerine aykırıdır. Müvekkil markası,

eklenen özgün ibareler ve tasarım unsurları ile söz konusu zayıf kelimeyi tamamen farklı bir anlama büründürmüştür.

- **Sicildeki Emsal Tesciller ve Yan Yana Yaşama (Co-existence) İlkesi:**

TÜRKPATENT marka sicili incelendiğinde; itiraza konu kelime öbeğinin başına veya sonuna çeşitli ekler getirilerek aynı ve benzer sınıflarda [Örn: 20XX/XXXXX, 20XX/XXXXX tescil numaralı emsal markalar] gibi pek çok markanın tescil edildiği ve piyasada yan yana sorunsuz şekilde faaliyet gösterdiği görülmektedir.

- **Emsal Yargıtay İçtihatları:**

Yerleşik Yargıtay kararlarında da (Örn: Yargıtay 11. HD., E. 2024/1548 K. 2025/195 T. sayılı kararı) vurgulandığı üzere; markalarda yer alan bir kısım kelime benzerlikleri, markaların bütünsel tasarımı, biçimi, renkleri ve ilave kelime unsurları ile yeterli ayırt edicilik sağlandığı takdirde iltibas tehlikesi oluşturmaz. Bütünsel izlenim itibarıyla tüketicilerin iki markayı farklı ticari kaynaklarla ilişkilendireceği açıktır.

4. KÖTÜ NİYET İDDİALARININ SOYUT OLMASI VE YERSİZLİĞİ (SMK m. 6/9)

İtiraz Sahibi, müvekkilin başvurusunun kötü niyetli olduğunu iddia etmişse de bu iddialar somut dayanaktan yoksun, varsayımsal beyanlardan ibarettir.

SMK m. 6/9 uyarınca kötü niyet iddiası; başkasının markasından haksız yararlanma, piyasaya girişini engelleme veya şantaj amaçlı tescil gibi durumları kapsar ve somut delillerle ispatlanması zorunludur. (Nitekim Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 2014/8658 E., 2014/16021 K. sayılı ve AB Adalet Divanı T-291/09 sayılı kararlarında da kötü niyet iddiasının somut belgelerle ispatlanamaması halinde reddi gerektiği hüküm altına alınmıştır).

Müvekkil, söz konusu markayı tamamen kendi özgün yatırımları, kurumsal kimlik çalışmaları ve bağımsız ticari iradesi doğrultusunda oluşturmuştur. İtiraz Sahibi'nin markasının itibarından faydalanma veya haksız kazanç sağlama amacı bulunmamaktadır. Hiçbir belgeyle somutlaştırılmayan kötü niyet iddiasının reddi gerekmektedir.

Yukarıdaki hükümler doğrultusunda, Müvekkil'e ait markanın kötü niyet kapsamında değerlendirilmesinin mümkün olmadığı açıkça anlaşılmaktadır.

SONUÇ VE İSTEM

İtirazın **TÜMDEN REDDİNE** ve 2026/..... numaralı "....." markamızın tescil işlemlerinin devamına karar verilmesini saygılarımızla arz ve talep ederiz.

Marka Vekili
SENA KOPARAN ŞAFAK