

SINAÎ MÜLKİYET HAKLARI VE REKABET HUKUKU İLİŞKİSİNİN MUKAYESELİ HUKUK AÇISINDAN İNCELENMESİ

Av. Gülperi Eldeniz

T.C Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Yüksek Lisans Öğrencisi

GİRİŞ

Sınai mülkiyet hakları, hak sahibine inhisari yetkiler bahşetmektedir. Söz konusu haklar ile kişilere tanınan bu güçlü yetkilerin kullanılması sonucunda kimi hallerde ticaret hayatının sekteye uğraması kaçınılmazdır. Zira ticaret hayatının devinimini sürdürebilmesi, bir başka ifadeyle serbest ticaret hayatının gerektiği şekilde işlerlik kazanabilmesi ve dahi toplumun menfaatlerinin de gözetilebilmesi için kişi/kişilere tanınan bu haklara birtakım istisnalar getirilmesi hali kaçınılmaz olarak ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmamızda; sınai mülkiyet hakları ile rekabet hukukunun birbirine teğet geçtiği noktalara, sınai hakların bir çeşidi olan marka hakkıyla ilintili olarak, özellikle malların piyasalarda serbestçe dolaşımı ve bu meyanda rekabetin engellenmemesi için adeta bir emniyet subabı vazifesini gören “Marka Hakkının Tükenmesi İlkesi”ne değineceğiz. Marka hakkının tükenmesi ilkesi açıklanırken, paralel ithalat kavramına da değineceğiz. Konuya ilişkin açıklamalarımızı büyük bir hızla globalleşen dünyadaki uygulamalar ve bunların izdüşümü niteliğindeki ulusal uygulamalar ışığında yapmayı uygun görmekteyiz.

1- KAVRAMLAR VE TERİMLER

1.1- SINAİ MÜLKİYET HAKLARI

Sınai mülkiyet hakları; sanayi, ticaret ve endüstri alanlarında uygulama alanı bulan ve bir fikri emeğin ürünü üzerinde cisimlenen haklardır. Sınai mülkiyet hakları; patentler, faydalı modeller, ticari markalar, endüstriyel tasarımlar, coğrafi işaretler (menşe ve mahreç işaretleri), entegre devrelerin topografyaları (ENTEĞRE DEVRE TOPOĞRAFYALARI; yeni bitçi çeşitleri ıslahçı hakkı olarak çeşitli türlerde tezahür eder. Bu haklar, üçüncü şahıslara karşı hukuken korunmakta ve başkalarına devredilebilmektedir. Bu gayri maddi hak ile ilk uygulayıcılar, ürünü üretme ve satma hakkına belirli bir süre sahiptirler. (Kılıçoğlu, 2006: 5; <http://www.tpe.gov.tr>)

1.2- SINAİ MÜLKİYET HAKLARININ DOĞUMU VE TARİHÇESİ

1.2.1- DÜNYADAKİ GELİŞİM

Teknolojik yenilik ve buluşlar, bir toplumun iktisadi büyümesindeki temel kilometre taşlarıdır. Bu iktisadi büyüme ülkede, gerek yerli üreticinin buluşlarını, mal veya hizmetlerini iç piyasaya sunmasının teşviki ile gerekse yabancı yatırımcının da yeni teknolojiye yatırım yapmak ve araştırma geliştirme faaliyetlerinde bulunmak için o ülkeyi seçmesiyle gerçekleşir. Son derece önemli ekonomik faktörler olan sınai mülkiyet haklarının dünyadaki ilk koruması 1474 yılında dünya sahnesinde kendisini göstermiştir. (Yalçınar, 2000: 5) 1474 yılında Venedik'te, buluş sahiplerine Patent Kanunu ile birtakım ayrıcalıklar tanınmıştır. Venedik'teki bu uygulamayı, 1790 tarihli Patent Kanunu ile Amerika Birleşik Devletleri izlemiştir. Dünya çapında sınai mülkiyet haklarının korunması ise 1883 tarihli "Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası bir Birlik Oluşturulması Hakkında Paris Sözleşmesi" ile ortaya çıkmıştır. (<http://www.wipo.int>) 1900'lü yıllara kadar çeşitli düzenlemelerle şekillendirilen bu haklar üstünde, 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe giren "Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması ve Eki Ticaretle Bağlantılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Anlaşması" ile revizyon çalışmaları yapılmıştır.

1.2.2- ÜLKEMİZDEKİ GELİŞİM

Osmanlı dönemindeki ilk düzenleme (Marka Mevzuatı) 1871 tarihinde yürürlüğe konulan Alamet-i Farika Nizamnamesi'dir. 29 Ekim 1923 tarihinde Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte işlemeye başlayan süreçte ise sınai mülkiyet hakları ile ilgili düzenlemeler tarih sahnesinde daha çok boy göstermeye başlamıştır. 1930 yılında ülkemiz, yukarıda belirttiğimiz Paris Sözleşmesi'nin 1925 tarihli Lahey metnine katılmıştır ve yine aynı sene "Markaların Uluslararası Tescili Hakkındaki Madrid Anlaşması" na da katılmıştır. 1990'lı yıllarda dünyada gözlemlenen genel değişim, ülkemizi

de etkilemiş ve 24 Haziran 1994 tarihli 544 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Türk Patent Enstitüsü kurulmuştur. TPE'nin kurulmasının akabinde, birtakım KHK'ler ile sınai mülkiyet hakları alanında Avrupa ile entegre olmuş düzenlemeler yapılmıştır.

1.3- SINAİ MÜLKİYET HAKLARI VE REKABET HUKUKU

4054 sayılı ve 7 Aralık 1994 tarihli Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ile, mevcut rekabet düzenini bozan veya bozmaya çalışan fiiller yasaklanmıştır. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre; "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır". Burada söz edilen işletmeler arası anlaşmalar yatay ve dikey anlaşmalar olarak iki ana başlık altında incelenebilir. Yatay anlaşmalar, üretimden tüketime kadar uzanan zincirin aynı seviyesindeki işletmeler arasında yapılan anlaşmaları ifade ederken; dikey anlaşmalar ise, bu zincirin farklı seviyelerinde yer alan işletmeler arası anlaşmalardır. Bazı hallerde, rekabeti sınırlayan ve bu nedenle de Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilen kimi anlaşma ve kararların, aynı zamanda malların üretimi veya dağıtımında iyileşme sağlanması amacıyla da hizmet ettikleri, bir başka ifadeyle, ekonomik gelişmeye katkıda bulunma yönünde yararlı bir etkiyi haiz oldukları görülmektedir. İşte bu hallerin tezahürü neticesinde, bu anlaşmalar, Kanun'un 5. maddesi ile 4. maddede ifade edilen yasaklayıcı hükümlerden bireysel ya da grup olarak muaf tutulabilirler. 5. madde ile getirilen bu muafiyet hususu ile 4. maddenin uygulama alanı daraltılmıştır. Grup muafiyeti için hangi koşulların yerine getirilmesi gerektiğini ifade eden tebliğler Rekabet Kurulu tarafından çıkartılır. Burada değindiğimiz anlaşma türlerinin en yaygın olanı dikey anlaşmalardır. Bu anlaşmalar; genellikle dağıtıcının satış fiyatının üreticiler ya da sağlayıcılar tarafından belirlenmesi, dağıtıcıların bölgesi dışından gelen talepleri karşılamasının engellenmesi veya rakip mallara getirilen satış yasağı şeklinde ortaya çıkmaktadırlar. Başta dağıtım sözleşmeleri olmak üzere, dikey anlaşmalar ile konulan hükümlerin rekabeti ne ölçüde sınırladığı sorusunun cevabı Rekabet Kurulu tarafından çıkarılan 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyet Tebliği'nde yer almaktadır. Bu tebliğde Fikri Hakların Kullanımını içeren dikey anlaşmalara da yer verilmiştir. Mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerin yer aldığı bir dikey anlaşmada, aynı zamanda, fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümlerin de yer alması durumunda, belirli koşulların sağlanması şartıyla söz konusu dikey anlaşma grup muafiyetinden yararlanabilir. Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2 nci maddesinin 2 nci fıkrasında, fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımını içeren

dikey anlaşmaların grup muafiyetinden yararlanabilmesi için taşıması gereken koşullar belirtilmiştir. Söz konusu dikey anlaşmanın grup muafiyeti kapsamında değerlendirilebilmesi için birtakım unsurların tamamını sağlaması ile gerçekleşmektedir. Şöyle ki;

Fikri haklara ilişkin hükümler anlaşmaya konu mal veya hizmetlerin kullanımı, satımı veya yeniden satımı ile doğrudan ilgili olmalıdır. Anlaşmaya konu mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı anlaşmanın esas amacı olmalıdır. Başka bir ifadeyle, fikri hakların alıcıya devri ya da alıcıya kullandırılması, anlaşmaya konu mal veya hizmetlerin alım, satım veya yeniden satımına hizmet etmeli, anlaşmanın esas amacını oluşturmamalıdır. Bu koşul franchise sözleşmelerinde genellikle sağlanır. Franchise sisteminin yeknesaklığını sürdürebilmek amacıyla franchise alana aktarılan fikri haklar genellikle anlaşmaya konu olan mal veya hizmetlerin alım, satım veya yeniden satımı için gerekli yardımcı unsurlardır. Ancak, örneğin yalın lisans devir sözleşmelerinde mal veya hizmetin alım veya satımı herhangi bir şekilde söz konusu olmadığı için bu tür anlaşmalara Tebliğ'in uygulanması mümkün değildir. Anlaşmada fikri hakların kimden kime verildiği önem taşımaktadır. Fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımının söz konusu olması durumunda, Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanılabilir. Aksi takdirde, fikri haklar alıcı tarafından sağlayıcıya devrediliyor ve sağlayıcının satışlarına birtakım sınırlamalar getiriliyor ise, böyle bir dikey anlaşmanın grup muafiyetinden yararlanması söz konusu değildir. Örneğin, fason üretim sözleşmelerinde üretimi gerçekleştiren ve sağlayıcı konumunda olan teşebbüs (yüklenici) üretim için gerekli olan know-how'ı genellikle alıcı konumundaki teşebbüsten sağlar. Kendi markasını oluşturan zincir marketlerin bu ürünleri üretici teşebbüslere ürettirmesi uygulamalarının Tebliğ kapsamında değerlendirilmesi için, zincir marketin söz konusu ürünün üretimini gerçekleştiriyor ve sağlayıcı konumundaki üreticiye bu konuda bir know-how aktarmıyor olması gerekmektedir. Ve son olarak da fikri hakların devri ve kullanımına ilişkin hükümler Tebliğ'de muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkiye sahip rekabet sınırlamalarını içermemelidir. (www.rekabet.gov.tr)

1.3.1- GENEL OLARAK PATENT ve REKABET HUKUKU İLİŞKİSİ

Patent; buluş sahibinin buluş konusu ürünü belirli bir süre ile üretme, kullanma ve satma hakkıdır. Patent kavramının içinde barındırdığı buluş terimi nedeniyle, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından bu gayri maddi hak büyük ekonomik önem arz eder. Patent hakkının sahibine buluşundan yararlanmada sağladığı bu teknelci hak, onu buluşunu geliştirip piyasada bir ticari aktör haline dönüştürmeye yönlendirir. (Aslan, 2001: 332). Bunun yanı sıra, buluş sahibi, patent hakkını

devredebilir, lisans verebilir. Bu hak ona, 551 sayılı KHK ile tanınmıştır. Buluş sahibine 551 sayılı KHK ile tanınan bu teknelci hak karşısında, piyasadaki diğler aktörlerin menfaatleri çatışabilir. Buluş sahibi, teknelci hakkını kullanmak suretiyle, birtakım işletmelerin pazara girmelerini engelleme gayretinde bulunabilir veya buluş sahibi, kendi menfaati doğrultusunda şekillendireceği birtakım lisans sözleşmeleri ile de rekabetin kısıtlanmasına yol açabilir. Bu hususla bağlantılı olarak rekabet hukukumuz açısından önemi olan TRIPS anlaşmasına bakmakta da fayda vardır. Zira, TRIPS'in "Sözleşmeye Bağlı Lisanslarda Rekabete Karşı Uygulamaların Kontrolü" başlığı altında incelenen 8. bölümün 40. maddesinde üye ülkelerin bu anlaşmaya taraf olmakla, fikri mülkiyet haklarını konu alan ve rekabeti sınırlama amacı güden bazı lisans şartlarının ve bunların uygulanmasının ticari hayatı sekteye uğratacağını kabul ettikleri yer almaktadır. TRIPS'i 4067 sayılı kanun ile onaylayan ülkemizin de lisans sözleşmeleri ile üstlenilen bazı edimlerin rekabeti önleyebilecek etkide olduklarını kabul ettiğini ifade edebiliriz. (Sargın, 2002: 261). Patent lisans sözleşmelerinde yer alan birtakım şartlar, Rekabet Kurulu'nun müdahalesine maruz kalmaktadır. Örneğin; buluş sahibine, lisansa dayanılarak, üretilen malın satış fiyatını belirleme yetkisi veren bir şart müdahaleye maruz kalacaktır. Uygulamada buluş sahibinin, patent lisans sözleşmesinin süresi bittikten sonra, patente ilişkin know-how kullanımını veya ürünün imalat ve pazarlanmasını yasaklayan hükümlere yer verdiği görülmektedir. Bu husus, patent hakkının sona ermesinden sonra sözkonusu ürünü serbestçe imal edebilecek olan teşebbüsler (lisans alanın rakipleri) karşısında lisans alan aleyhine bir durumun ortaya çıkması noktasında önemlidir. Zira, lisans alanın rekabet koşulları bu dezavantaj ile rakipleri karşısında zayıflatılmaktadır. Burada hemen belirtelim ki; lisans sözleşmesinin bitiminden sonra, halihazırda gizliliğini muhafaza eden ve know-how'ın kullanımını yasaklayan bir şart rekabet hukukunun müdahale alanı kapsamında değerlendirilmeyecektir. (Sargın, 2002: 265) Öte yandan, lisans sözleşmesi akdettiği tarafın hareket alanını kanunun izin verdiği ölçüden daha fazla olarak, kendi keyfiyeti doğrultusunda daraltır ise devreye yine rekabet hukuku kuralları girecektir. Bu noktada bir kez daha patent lisansı sözleşmelerinin tahlilin büyük önem arz ettiğini vurgulamaktayız. Zira bu anlaşmalar yoluyla, buluş sahibi, patent hakkının kendisine verdiği yetkileri genişletme yoluna gidebilir. Lisans sözleşmeleri ile yüklenilen bazı edimler ile, bu edimlere yönelik bazı sözleşme tipleri neticesinde oluşan birlikler, rekabeti önleyici ve kısıtlayıcı birer araca dönüşebilmektedirler. Uygulamada karşılaşılan kısıtlamalar "süreyle, fiyata ve toprağa" ilişkin olarak getirilmektedir. Halbuki, lisans sözleşmelerinde buluş sahibinin getirebileceği kısıtlamalar, KHK m.88 ve m.89'da sayılmıştır. Bunların dışındaki hallerde lisans alanlara Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'a başvurabilme imkanı tanınmıştır. 551 sayılı KHK m.88/1 gereğince, buluş sahibi patent lisansını ülkenin tamamı veya bir kısmı için verebilecektir. Bir başka ifadeyle, patent sahibi, ülkedeki her bir bölge için patent lisansı verebilecektir. Ve fakat lisans sözleşmelerine konulacak

herhangi bir hüküm ile, lisans alanların birbirinin bölgesine satış yapmaları engellenirse burada devreye RKHK girecektir. Tezahür eden hal açıkca rekabetin sınırlandırılmasıdır. Ürünün fiyatına ilişkin düzenlemenin lisans sözleşmesinde yer alması da rekabetin sınırlandırılması anlamına gelir. 551 sayılı KHK'nın 76. maddesinde, patent hakkının birtakım farklı bölgelerde faaliyet gösteren kişilere verilmiş olmasına rağmen, adı geçen kişiler tarafından üretilen malların 3. kişiler vasıtasıyla diğer kişilerin bölgelerinde satılması halinde patent hakkına dayanılması suretiyle bu satışların önlenemeyeceği ifade edilmiştir (Aslan, 2001: 347). Burada patentten doğan hakkın tüketildiğini görüyoruz. Demek ki, patent hakkı farklı bir kaç bölgede faaliyet gösteren kişilere verilmiş olsa dahi bu kişilerin ürettiği malların 3. kişiler tarafından diğerlerinin bölgelerinde satılması karşısında patent hakkı ileri sürülmek suretiyle söz edilen satış önlenemeyecektir. Burada 551 sayılı KHK'nın Patentten Doğan Hakka Tecavüz Sayılan Fiiller başlıklı 136. maddesinin patentli bir malın ithali ile alakalı olarak b ve c bendlerinde yer alan taklit edilme hali ile patent sahibinin izni olmaması haline değinmeyi de uygun görüyoruz. Zira 76. maddeyi, 136. maddenin b ve c bendlerinden soyut düşünmek, hakkın tüketilmesinin sadece Türkiye'de piyasaya sunulan mallar açısından ele alındığı gibi yanlış bir hükme varılmasına yol açacaktır. Oysa ki; bu maddeler birarada değerlendirildiğinde, Türkiye'de veya başka bir ülkede geçerliliğini koruyan bir patent hakkını dayanak alan ve yasaların cevaz verdiği şekilde üretilip ithal edilen malların 3. kişiler tarafından satışını önlemek için patent hakkının gerekçe gösterilemeyeceği görülecektir (Aslan, 2006: 78). Hakkın tüketilmesi müessesesi, çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde daha kapsamlı olarak ele alınacaktır.

1.3.2- GENEL OLARAK MARKA ve REKABET HUKUKU İLİŞKİSİ

556 sayılı KHK'da marka; bir teşebbüsün mal ve hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal ve hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlayan her türlü işaret olarak tanımlanmıştır. Bu ifadenin ışığında, kişi adları dahil özellikle sözcüklerin, şekillerin, harflerin, sayıların, malların biçimi ve ambalajı gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer bir biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretin marka olarak adlandırıldığını ifade edebiliriz. Bir marka tescilli veya tescilsiz şekilde kullanılabilir. Tescilli markalarda markaların sağladığı haklar, 3. kişilere karşı marka tescilinin yayını tarihi itibarıyla hüküm ifade eder. Öte yandan tescilsiz kullanımda ise kullanma ilkesi gereğince marka TTK m.56 vd. yer alan haksız rekabet hükümlerine göre korunur. Nasıl ki, patent hakkı lisans sözleşmelerine konu teşkil etmekte ise, marka da hukuki işleme konu teşkil edebilir, 556 sayılı KHK'da m.20 ve m.21'de lisans verilmesi hususu açıkca düzenlenmiştir. Tescilli bir markanın kullanım hakkı, tescil edildiği mal veya hizmetlerin bir kısmı veya tamamı için lisans sözleşmesine konu olabilir. Lisans sözleşmesinde aksine bir hüküm yer almadığı müddetçe lisans inhisari değildir. Bir başka ifadeyle; lisans veren markayı kendisi kullanabileceği gibi, 3. kişilere aynı markaya ilişkin başka lisanslar da verebilir. Yukarıda patent lisansı sözleşmesi için yaptığımız

açıklamaları çalışmamızın bu kısmında marka lisansı sözleşmeleri için de tekrar edebiliriz. Burada esas önem arz eden husus, 3. kişiler tarafından yapılan mal satışlarının marka hakkının kullanılması suretiyle engellenip engellenmeyeceğidir. Hakkın tüketilmesi müessesesi marka hakkı açısından da geçerlidir. Marka hukukunda marka sahibine tanınan hak, monopolcü bir hak olmakla beraber bunun sınırları vardır. Bu monopol malı ilk defa rıza ile piyasaya sürme hususundadır, bir başka ifadeyle marka sahibinin kontrol hakkı vardır. Fakat bu ilk defa piyasaya sürülme hadisesi bir kez gerçekleştikten sonra malın pazarda dolaşımını kontrol altında tutma yetkisi yoktur.

2- MARKA HUKUKUNDA HAKKIN TÜKETİLMESİ DOKTRİNİNİN REKABET HUKUKU İLE İLİŞKİSİ

2.1- MARKA HAKKININ TÜKETİLMESİ

Markalı bir malın hak sahibi tarafından ilk defa piyasaya sunulmasının akabinde marka sahibinin bu malların pazarda serbestçe dolaşımını sırf markası üzerinde haiz bulunduğu hakka dayanmak suretiyle engelleyememesi, tükenme ilkesine vücut verir. (Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, İstanbul, Yıl:1, S:3, s.671, “Marka Hakkının Korunmasına Getirilen Sınırlamalar Kapsamında Marka Tescilinden Doğan Hakların Tükenmesi İlkesi” Av. M. Anıl Arslanoğlu) Bilindiği üzere, marka sahibine ilgili malın üretilmesi ve satışının yapılması hususunda tanınan sınırsız koruma, malların serbest dolaşımını sekteye uğratabilmekte bu da genel anlamda toplumun menfaatleri ile çatışmaktadır. (Okutan 1996: 110) Adı geçen iki menfaat arasında ortak bir payda bulma çabaları neticesinde “tükenme ilkesi” ortaya çıkmıştır. (Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, İstanbul, Yıl:1, S:2, s.425”Marka Hakkının Tükenmesi ve Paralel İthalata Genel Bir Bakış” Av. Mehmet Gün) Marka sahibinin hür iradesi neticesinde piyasaya sürdüğü mal üzerinde artık sınai mülkiyet kuralları değil ticaret kuralları hüküm ifade eder. Bir başka ifadeyle, markayı yaratan, bu uğurda çaba sarfeden, zaman harcayan marka sahibi, bu uğraşlarının semeresini malı ilk kez piyasaya sürme hakkına sahip olmakla elde eder (ilk satış ilkesi) ve fakat bu ayrıcalıklı hali o ilk kez piyasaya sürülme anından sonra sona erer. Burada marka sahibinin marka üzerindeki hakkının aktif olarak devam etmesine rağmen, onun piyasada dolaşımını engelleyemeyeceğini belirtelim (Arkan 1998:197; Arkan 2002: 756). Markalara ilişkin KHK'nın 13. maddesinde “Tescilli bir markanın tescil kapsamındaki mal üzerine konularak, marka sahibi tarafından veya onun izni ile Türkiye’de piyasaya sunulmasından sonra, mallarla ilgili fiiller marka tescilinden doğan hakkın kapsamı dışında kalır” denilmek suretiyle hakkın tüketilmesi doktrininin ülkemizde benimsendiğini görüyoruz. 556 sayılı KHK'nın Marka Hakkına Tecavüz Durumları Marka Hakkına Tecavüz Sayılan Fiiler başlıklı 61. maddesini, tükenme ilkesine ilişkin 13. madde ile birlikte ele aldığımızda, ithal

edilen malların satışının marka hakkı ileri sürülmek suretiyle durdurulabilmesi için , ithal edilen malların hukuka aykırı olarak üretilmelerinin lazım geldiği ortaya çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle 3. kişilerin Türkiye'ye hukuka uygun olarak üretilmiş malları ithal etmesinde bir beis sözkonusu olmadığı gibi, marka hakkı sahibi de bu ithal fiilini önleyemeyecektir.(Aslan, 2006: 79). Tükenme ilkesine yaklaşım ülkeden ülkeye farklılık arz etmektedir. Zira ülke ekonomisindeki hakim anlayış ülke içindeki üretimin ve ihracatın geliştirilmesi, teşvik edilmesi ise, o ülke mal girişini kısıtlayıcı düzenlemeler getirmektedir. Burada da karşımıza paralel ithalat kavramı çıkmaktadır. Aşağıda tükenme ilkesinin unsurlarını incelerken bu konuya da değineceğiz.

2.2- TÜKENME KAVRAMININ UNSURLARI ve ÇEŞİTLERİ

Tükenme ilkesinin temel unsuru, marka hakkı sahibinin markalı malları piyasaya rızası ile sürmesidir. Bu piyasaya sürme halinin akabinde marka hakkı sahibi, malın pazarlanmasına, fiyatına hiçbir şekilde müdahale edemeyecektir. (REKABET KURUMU: Perşembe Konferansları, Ankara Kasım 2001, Mayıs 2002/Haziran 2002, Ekim 2002 Kasım2002, s.112) Burada sözkonusu olan unsur “mal” kavramı olduğu için dijital ortamda cereyan eden teslimatlar hakkın tükenmesinin kapsamında yer almayacaktır. İlk kez satılma ifadesi daha ziyade Amerika Birleşik Devletleri tarafından kabul edilen terimdir. Zira ABD’de Telif Hakları Kanunu ilk satıştan bahsetmektedir. Avrupa uygulamasında durum farklıdır. Burada piyasaya sürme halinden bahsedilir. Piyasaya sürülme unsurunun hemen arkasından aydınlatılması gereken husus marka hakkı sahibinin kontrol edememe yetkisinin yer olarak ifadesinin ne şekilde ortaya konulacağıdır, ki bu noktadan hareketle tükenme kavramının üç çeşidi karşımıza çıkmaktadır. Şöyle ki; (REKABET KURUMU, Perşembe Konferansları s.113)

2.2.1- ÜLKESEL NİTELİKLİ TÜKENME

Marka hakkı sahibi, yukarıda izah etme gayreti içerisinde olduğumuz şekilde kendi hür iradesiyle malı kendi ülkesinde piyasaya sürdüğünde, markanın kendisine sağladığı mutlak yetkileri o malı kullanarak ülke sınırları içinde işlem tesis edenlere karşı ileri süremeyecektir. Bir ülkede, ülkesellik prensibi kabul edilmişse, uluslararası tükenme de sözkonusu olamaz. Bu şekilde ülkesellik prensibinin benimsenmesi, mevzu bahis olan ülkenin mevzuatında açıkça yazılabilir. Örneğin, Sınai hak mevzuatımızda bu hal “Türkiye’de” şeklinde ifade edilmiştir.

2.2.2- BÖLGESEL NİTELİKLİ TÜKENME

Bölgesel nitelikli tükenme çeşidi Avrupa Topluluğu Uygulamaları neticesinde ortaya çıkmıştır. Bir başka ifadeyle, Avrupa ekonomik bölgesi dahilindeki tükenme bu şekilde ifade

edilmektedir. Bölgesel nitelikli tükenmede bölgenin sınırları dahilinde olan herhangi bir ülkede markalı malın piyasaya sürülmesi neticesinde, o mallar için marka hakkı o bölge dahilindeki bütün ülkeler açısından tükenir. Avrupa Topluluğu bugün kendi içerisinde bu tükenme halini benimsemiştir. Aşağıda mahkeme kararları ışığında bu hususu ayrıntılı olarak ele alacağız.

2.2.3- ULUSLARARASI TÜKENME

Kendisini yukarıda izah ettiğimiz bu iki coğrafi alan dairesinde kısıtlamadan uluslararası düzeydeki bir tükenme anlayışını benimseyen görüş ise uluslararası tükenme olarak ifade edilir. Hiçbir coğrafi sınıra hapis olmadan marka sahibi markalı malı dünyanın neresinde piyasaya sunarsa sunsun o hak evrensel olarak tükenir. Bu halin kabulü neticesinde marka hakkı sahibi paralel ithalatı da engelleyemez. Uluslararası tükenmenin markanın fonksiyonlarını daha iyi karşıladığı kanaatini taşımaktayız. Hızla globalleşen dünyada, markalı malın dünyanın herhangi bir yerinde piyasaya sürülmesi neticesinde tükenen marka hakkı, mallar üzerinde serbest ticaret kurallarının uygulanmasına, serbest ticaret anlayışına ve rekabet kurallarına vücut verecektir. Bu şekilde çoğunluğun yararına hizmet edilmiş olacak, marka hakkı sahibinin tekelci kişisel hakkı bertaraf edilmiş olacaktır.

2.3- TÜKENME KAVRAMININ DOĞUMU ve TARİHÇESİ

Tükenme ilkesinin ilk defa Kıta Avrupası'nda 1902 yılında verilen "Kölnish Wasser" kararı ile Alman İmparatorluk Mahkemesi tarafından uygulandığını söyleyebiliriz. (Yasaman 2004: 541) Mahkeme, bu kararı ile, markalı malların hak sahibinin hür iradesi ile piyasaya sürülmesi neticesinde, bu mallar üzerindeki hakkın tükeneceğini söylemiştir. Anglo-Sakson hukuk sistemine baktığımızda ise, ilk satış doktrini kuramının bu ilkeye temel dayanak teşkil ettiğini görmekteyiz. Bu kavramı biraz daha açacak olursak, ilk satış doktrininin, markalı malın, hak sahibi tarafından ilk satımı esnasında daha sonraki piyasa aşamaları için hak sahibi tarafından herhangi bir kısıtlama getirilememesi, bir nevi zımni lisans verilmesi olduğunu ifade edebiliriz. (Okutan:112)

2.4- TÜKENME İLKESİ ve PARALEL İTHALAT KAVRAMI

Tükenme ilkesinin coğrafi sınırları sözkonusu olunca karşımıza paralel ithalat kavramı çıkmaktadır. Paralel ithalat; marka sahibi veya onun rızası ile üçüncü bir kişi tarafından ülke dışında piyasaya sunulan orjinal nitelikteki markalı malların, marka sahibinden izin alınmaksızın, ülkeye ithalidir. Şöyle ki; örneğin X markalı orjinal bir mal hem Türkiye'de hem de Yunanistan'da satılmaktadır. Bu orjinal malın Yunanistan'daki satış fiyatı ülkemizdekinden de daha düşüktür. İşte bu nedenle, işletmecilerin malları Yunanistan'dan alıp ülkemizde kar ederek satmaları, bir başka

ifadeyle ülkemize ithal etmeleri halinde paralel ithalat sözkonusu olacaktır. Burada paralel ithalat tabirini kullanmamızın nedeni şudur; piyasasında X markalı ürün bulunan Türkiye'ye, paralel bir şekilde aynı ürün izinle imal edilmiş veya izinle dağıtım yapılmış ürün olarak girmekte ve Türkiye'deki X markalı orjinal ürün gibi, ona paralel olarak piyasada rol oynamaktadır. Burada dikkat edilmesi lazım gelen husus, paralel ithalatın sözkonusu olabilmesi için ithalata konu teşkil eden malların özgün mal olması bir başka ifadeyle, malların korsan veya taklit mal olmaması koşulunun gerçekleşmesidir. ABD'de paralel ithalat kavramı yerine aynı anlama gelen gri ithalat kavramı da kullanılmaktadır. ([http:// www.duke.edu](http://www.duke.edu)) ABD'de bu ürünler, kara mal (korsan mal), yasak mal olarak kabul edilmemekle birlikte yeteri kadar da beyaz (orjinal) olarak nitelendirilemediğinden, gri mal olarak ifade edilmiştir. Gri ithalat kavramı, marka hakkı sahibi veya onun izni dahilinde hareket eden bir başka kişinin malları ülke dışında piyasaya sunmalarından sonra, 3. kişilerin aynı malı ülkeye ithal etmeleri neticesinde daha önce marka sahibinin veya onun izniyle hareket edenin piyasaya sunduğu aynı markalı maldan farklı olması halinde de sözkonusu olmaktadır. Buradaki farklılık malın özgünlüğünü zedeleyecek nitelikte olmamakla beraber cüz'i miktarda bir farklılık olmasıdır. (REKABET KURUMU, Perşembe Konferansları, s.133) Bir de yeniden tekrar ithal, geri ithalat (Reimport) denilen bir kavram daha vardır ki; o da bir ülkeden ihraç edilen malın dış pazardan tekrar ihracının yapıldığı ülkeye geri getirilmesidir. Bir başka ifadeyle, marka sahibi tarafından veya onun iznini alan bir kişi tarafından piyasaya sürülen markalı malın, piyasaya sürüldüğü ülke dışına ihracı sonrasında marka sahibinin onayı olmaksızın tekrar aynı ülkeye ithal edilmesi haline geri ithalat denmektedir.(REKABET KURUMU, Perşembe Konferansları, s.105; Yasaman, 2004: 544) Bu üç kavram arasındaki farkın bilinmesi, rekabet hukuku ile sınai mülkiyet haklarının birbirleriyle çeliştikleri noktaları saptamak açısından önemlidir.

3- MARKA HUKUKUNDA HAKKIN TÜKETİLMESİ DOKTRİNİNE İLİŞKİN ULUSAL VE ULUSLAR ARASI YASAL DÜZENLEME ve UYGULAMALAR

3.1- AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ'NDEKİ UYGULAMA

Yukarıda izah ettiğimiz şekilde ABD'de, ilk satış doktrini adı altında ifade edilen görüş tükenme ilkesinin özünü oluşturur. Burada, her ne kadar sözleşme marka hakkı sahibi ile, ki satıcı olarak ifade edebiliriz, malları yeniden pazarlama hususunda zımnî lisans sahibi olan, ki satın alan kişi arasında yapılmış olsa da etkilerini 3. kişilerin alanında gösterebilmektedir. Common Law sisteminde kabul edilen bu görüşün, sözleşmelerin nisbîliği ilkesi ile ters düştüğünü ifade edebiliriz. Zira, marka hakkı sahibinin, malın ilk defa piyasaya sürülmesinden sonra, bu satışı takip eden satış aşamalarında dahi manipüle gücünün olması, birtakım hususlara müdahale eden kayıtlar ileri sürmesi, malı daha sonradan edinen 3. kişilere kadar sirayet etmektedir. ABD'de paralel ithalat

kavramına ilişkin bir kararı da yeri gelmişken şu şekilde inceleyebiliriz;
(<http://caselaw.lp.findlaw.com>; <http://www.hukukrehberi.net> Stj. Avukat Gülşen Gedik)

The Cabbage Patch Kid Case:

Dönüşümlü Temyiz Mahkemesi Hakimi Oakes:

Bu temyiz itirazı (davası) ABD’de ikamet eden tescilli marka sahibi tarafından,gray goods olarak nitelenen olayımızda Cabbage Patch Kides (bir tür yapma bebek) tescilli marka sahibinin markasını taşıyan fakat ülke dışında kısıtlı lisansla üretilen ürünlerin ithal edenine karşı açılan davayı içermektedir. Lisans anlaşmasındaki kısıtlama ürünlerin satılacağı bölgeyi belirlemekte ve İspanya ülkesi ile sınırlamaktadır. İspanya’da üretilen yapma bebekler her ne kadar usulüne uygun şekilde,markayı kapsıyorsa da Amerika’da üretilenlerden farkı evlat edinme evraklarının İspanyol dilinde hazırlanmasıydı. ABD Newyork Güney Bölgesi Hakimi, William C.Conner İspanyol bebeklerinin Amerika’da satımının marka hakkına tecavüz oluşturduğunu belirlemiş ve bu ürünleri Amerika’ya ithal edenine karşı kesin ihtiyati tedbir kararı vermiştir. Karar onanmıştır. Bu dava, Georgia Eyaleti’nde tanınmış “Cabbage Patch Kids” bebeklerinin üreticisi ve lisans vereni olan “Origin Appalaachian Artworks” Şirketi OAA tarafından bu ürünleri ithal ederek Amerika’da dağıtımını yapan “Granada Electronics” Şirketi’ne karşı açılmıştır. Davalı Granada Şirketinin bebekleri, davacı OAA ile yaptığı lisans anlaşması çerçevesinde, İspanya’da Jesmar SA tarafından üretilmektedir. Söz konusu lisans sözleşmesi bebeklerin İspanya’da üretilmesine izin vermekle birlikte, bu ürünleri İspanya dışına çıkaramayacak olan kişilere satımının yapılmasını şart koşuyordu. Jesmar tarafından üretilen bebekleri içeren kolilerin alt kısmı hariç her yanında “Cabbage Patch Kids” markası yer almaktaydı. OAA’nın “Cabbage Patch Kids” markası geçerliliğinin karinesi kanıt olarak addedilmiş ve OAA’nın markayı münhasıran kullanma hakkı bu davada tartışma mevzuu olmamıştır. Markalar Kanunu’nun 32.maddesi iltibas olasılığının hatanın ve alıcının yanıltılmasına neden olacak nitelikte olması halinde, tescilli markayı içeren malların izinsiz satımını yasaklamaktadır. Hal böyle olunca, bu ölçüyü esas alan yerel mahkeme de davalının yapma bebeklerinin davacının bebeklerinden farklı olduğunu tespit etmiştir.

Davalı savunmasında markanın esas fonksiyonunun üretim kaynağını göstermesi olduğunu ve buna uygun olarak da kendilerinin, Markalar Mevzuatına göre davrandıklarını ve marka mevzuatının ana fonksiyonunun da, birinin malının diğerinin ürünü olduğu şeklindeki bir tutumla haksız rekabet ve müdahalede bulunulmasının önlenmesi hususu olduğunu ifade etmiştir.. Olayda, davalı tarafından yapma bebeklerin Amerika’da satımı öngörülmemiştir. Esas itibariyle Amerika’da yapılan ve satılan yapma bebeklerden davalı tarafından satılan yapma bebeklerin farkı bulunmaktaydı. Zira, Amerika’da yapılan bebeklerin evlat edinme kağıtları İspanya’da üretilenlerden farklıydı. İşte bu farklılık nedeni ile bebeklerin üretim menşeleri hakkında bir iltibas oluşmaktaydı.

Sonuçta, temyiz mahkemesi şu gerekçe ile kararı onamıştır: “Her ne kadar söz konusu mallar üretici marka sahibinin markasını içermekte ise de ve marka sahibinin lisansı ile üretilmişlerse de bu mallar “markanın içerdiği gerçek mallar” değildir. Zira İspanya’da üretilen bu bebekler, Amerika’da satımlarının yapılması için de satılmalarına izin verilmemektedir”.

3.2- AVRUPA UYGULAMALARI

Avrupa Birliği’nin temel hedeflerinden belki de en önemlisi malların, sermayenin AB sınırları dahilinde serbestçe dolaşabilmeleridir. Ne var ki, sınai mülkiyete egemen olan ilkelerin zaman zaman bu serbest dolaşım hedefi ile ters açı yaptıkları da bir gerçektir. Roma Anlaşması’nın 30. ve 36. maddelerinde malların serbestçe dolaşımına yönelik bir düzenleme yer almaktadır. Bu maddede, miktar sınırlamaları ve aynı etkiye sahip her türlü uygulama yasaklanmıştır. Bir başka ifadeyle, üye devletlerdeki yasal düzenlemelerin bu ana ilkeye göre şekillendirilmesi, aksi hal teşil eden her düzenlemenin ise yürürlükten kaldırılması istenmektedir. (Özcan 1999: 105) Adalet Divanı kararlarına baktığımızda sınai haklarla ilgili ilk kararın “Parke, Davis v. Centrafarm” davasında verildiğini görüyoruz. (EUROPEAN COURT REPORTS, 24/67 sayılı karar, 1968, s. 55)Şöyle ki;

“ Sınai mülkiyet haklarını düzenleyen ulusal hukuk düzenlemeleri Topluluk organlarınca henüz ortak bir yapıya kavuşturulmamış, bu konuda birlik sağlanamamıştır. Böyle bir birlikteliğin olmadığı bir ortamda, sınai hakların korunmasına ilişkin üye devletler arasındaki farklı yasal sistemler ve ulusal özellikler, hem patent koruması altındaki malın serbest dolaşımını etkilemekte, hem de ortak pazar içinde rekabeti engellemektedir”.

Bu karar ve Roma Anlaşması’nın 30. maddesi birarada değerlendirildiğinde AB’nin temel amacı ortaya çıkmaktadır. Sınai haklar tarafından kişilere tanınan mutlak haklar ile bu amaç çatıştığından Roma Anlaşması’nda 36. madde ile durum yumuşatılmaya çalışılmıştır. Şöyle ki;

“30’dan 34’e kadar olan maddelerin hükümleri, kamu ahlakı, kamu düzeni veya kamu güvenliği; sanatsal, tarihsel veya sınai ve ticari mülkiyetin korunması gibi gerekçelerle ithalat, ihracat veya transit malların yasaklanmasını veya kısıtlanmasını engellemeyecektir. Ancak bu yasaklamalar ve kısıtlamalar, keyfi ayrımcılığa veya üye devletler arasındaki ticaretin üstü kapalı bir biçimde kısıtlanmasına yol açacak şekilde kullanılmayacaktır” denilmek suretiyle bir denge sağlanmaya çalışılmıştır. Ve fakat anlaşmanın 222. maddesinde “Bu sözleşme hükümleri üye devletlerdeki mevcut mülkiyet sistemine ilişkin kuralları hiçbir şekilde etkilemeyecektir” şeklinde bir düzenleme ile adeta bir çatışma yaratılmıştır. (Özcan: 107)

Adalet Divanı, hakkın tüketilmesi doktrinini ilk defa Deutsche Grammophon v. Metro kararında ortaya koymuştur. (COMMON MARKET LAW REPORTS, 78/70 sayılı karar,1971, C.2, s.631) Bu davada ele alınan olay, Alman müzik şirketi Deutsche Grammophon’un

ürettiği plakların Metro adlı bir şirket tarafından Deutsche Grammophon'un Fransa'daki distribütöründen satın alınarak Almanya'ya ithal edilmesidir. Burada sorun, Metro adlı şirketin mallar için daha ucuz bir fiyat uygulamasından kaynaklanmıştır. Adalet Divanı, olayı Roma Anlaşması'nın rekabete ilişkin düzenlemenin yer verildiği 85. maddesi ışığında değerlendirmiş ve bir sonuca varmıştır. Şöyle ki;

“Bir müzik yapım şirketinin kendisinin veya rızası ile üçüncü bir kişinin bir başka üye devlette piyasaya sürdüğü plakların kendi ülkesine ithaline ve satılmasına ulusal telif hakları hukukuna dayanarak, sadece bu ürünlerin ilk olarak kendi ülkesinde piyasaya sürülmediğini gerekçe göstererek engel olması ortak pazarın malların serbest dolaşımı ile ilgili hükümleri ile çelişir”. Bu karardan sonra, sınai mülkiyet hakları ile ilgili uyuşmazlıklarda da Adalet Divanı aynı tavrı sergilemiştir. Nitekim markalarda hakkın tüketilmesine ilişkin ilk kararını da Centrafarm v. Vinthrop davasında vermiştir. (COMMON MARKET LAW REPORTS,16/74 sayılı karar,1974, C.2, s.480) Daha sonraki tarihli ITH Internatiöle v. Ideal Standard GmbH davasında Adalet Divanı markalarda hakkın tüketilmesi doktrinini bir kez daha kabul etmiştir. (THE INTERNATIONAL REVIEW OF INDUSTRIAL PROPERTY AND COPYRIGHT LAW, C-9/93 sayılı karar, 1994, S.5, s.789)Şöyle ki; 1984 yılına kadar American Standard Şirketleri Almanya'da Ideal Standard GmbH ve Fransa'da Ideal Standard SA acentaları vasıtasıyla Ideal Standard ticari markasını hijyenik mobilya ve ısıtma ekipmanlarının üretiminde kullanıyordu. 1984 yılında Ideal Standard SA, bu markayı bir Fransız şirketi olan Societe Generale de Fonderie'ye satmıştır. Bu şirket de markanın kullanım hakkını bir lisans sözleşmesi ile Compagnie Internationale de Chauffage firmasına devretmiştir. Adı geçen firma üretim yapıp satmaya başlamıştır. IHT Internationale adlı bir Alman firma, Fransa'da üretilen bu malları Almanya'da satmaya başlamıştır. Almanya'daki Ideal Standard GmbH, üretim ve pazarlamayı 1976 yılında sona erdirmiş olsa da markanın yasal sahibi olmasına dayanarak yasal yollara başvurmuştur. Olayın kendisine intikal ettiği Alman mahkemesi Roma Anlaşması'nın 177. maddesine göre uyuşmazlığı Adalet Divanı'na göndermiştir. Adalet Divanı, hakkın tüketilmesi doktrininin, aynı kişiler için, farklı kişiler de olsa ve acentalar için dahi uygulanacağına hükmetmiştir. Zamanla bu doktrin AB tarafından yapılan düzenlemelerde (89/104 sayılı Ticari Markalar Yönergesi, Topluluk Ticari Markalarına ilişkin 40/94 sayılı Konsey Tüzüğü) yer almıştır. Burada açıklamalarımıza bir de şu hali eklemeyi uygun görmekteyiz. AB'ye üye olmayan ülkelerden gelen mallara ilişkin olarak hakkın tüketilmesi doktrinini uygulanmayacaktır. Zira Adalet Divanı'nın yargı alanı AB'ni oluşturan üye devletlerle sınırlıdır. Ayrıca yukarıda yaptığımız açıklamalarda da belirttiğimiz üzere AB'nde bölgesellik ilkesi benimsenmiştir. O nedenle de uygulama bu şekilde şekillenmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması'nın 1C no'lu Eki konumunda olan "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi" (TRIPS), tükenme ilkesini açıkca düzenlememiştir. İçinde tükenme kelimesinin geçtiği 6. maddede durum "Bu anlaşma dahilinde uyuşmazlıkların çözümü amacıyla 3. ve 4. maddeler müstesna olmak üzere, bu Sözleşme'de yer alan hiçbir husus fikri mülkiyet haklarının tükenmesi konusunu ele almakta kullanılmayacaktır" şeklinde ifade edilmiştir. 3. maddede, taraf devletlerin diğer taraf devlet vatandaşlarına, en az kendi vatandaşlarına sağladıkları avantajları sağlamak durumunda buldukları milli muamele ilkesi ve 4. maddede de, bir akit devlet tarafından başka herhangi bir ülkenin vatandaşlarına tanınan her türlü avantaj, hak, ayrıcalık veya muafiyetin derhal ve şartsız olarak tüm diğer taraf devlet vatandaşlarına uygulanmasını benimseyen en çok kayırılan ülke muamelesi ilkesi yer almaktadır. (Yasaman: 591) TRIPS, tükenmenin coğrafi sınırına ilişkin herhangi bir düzenleme yapmamıştır. Bir başka ifadeyle, taraf devletler ülkesel, bölgesel ve uluslararası nitelikli tükenme ilkesinden hangisini belirleyecekleri hususunda serbestce hareket edebilirler.

3.3- TÜRKİYE'DEKİ DURUM

3.3.1- TARİHSEL SÜREÇ ve YÜRÜRLÜKTEKİ DÜZENLEME

Bilindiği üzere ülkemiz, AB ile Ankara Anlaşması'nı imzalamıştır. Ankara Anlaşması'nın 5. maddesi çerçevesinde "Gümrük Birliği" rejimini kuran 1/95 sayılı ve 06.03.1995 tarihli Ortaklık Konseyi Kararı'nın, fikri, sınai ve ticari mülkiyetin korunması hakkındaki 8. Eki'nin 9.maddesinin II. Fıkrasında, tükenme ilkesine ilişkin olarak bir düzenleme yapılmıştır. Buna göre, Gümrük Birliği rejimi çerçevesinde Türkiye'de piyasaya sunumu yapılan markalı mallar üzerindeki hak AB Hukuku bakımından tükenmiş olarak kabul edilmeyecektir. Bunun karşılığında, yani tam tersi halde, AB'de piyasaya sunulan mallar üzerindeki marka hakkı da ülkemiz açısından tükenmiş sayılmayacaktır. Bu durumda AB'den ülkemize, ülkemizden de AB'ye paralel ithalat yapılamayacaktır. Ülkemizde tükenme doktrinine Gümrük Birliği anlaşmasına kadar değinilmemiştir. 27 Haziran 1995 tarihli 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 13. maddesinde tükenme doktrini düzenlenmiştir. Maddenin birinci fıkrasında tükenme ilkesinin uygulanacağı haller, ikinci fıkrasında ise bu halin istisnaları düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, marka sahibi tarafından veya onun izni ile markayı taşıyan malların piyasaya sunulmasından sonra marka sahibi markanın bu mallarla ilgili olarak kullanılmasını yasaklayamaz. Malların piyasaya sürülmesi herhangi bir hukuki kalıp ile gerçekleşebilir. (Arkan 1998:135) Örneğin, satım, trampa, kiralama ve hatta vitrinde teşhir etme. KHK kapsamında tükenmeden söz edilebilmesi için markalı malların ülkemizde piyasaya sürülmesi

gerekir. Markalı malların ÷lkemiz dışında piyasaya sunulması, marka hakkının ÷lkemiz açısından tñkenmesine yol açmaz. KHK tarafından ÷lkesellik ilkesi benimsenmiştir.

3.3.2- YARGITAY'IN UYGULAMALARI

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'ne ait 2 adet karar bu hususun anlaşılmasında ÷nem arz etmektedir. (Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 12 Mart 1999 1998/7996 E. 1999/2099 K. , Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 14 Haziran 1999 tarih ve 1999/3243 E. 1999/5170 K.) "Police" kararında, olay şu şekilde cereyan etmiştir. İtalyan şirketi DE Rigo SPA'ya ait olan ve dñyanın birçok ÷lkesinde tescil edilmiş olan Police, Sting ve Vogart markalarının Türkiye Dağıtıcısı SESA Dış Ticaret Semih Saraçođlu'dur. Bu iki firma arasında 5 Haziran 1996 tarihinde lisans sñzleřmesi imzalanmıştır. Davalı şirket, 1996 ve 1997 yıllarında Police markalı gñzlükleri ÷lkemize ithal ederek kendine ait olan mağazada satışa sunmuştur. Bu durumda harekete geçen SESA şirketi dava açmıştır. İlk derece mahkemesi marka hakkına tecavüz iddiasına dayalı davayı kabul etmiştir. Yargıtay ise, bu kararı bozmuştur. Yargıtay gerekçesinde, KHK'nın mehazı niteliğinde olan 89/104 sayılı yñnergeye değinmiş ve marka hakkının tñkenmesi ilkesini ortaya koymuştur. Yargıtay, daha sonra "Dexter" markalı malın ÷lkemize paralel ithalat yoluyla getirilip pazarlanmasına ilişkin davada da aynı ilkeyi benimsemiştir. Yargıtay, bu hñkmñ tesis ederken coğrafi sınırı hiç nazarı itibare almamıştır. Zira ÷lkemizde ÷lkesellik prensibi benimsenmiştir. Ve fakat Yargıtay'ın kararında uluslararası tñkenme prensibinin izleri gñr÷lmektedir. Oysa KHK'nın benimsediği ÷lkesellik prensibi nedeniyle marka hakkı sahibinin kendisinden izinsiz olarak yapılan paralel ithalatı ÷nleme yetkisi vardır. Bu dñzenleme, hakime takdir yetkisi vermemektedir. Bir başka ifadeyle hakim,÷lkesellik prensibinden cayamayacaktır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Marka hakkının sahibine verdiği mutlak yetkinin bir istisnası olan tükenme ilkesi, rekabet hukukunun toplum yararına işleyen mekanizmasına uygun düşmekte, kişisel menfaat kamunun menfaati karşısında ikinci planda kalmaktadır. 1995 yılından itibaren yasal bir zemine kavuşmuş tükenme ilkesi, Yargıtay'ın içtihatlarıyla da şekillenmektedir. Gelişen ticari anlayış, ivme kazanan pazar hareketliliği karşısında tükenme ilkesinde uluslararasılık prensibinin benimsenmesinin hem Marka hukukunun ruhuna uygun düşeceği hem de ticaret hayatına global çapta daha iyi hizmet edileceği kanaatini taşımaktayız. Ne var ki, Türk Patent Enstitüsü tarafından hazırlanan ve henüz bir taslak halinde olan Markalar Kanunu'nda tükenme ilkesine yönelik olarak böyle bir düzenleme yapılmamıştır.