

Think Different Karar? ve Marka Koruma Stratejisi

20 Tem 2022

Marka kullan?m? için tescilin zorunlu olmad??? sistemlerde, bir markan?n tescil ettirilmesinin o markaya sa?lanan korumay? güçlendirdi?i ortadadır. Bununla birlikte marka korumas?n?, çok yönlü ve uzun vadeli bir strateji ile desteklemeksizin, sadece ulusal ve / veya uluslararası marka tescili ile s?n?rl? görmek, sacaya??n?n tek baca??n?n olmamas?na ve uzun vadede dü?mesine sebep olacakt?r. Nitekim firmalar?n sloganlardan ma?aza tasar?mlar?na, renklerden reklam müziklerine kadar pek çok unsuru marka olarak tescil ettirdikleri ve eskiden gizli, bugün ise son derece a?ikar ve yüksek seviyede olan fikri mülkiyet sava?lar?n?n ortas?nda, marka korumas?n? sadece tescilden ibaret görmek, kanaatimizce ça??n gerisinde kalmakla e?de?erdir. Bununla birlikte ne kadar önlem al?n?rsa al?ns?n, ufak bir stratejik hatan?n ya da -hiçbir hatan?n olmad??? durumda- vizyoner bir yorumun da ters etki etme riski oldu?u tabi ki göz ard? edilemez.

En yayg?n kullan?lan ve kritik önemdeki marka koruma stratejilerinden bir tanesi de kullanmama sebebiyle iptal davalarıdır. Pek çok sistemde kabul edildi?i üzere, markalar temel olarak ticari faaliyetlere hizmet etmektedir ve dolay?s?yla da markalar?n aktif olarak kullan?lmas? beklenmektedir. Marka stoklamas? olarak da adlandır?lan, bir markan?n marka sahibi taraf?ndan kullan?lmamas?na ra?men hâlen aktif olarak elde bulundurulmas? ve üstelik bu markaya dayalı olarak üçüncü ki?ilerin marka ba?vuru/ kullan?mlar?n?n engellenmesi ise temel olarak istenmeyen bir durumdur. Y?llar içinde marka stoklamas?n?n artmas?, bir gün kullan?lmak üzere al?nan marka tescillerinin çe?itli sebeplerle kullan?lmaz olmas? pek çok sistemde kanun koyucuyu harekete geçirmi? ve ho?görü kavram? ortaya ç?km??t?r. Buna göre, pek çok sistemde marka sahiplerine marka tescil tarihinden itibaren -genellikle- 3 ya da 5 y?llık bir ho?görü süresi tan?nmakta ve bu süre içerisinde markan?n ciddi olarak kullan?lmamas? beklenmektedir. Bu süre sonunda kullan?lmayan markalar bak?m?ndan ise, üçüncü ki?ilere kullanmama def'i ileri sürme ya da markan?n kullanmama sebebiyle iptalini talep etme hakk? tan?nmaktadır. Yine pek çok sistemde; markan?n kullan?m?n? kan?tlama yükümlülü?ü marka sahibine yüklenmekte ve bu noktada da sembolik kullan?mlar ile uygun nitelikte objektif belgelerle desteklenmeyen, pazar pay? yaratmaya yönelik olmayan yani ciddi olmayan kullan?mlar, marka kullanma yükümlülü?ün yerine getirildi?inin kabulü bak?m?ndan yeterli görülmemektedir.

Günümüzde, kullanmama sebebiyle marka iptal davaları kar?? taraflar üzerinde -hakk? olarak- bir etki aracı olarak da kullan?lan stratejik bir kaleme dönüşmüştür. Zira markas?n? tescil ettirmek isteyen ancak önceki tarihli marka sebebiyle, re'sen ya da itiraz üzerine yap?lan incelemeyi geçemeyen marka ba?vuru sahipleri ya önceki -ilk olarak- tarihli marka sahibi ile görüşmekte ya -do?rudan- kullanmama def'i ileri sürmekte ya da -taraflar aras?ndaki uyu?mazl???n niteli?ine göre- çok daha güçlü bir aksiyon olarak markan?n kullanmama sebebiyle iptali davas? açmaktadır. Bu yöntem kaybedilme ihtimali yüksek bir itiraz sürecine ya da klasik bir hükümsüzlük davas?na k?yasla zamandan ve maliyetten daha fazla tasarruf sa?lad??? gibi sonuç alma ihtimalini görece arttırmaktadır. Nitekim hukuki incelemenin temel noktas? markan?n kullan?m? olup, markan?n kullan?lmamas? hâlinde dosyan?n / kar?? aksiyonun kabul edilme ihtimali çok yüksek oldu?u gibi, ispat yükünün de -genel düzenin aksine- daval? taraf üzerinde oldu?u nazara al?nd???nda, davac? aç?s?ndan yürütülmesi çok daha kolay bir prosedürdür.

Çok yak?n bir tarihte, 8 Haziran 2022'de Avrupa Birli?i Genel Mahkemesi taraf?ndan verilen hüküm ile karara ba?lanan Apple v EUIPO - Swatch ("THINK DIFFERENT") dava dosyas? bu açıdan, çok yönlü marka hukuku uygulama ve stratejilerine çok güzel bir örnektir. Öyle ki kanaatimizce slogan markas?n?n mevcudiyeti, Avrupa Birli?i topluluk markas?n?n tescili, güçlü marka tart??mas?, tüketici kesiminin dikkat yüzeyinin yüksekli?i, markan?n ciddi kullan?m kriteri, dinlenilme hakk?n?n de?erlendirilmesi gibi pek çok unsuru ile THINK DIFFERENT dosyas? pek çok marka hukuku ilkesinin ve geni? anlamda marka hukuku stratejilerinin nitelik olarak birlikte irdelenebilece?i ö?retici dosyalardan biridir. K?saca dosyan?n geçmi?ine de?inmek gerekirse; global teknoloji firmalar?ndan Apple'n?n büyük ve geni? yank? uyandıran reklam kampanyaları ile kullan?lan ve firmaya anlamlı bir ivme sa?lad??? dü?ünülen "THINK DIFFERENT" ifadesi 1997 y?l?nda Avrupa Birli?i nezdinde topluluk markas? olarak tescil ettirilmiştir. 2015 y?l?nda ise bir ba?ka global firma olan saat sektöründe faaliyet gösteren Swatch taraf?ndan "TICK DIFFERENT" ifadesi için marka ba?vurusunda bulunulmuştur. Bu marka ba?vurusuna Apple taraf?ndan, "TICK DIFFERENT" ifadesinin "THINK DIFFERENT" ifadesine kar??t?r?lma ihtimali yaratacak benzer oldu?u iddias? ba?ta olmak üzere çe?itli gerekçelerle itiraz edilmiştir. ?tiraz üzerine Swatch çok daha aktif ve güçlü bir metod seçmiş, sadece itiraz? a?makla kalmayıp, itiraz gerekçesini do?rudan ortadan kaldırmaya yönelik bir hamle olarak "THINK DIFFERENT" markas?n?n kullanmama sebebiyle iptali amacıyla aksiyon alm??t?r. Bu talep EUIPO taraf?ndan incelenmiş ve markan?n ünlü ki?ileri / olaylar? anmak amacıyla ya da zaman zaman internet sitesinde kullan?lmas? marka kullan?m? aç?s?ndan yeterli görülüyerek, kullanmama sebebiyle ilgili markalar?n iptaline karar verilmiştir. Apple'n?n itiraz / temyiz talebi üzerine Avrupa Birli?i Genel Mahkemesi'ne ta??nan dosya üzerinde Genel Mahkeme'nin karar? ise k?sa bir zaman önce aç?klanm??t?r. Bu karar ile Apple'n?n itiraz? reddedilmiş ve "THINK DIFFERENT" markalar?n?n iptaline yönelik EUIPO karar?n?n yerinde oldu?u onaylanm??t?r.

Avrupa Birli?i Genel Mahkemesi taraf?ndan verilen karar? daha derin de?erlendirmek gerekirse:

İLGİLİ ÇALIŞMA ALANLARI

- Marka Hukuku
- Fikri Mülkiyet Davaları

Related Attorneys

- İLK ÖZDOĞAN, LL.M.
- BÜRA BIÇAKCI, LL.M.