

Faydalı Model & Tasarım-Haksız Rekabet-Ticari Sır

9. Hafta

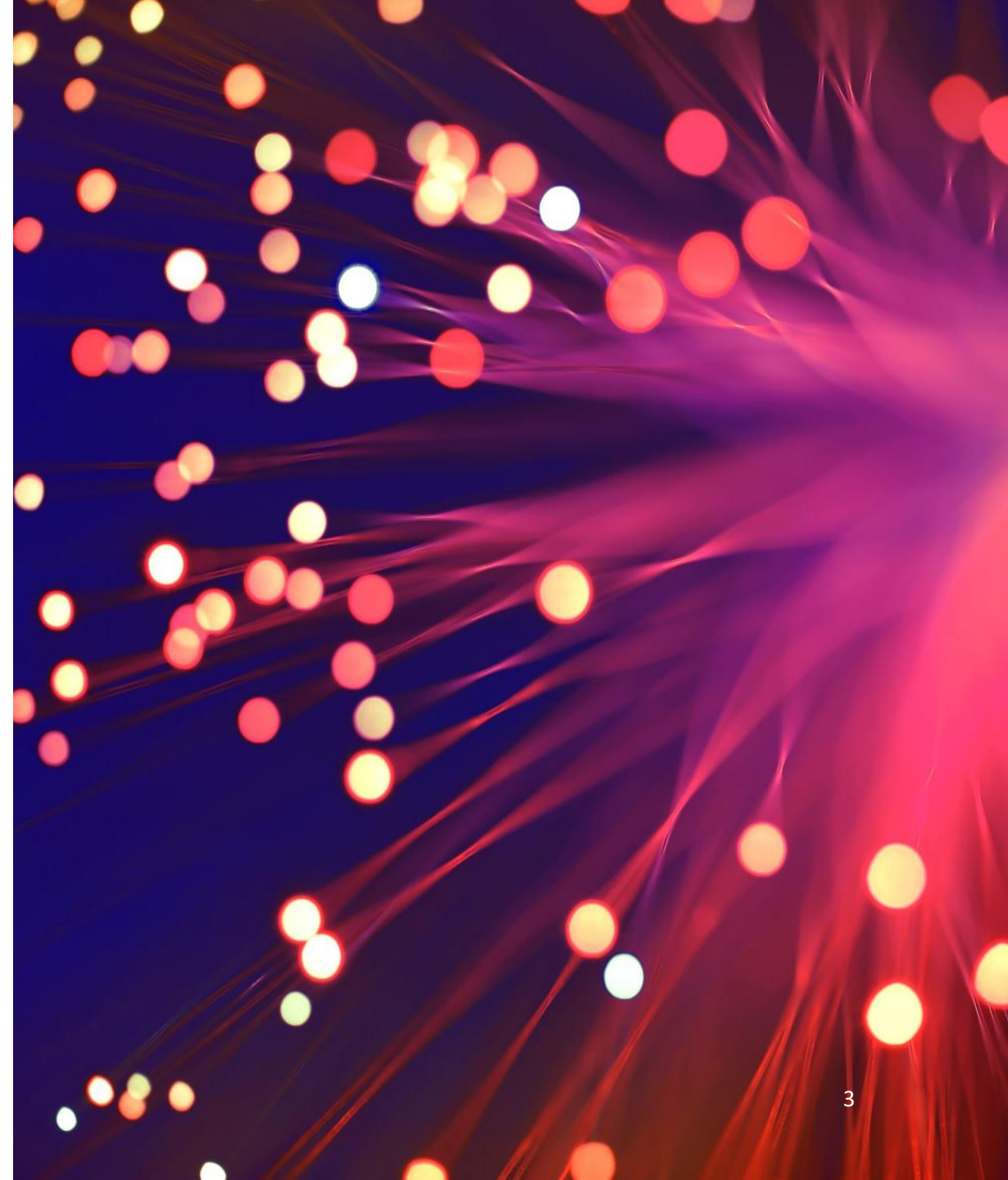


Faydalı Model & Tasarım

Faydalı Model

Yeni, sanayiye uygulanabilir, ancak buluş basamağı olarak nitelendirilemeyecek teknolojik ilerleme kaydeden küçük buluşları korumak amacı ile verilir. Patentlere ilişkin hükümler, uygun düştüğü ölçüde faydalı model hakkında da uygulanır.

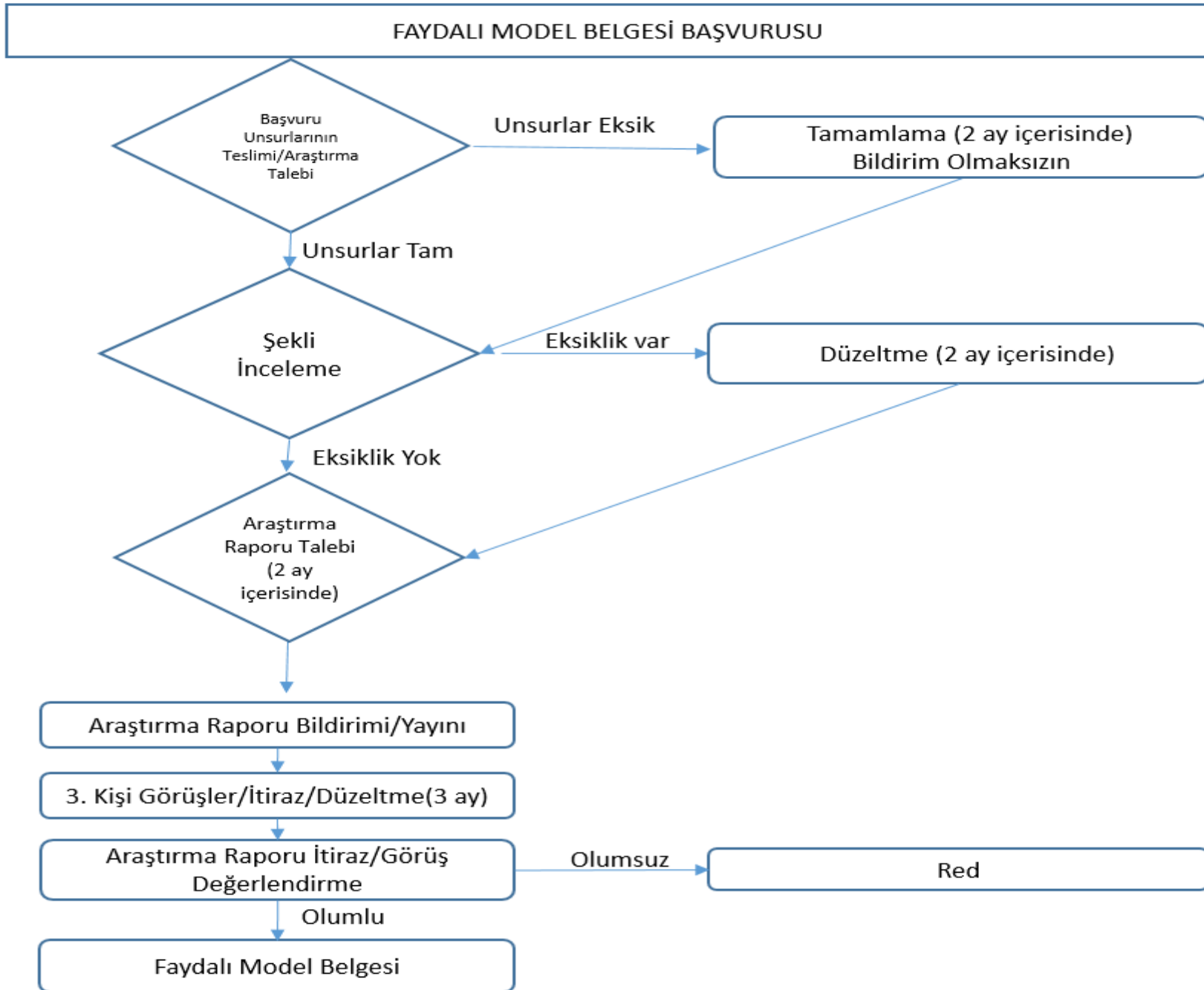
- Faydalı model için, patentin aksine buluş basamağı kriteri aranmamaktadır.
- Faydalı model belgesi alma sürecinde inceleme işlemi yer almaz.
- Faydalı model için koruma süresi 10 yıldır.



Faydalı Model Süreci

1. Başvuru
2. Şekli inceleme
3. Araştırma
4. Yayın
5. İtiraz/görüş
6. Belge








Tasarımların Korunması

Tasarım: Bir ürünün üzerindeki süslemenin, çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütündür.


Tasarımın korunması için «**yenilik**» ve «**ayırt edici nitelik**» kriterlerini karşılamalıdır.

Tescilli tasarım: Tasarım Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvuru yapılarak tescil edilirse tescilli olarak, başvuru tarihinden itibaren **5 yıl** süreyle korunur. Süre beşer yıllık dönemler ile yenilerek **25 yıla kadar** uzatılabilir.

Tescilsiz tasarım: 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile getirilmiş yeni bir korumadır. Tasarım ilk kez Türkiye'de kamuya sunulmuş ise tescilsiz olarak, kamuya sunulduğu tarihten itibaren 3 yıl süreyle korunur.



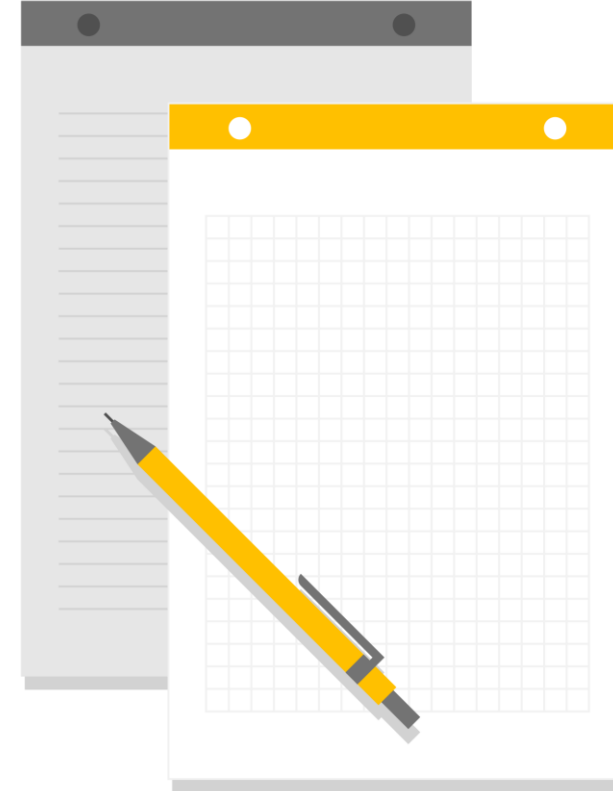
Koruma Kapsamı Dışında Kalan Tasarımlar (SMK 58/4)



- Kamu düzeni ve genel ahlâka aykırı tasarımlar
- Teknik işlevin getirdiği mecburiyet
 - tasarımcıya, hareket özgürlüğü bırakmayan tasarımlar ve
 - teknik işlevini icra edebilmesi için belli bir biçimde yapılması (tasarlanması) zorunlu yedek parça tasarımlarıdır (“mustfit” parça tasarımları = işlevsel zorunluluk arz eden parça tasarımları)

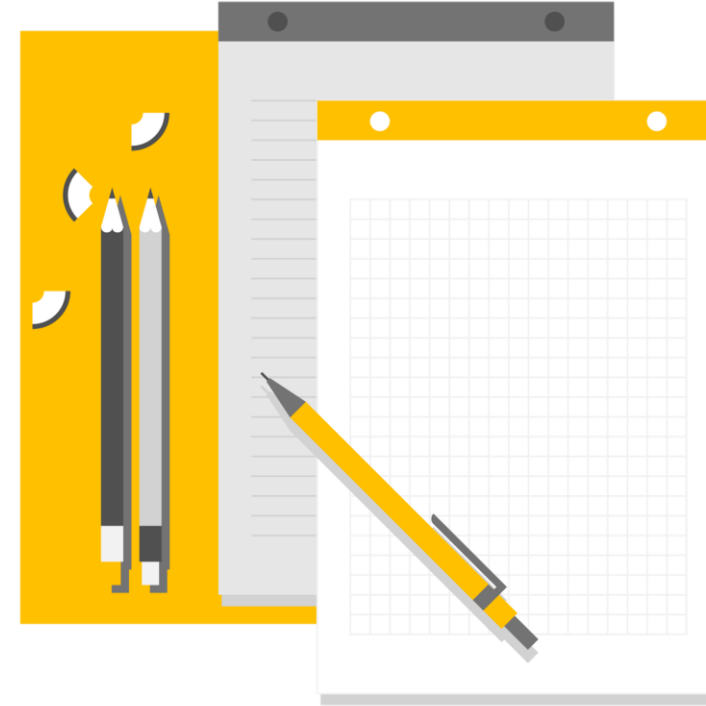
Tasarım Tescil Süreci

1. **Şekli inceleme:** başvuru için gerekli evrakların sunulup sunulmadığı, sunulmuşsa bunların ilgili Yönetmelik maddelerinde ifade edilen nitelikte olup olmadığı incelenir.
2. **Yenilik incelemesi:** başvuru içerik yönünden incelenir (SMK m. 64/6 çerçevesinde)
3. **Yayım:** Tasarım Siciline kayıt ve ilgili ilk Bültende yayımlama



Tasarım Tescil Süreci

4. **İtiraz:** Türk Patent ve Marka Kurumu'nun kararından zarar gören başvuru sahipleri, ret veya kısmi ret kararlarına karşı bildirim tarihinden itibaren iki ay içinde; ilanı yapılmış bir tasarım ile ilgili üçüncü kişiler, ilan tarihinden itibaren üç ay içinde itirazda bulunabilirler.
5. **Belgelendirme:** itirazda bulunulmaz veya itiraz sonucunda 'tescilin devamı' veya 'kısmen devamı' kararı çıkarsa, tasarım tescil belgesi hazırlanır ve başvuru sahibine/vekiline gönderilir.



Haksız Rekabet

Haksız Rekabet

TTK m. 54/2 uyarınca genel ilke niteliğindeki tanımı;

«Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar»

- Haksız rekabet hükümlerinin amacı, TTK m. 54/1 uyarınca **“bütün katılanların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması”** şeklinde ifade edilebilir.
- Haksız rekabet hükümleri sadece rakiplerin menfaatlerini ve rakipler ile müşterileri arasındaki ilişkileri değil; **tüm piyasa katılımcılarının, toplumun menfaatlerini ve ekonomiyi korumayı** amaçlar.



Haksız Rekabete Hakim İlkeler

1. Dürüstlük kuralına aykırılık
2. Kamu yararının korunması ilkesi
3. Emek ilkesi
4. Rekabetin korunması
5. Tarafların birbirine rakip olmasının gerekmemesi
6. Failin yarar sağlamasının gerekmemesi
7. Kusurun zorunlu olmaması

Haksız Rekabete Hakim Olan İlkeler

1. **Dürüstlük kuralına aykırılık:** rekabetin dürüstlük kuralına aykırı bir eylem ile bozulması haksız rekabete sebep olmaktadır.
2. **Kamu yararının korunması ilkesi:** dürüst ve sağlıklı işleyen bir rekabet düzeninin varlığına duyulan güven aynı zamanda kamu yararını da korumaktadır.
3. **Emek ilkesi:** herkesin kendi emeğinin koruma altında olduğunu bilmesi ve hissetmesi gerekir.



-
- 4. **Rekabetin korunması:** haksız rekabet hukukunun en temelde amacı rekabetin korunmasıdır. (GÜVEN, Şirin; Menfaatler, sh.128)
 - 5. **Tarafların birbirine rakip olmasının gerekmemesi:** haksız rekabetin söz konusu olması için tarafların birbirine rakip olması şart değildir.
 - 6. **Failin yarar sağlamasının gerekmemesi:** fiilin haksız rekabet olarak değerlendirilebilmesi için, eylemi yapan kişinin yarar sağlamış olması zorunlu değildir.
 - 7. **Kusurun zorunlu olmaması:** haksız rekabete sebep olan eylemi gerçekleştiren kişinin kusurlu olmasına gerek yoktur.



Haksız Rekabet (Devamı)

Fiilin haksız rekabet olup olmadığının değerlendirilmesi açısından TTK m. 54/2 genel hüküm, m. 55 ise özel hüküm niteliğindedir. Fiil önce m.55'de sayılan haller açısından, uymuyorsa m.54/2 kapsamında değerlendirilir.

Dolayısıyla; **bir fiilin veya davranışın haksız rekabet sayılması için ya özel hükümde (m. 55) sayılan hallerden birine girmesi veya benzerlik göstermesi, ya da genel hüküm (54/2) açısından haksız rekabet teşkil etmesi gerekir.**



1. Genel Hüküm

TTK m. 54/2 uyarınca haksız rekabetin oluşması için

- Ticari nitelikte
- Aldatıcı veya diğer bir şekilde dürüstlük kurallarına aykırı
- Rakipler arasındaki veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen

bir davranış/uygulama mevcut olmalıdır.



2. Özel Hüküm - Haksız Rekabet Halleri

TTK m. 55'de sınırlı sayıda olmamak üzere, haksız rekabet halleri 6 başlık altında sayılmıştır.

- 1. Dürüstlük kuralına aykırı reklamlar ve satış yöntemlerinde bulunmak.**
- 2. Sözleşmeyi ihlale veya sona erdirmeye yöneltmek.**
- 3. Başkalarının iş ürünlerinden yetkisiz yararlanmak.**
- 4. Üretim ve iş sırlarını hukuka aykırı olarak ifşa etmek.**
- 5. İş şartlarına uymamak.**
- 6. Dürüstlük kuralına aykırı işlem şartları kullanmak.**

Haksız Rekabet-Örnekler

- Organik olmadığı halde organik ürünmüş gibi reklam yapmak *(Kendisini ve üçüncü kişiyi gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak veya aynı yollarla üçüncü kişiyi rekabette öne geçirmek)*
- Adwords reklamlarında rakip firma markasının anahtar kelime olarak kullanılması *(Başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak)*
- Çıkış izni vermeyen video öncesi reklamlar *(Müşterinin karar verme özgürlüğünü özellikle saldırgan satış yöntemleri ile sınırlamak)*

Ticari Sır

Ticari Sır Kavramı

«Bir ticarî işletme veya şirketin faaliyet alanı ile ilgili yalnızca belirli sayıdaki mensupları ve diğer görevlileri tarafından bilinen, elde edilebilen,

özellikle rakipleri tarafından öğrenilmesi halinde zarar görme ihtimali bulunan ve üçüncü kişilere ve kamuya açıklanmaması gereken,

işletme ve şirketin ekonomik hayattaki başarı ve verimliliği için büyük önemi bulunan;

iç kuruluş yapısı ve organizasyonu, malî, iktisadî, kredi ve nakit durumu, araştırma ve geliştirme çalışmaları, faaliyet stratejisi, hammadde kaynakları, imalatının teknik özellikleri, fiyatlandırma politikaları, pazarlama taktikleri ve masrafları, pazar payları, toptancı ve perakendeci müşteri potansiyeli ve ağırları, izne tâbi veya tâbi olmayan sözleşme bağlantılarına ilişkin veya bu gibi bilgi ve belgeleri ifade eder.» (Ticari Sır, Banka Sırrı ve Müşteri Sırrı Hakkında Kanun Tasarısı madde 2)

- Bu tanıma ek olarak ticari sırrın sahibinin gizli tutma iradesine sahip olduğu belirtilmelidir.

Ticari Sır Kavramı

Başka bir tanım:

“ticari sır, teşebbüslerin faaliyet alanları ile ilgili olan ve gizli tutma iradesine sahip oldukları, yalnızca belirli ve kısıtlı bir kesim tarafından bilinen ve elde edilebilen, başta rakipleri olmak üzere üçüncü kişilere ve kamuya açıklanması halinde ilgili teşebbüsün ciddi zarar görme ihtimali bulunan her türlü bilgi ve belgedir”.

(Rekabet Kurulu 2010/3 sayılı Tebliği m. 12)



Ticari Sır Kavramı

- Ticari sırrın farklı kaynaklarda birçok farklı tanımı yapılmıştır.
- Neyin ticari sır olup neyin olmadığı, başka bir deyişle ticari sırrın kapsamı, daha çok somut olaya ve somut olayın şartlarına göre karar verilebilecek bir husustur. Dolayısıyla sınırlı sayıda (*numerus clausus*) ilkesi ile bir düzenleme yapmak ticari sırrın doğasına aykırıdır.

Ticari Sır - Örnekler

- Coca-Cola'nın formülü
- KFC'nin 11 baharatlı karışımı
- Google'ın arama motoru algoritması



Fikri Mülkiyet Hukuku Açısından Ticari Sır

“Firmaların ticari hayattaki başarı ve verimliliği için önemli olan formüller, cihazlar, yöntemler, teknikler ve süreçler de dâhil olmak üzere, genellikle rakipleri karşısında avantaj kazandıran her türlü gizli iş bilgileri”

(BİBER ‘Türkiye’de Fikri Mülkiyet Hakları Koruması Ekonomik Büyüme ve Teknoloji İhracatı İlişkisinin Karşılaştırma Analizi’, s. 68)



Ticari Sırrın Unsurları

1. Ticari işletme veya şirketle ilgili olma
2. Gizlilik unsuru
3. Ticari sır sahibinin haklı menfaati
4. Korunan menfaatin ekonomik değerinin olması
5. Ticari sır sahibinin bilgiyi gizli tutma iradesi



Ticari Sırrın Unsurları

1. **Ticari işletme veya şirketle ilgili olma:** Bir bilginin ticari sır olarak nitelendirilebilmesi için, öncelikle bu bilginin ticari işletme ile veya ticari iş niteliğindeki bir işle ilgili olması gerekir.
2. **Ticari sırrın gizlilik unsuru:** bilginin ticari sır olabilmesi için ayrıca bilginin gizliliği hususunda tereddüt olmaması gerekir. Başkaları tarafından bilinen veya hukuka uygun bir şekilde basit bir çaba ile öğrenilebilecek bilgileri ticari sır olarak değerlendirmek doğru olmayacaktır.



Ticari Sırrın Unsurları

3. **Ticari sır sahibinin haklı menfaati:** bilginin sahibinin, ticari sır nitelendirmesi yapılmasında haklı bir menfaatinin bulunması gerekir.
4. **Korunan menfaatin ekonomik değerinin olması:** bilginin, hukuken ticari sır olarak korunmaya değer bir sır olarak nitelendirilebilmesi için bu sırrın hali hazırda veya potansiyel olarak gelecekte bir ekonomik değerinin olması gerekmektedir.
5. **Ticari sır sahibinin bilgiyi gizli tutma iradesi:** bilginin sahibinin, bu bilgiyi gizli tutma yönünde iradesinin bulunması hususudur.

Ticari Sır & Haksız Rekabet

- Ticari sır rekabetin bir sonucudur, işletmelerin rekabet güçlerini artırır.
- Ticari sır işletmesel gizli bilginin korunmasına hizmet etmesiyle, amacı ve varlık sebepleri ile haksız rekabete ilkesel olarak benzeyen, ilişkili bir kavramdır.

Ticari sırların ihlali, kural olarak haksız fiil sorumluluğu içerisinde değerlendirilmekte olup; uygulamada ise, ticari sırlar haksız fiilin özel bir görünümü olan haksız rekabet hukuku kapsamında koruma altına alınmışlardır. Yani ticari sır; genel olarak TBK haksız fiil sorumluluğu kapsamında, özel olarak ise TTK haksız rekabet hükümleri kapsamında korunmaktadır.

TTK haksız rekabet hükümleri anlamında koruma

- **TTK 54/2 (genel hüküm) anlamında;** ticari sırların sahiplerine rekabet avantajı sağlamaları nedeniyle, bu avantajın dürüstlük kuralına ve hukuka aykırı şekilde kullanılması temelde rekabeti bozar ve bu nedenle ticari sırra ilişkin menfaat ihlali haksız rekabet olarak kabul edilmelidir. (ERDEM, D. Özge; a.g.e, sh.71)
- **TTK m. 55 anlamında;** özellikli haller içerisinde ticari sır kapsamına girecek bilgiler ile alakalı haller mevcuttur (örn; işçileri, vekilleri veya diğer yardımcı kişileri, işverenlerinin veya müvekkillerinin üretim ve iş sırlarını ifşa etmeye veya ele geçirmeye yöneltmek)