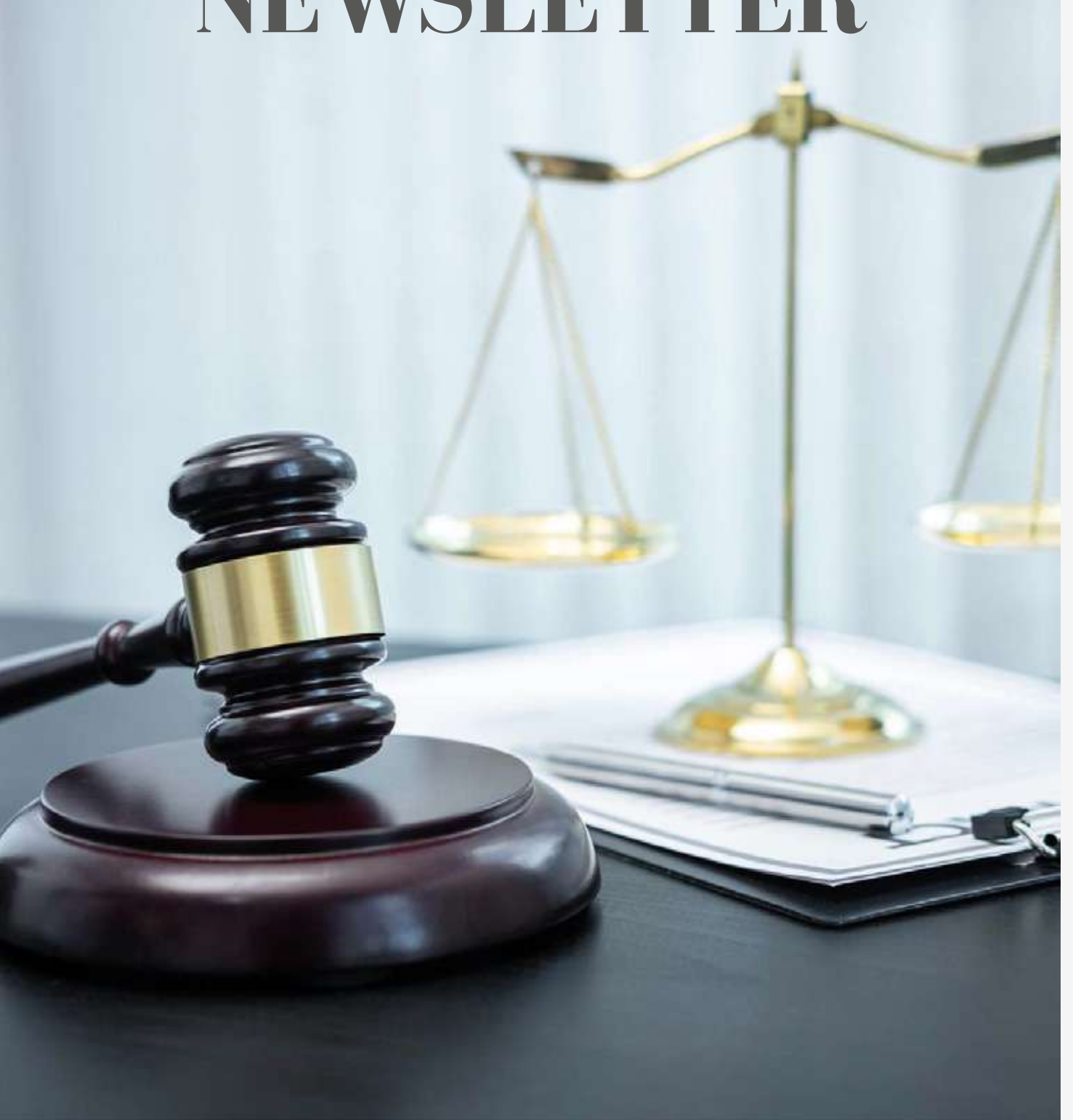


DLC

NEWSLETTER



İçindekiler | Index

Makaleler

Articles

Kişilik Haklarının Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Paylaşımlar Neticesinde İhlali ile Bu Kapsamda Açılabilir Dava Türleri ve Başvurulabilecek Hukuki Yollar
Violation of Personality Rights Through Social Media Posts:
Types of Lawsuits and Legal Remedies

03

Payları Girişim Sermayesi Pazarında İşlem Görecek Ortaklıklara İlişkin Esaslar Tebliği
Principles Regarding Partnerships To Be Traded In The
Venture Capital Market Regulation

16

İlaç Markaları Özelinde Jenerikleşme Sorunu Ve Karıştırılma İhtimali Değerlendirme Kriterleri
Pharmaceutical Trademarks Genericization And Likelihood Of Confusion
Evaluation Criteria Difficulties

25

Patent Lisans Sözleşmeleri
Patent License Agreements

40

Kurul Kararları

Board Decisions

Rekabet Kurulu Kararları
Competition Board Decisions

56

Reklam Kurulu Kararları
Advertisement Board Decisions

68

Güncel Gelişmeler

Current Developments

Türkiye’de Genel Hukuk Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler Ve Güncel Gelişmeler
Violation of Personality Rights Through Social Media Posts:
Types of Lawsuits and Legal Remedies

91

Türkiye’de Şirketler ve Ticaret Hukuku Kapsamında Gerçekleşen Güncel Gelişmeler
Current Developments in Corporate
and Commercial Law in Turkey

93

Türkiye’de IT Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler ve Güncel Gelişmeler
Turkish Legislative Changes and
Current Developments in IT Law

99

Türkiye’de Fikri Mülkiyet ve Medya Hukuku Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler ve Güncel Gelişmeler
Turkish Legislative Changes and Current Developments
in Intellectual Property and Media Law

101



KİŞİLİK HAKLARININ SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN PAYLAŞIMLAR NETİCESİNDE İHLALİ İLE BU KAPSAMDA AÇILABİLECEK DAVA TÜRLERİ VE BAŞVURULABİLECEK HUKUKİ YOLLAR

Violation of Personality Rights Through Social Media Posts:
Types of Lawsuits and Legal Remedies

AJDA AKTUNALI

Attorney at Law - Avukat

DENİZ LİZGE ÖKSÜZ

Attorney At Law - Avukat

IRMAK KAZANCI

Attorney at Law- Intern - Stajyer Avukat

GİRİŞ

Sosyal medya, bilgisayar ve elektronik haberleşme alt yapısı sayesinde, dünyayı çevreleyen yapay bir iletişim atmosferi olarak tanımlanabilmektedir. Sosyal medya, bütüncül ve dünyayı saran bir doku gibi, bir yerden başka bir yere, yeni iletişim teknolojileri sayesinde sürekli sesli, görüntülü ve yazılı bilgi/veri iletilmesini sağlamaktadır. Bu doğrultuda, günümüz dijital çağının getirisi olarak da bir hayli yaygın hale gelmiş sosyal medya platformlarının, hemen herkesin özel hayatlarına ilişkin paylaşım yapmaları, fikirlerini ifade etmeleri ve iletişim kurmalarına hizmet ettiği söylenebilecektir.

Ne var ki sosyal medyanın insanlara haber sağlama, fikir beyan etme gibi konularda sağladığı özgürlüklerin doğal bir sonucu olarak, bu özgürlüklerin kötüye kullanılması ve kişilik haklarının ihlaline sebebiyet vermesi önemli sorunlardan biri haline gelmiştir. Zira, sosyal medya üzerinden yapılan üçüncü kişilere yönelik paylaşımlarda zaman zaman sınır aşılabilmekte ve kişilik hakları ile ifade özgürlüğü ve basın hürriyeti çatışmasına sebebiyet verebilmektedir.

Kişilik hakları ile ifade özgürlüğü ve basın hürriyeti çatışmasında haklar ve özgürlükler arası dengenin sağlanmasını temin etmek ve önleyici hukuki korumalar sağlamak adına başvurulabilecek hukuki yollar ve açılacak davalar bulunmaktadır. Bu kapsamda, işbu yazımız ile öncelikle kişilik hakkının tanımının yapılması ve kişilik hakkı ihlali teşkil edecek sosyal medya paylaşımlarının çerçevesinin belirlenmesi; bu çerçeveye belirlendikten sonra ise sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar neticesinde kişilik haklarının ihlali kapsamında başvurulabilecek hukuki yollar ve açılacak davalar hakkında genel bir bilgilendirme sağlanması amaçlanmaktadır.

ABSTRACT

Social media can be defined as an artificial communication atmosphere that surrounds the world, thanks to computer and electronic communication infrastructure. Social media, like a comprehensive and globally pervasive texture, enables the continuous transmission of audio, visual, and written information/data from one place to another through new communication technologies.

In this context, it can be said that social media platforms, which have become quite widespread as a result of the digital age of our time, serve everyone in making personal life-related shares, expressing their opinions, and communicating. However, as a natural consequence of the freedoms provided by social media to individuals in terms of providing news and expressing opinions, the misuse of these freedoms leads to the violation of personality rights which has become a significant issue. Indeed, in shares made towards third parties via social media, boundaries can sometimes be exceeded, leading to a conflict between personality rights freedom of expression, and press freedom.

To ensure the balance between rights and freedoms in the conflict between personality rights and freedom of expression and press freedom, and to provide preventive legal protections, some legal remedies and lawsuits can be pursued. In this context, with this article, the first step is to define the right to personality and determine the framework of social media posts that constitute a violation of personality rights. After defining this framework, the aim is to provide a general overview of the legal remedies and lawsuits that can be pursued in the case of the violation of personality rights resulting from social media posts.

KİŞİLİK HAKKI

A.Kişi Kavramı, Kişilik Hakkı ve Özellikleri

i.Kişi Kavramı

Hukuk kurallarınca haklara ve borçlara ehil olma gücü tanınmış varlıklar, “kişi” olarak tanımlanmaktadır. Zaman içerisinde özellikle insanların toplumsal bir varlık olmaları nedeniyle, insan topluluklarının oluşması, daha sonraları insanların toplu halde yerleşik bir düzende yaşamaları sonucunda, toplum içerisinde soyut hukuk kavramlarına ihtiyaç duyulmuştur. Nitekim bu soyut hukuk kavramlarından biri de kişi kavramının çeşitlerini ifade ederken kullandığımız tüzel kişilik kavramıdır.

Bu çerçevede, hukuk düzenince kişiler, gerçek kişiler ve tüzel kişiler olmak üzere iki bölümde incelenmektedir. Kişilerin toplum içindeki saygınlığını ve kişiliklerini özgürce geliştirmesini temin etmek amacı ile kişiliğe bağlı dokunulmaz, devredilemez ve vazgeçilemez haklar tanınmış olup hem gerçek hem de tüzel kişilerin kişilik hakları 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun (“TMK”) ve 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nun (“TBK”) ilgili maddeleri kapsamında koruma altındadır.

ii.Kişilik Hakkı ve Özellikleri

T.C. Anayasası, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu ve 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu çerçevesinde, kişilik hakkına ilişkin çerçeve hükümler düzenlenmiştir. Kişilik hakkı, kişinin kişiliğini oluşturan, kendisini insan kılan maddi ve manevi tüm değerlere, özel olarak, yaşamına, beden bütünlüğüne, sağlığına, onuruna, saygınlığına, özel yaşamının gizliliğine, sözüne, resmine, adına, eserine, özgürlüğüne, bu arada ekonomik serbestliğine ilişkin hakkıdır. Miras yoluyla intikal etmeyen, devredilemeyen, haczilemeyen kişilik hakları, ekonomik değer taşımayan, süreye bağlı olmayan, manevi varlık ve değerleri koruyan mutlak bir hak olarak karşımıza çıkmaktadır.

4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun 24.maddesi, “Hukuka aykırı olarak kişilik hakkına saldırılan kimse, hâkimden, saldırıda bulunanlara karşı korunmasını isteyebilir. Kişilik hakkı zedelenen kimsenin rızası, daha üstün nitelikte özel veya kamusal yarar ya da kanunun verdiği yetkinin kullanılması sebeplerinden biriyle haklı kılınmadıkça, kişilik haklarına yapılan her saldırı hukuka aykırıdır.” hükmünü amirdir.

RIGHT OF PERSONALITY

Concept of Person, Personality Right, and Characteristics

i. Concept of Person

Entities granted the capacity to have rights and obligations by legal rules are defined as "persons." Over time, especially due to the societal nature of individuals and the formation of human communities, the need for abstract legal concepts arose, particularly as people began to live collectively in a settled order. One of these abstract legal concepts is the concept of legal personality used when expressing the variations of the concept of a person .

In this context, individuals are examined in two categories by the legal system: natural persons and legal entities. To ensure the respectability of individuals in society and their free development of personality, inviolable, non-transferable, and irrevocable rights are granted to personality. Both the personality rights of natural and legal persons are protected under the relevant articles of the Turkish Civil Code ("TCC") and the Turkish Code of Obligations No. 6098 ("TCO").

ii. Personality Rights and Characteristics

The Turkish Constitution, within the framework of the Turkish Civil Code No. 4721 and the Turkish Code of Obligations No. 6098, regulates the framework provisions related to the right to personality. The right to personality encompasses all material and spiritual values that constitute an individual's personality, specifically related to their life, bodily integrity, health, dignity, respectability, privacy of personal life, speech, image, name, work, and freedom . Personality rights that do not pass through inheritance, are non-transferable, and cannot be seized emerge as an absolute right protecting spiritual assets and values that are non-economic, not subject to a time limit.

Article 24 of the Turkish Civil Code No. 4721 stipulates, "Anyone whose right to personality is unlawfully violated may request protection from the judge against those who attacked. Any attack on the right to personality

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nun 58.maddesi ise, "Kişilik hakkının zedelenmesinden zarar gören, uğradığı manevi zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar para ödenmesini isteyebilir. Hâkim, bu tazminatın ödenmesi yerine, diğer bir giderim biçimi kararlaştırabilir veya bu tazminata ekleyebilir; özellikle saldırıyı kınayan bir karar verebilir ve bu kararın yayımlanmasına hükmedebilir." hükmü ile kişilik hakkının zedelenmesi halinde zarar görevin başvurabileceği hukuki yolları öngörmüştür.

iii. Tüzel Kişiler ve Kişilik Hakkı

Tüzel kişilerin kişilik haklarına dair olup olmadığı ve bu hakların ihlal edilip edilmeyeceği, genellikle sorulan sorular arasında bulunmaktadır. Bu noktada, tüzel kişilerin kişilik haklarına ilişkin bir değerlendirme yaparken hak ehliyeti kavramını ele almak gerekmektedir.

Türk Medeni Kanunu'nun 48. maddesi, tüzel kişilerin, cins, yaş, hısımlık gibi yaradılış gereği insana özgü niteliklere bağlı olanlar dışındaki bütün haklara ve borçlara ehil olduklarını hüküm altına almıştır. Bu madde, kanun koyucunun kişilik hakları çerçevesinde gerçek ve tüzel kişi ayrımı yapmadığını göstermektedir. Zira, mesleki ve ekonomik değerler, itibar, onur ve gizlilik gibi manevi niteliklere sahip hususların tüzel kişilere dair olabileceği de aşikardır.

Bu kapsamda Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2014/4-213 E. ve 2016/70 K. Sayılı ilamında, "Tüzel kişinin ekonomik faaliyetini yürütürken kazandığı saygınlık, onun kişisel değerleri içinde yer alır. Ticari şeref ve haysiyetin çığnenmesi, onun ekonomik yaşam içindeki yerini ve durumunu sarsabilir. Tüzel kişinin kişilik haklarından olan onur ve saygınlığı onun korunan değerlerinin başında gelir. Bu sebeple tüzel kişi onur ve saygınlığından vazgeçemeyeceği gibi, bu değerlerini hukuka ve ahlaka aykırı olarak da sınırlayamaz. Ekonomik itibar da tüzel kişinin şeref ve haysiyetinin bir görüntüsüdür. Tüzel kişinin ekonomik faaliyetleri de toplum tarafından değerlendirilmektedir." hüküm altına alınmıştır.

Buna göre, yasal düzenlemeler ve yerleşik yargıtay içtihatları uyarınca, kişilik hakları çerçevesinde gerçek ve tüzel kişi ayrımı yapılmadığını yapılmadığı anlaşılmaktadır.

is unlawful unless justified by the person's consent, a superior private or public interest, or the exercise of a statutory authority."

Article 58 of the Turkish Code of Obligations No. 6098 states, "Anyone who suffers damage from the infringement of the right to personality may request the payment of a sum of money under the name of moral compensation for the suffered moral harm. The judge may decide on another form of remedy instead of paying this compensation or may add it to this compensation; in particular, the judge may issue a decision condemning the attack and order the publication of this decision". This provision outlines the legal remedies that an injured party can seek in the event of a violation of the right to personality.

iii. Legal Entities and Personality Rights

Whether legal entities have personality rights and whether these rights can be violated are commonly asked questions. At this point, it is necessary to consider the concept of legal capacity when evaluating the personality rights of legal entities.

Article 48 of the Turkish Civil Code states that legal entities are competent for all rights and obligations, except those dependent on qualities inherent to humans, such as gender, age, and kinship. This article indicates that the legislator does not make a distinction between natural and legal persons within the framework of personality rights. Matters related to spiritual qualities such as professional and economic values, reputation, honor, and privacy can also be relevant to legal entities.

In this context, in the decision numbered 2014/4-213 and 2016/70 D. by the General Assembly of the Court of Cassation, it is stated, "The respect earned by a legal entity in carrying out its economic activities is included in its values. Violation of commercial honor and dignity can shake its position and status in economic life. The honor and dignity, which are personality rights of the legal entity, are among its protected values. Therefore, the legal entity cannot abandon its honor and dignity, nor can it restrict these values unlawfully or against morality. The economic reputation is also a reflection of the legal entity's honor and dignity. The economic activities of the legal entity are evaluated by society."

Accordingly, based on legal regulations and established jurisprudence, it is understood that there is no distinction between natural and legal persons within the framework of personality rights.

Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Paylaşımlar Neticesinde Kişilik Hakların İhlali Kapsamında Açılabilir Dava Türleri Ve Başvurulabilecek Hukuki Yollar

Sosyal medya, insanların düşüncelerini ifade etme ve etkileşimde bulunma açısından oldukça geniş bir hareket alanı sağlasa da defaten belirtmiş olduğumuz üzere, kişilik haklarını ihlal eden nitelikte sosyal medya paylaşımları, bu platformların kullanılma sıklığının her geçen gün artmasından sebep, bir hayli artmıştır. Bu tür saldırılar, kişinin itibarı, özel yaşamı veya onurunu zedeleme amacını taşıyabilmekte; kişilerin kişisel bilgilerin izinsiz olarak paylaşılması veya sızdırılması, siber zorbalık, izinsiz fotoğraf veya video paylaşılması, bir kişiyi hedef alarak, çeşitli sosyal medya hesapları veya mecraları kullanarak itibarını zedelemeye yönelik iftira niteliğinde söylemlerde bulunulması, karalanması, gerçeği yansıtmayan itibar zedeleyici haberlerin yapılması, hakaret, tehdit, cinsel taciz gibi tahdidi olmayan şekillerde karşımıza çıkabilmektedir. Bu tür bir kişisel hak ihlali, hedef alınan kişinin maddi ve/veya manevi zararlarına neden olabilmektedir.

Kişisel hakkı ihlal edilen kişinin, Türk Medeni Kanunu, Türk Borçlar Kanunu, İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ve Türk Ceza Kanunu hükümleri çerçevesinde başvurabileceği hukuki korunma yolları ve açılabilir davalar ve şikayetler bulunmaktadır. Şöyle ki;

A.KORUMA TEDBİRLERİ

İçeriğin Yayından Kaldırılması ve Erişimin Engellenmesi Talepleri: Erişimin engellenmesi ve içeriğin yayından kaldırılması, 5651 sayılı Kanun kapsamında düzenleme alanı bulmuştur. Mevzuattaki düzenlemeler uyarınca, suç teşkil eden veya hukuka aykırı kişilik haklarını ihlal eden paylaşımlar açısından internet yayınlarına erişimin engellenmesi veya içeriğin kaldırılmasını sağlamak mümkündür.

Erişimin engellenmesi bir hukuki koruma tedbiri niteliğini haiz olup, yargılamadan önce ortaya çıkması muhtemel zararı asgari düzeye indirmeyi, soruşturma sürecini hızlandırmayı ve mahkemenin engelleme kararı aracılığıyla ihlalin sonlandırılmasına icra edilebilirlik kazandırmayı amaçlamaktadır.

Mevzuat ve kanun hükümleri uyarınca, internette yapılan

Types Of Lawsuits And Legal Remedies That Can Be Pursued In The Case Of Violation Of Personality Rights Through Social Media Posts

While social media provides a broad space for expressing thoughts and engaging in interactions, as repeatedly mentioned, social media posts that violate personality rights have significantly increased due to the growing frequency of platform usage. Such attacks can aim to damage a person's reputation, private life, or honor. Personal information being shared or leaked without consent, cyberbullying, unauthorized sharing of photos or videos, making defamatory statements targeting a person using various social media accounts or platforms, and spreading untrue reputation-damaging news, insults, threats, and non-consensual forms of sexual harassment are examples of these types of attacks. This kind of personal rights violation can lead to both material and/or moral damages for the targeted individual.

Individuals whose personal rights have been violated have legal protection avenues and lawsuits and complaints that they can pursue within the framework of the Turkish Civil Code, Turkish Code of Obligations, Law on the Regulation of Publications on the Internet, and the Fight Against Crimes Committed Through These Publications, and provisions of the Turkish Penal Code. Specifically:

A.PROTECTIVE MEASURES

Requests for Removal of Content and Blocking Access: Blocking access and removing content have found a regulatory area under Law No. 5651. Given that blocking access is a legal protective measure, aiming to minimize potential harm before litigation, expedite the investigation process, and give enforceability to the cessation of the violation through a court-ordered block.

Under legislation and legal provisions, blocking access and removing content is possible if a crime is committed through online publications/shares, if there is a public interest if personal rights are violated, and if the privacy of private life is breached.

It is essential to emphasize that, with this informative writing focusing on legal protection avenues in the case of the violation of personality rights, it is not a requirement for a crime to be committed against the victim; the aggrieved party who suffers damage in this way can direct requests for the removal of content or blocking access, either directly to

yayınlar/paylaşımlar aracılığıyla suç işleniyorsa, kamu yararı bulunuyorsa, kişilik hakları ihlal ediliyorsa ve özel hayatın gizliliği ihlal ediliyorsa, erişimin engellenmesi ve içeriğin yayından kaldırılması mümkün olacaktır. Önemle belirtmek gerekir ki, işbu bilgilendirme yazımız ile kişilik haklarının ihlal edilmesi özelinde başvurulabilecek hukuki koruma yollarını ele aldığından, mağdur olan kişiye karşı bir suç işlenmesinin şart olmadığı; bu yolla zarara uğrayan mağdurun içerik ve yer sağlayıcısından içeriğin yayından kaldırılmasını veya doğrudan Sulh Ceza Hakimliğine başvurmak suretiyle erişimin engellenmesi ve/veya içeriğin kaldırılması talebini yönlendirebileceğinin altını çizmekte fayda vardır.

Erişimin engellenmesi; **i)** alan adı (domain name) üzerinden yapılarak ilgili web sitesinin tamamına erişimin engellenmesini, **ii)** Internet Protokol (IP) adresi engellenmesi ile ilgili web sitelerinin sunucularının engellenmesini veya **iii)** URL engellenmesi olmak üzere üç farklı şekilde hukuka aykırı kişilik haklarına aykırı paylaşımın engellenmesi amacıyla hizmet etmektedir.

Her ne kadar ihlalin sonlandırılması için erişimin engellenmesi ve/veya içeriğin kaldırılması kararları kural olarak kişilik hakkının ihlaline sebebiyet veren kısım ile sınırlı olsa da ihlale ilişkin içeriğe engelleme yapılamaması veya bu koruma tedbiri ile ihlalin önlenememesi hallerinde (zorunluluk teşkil ettiği takdirde) internet sitesinin tamamına erişimin engellenmesi yönünde kararlar verilebilmektedir.

Kural olarak internet üzerindeki veya sosyal medya aracılığıyla yapılan paylaşımlarda bir içeriğin kaldırılması ve erişimin engellenmesi talepleri Sulh Ceza Hakimliklerine yöneltilmekte olduğu gibi, bazı hallerde Bilgi Teknoloji ve İletişim Kurumuna da başvuru yapılabilmektedir. Alınan erişim engeli veya içeriğin kaldırılması kararları, Erişim Sağlayıcıları Birliğine gönderildikten sonra ilgili karar bağlayıcı olup yer ve erişim sağlayıcılarına iletilmektedir. Sulh Ceza Hakimliği tarafından verilen kararların yerine getirilmemesi halinde ise adli para cezası öngörülmüştür. Ne var ki, internet üzerinden ve sosyal medya aracılığı ile yapılan paylaşımların kişilik hakkı ihlaline sebebiyet verdiği durumlarda alınan bu kararların bağlayıcılığı noktasında HTTPS protokolüne ("Secure Hyper Text Transfer Protocol", "Güvenli Metin Aktarma Protokolü" olarak da bilinmektedir) tabi internet siteleri veya sosyal medya platformlarında uygulanabilirliği istisnai bir durum teşkil etmekte olup, işbu yazımızın devamında detaylı bilgi verilmektedir.

Tüm bunlara ek olarak belirtmek gerekir ki, hukuka

the Peace Criminal Judge or through the content and service provider.

Blocking access can be implemented in three different ways: i) blocking access to the entire website via domain name, ii) blocking servers of websites related to Internet Protocol (IP) addresses, or iii) URL blocking, all serving the purpose of preventing the sharing that violates unlawful personality rights.

Although decisions to block access and/or remove content are generally limited to the part causing the violation of personality rights, in cases where the content cannot be blocked or the violation cannot be prevented by this protective measure (whenever necessary), decisions can be made to block access to the entire website.

Generally, requests for the removal of content and blocking access to online or social media shares are directed to Peace Criminal Judges. However, in some cases, applications can also be made to the Information Technologies and Communication Authority. Decisions on access restriction or content removal, once sent to the Access Providers Union, become binding and are communicated to location and access providers. Failure to comply with decisions made by Peace Criminal Judges may result in a judicial fine. However, it should be noted that the applicability of these decisions on websites or social media platforms subject to the HTTPS protocol ("Secure Hyper Text Transfer Protocol") is an exceptional case, and detailed information on this is provided later in this article.

In addition, if an act violating personal rights unlawfully constitutes a crime within the scope of Law No. 5237 Turkish Penal Code ("TPC"), the right to file a complaint and initiate a criminal investigation is reserved. In such a case, since decisions to block access and remove content have the nature of a protective measure, the continuation or termination of the implementation of these decisions will depend on the result of the criminal investigation. If a decision is made at the end of the investigation that there is no place for prosecution, the relevant decisions will automatically become void. On the other hand, in case of a decision to initiate a public lawsuit and proceed to the prosecution stage at the end of the investigation, it should be emphasized that if an acquittal decision is made at the end of the trial, these decisions will also be null and void.

aykırı kişilik hakkını ihlal eder nitelikte fiilin 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu ("TCK") kapsamında suç teşkil etmesi halinde, şikâyetle bulunma ve ceza soruşturmasının açılması adına şikâyetle bulunma hakkı saklıdır. Böyle bir durumda, erişimin engellenmesi ve içeriğin yayından kaldırılması kararlarının koruma tedbiri niteliğini haiz olmasından da sebep, bu kararların uygulanmasının devam ettirilmesi veya sona erdirilmesi ceza soruşturmasının sonucuna bağlı olacak olup soruşturma sonucunda kovuşturmayaya yer olmadığı yönünde karar verilmesi halinde ilgili kararlar kendiliğinden hükümsüz kalacaktır. Öte yandan soruşturma sonucunda kamu davası ikamesine karar verilmesi ve kovuşturma evresine geçilmesi halinde yargılama sonunda beraat kararı verilmesi durumunda da bu kararların hükümsüz kalacağına altını çizmekte fayda vardır.

B.TESPİT, SALDIRIYA SON VERME VE ÖNLEME DAVALARI

1)Saldırıya Son Verme/Durdurma Davası:

TMK Madde 25 çerçevesinde kişilik haklarına saldırı sebebiyle meydana gelen hukuka aykırılığı ortadan kaldırmaya yönelik saldırının sona erdirilmesini amaçlayan bir eda davasıdır. İlgili kanun hükmü çerçevesinde kişisel hakkı ihlal edilen kişi hâkimden saldırı tehlikesinin önlenmesini, sürmekte olan saldırıya son verilmesini, sona ermiş olsa bile etkileri devam eden saldırının hukuka aykırılığının tespitini isteyebilir. Yine bunlarla birlikte, düzeltmenin veya kararın üçüncü kişilere bildirilmesi ya da yayımlanması isteminde de bulunabilir.

İşbu davanın ikame edilebilmesi, kişilik haklarına aykırılık teşkil eden fiilin hukuka aykırı olması, saldırının başlamış ve devam ediyor olması şartlarının mevcudiyetine bağlıdır. Gerçekten doktrinde, durdurma davasının açılabilmesi için sürmekte olan hukuka aykırı bir saldırının varlığının yanı sıra, durdurmanın mümkün olmasının da şart olduğu belirtilmektedir. Uygulamada genellikle kişinin şerefine, haysiyetine, onuruna, mesleki ve ticari değerlerine ve özel hayatının ihlaline yönelik saldırılara karşı bu davaya başvurulmaktadır. Ek olarak belirtmek gerekir ki, saldırıya son verme davasında, kişilik hakkını ihlal eden kişinin kusurunun bulunması veya hakkı ihlal edilen kişinin bir zarara uğramış olması şartı aranmamaktadır. Dolayısıyla, kişilik hakkına karşı yapılan saldırının sona ermesi durumunda veya saldırının gerçekleşme ihtimali olduğu durumda bu dava ikame edilemeyecektir.

Sosyal medyada yapılan paylaşımların mahiyeti

B.DETERMINATION, TERMINATION, AND PREVENTION LAWSUITS

1)Termination/Stopping Lawsuit:

A legal action aiming to eliminate the unlawfulness arising from an attack on personality rights, within the framework of Article 25 of the Turkish Civil Code. According to the relevant legal provision, the person whose personal rights have been violated can request from the court the prevention of the threat of the attack, cessation of the ongoing attack, or determination of the unlawfulness of the attack, even if it has already ended but its effects continue. Additionally, they can request the correction or the notification and publication of the decision to third parties.

For the initiation of this lawsuit, it is required that the act violating personality rights is unlawful, and the attack has started and is continuing. Indeed, in legal doctrine, it is emphasized that, for the cessation lawsuit to be initiated, the presence of an ongoing unlawful attack and the possibility of cessation are necessary. In practice, this type of lawsuit is generally used against attacks on a person's honor, dignity, reputation, professional and commercial values, and the violation of private life. It should also be noted that there is no requirement for the person violating personality rights to be at fault or for the injured party to have suffered harm in the cessation lawsuit. Therefore, if the attack on personality rights has ceased or is likely to occur, this lawsuit cannot be filed.

When evaluating the nature of social media posts, it is appropriate to assess whether the sharing has ended at the time it was made or if it continues. For instance, a live broadcast on Instagram where someone makes statements about another person that violate their personality rights might be considered an act that ends at the time it is made. On the other hand, a post shared on Instagram or a tweet on Twitter can be seen as continuously displayed in front of everyone, causing tangible consequences in the material world. Similarly, if someone's trade secrets are gradually disclosed in a series of tweets on Twitter, it could be considered an ongoing attack. Therefore, evaluating the specific circumstances of the case is crucial.

In this case, as a condition for the continuation of an unjust attack on personality rights, examples can be given, such as the use of a person's photograph without their consent. Within this framework, it can be stated that this lawsuit aims to terminate the ongoing violation of the law and prevent more severe consequences, such as material and moral compensation. Therefore, it can be said that this lawsuit serves the function of eliminating the source of the attack on

değerlendirildiğinde ise yapılan paylaşımın yapıldığı anda sona erip ermemesi, devam eden saldırı niteliğini taşıyıp taşımadığına göre bir değerlendirme yapılması uygun olacaktır. Zira, Instagram üzerinden yapılan bir canlı yayında bir kimsenin başka bir kişi hakkında söyledikleri neticesinde kişilik hakkını ihlal etmesi halinde bu saldırının yapıldığı anda sona eren bir fiil olduğu ve devam eder niteliği taşımadığı söylenebilecek iken; Instagram üzerinden paylaşılan bir gönderi üzerinden veya Twitter’da atılan bir tweet neticesinde bu paylaşımların devamlı herkesin gözü önünde sergilendiği ve maddi aleme ilişkin sonuçlar doğurduğu yorumunun yapılabileceği kanaatindeyiz. Aynı şekilde örneğin Twitter üzerinden bir seri halinde bir kişinin ticari sırlarının açıklanmaya başlanmış olması halinde de devam eden bir saldırıdan söz edilebilecektir. Bundan sebep, somut olayın koşullarının değerlendirilmesi bir hayli önem teşkil etmektedir.

Bu davada haksız bir saldırının devam etmesi koşuluyla kişilik haklarına yönelik olarak yapılması koşuluna örnek olarak bir kişinin rızası olmadan bir fotoğrafının kullanılması gibi durumlar verilebilecektir. Bu çerçevede, işbu davanın devam eden hukuka aykırılık halinin sona erdirmek ve daha ağır sonuçları (maddi ve manevi tazminat gibi) önlemek amaçlara hizmet ettiği söylenebilecektir. Dolayısıyla bu davanın bir tazmin işlevi değil; kişilik hakkına yapılan saldırının kaynağını bertaraf etme işlevi gören bir engelleme amacı bulunduğu söylenebilecektir.

Yine önemle altını çizmek gerekir ki, durdurma davasının ikame edilebilmesi için, 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu uyarınca dava şartı olan hukuki yararın mevcudiyeti bir hayli önem teşkil etmektedir. Zira, Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 13.01.1988 tarihli 1987/4-405, 1998/47 sayılı kararında, “Anımsamasında yarar bulunmayan olayların, gündeme getirilmesinde kural olarak genel yarar bulunmaz.” şeklinde hüküm kurulmuştur.

Tüm bunların yanında belirtmek gerekir ki, hakkı ihlal edilen kişinin maddî ve manevî tazminat istemleri ile hukuka aykırı saldırı dolayısıyla elde edilmiş olan kazancın vekâletsiz iş görme hükümlerine göre kendisine verilmesine ilişkin istemde bulunma hakkı saklıdır.

personality rights rather than having a compensation function.

It is also crucial to emphasize that, for the initiation of the cessation lawsuit, the existence of legal interest, which is a legal requirement according to the Turkish Civil Procedure Code No. 6100, is of great importance. In this regard, a decision of the General Assembly of the Civil Chambers of the Court of Cassation dated 13.01.1988, numbered 1987/4-405, 1998/47, states, "Events that do not have a benefit in memory generally do not have a general benefit when brought up."

In addition to all this, it should be noted that the right to claim material and moral compensation from the person whose rights are violated and the right to request the gains obtained through the illegal attack to be given to them according to the principles of unauthorized representation are reserved.

2)Prevention Lawsuit:

Another lawsuit envisaged in Article 25 of the Turkish Civil Code is the prevention lawsuit. According to this, if there is a danger that an attack on personality rights has not yet occurred but is likely to occur, a lawsuit will be filed to prevent the attack. Similar to the cessation lawsuit, neither the fault of the person violating the right nor the danger of the person whose right will be violated suffering harm is required.

3)Determination Lawsuit:

This lawsuit, regulated within the scope of Article 25 of the Turkish Civil Code, is a special aspect of the general determination lawsuit for the determination of unlawfulness in case of violation of personality rights. The determination lawsuit for unlawfulness is subject to the condition that the attack has ended but its effects continue. With this lawsuit, the person whose personality rights are violated can also request from the court the notification and publication of unlawfulness to third parties.

2)Önleme Davası:

TMK Madde 25'te öngörülen bir diğer dava önleme davasıdır. Buna göre; kişilik hakkına saldırının henüz meydana gelmediği ve fakat gelmesi yönünde ciddi boyutta tehlike bulunduğu takdirde saldırıya mâni olmak adına açılacak bir davadır. Durdurma davası ile benzer şekilde bir kimsenin kişilik hakkını ihlal eden kişinin kusuru aranmadığı gibi hakkı ihlal edilecek kişinin zarara uğrama tehlikesi de aranmamaktadır.

3)Tespit Davası:

Yine TMK 25.madde kapsamında düzenleme alanı bulan işbu dava, kişilik hakkının ihlal edilmesi durumunda hukuka aykırılığın tespiti adına genel tespit davasının özel bir görünümüdür. Hukuka aykırılığın tespiti davası, saldırının bitmiş fakat etkilerinin devam etmesi şartlarına bağlıdır. Bu dava ile kişilik hakkı saldırıya uğrayan kişi aynı zamanda mahkemeden hukuka aykırılığın üçüncü kişilere bildirilmesini ve yayınlanmasını da talep etme hakkına sahiptir.

C.TAZMİNAT DAVALARI

Kişilik haklarına saldırı olması durumunda ise, saldırının durdurulmasını, önlenmesini ve tespiti gibi taleplerin yanı sıra saldırı neticesinde meydana gelen zararların tazmini, TMK ve TBK hükümleri çerçevesinde mümkün kılınmıştır. Bu kapsamda kişilik hakları ihlal edilen kişi, maddi ve/veya manevi zararlarının tazminat yoluyla telafi etme amacı ile kendi yerleşim yeri veya davalının yerleşim yeri mahkemesinde dava açma hakkına sahiptir. Şöyle ki;

1)Maddi Tazminat Davası:

Sosyal medya platformlarındaki hukuka aykırı paylaşımlar nedeniyle kişilik hakkı ihlal edilen kişinin bu saldırıdan dolayı maddi bir zarara uğraması, saldırı ile maddi zarar arasında illiyet bağı bulunması ve saldırıda bulunan kişinin kusurlu olması (veya kusursuz sorumluluk hallerinin mevcut olması) şartı ile ikame edilebilen bir eda davasıdır. Maddi zarara, genellikle kar kaybı veya yoksun kalınan kar olarak rastlanılmaktadır.

Maddi tazminat davasının haksız fiilden kaynaklandığı durumlarda 1 yıllık, sözleşmesel ilişkiden kaynaklandığı durumda kural olarak 10 yıllık zamanaşımına tabi olduğunun belirtilmesinde fayda vardır.

C.COMPENSATION CASES

In the event of an attack on personal rights, in addition to requests such as stopping, preventing and determining the attack, compensation for the damages incurred as a result of the attack is made possible within the framework of the provisions of the TCC and the TCO. In this context, the person whose personal rights are violated has the right to file a lawsuit in the court of his/her domicile or the defendant's domicile in order to compensate for material and/or moral damages through compensation. In other words;

1)Material Compensation Case:

It is an action of action that can be substituted provided that the person whose personal rights are violated due to unlawful posts on social media platforms suffers a material damage due to this attack, there is a causal link between the attack and the material damage, and the person who is attacked is at fault (or there are cases of strict liability). Material damage is generally referred to as loss of profit or deprived profit.

It is useful to note that the action for pecuniary damages is subject to a statute of limitations of 1 year in cases where it is caused by tort and 10 years in cases where it is caused by a contractual relationship.

2)Moral Compensation Lawsuit:

The lawsuit for moral damages, which is regulated by Article 25 of the TCC and Article 58 of the TCO, is an action of action that gives the right to claim compensation to ensure the elimination of deep sorrow, grief, grief, and anguish experienced as a result of the attack against the personal rights of the person. It is worth noting that, except for the provisions of the aforementioned law, the moral compensation rights that can be claimed in the specially regulated moral compensation claim are reserved.

Article 58 of the TCO reads as follows: "The person who has suffered damage to his/her right of personality may request the payment of a sum of money under the name of moral compensation for the moral damage suffered. Instead of payment of this compensation, the judge may decide on another form of compensation or add it to this compensation; in particular, he may issue a decision condemning the attack and may order the publication of this decision."

Within this framework, for persons whose personal rights are violated through posts made on social media

2) Manevi Tazminat Davası:

TMK Madde 25 ve TBK Madde 58 uyarınca düzenleme alanı bulan manevi tazminat davası, kişinin kişilik haklarına karşı yapılan saldırı sonucunda yaşadığı derin üzüntü, elem, keder ve ıstırabın giderilmesini sağlamak adına tazminat talep etme hakkı veren bir eda davasıdır. Söz konusu kanun hükümleri haricinde özel olarak düzenlenen manevi tazminat talebinde bulunulabilecek manevi tazminat haklarının saklı olduğunu belirtmekte fayda vardır.

TBK Madde 58, "*Kişilik hakkının zedelenmesinden zarar gören, uğradığı manevi zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar para ödenmesini isteyebilir. Hâkim, bu tazminatın ödenmesi yerine, diğer bir giderim biçimi kararlaştırabilir veya bu tazminata ekleyebilir; özellikle saldırıyı kınayan bir karar verebilir ve bu kararın yayımlanmasına hükmedebilir.*" hükmünü amirdir.

Bu çerçevede, kişilik hakları sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlar aracılığıyla ihlal edilen kişilerin manevi tazminat davası açabilmesi için; kişilik hakkına hukuka aykırı bir saldırı gerçekleşmesi, bu saldırı nedeniyle manevi bir zarar doğması, zarar ile hukuka aykırı saldırı arasında illiyet bağı bulunması, kişisel hakkı ihlal eden kişinin kusurunun (veya kusursuz sorumluluk hallerinin) mevcudiyeti gerekmektedir.

Önemle belirtmek gerekir ki, hâkimin takdir yetkisinin bir hayli geniş olduğu bu dava türünde, hâkimin para yerine veya talep edilen para ile başka bir tazminat türüne hükmetmesi de mümkündür.

D. VEKALETSİZ İŞ GÖRME DEN KAYNAKLANAN DAVALAR

TMK Madde 25 uyarınca, kişilik hakkı ihlal edilen kişi, maddi ve manevi tazminat istemlerinin yanı sıra; hukuka aykırı saldırı dolayısıyla, saldırıda bulunan kişinin bu sebeple elde ettiği kazancı vekâletsiz iş görme hükümlerine göre kendisine verilmesine ilişkin istemde bulunma hakkını haizdir.

Bu çerçevede haksız kazanç elde ettiği ileri sürülecek saldırıda bulunana karşı açılacak davalarda, TBK'da düzenlenen vekâletsiz iş görme hükümleri tatbik edilecektir. Bu kapsamda TBK Madde 530'da düzenleme alanı bulunan vekâletsiz iş görme hükümleri uygulanmaktadır.

platforms to file a lawsuit for non-pecuniary damages; an unlawful attack on the right of personality must occur, a moral damage must arise due to this attack, there must be a causal link between the damage and the unlawful attack, and the fault (or strict liability) of the person who violates the personal right must be present.

It is important to note that in this type of case, where the discretionary power of the judge is quite wide, it is also possible for the judge to award another type of compensation instead of money or with the requested money.

D. CASES ARISING FROM UNAUTHORIZED REPRESENTATION

According to Article 25 of the Turkish Civil Code, a person whose personality rights have been violated has the right to claim material and moral compensation. In addition, in cases of unlawful attack, the aggrieved person is entitled to make a claim based on the provisions of unauthorized representation, concerning the gains obtained by the attacker due to the unlawful assault.

In this context, in lawsuits filed against the assailant alleging unjust enrichment, the provisions of unauthorized representation stipulated in the Turkish Code of Obligations (TCO) will be applied. Within this framework, the provisions of unauthorized representation covered by Article 530 of the TCO are implemented.

Article 530 of the TCO states, "The principal is entitled to the benefits arising from the work, even if not done for his benefit; however, to the extent of the enrichment, he is obliged to pay the expenses of the worker and relieve him of the debts he has incurred."

The reference to the Turkish Code of Obligations in the Turkish Civil Code, granting the right to file a lawsuit under the provisions of unauthorized representation to a person whose personality rights have been violated, serves the purpose of preventing unjust enrichment using unlawful attacks on the inalienable and irrevocable rights known as personality rights.

3. HTTPS PROTOCOL and ENFORCEABILITY OF DECISIONS REGARDING VIOLATIONS OF PERSONAL RIGHTS THROUGH SOCIAL MEDIA

HTTP, which stands for "Secure Hyper Text Transfer Protocol," is a communication protocol that defines the rules for data transfer between clients and servers on the internet, involving the encryption of connections established with text. "HTTPS," on the other hand, is a

TBK Madde 530, “İş sahibi, kendi menfaatine yapılmamış olsa bile, iş görmeden doğan faydaları edinme hakkına sahiptir; ancak zenginleştiği ölçüde, iş görenin masraflarını ödemek ve giriştiği borçlardan onu kurtarmakla yükümlüdür.” hükmünü amirdir.

TMK’da TBK’ya yapılan atıf ile kişilik hakkı ihlal edilen kimseye vekaletsiz iş görme hükümleri çerçevesinde dava açma hakkının bahşedilmesi; devredilemez ve vazgeçilemez haklardan olan kişilik haklarına hukuka aykırı saldırıda bulunmak suretiyle haksız kazanç elde edilmesinin önüne geçilmesi amacına hizmet etmektedir.

3.HTTPS PROTOKOLÜ ve SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN PAYLAŞIMLARIN KİŞİLİK HAKKI İHLALİNE YÖNELİK KARARLARIN İCRA EDİLEBİLİRLİĞİ

HTTP (“Secure Hyper Text Transfer Protocol”, “Güvenli Metin Aktarma Protokolü” olarak da bilinmektedir), internet ortamında istemci ile sunucular arasındaki veri aktarım kurallarını belirleyen iletişim protokolüdür ve metinlerle kurulan bağlantıların şifrelenmesini ifade eder. “HTTPS” ise Güvenli Soket Katmanı (SSL) protokolünün eklenmesi ile daha güvenli hale getirilen bir protokol türüdür. HTTPS protokolünde güvenlik ön planda yer aldığından bu protokolün sağladığı güvenlik dolayısıyla sosyal medya siteleri HTTPS protokolünü kullanarak bilgi güvenliklerini garanti altına almayı amaçlamaktadırlar.

5651 Sayılı kanunun 9. maddesi: “İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden gerçek ve tüzel kişiler ile kurum ve kuruluşlar, içerik sağlayıcısına, buna ulaşamaması hâlinde yer sağlayıcısına başvurarak uyarı yöntemi ile içeriğin yayından çıkarılmasını isteyebileceği gibi doğrudan sulh ceza hâkimine başvurarak içeriğin çıkarılmasını ve/veya erişimin engellenmesini de isteyebilir.” şeklinde olup aynı maddenin 3. fıkrası ise “İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik hakları ihlal edilenlerin talepleri doğrultusunda hâkim bu maddede belirtilen kapsamda içeriğin çıkarılmasına ve/veya erişimin engellenmesine karar verebilir.” şeklindedir. İlgili yasal düzenlemeler uyarınca, sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen kişilik hakkı ihlalinin giderilmesi doğrudan Sulh Ceza Hakimliği’ne yapılacak başvuru ile de talep edilebilmekte olup, Sulh Ceza Hakimliği tarafından; ihlali oluşturan içeriğe karşın ‘içeriğin çıkarılması

type of protocol made more secure by the addition of the Secure Socket Layer (SSL) protocol. Due to the emphasis on security in the HTTPS protocol, social media sites aim to secure their information by using the HTTPS protocol.

Article 9 of Law No. 5651 states: "Natural and legal persons, as well as institutions and organizations, claiming that personality rights are violated due to the content published on the internet, may request the removal of the content through a warning to the content provider or, if this is not possible, to the hosting provider. They can also directly apply to the peace criminal judge, demanding the removal and/or blocking of access to the content." The third paragraph of the same article states: "In line with the requests of those whose personality rights are violated due to the content published on the internet, the judge may decide to remove the content and/or block access within the scope specified in this article."

According to the relevant legal regulations, the remedy for the violation of personality rights through social media platforms can be requested directly from the Peace Criminal Judgeship by application. The Peace Criminal Judgeship may decide to remedy the violation by ordering the removal of the content and/or blocking access to the content that constitutes the violation. The use of the HTTPS protocol by a social media platform does not have any impact on the decision to be made by the Peace Criminal Judgeship.

The implementation of the access blocking decision is coordinated by the Access Providers Union (APU). The "APU" was established to coordinate the implementation of decisions to remove and/or block access to content issued under Article 6/A of Law No. 5651, excluding the provisions of Articles 8 and 8/A of the same Law. Sharing that violates personal rights made through access providers are implemented by the Access Providers Union based on the access blocking decision issued by the Peace Criminal Judgeship and the request forwarded to the union. The ESB is required to transmit access-blocking decisions taken by the legislation to access providers. However, due to technical limitations of the systems used by access providers, access can only be blocked for content shared on the internet via the 'HTTP' protocol. Access blocking procedures cannot be applied to internet sites with URLs that have the 'HTTPS' protocol, which is known as a communication protocol that ensures the secure transmission of data.

The method that can be applied and effective in practice is to notify the access provider where the violation occurred by submitting a written petition regarding the access blocking decision issued by the Peace Criminal

ve/veya erişimin engellenmesi' yöntemi ile ihlalin giderilmesi yönünde karar verileceği hüküm altına alınmaktadır. Sosyal medya platformunun HTTPS protokolüne tabi olmasının, Sulh Ceza Hakimliği tarafından verilecek karar noktasında herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Sulh Ceza Hakimliği, talep edenin/başvuranın talebini yasal olarak değerlendirmeli ve kaldırılması talep edilen içerik bakımından hüküm tesis etmelidir.

Erişimin engellenmesi kararının uygulanması ise Erişim Sağlayıcıları Birliği "ESB" tarafından koordine edilmektedir. "ESB", 5651 sayılı Kanun'un 6/A maddesi uyarınca aynı Kanunun 8 ve 8/A maddeleri kapsamı dışında verilmiş olan tüm içeriğin çıkarılması ve/veya erişimin engellenmesi kararlarının uygulanmasında koordinasyonu sağlamak üzere kurulmuştur. Erişim sağlayıcılar üzerinden yapılan ve kişilik hakkını ihlal eden paylaşımlar; Sulh Ceza Hakimliği'nin verdiği erişimin engellenmesi kararı, birliğe iletilen talep sonucu Erişim Sağlayıcıları Birliği tarafından uygulanmaktadır. ESB, mevzuata uygun olarak alınan erişim engelleme kararlarını erişim sağlayıcılara iletmesi gerekmektedir. Ne var ki, erişim sağlayıcıların kullandığı sistemlerin teknik sınırlamaları nedeniyle, sadece 'HTTP' protokolü üzerinden internet üzerinde paylaşılan içeriklere erişim engellenebilmektedir. İletişim protokolü olarak bilinen ve verilerin güvenli bir şekilde iletilmesini sağlayan 'HTTPS' protokolüne sahip internet sitelerinin URL adreslerine ise erişim engelleme işlemi gerçekleştirilememektedir.

Uygulamada başvurulabilecek ve etkili olabilecek yöntem ise Sulh Ceza Hakimliği tarafından verilen erişimin engellenmesi yönündeki kararın yazılı dilekçe ile ihlalin gerçekleştirildiği erişim sağlayıcısına bildirilerek, mahkeme kararının yerine getirilmesinin talep edilmesidir. Fakat erişimin engellenmesi kararını uygulamak erişim sağlayıcının inisiyatifine kalmış bir durumdur. Tartışılması gereken ve asıl problemi oluşturan nokta ise Kanun uyarınca sulh ceza hakimliği tarafından verilmiş bir karar söz konusu olduğunda, içerik sağlayıcıların takdir yetkisi ortadan kalkması gerekirken maalesef uygulamada mahkeme kararlarına uyulmadığı ve mahkeme kararına rağmen erişim engelleme işleminin yerine getirilmediği sıklıkla görülmektedir. Erişim sağlayıcılarının Sulh Ceza Hakimliğinin kararlarına uymamasındaki en büyük etkenlerden birisi, kararın uygulanmaması durumunda Kanunda caydırıcılığa dair bir düzenlemenin yer almamasıdır. Şöyle ki; Türk Ceza Kanunu ve 5651 sayılı

Judgeship and requesting the implementation of the court's decision. However, the implementation of the access blocking decision is left to the discretion of the access provider. The crucial and problematic point that needs to be discussed is that when a decision is made by the peace criminal judgeship according to the law, the discretion of content providers should be eliminated. Unfortunately, in practice, it is frequently observed that court decisions are not adhered to, and despite court orders, access-blocking processes are not carried out. One of the major factors contributing to access providers not complying with decisions of the Peace Criminal Judgeship is the absence of a provision in the law regarding deterrence in case the decision is not implemented. Specifically, the Turkish Penal Code and Law No. 5651 do not foresee any sanctions if access is not blocked. This lack of sanctions in the law can be considered a deficiency or insufficiency in practice, and there may be a need to strengthen legal regulations.

Additionally, one of the problems created by the non-implementation of the court's decision is that it constitutes a violation of Article 138 of the Constitution. It is stated in Article 138, "The legislative, executive, and administrative authorities shall comply with judicial decisions; these authorities and the administration shall not alter them in any way and shall not delay their implementation." Despite this provision, the non-implementation of court decisions contradicts the principle of the rule of law and the Constitution.

Due to these reasons, it is believed that the lack of possibility to ensure access blocking in practice for access providers subject to the HTTPS Protocol, and the absence of a criminal sanction in the law, act as obstacles to the deterrence in practice.

Yasa'da, erişimin engellenmemesi durumunda bir yaptırım öngörülmemektedir. Bu, uygulama eksikliği veya yetersizliği olarak kabul edilebilir ve yasal düzenlemelerin güçlendirilmesi gerekebilir. Ayrıca, mahkemenin verdiği kararın uygulanmamasını yarattığı diğer sorunlardan birisi ise Anayasa madde 138'e aykırılık teşkil etmektedir. "Yasama ve yürütme organları ile idare, mahkeme kararlarına uymak zorundadır; bu organlar ve idare, mahkeme kararlarını hiçbir suretle değiştiremez ve bunların yerine getirilmesini geciktiremez." hükmünde mahkeme kararlarına uyma zorunluluğuna değinilmiştir. Bu hükme rağmen mahkemenin verdiği kararların uygulanmaması hukuk devleti ilkesine ve Anayasa'ya aykırılık teşkil etmektedir. Bu sebeplerden mütevellit uygulamada erişimin engellenmesinin sağlanması HTTPS Protokol'üne tabi erişim sağlayıcılar bakımından pek mümkün olmamakla beraber kanunda cezai bir yaptırımın yer almamasının uygulamada caydırıcılığın önünde bir engel olarak yer aldığı kanaatindeyiz.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz teknoloji çağı nedeniyle hemen herkesin hayatın olağan akışı çerçevesinde yoğun şekilde kullandığı sosyal medya platformlarından yapılan paylaşımlar ile kişilik haklarının korunması arasındaki sınırın oldukça hassas bir dengede olduğu söylenebilecektir. İşbu bilgilendirme yazımız ile söz konusu ihlallerin önlenmesi, sonlandırılması ve/veya herhangi bir ihlalin yapılmasından kaynaklı doğan maddi ve manevi zararın tazmini için yasal düzenlemeler ve koruyucu mekanizmalar açıklanmıştır.

CONCLUSION

Due to the current technological age, it can be said that the boundary between the protection of personality rights and posts made on social media platforms, which almost everyone intensively uses in the normal course of life, is in a very delicate balance. With this informative writing, legal regulations and protective mechanisms for preventing, terminating, and compensating for material and moral damages arising from any violations have been explained.

Legal avenues that can be pursued in the event of posts made through access providers violating personality rights have been provided. As mentioned in our writing, in the event of posts violating personality rights falling under the scope of freedom of expression, legal avenues can be pursued for prevention, termination, and determination, and judgments can be made for the collection of material and moral damages. However, it should be noted that in terms of removing posts causing the violation, it is a frequently encountered situation in practice that the HTTPS protocol, which many social media platforms are subject to, can be ineffective.

In conclusion, while protecting freedom of expression, the balance between rights and freedoms is subject to a very sensitive limit to prevent damage to individuals' honor and reputation. This article has addressed the violations that may occur as a result of crossing this limit and what legal avenues can be pursued or what problems may arise in practice.

This article aims to be an informative source regarding personal rights violations on social media and the legal avenues that can be pursued against them. Since legal matters are sensitive and variable, a professional evaluation is required based on the specific characteristics of each case. Therefore, it should be emphasized that the information provided in this informative writing is for general informational purposes and does not substitute for legal advice.



PAYLARI GİRİŞİM SERMAYESİ PAZARINDA İŞLEM GÖRECEK ORTAKLIKLARA İLİŞKİN ESASLAR TEBLİĞİ

PRINCIPLES REGARDING PARTNERSHIPS
TO BE TRADED IN THE VENTURE CAPITAL
MARKET REGULATION

SERHAT KISAKÜREK, LL.M

Partner-Attorney at Law - Ortak Avukat

DR.MUHAMMED FURKAN AKINCI

Attorney at Law - Avukat

MISRA DİLAN GÜNDOĞDU

Attorney at Law - Intern - Stajyer Avukat

GİRİŞ

Sermaye Piyasası Kurulu, halkın ekonomik olarak kendini güçlendirebilmesi için, iktisadi kalkınmaya katılabilmesini; bunları sağlamanın yanı sıra sermaye piyasasının güvenli ve şeffaf bir düzlemde temellenmesini sağlamak amaçlı kurulmuştur. Bu Kurul sayesinde yatırımcıların haklarını ve avantajlarını koruyabilmek mümkün olmuştur. Sermaye Piyasası Kurulu; sermaye piyasalarının ve kurumlarının işleyiş kurallarını belirleme yetkisini, fon kullanımından olabilecek en iyi şekilde yararlanılmasını, yatırımcıların hak ve avantajlarını koruma ve piyasaların etkin bir biçimde işleyişini sürdürmesini sağlama yetkisini haizdir. 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu çerçevesinde görevleri belirlenmektedir.

Halka arz, şirketlerin büyüme hedeflerini gerçekleştirmelerini sağlarken aynı zamanda yatırımcılar için de bir fırsat sunar. Yatırımcıların sağlamış olduğu kaynak ile hem şirketler büyüme sağlarken hem de yatırımcılar şirketin gelecekte elde edeceği kardan yararlanabilir. Halka arz edilen şirketlerin hisseleri, borsada işlem gördüğü için yatırımcılar, hisse senetlerini kolayca alıp satabilirler.

18 Mayıs 2023 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanmış olan “Payları Girişim Sermayesi Pazarında İşlem Görecek Ortaklıklara İlişkin Esaslar Tebliği”nin amacı; halka açık olmayan ortaklıkların Girişim Sermayesi Pazarında işlem görmek üzere sermaye artırımını yoluyla ihraç edilecek paylarının halka arz edilmeksizin nitelikli yatırımcılara satışı ve bu ortaklıkların yükümlülüklerini aynı zamanda buna ek olarak gerekli şartlar sağlanıyor ise muafiyetlerini düzenlemektir.

INTRODUCTION

The Capital Markets Board (Sermaye Piyasası Kurulu in Turkish) was established with the aim of enabling the public to economically empower itself and participate in economic development. Its purpose also includes ensuring the foundation of the capital markets on a secure and transparent basis. Thanks to this Board, it has been possible to protect the rights and benefits of investors. The Capital Markets Board has the authority to determine the operating rules of capital markets and institutions, optimize the use of funds, protect the rights and benefits of investors, and ensure the effective functioning of markets. Its duties are defined within the framework of Law No. 6362 on Capital Markets.

An initial public offering (IPO) provides an opportunity for companies to achieve their growth objectives while simultaneously offering an opportunity for investors. With the resources provided by investors, companies can facilitate their growth, and investors can benefit from the future profits the company may generate. The shares of companies that go public are traded on the stock exchange, allowing investors to easily buy and sell stocks. This process enhances liquidity and provides investors with a platform to participate in the company's success as it grows.

The purpose of the "Regulation on the Principles Regarding Partnerships Whose Shares Will Be Traded on the Venture Capital Market," published in the Official Gazette on May 18, 2023, is to regulate the sale of shares, issued through capital increase for trading on the Venture Capital Market, of non-public partnerships to qualified investors without public offering. This regulation also addresses the obligations of these partnerships and, if certain conditions are met, specifies exemptions for them.

HALKA ARZ SÜRECİ

Bir şirketin paylarının BIST'te işlem görebilmesi için yatırımcılara ilan ve çağrı ile satış yapılarak halka arzının sağlanması gerekmektedir. Halka arza katılım sürecinin sağlanması sırasında araştırma raporları, fiyat tespit raporu, finansal tabloları ve şirketin izahnamesinin incelenmesi gerekmektedir. Halka arza katılmak fiyat avantajı, yatırım alanlarının çeşitliliği, riske bağlı olmakla birlikte getiri yüksekliği sağlamaktadır.

Günümüzde şirketler sıklıkla farkı sebeplerin teşvik etmesi sebebiyle halka arz yöntemine başvurmayı tercih etmektedirler. Başarısı ve gelişimi yüksek seviyelerde seyreden şirketler; faaliyet kapsamalarının çerçevesini genişletmek ve yaptığı/yapmak istediği yatırımlarına fon sağlayabilmek amacıyla halka arz edilirler. Bir diğer yandan ise finansal kaynak bakımından zayıf bir konumda bulunan ancak yatırım yaparak büyümek isteyen ya da borçlarını ödemeyi amaçlayan şirketler de halka arz edilebilirler. Bu sayede yatırımcılar da, hisse senedi alarak borsada işlem gören şirketlerin değerlerine katkı sağlayıp yatırım yapma şansını yakalarlar.

Halka arz; birincil ve ikincil halka arz olmak üzere iki başlığa ayrılmaktadır. Önceki süreçlerinde halka açık olmayan şirketlerin yaptığı halka arz işlemi birincil halka arz olarak tanımlanırken; daha önce halka arz edilmiş olsa da ilk seferde halka arz oranının düşük olması sebebiyle bu işlemin ikinci kez yinelenmesi ikincil halka arz olarak adlandırılmaktadır.

2.1.Halka Arzda Şartlar ve Süreç

Halka arz sürecini gerçekleştirebilmek için sağlanması gereken birtakım şartlar öngörülmektedir. Bu şartların yerine getirilmesi ile birlikte halka arz işleminin sağlıklı bir temelde gerçekleşmesi sağlanmaktadır. Bu şartlardan bazılarından bahsetmek gerekir ise:

- Öncelikli olarak aracı kurumlar ile iletişime geçmek bu sürecin temelini sağlam bir biçimde atılması için gereklidir. İletişim kurulduktan sonra şartlar uygun olduğu takdirde halka arz yapma amacı olan şirketlerin aracı kurumlarla birlikte aracılık sözleşmesi imzalanması yerinde olacaktır. Aracı kurumun halka arz yapabileme yetkisini haiz olması zorunludur. Taraflarsa sözleşmenin imzalanması halinde halka arz işlemi gerçekleştirilmiş olur.

PUBLIC OFFERING PROCESS

For a company's shares to be listed on the Borsa Istanbul (BIST), it is necessary to conduct an initial public offering (IPO) through announcements and calls for sale to investors. During the process of ensuring participation in the IPO, research reports, price determination reports, financial statements, and the company's prospectus need to be examined. Participation in public offerings provides price advantages, diversification of investment areas, and high returns, albeit risk-dependent.

Nowadays, companies often prefer to resort to the public offering method due to the incentives of different reasons. Companies with high levels of success and development are offered to the public in order to expand the scope of their activities and to provide funds for the investments they have made or want to make. On the other hand, companies that are in a weak position in terms of financial resources but want to grow by investing or aim to pay their debts may also be offered to the public. In this way, investors have the chance to contribute to the values of the companies traded on the stock exchange by buying stocks and making investments.

Public offerings are divided into two categories: primary and secondary public offerings. While the public offerings made by companies that were not publicly traded in their previous processes are defined as primary public offerings, the second time this process is repeated due to the low public offering rate in the first time, even though it has been offered to the public before, is called secondary public offering.

2.1. Conditions and Process in Public Offerings

There are certain conditions that must be met in order to realise the public offering process. With the fulfilment of these conditions, it is ensured that the public offering process is realised on a healthy basis. If it is necessary to mention some of these conditions:

- First of all, it is necessary to contact with intermediary institutions in order to lay the foundation of this process firmly. After the communication is established, if the conditions are appropriate, it will be appropriate to sign an intermediary agreement with the intermediary

- Sermaye Piyasası Kurulu ile iletişime geçmek sürecin bir diğer basamağı olarak yerinde olacaktır. Sermayesini halka açık arz etmek isteyen şirketlerin SPK ile bir sözleşme daha imzalaması gerekmektedir. Bu sözleşme sayesinde SPK'nın denetimine tabi olacaklardır. Ayrıca SPK'nın verdiği kararlara, çıkardığı yasalarla da bağlı olacaklardır. Böylece yatırım düzleminde temeli güçlü adımlarla hareket etmek, SPK'nın sağladığı muafiyetlerden yararlanmak mümkün olacaktır. Bu işlemlerin gerçekleşmesi akabinde gerekli yetkiye sahip olan aracı kurum, Sermaye Piyasası Kurulu'na ve Borsa İstanbul'a hedef şirketin halka arz işleminin başlatılması hususunda gerekli başvuruyu yaparak süreci başlatır.

- Son adım olarak şirketin verilerinin SPK ve Borsa İstanbul uzmanları tarafından incelenmesi gerekmektedir. Bu işlem ile halka arz işlemleri fiilen başlar. Şirketin faaliyet alanları, piyasa değeri, genel faaliyet kapsamı gibi özellikleri SPK ve Borsa İstanbul tarafından incelenerek kurumlara bilgi akışı sağlanır. Eğer ki bu kıstasların uygun olduğu kabul görür ise şirketin halka arz işlemleri başlamış olur.

Halka arz süreci şirketlere finansman sağlayarak mali yapısını güçlendirmeyi hedefler. Böylece şirketin aktif malvarlığı oranında olumlu etkiler yaratmaktadır. Böylece şirketin sermayesi artar, güçlenir ve borçları da rahatlıkla ödenebileceğinden şirketin yeni yatırım yapma fırsatı oluşur. Böylece şirketin faaliyet alanının genişlemesi ile şirket büyümeye devam ederek kendini daha güçlü bir konuma taşır.

Aynı zamanda halka arz süreci şeffaflık sağlamaktadır. Piyasada şirketin değerinin ne olduğuna dair net bir sonuç görebilmek bu süreç sayesinde mümkündür. Ek olarak halka arz edilmesiyle birlikte büyük bir yatırımcılar ağına giren şirketin bilinirliği artmaktadır. Böylelikle şirket kendine yeni yatırımcılar bulmak ve bu sayede yeni faaliyet alanları yaratarak büyümesini sürdürür. Ek olarak, şirket şeffaf bir şekilde sergilenebildiği için değeri artmaktadır.

Halka arz süreçlerinde şirketin hazırlığı sonrası aracı kurum seçimi yapılması gerekir. Bunun akabinde şirket aracı kurum sayesinde gerekli dokümanlarla birlikte SPK'ya başvurur. SPK'dan onay alınması akabinde şirket duyuru yaparak hisse senetlerinin fiyatını, halka arzın yapılacağı tarihleri ve gerekli olabilecek nitelikteki diğer

institutions of the companies that intend to make a public offering. The intermediary institution must be authorised to make public offerings. If the parties sign the contract, the public offering transaction is realised.

- Contacting the Capital Markets Board will be appropriate as another step of the process. Companies wishing to offer their capital publicly are required to sign another contract with the CMB. Thanks to this contract, they will be subject to the supervision of the CMB. They will also be bound by the decisions and laws issued by the CMB. Thus, it will be possible to take strong steps in the investment plane and benefit from the exemptions provided by the CMB. Following the realisation of these transactions, the intermediary institution, which has the necessary authorisation, initiates the process by making the necessary application to the Capital Markets Board and Borsa İstanbul for the initiation of the public offering of the target company.

- As the last step, the company's data must be examined by CMB and Borsa İstanbul experts. With this process, the public offering process actually starts. Features such as the company's fields of activity, market value, general scope of activity are examined by the CMB and Borsa İstanbul and information flow is provided to the institutions. If it is accepted that these criteria are appropriate, the company's public offering procedures are initiated.

The public offering process aims to strengthen the financial structure of companies by providing financing. Thus, it creates positive effects on the ratio of the company's active assets. Thus, the company's capital increases and strengthens, and since its debts can be easily paid, the company has the opportunity to make new investments. Thus, with the expansion of the company's field of activity, the company continues to grow and carries itself to a stronger position.

At the same time, the public offering process provides transparency. Thanks to this process, it is possible to see a clear result of what the value of the company is in the market. In addition, with the public offering, the awareness of the company, which enters a large network of investors, increases. Thus, the company continues to grow by finding new investors and thus creating new areas of activity. In addition, since the company can be displayed transparently, its value increases.

In public offering processes, the company must choose an

önemli bilgileri paylaşır. Sonrasında aracı kurum tarafından şirketin finansal durumu ve piyasa koşulları dikkate alınarak hisse senetlerinin fiyatı belirlenir. Belirtilmiş olan tarihler arasında yatırımcılar hisse senetlerini satın alabilir akabinde halka arz tamamlanarak hisse senetleri yatırımcılara dağıtılır. Yatırımcılar ise bu basamaktan sonra hisse senetlerini satın aldıkları fiyattan satabilir veya da hisse senetlerini ellerinde tutabilirler.

Sonuç olarak; halka arz süreci sermayesini büyütebilmek, faaliyet alanını genişletebilmek, borçlarını ödemek isteyen ve büyümek isteyen şirketler için oldukça uygun ve hızlı bir şekilde bahsedilen hedefleri gerçekleştirmesini sağlayan bir süreçtir. Halka arz sürecin şirketlere fon sağlarken, yatırımcılar açısından da paralarını değerlendirebilmek için iyi bir fırsattır. Ayrıca sürecin SPK tarafından denetleniyor olması sayesinde oldukça eşit ve sağlam bir düzlemde hareket edilmektedir. Bu sayede yatırımcılar ekonomik güçlerini değerlendirerek doğru yatırımlar yaptıkları takdirde daha çok güçlenebilmekte; şirketler ise bu sayede kendilerini daha iyi bir mevkiye taşıyabilmektedir.

3. Halka Arz Sürecini Hızlandırmak İçin SPK'nın Yayınladığı "Payları Girişim Sermayesi Pazarında İşlem Görecektir Ortaklıklara İlişkin Esaslar Tebliği"

18 Mayıs 2023 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanmış olan söz konusu tebliğin amacı, 1. Maddesinde belirtildiği üzere; halka açık olmayan ortaklıkların Girişim Sermayesi Pazarında işlem görmek üzere sermaye artırımını yoluyla ihraç edilecek paylarının halka arz edilmeksizin nitelikli yatırımcılara satışı ve bu ortaklıkların yükümlülükleri ile muafiyetlerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir.

3.1.Sermaye Artırımı

Sermaye artımı, bedelli ve bedelsiz şekilde yapılmaktadır. Bedelsiz sermaye artırımını iç kaynaklardan yapılırken, bedelli sermaye artırımını ise ek fon temin edilerek yapılmaktadır. Sermaye artırımını işleminin yapılabilmesi için şirketin önceki sermayesinin ödenmiş olması zorunluluğu bulunmaktadır. Ayrıca; borsada işlem görmekte olan şirketler halka açık olduğundan sermaye artırımını işlemleri için Sermaye Piyasası Kurulu'ndan da gerekli izinlerin alınması gerekmektedir.

intermediary institution after the preparation. Subsequently, the company applies to the CMB with the necessary documents through the intermediary institution. Following the approval of the CMB, the company makes an announcement and shares the price of the shares, the dates of the public offering and other important information that may be required. Afterwards, the price of the shares is determined by the intermediary institution, taking into account the financial status of the company and market conditions. Investors can purchase the shares between the specified dates, after which the public offering is completed and the shares are distributed to the investors. After this step, investors can sell their shares at the price they purchased or hold their shares in their hands.

As a result, the public offering process is a very suitable process for companies that want to expand their capital, expand their field of activity, pay their debts and grow, and enable them to realise the aforementioned goals quickly. While the public offering process provides funds to companies, it is also a good opportunity for investors to utilise their money. In addition, thanks to the fact that the process is supervised by the CMB, it is acted in a very equal and solid plane. In this way, investors can become stronger if they make the right investments by evaluating their economic power; companies can move themselves to a better position in this way.

3.

"Communiqué on the Principles Regarding the Partnerships whose Shares will be Traded on the Venture Capital Market" issued by the CMB to Accelerate the IPO Process

As stated in Article 1 of the Communiqué published in the Official Gazette on 18 May 2023, the purpose of the Communiqué is to regulate the procedures and principles regarding the sale of the shares of non-publicly traded companies to be issued through capital increase to be traded in the Venture Capital Market to qualified investors without public offering and the obligations and exemptions of these companies.

3.1.

Capital Increase

Capital increases are made through rights issues and bonus issues. While bonus issue is carried out from internal resources, capital increase through rights issue is carried out by obtaining additional funds. In order to be able to increase the capital, the previous capital of the company must be paid. In addition, since listed companies are publicly traded, the necessary

Bedelli sermaye artırımında dış kaynaklar kullanılır ve çıkartılan yeni payların satılması sonucunda işletmeye para girişi sağlanır. Hisse senedi sahiplerinin en önemli haklarından biri olarak kabul gören rüçhan hakkı; mevcut pay sahiplerinin yeni çıkarılacak olan paylardan, mevcut payları oranında satın alma önceliği olarak bilinmektedir. Mevcut pay sahipleri rüçhan haklarını kullanma yolu ile bedelli sermaye artırımını kapsamında ihraç edilecek olan yeni payları satın alabilmekte ya da bedelli sermaye artışına katılmama haklarını da kullanabilme imkanına sahiptirler. Yapılan sermaye artırımını sayesinde şirket yeni yatırımları daha rahat hareket ederek yapabilir hale gelir. Bu da şirketin karlılığını arttırarak şirketin değerini pozitif yönde etkilemektedir.

Payları Girişim Sermayesi Pazarında İşlem Görecekt Ortaklıklara İlişkin Esaslar Tebliğ'i (Tebliğ) Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Tebliğ, SPK tarafından piyasadan gelen görüşler çerçevesinde hazırlanmıştır.

Tebliğ ile getirilen düzenlemeler sayesinde halka açık olmayan ortaklıkların sermaye artırma yöntemi ile ihraç edilen paylarının halka arz sürecine girilmeden nitelikli yatırımcılara satışının gerçekleştirilebilmesine ve Borsa İstanbul A.Ş.'nin Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görebilmesine olanak bulunmuştur.

Tebliğ ile yakalanmak istenen asıl amaç şirket paylarının halka arz sürecine girip büyük bir yatırımcı denizinde boğulmadan; nitelikli yatırımcıya doğrudan ulaşarak payların satış sürecinin hızlandırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda payların sermaye artırımını yöntemiyle birlikte halka arz edilmeksizin satışının önü açılmıştır. Aynı zamanda Tebliğ içerisinde payların sermaye artırımını yöntemi ile halka arz edilmeksizin satışı sonrasında uyulması gereken kuralların ne olduğuna, özel durum açıklamalarına, muafiyetler ve yükümlülüklerle ve finansal raporlarla ilgili bağımsız denetime ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir.

Bu Tebliğ ve Borsa İstanbul A.Ş ile yeni bir "Girişim Sermayesi Pazarı (GSP)" kurulması sağlanmıştır. Ortaklıklar Tebliğ'in ilgili şartlarını yerine getirdikleri takdirde, halka arz için öngörülen sıkı düzenlemelere tabi olmaksızın yalnızca ve doğrudan "nitelikli yatırımcı"ya ulaşarak ve satışı gerçekleştirerek ortaklığa bir fon sağlama fırsatını elde ederler.

authorisations must be obtained from the Capital Markets Board for capital increases.

In capital increase through rights issue, external resources are utilised and as a result of the sale of the new shares issued, money inflow is provided to the enterprise. The pre-emptive right, which is recognised as one of the most important rights of shareholders, is known as the priority of existing shareholders to purchase new shares to be issued in proportion to their existing shares. Existing shareholders can purchase new shares to be issued within the scope of capital increase through rights issue or they can also exercise their right not to participate in the capital increase through rights issue. Thanks to the capital increase, the company becomes able to make new investments more easily. This increases the profitability of the company and positively affects the value of the company.

The Communiqué on the Principles Regarding the Companies whose Shares will be Traded on the Venture Capital Market (Communiqué) was published in the Official Gazette and entered into force. The Communiqué was prepared by the CMB in line with the opinions received from the market.

Thanks to the regulations introduced by the Communiqué, the shares issued by non-publicly traded companies through capital increase method can be sold to qualified investors without going through the public offering process and can be traded in the Venture Capital Market of Borsa İstanbul Inc.

The main objective of the Communiqué is to accelerate the sales process of the shares by directly reaching qualified investors, without the company's shares going through a public offering process and drowning in a large sea of investors. In line with this purpose, the sale of shares without public offering has been paved with the capital increase method. At the same time, the Communiqué regulates the procedures and principles regarding the rules to be complied with after the sale of shares without public offering through capital increase method, material event disclosures, exemptions and obligations, and independent audit of financial reports.

With this Communiqué and Borsa İstanbul A.Ş., a new "Venture Capital Market (VCM)" has been established. If the partnerships fulfil the relevant conditions of the Communiqué, they will have the opportunity to raise

Giriş Sermayesi Pazarı'nda halka açık olmayan anonim ortaklıkların payları, sermaye artırımını yoluyla işlem görebilir ve bunlar doğrudan nitelikli yatırımcıya satılabilir. Bu sayede doğrudan nitelikli yatırımcı ile temasa geçme fırsatı bulan şirket daha hızlı bir şekilde büyüme şansını yakalayacaktır.

Payların Girişim Sermayesi Pazarı'nda nitelikli yatırımcılara satılması amacıyla, SPK tarafından bazı şartlar öngörülmüştür. İşbu şartlar Tebliğ'in 4. maddesinin 4. fıkrasında yer almaktadır.

“(4) Ortaklıkların Kurul düzenlemelerine uygun olarak hazırlanmış ve özel bağımsız denetimden geçmiş, payların satışa sunulacağı yıldan önceki yıla ait finansal tabloları itibarıyla;

- a) Aktif toplamının en az yirmi milyon Türk Lirası tutarında olması,
- b) Net satış hasılatının en az on milyon Türk Lirası tutarında olması,
- c) Kayıtlı sermaye sistemine geçmek için ise tescil edilmiş sermayesinin en az on milyon TL tutarında ve tamamının ödenmiş olması, gerekir.”

Bu ortaklıkların Girişim Sermayesi Piyasası'nda işlem görebilmesi için Tebliğ'in 4. maddesinde belirtilen özelliklere sahip bir izahname hazırlaması akabinde bunun SPK tarafından onaylanması gerekmektedir. Tebliğ ile, Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görmek üzere payları halka arz edilmeksizin ihraç edilecek ortaklıklarda ek pay satışına da yasaklama getirilmiştir.

İlgili Tebliğ'in 4. Maddesinin 9. Fıkrasının düzenlediği esas dikkate alındığında; Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görebilmesi için SPK nezdinde yapılan başvurularda yetkili kuruluş ve ihraççı arasında “satışa aracılık sözleşmesi” imzalanacağı hususu bildirilmiştir. Payların satış süresinin ise 2 gün olacağı Tebliğ'de düzenleme bulmuştur.

Ortaklıkların Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görmeden önceki payları, Tebliğ'in belirttiği sürelerde borsada işlem gören niteliğini haiz olmayacaktır. Böylece

funds for the partnership only and directly by reaching "qualified investors" and realising the sale without being subject to the strict regulations foreseen for public offering.

In the Entry Capital Market, the shares of non-public joint stock companies can be traded through capital increases and these shares can be sold directly to qualified investors. In this way, the company that has the opportunity to directly contact qualified investors will have the chance to grow faster.

In order to sell the shares to qualified investors in the Venture Capital Market, certain conditions are stipulated by the CMB. These conditions are set forth in Article 4, paragraph 4 of the Communiqué.

“(4) As of the financial statements of the corporations prepared in accordance with the Board regulations and audited by special independent auditors and belonging to the year preceding the year in which the shares will be offered for sale

- a) The total assets must be at least twenty million Turkish Liras,
- b) Net sales revenue of at least ten million Turkish Liras,
- c) In order to switch to the registered capital system, its registered capital must be at least ten million TL and fully paid up.”

In order for these partnerships to be traded on the Venture Capital Market, they are required to prepare a prospectus with the characteristics specified in Article 4 of the Communiqué, which must be approved by the CMB. The Communiqué also prohibits the sale of additional shares in partnerships whose shares will be issued for trading on the Venture Capital Market without a public offering.

Considering the principle regulated by Article 4, Paragraph 9 of the relevant Communiqué, it is stated that a "sales brokerage agreement" will be signed between the authorised institution and the issuer in the applications made before the CMB in order to be traded in the Venture Capital Market. It is regulated in the Communiqué that the sales period of the shares will be 2 days.

Girişim Sermayesi Pazarı'nda yalnızca sermaye artırımını yoluyla ihraç edilecek payların işlem görebileceği hususuna hükmedilmiştir.

İlgili Tebliğ uyarınca, bu kapsamdaki ortaklık paylarının borsada işlem görmeye başladığı yıldan itibaren 2 yıllık bir süre tamamlanmadığı müddetçe halka arz edilerek satılmaları hususunda bir yasaklama getirilmiştir.

Yine ortaklıklara bir zorunluluk daha Tebliğ ile öngörülmüştür. Bu zorunluluğa göre; payları borsada işlem görmeye başladığı yılı izleyen 5 yılı geçmemek kaydıyla, paylarının sadece sermaye yolu artırımını ile halka arz süreci için düzenlenecek izahnamenin onaylanması için Kurul'a başvuruda bulunmaları gereklidir. Bu zorunluluk, ortaklık paylarının borsanın diğer pazarlarında işlem görmesini teminat altına alabilmek adına öngörülen bir düzenlemedir.

Tebliğ'in "Madde 5-(3) Kurulca izahnamesi onaylanmayan ya da belirtilen sürede izahname onayı için Kurula başvurmayan ortaklık başkaca bir işleme gerek kalmaksızın Kanun kapsamından çıkmış ve payları borsa tarafından Girişim Sermayesi Pazarı'ndan çıkarılmış sayılır. Girişim Sermayesi Pazarı'ndan çıkarılmış sayılan ortaklık, çıkarılmış sayılma tarihinden itibaren 2 yıl boyunca paylarının halka arzı amacıyla 22/6/2013 tarihli ve 28685 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Pay Tebliği (VII-128.1) kapsamında başvuru yapamaz." Maddesi uyarınca eğer izahname onaylanmadıysa ya da süre içinde başvurulmadıysa, Girişim Sermayesi Pazarı'ndan çıkarılmış kabul edilmektedir ve 2 yıl boyunca paylarının halka arzı amacıyla başvuru yapması yasaklanmıştır.

Yine ilgili Tebliğ ile "Madde 5-(5) İzahnamenin onaylanması ve paylarının halka arzından sonra payları borsanın diğer pazarlarında işlem görmeye başlayan ortaklıkların, daha önce Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem gören payları hariç olmak üzere, halka arza konu olmayan payları, paylarının borsanın diğer pazarlarında işlem görmeye başladığı tarihten itibaren 2 yıl geçmeden borsada işlem gören niteliğe dönüştürülemez." şeklinde bir düzenleme daha getirilmiştir. Bu nedenle daha önce Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem gören payları hariç, halka arza konu olmayan payları, paylarının borsanın

The shares of the companies before being traded on the Venture Capital Market will not be eligible to be traded on the stock exchange within the periods specified by the Communiqué. Thus, it has been ruled that only the shares to be issued through capital increase can be traded in the Venture Capital Market.

According to the relevant regulation, a restriction has been imposed on the public offering and sale of partnership shares falling within this scope until a period of 2 years has elapsed from the year they start trading on the stock exchange.

Again, another obligation has been stipulated for partnerships through the regulation. According to this requirement, within a maximum period of 5 years following the year in which their shares start trading on the stock exchange, partnerships are required to apply to the Capital Markets Board for the approval of the prospectus prepared for the public offering process, which can only be conducted through capital increase. This obligation is a regulation aimed at ensuring that the partnership shares are traded in other markets of the stock exchange.

"Article 5-(3) The partnership, whose prospectus is not approved by the Board or which does not apply to the Board for approval of the prospectus within the specified period, shall be deemed to have left the scope of the Law without any further action and its shares shall be deemed to have been removed from the Venture Capital Market by the stock exchange. The partnership deemed to be excluded from the Venture Capital Market cannot apply for public offering of its shares within the scope of the Equity Communiqué (VII-128.1) published in the Official Gazette dated 22/6/2013 and numbered 28685 for 2 years from the date of exclusion." Pursuant to the article, if the prospectus is not approved or if the application is not made within the time limit, the company is deemed to have been removed from the Venture Capital Market and is prohibited from applying for the public offering of its shares for 2 years.

With the Communiqué, another provision has been introduced as "Article 5-(5) The shares of the companies whose shares are traded in other markets of the stock

diğer pazarlarında işlem görmeye başladığı tarihin üzerinden iki yıl geçmeden, borsada işlem gören niteliğine erişemeyecektir.

4.SONUÇ

Ortaklıklar, Girişim Sermayesi Pazarı'nda işlem görmeye başladığı sırada halka açık hale gelirler. Böylelikle normal süreç işliyormuşçasına Sermaye Piyasası ve Borsa mevzuatına tabi olmaya devam ederler. Bu Tebliğ sayesinde ikincil bir pazar oluşturularak; fon edinme amacına sahip olan ortaklıkların kolaylıkla nitelikli yatırımcıya ulaşmasının önü açılmıştır.

Sonuç olarak, bu Tebliğ sayesinde halka açık olmayan anonim ortaklıkların sermaye artırımını ile ihraç edilen paylarının, halka arz edilmeksizin doğrudan nitelikli yatırımcıya ulaşarak satışının gerçekleştirilebilmesine olanak sağlanmıştır. Böylelikle büyüme hedefinde olan, faaliyet alanının kapsamını genişletmeyi hedefleyen, borçlarını ödeyerek kendini daha iyi bir profile ulaştırmak isteyen şirketlerin ikincil bir Pazar sayesinde daha kolay bir şekilde nitelikli yatırımcıya ulaşabilmesi kolaylaşmıştır. SPK tarafından getirilen yenilikle yani Tebliğ ile nitelikli yatırımcıyla doğrudan temasa geçme fırsatını yakalayan şirketler daha hızlı bir şekilde büyüme ve gelişme fırsatını yakalamaktadır.

exchange after the approval of the prospectus and public offering of their shares, except for the shares that were previously traded in the Venture Capital Market, cannot be converted into shares traded in the stock exchange before 2 years from the date their shares started to be traded in other markets of the stock exchange." Therefore, the shares that are not subject to public offering, except for the shares that were previously traded in the Venture Capital Market, cannot be converted into shares traded in the stock exchange until two years after the date on which the shares started to be traded in other markets of the stock exchange.

4.CONCLUSION

Partnerships become publicly traded when they start to be traded in the Venture Capital Market. Thus, they continue to be subject to the Capital Market and Stock Exchange legislation as if the normal process is in progress. Thanks to this Communiqué, a secondary market has been created, paving the way for partnerships that aim to obtain funds to easily reach qualified investors.

As a result, this Communiqué enables the sale of shares issued through capital increases of non-public joint stock companies directly to qualified investors without public offering. Thus, companies aiming for growth, aiming to expand the scope of their field of activity, aiming to reach a better profile by paying their debts, can reach qualified investors more easily through a secondary market. With the innovation introduced by the CMB, namely the Communiqué, companies that have the opportunity to directly contact qualified investors have the opportunity to grow and develop faster.



İLAC MARKALARI ÖZELİNDE JENERİKLEŞME SORUNU VE KARIŞTIRILMA İHTİMALİ DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

PHARMACEUTICAL TRADEMARKS GENERICIZATION
AND LIKELIHOOD OF CONFUSION
EVALUATION CRITERIA DIFFICULTIES

UĞURCAN TEKİN, LL.M

Partner, Attorney at Law/Trademark Attorney - Ortak Avukat/Marka Vekili

HALE YAMANKARADENİZ, LL.M

Partner, Attorney at Law - Ortak Avukat

NAZ TÜZÜN

Attorney at Law - Avukat

BEYZA ERDEMİR

Intern, Attorney at Law - Stajyer Avukat

GİRİŞ

Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") markayı "bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlaması ve marka sahibine sağlanan korumanın konusunun açık ve kesin olarak anlaşılmasını sağlayabilecek şekilde sicilde gösterilebilir olması şartıyla kişi adları dâhil sözcükler, şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işaret" olarak tanımlamıştır. İlgili tanım, markanın ayırt etme fonksiyonu gereği en önemli işlevinin bir işletmenin mal veya hizmetlerini, diğer bir işletmenin mal ve hizmetlerinden ayırt edebilme kabiliyeti olduğunu göstermektedir.



SMK m. 5/1-b hükmü uyarınca başvuruya konu mal veya hizmetler bakımından herhangi bir ayırt edici niteliğe sahip olmayan işaretler marka olarak tescil edilemez. Ayırt edici niteliğe sahip olmayan işaretler ise, ortalama tüketici nezdinde tescil başvurusunda bulunulan mal veya hizmetler bakımından marka olarak algılanmayacak işaretler olarak tanımlanabilmektedir. SMK m. 5/1-c hükmü ile ticaret alanında cins, çeşit, vasıf, kalite, miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten veya malların üretildiği, hizmetlerin sunulduğu zamanı gösteren veya malların ya da hizmetlerin diğer özelliklerini belirten işaret veya adlandırmaları münhasıran ya da esas unsur olarak içeren işaretleri içeren marka başvurularının da reddedileceği düzenlenmiştir. Bu düzenleme ile ticaret alanında serbestçe kullanılmasına izin verilen işaretlerin marka olarak tescil edilmesiyle belirli kişilerin tekeline bırakılması önlenmiştir. Belirtmek gerekir ki, eğer başvuruya konu işaret SMK m. 5/1-c kapsamında tanımlayıcı nitelikte ise, kural olarak işaretin SMK m. 5/1-b hükmü uyarınca ayırt edici niteliğinin de bulunmadığı kabul edilmektedir.

ABSTRACT

The Turkish Industrial Property Law No. 6769 (the "Turkish IP Code") defines trademarks as "any sign, including words, shapes, colours, letters, numbers, sounds and the form of the goods or their packaging, including personal names, provided that it enables the goods or services of an undertaking to be distinguished from the goods or services of other undertakings and that it can be displayed in the registry in such a way that the subject matter of the protection granted to the trademark owner can be clearly and precisely understood". The scope of the definition demonstrates that the most essential function of a trademark is distinguishing the goods or services of one enterprise from the goods and services of another enterprise.

According to Article 5/1-b of the Turkish IP Code, signs with non-distinctive characteristics regarding the goods or services in question cannot be registered as trademarks. We must ensure that the average customer's perception is crucial for determining distinctiveness. Article 5/1-c regulates the absolute ground for refusal of trademark applications, which is, exclusively or primarily contain signs or denominations indicating the type, kind, quality, quantity, purpose, value, geographical origin of the goods, the time of production of the goods, or the provision of services in the field of trade. This provision prevents certain individuals from monopolizing signs that are freely used in trade by rejecting their registration as trademarks. It should be noted that if the sign in the application is descriptive within the scope of Article 5/1-c of the Industrial Property Code, it is generally accepted that the sign does not possess distinctive characteristics according to Article 5/1-b of the same code.

As briefly mentioned above, although it is a requirement for a sign to be distinctive for it to be registered as a trademark, the sole exception to this is for a non-distinctive sign to acquire distinctiveness through its use. Similar to Article 4/4 of the European Union Trademark Directive, Article 5/2 of the Turkish IP Code regulates if the sign has a commercial use before the application date; if it is proven by law, the applicant could eliminate the causes of absolute grounds for refusal. Inherently, if the trademark sign is used before the application date and has become unique for the goods and services in question, thereby, if a sign has become distinctive with commercial use, trademarks that exclusively or primarily contain signs or denominations indicating the type, kind, quality, quantity, purpose, value, geographical origin, time of production of goods, services, or their characteristic features, exclusively or primarily serving to distinguish those belonging to a particular

Yukarıdaki kısaca değinildiği üzere, bir işaretin marka olarak tescil edilebilmesi için ayırt edici olması şart olsa da, bunun tek istisnası ayırt edici olmayan bir işaretin kullanım yoluyla ayırt edicilik kazanmasıdır. Avrupa Birliği Marka Direktifi'nin 4/4 maddesine paralel, SMK'nın 5/2 maddesi gereğince; bir marka, başvuru tarihinden önce kullanılmış ve başvuruya konu mal ve hizmetler bakımından ayırt edici nitelik kazanmışsa bu markanın tescili beşinci maddenin birinci fıkrası (b), (c) ve (d) betlerine göre reddedilemez. Böylece -kullanım sonucu ayırt edici hale gelmiş ise- herkesin serbest kullanımına bırakılmış olan, ticaret alanında cins, çeşit vasıf, kalite miktar, amaç, değer, coğrafi kaynak belirten, malların üretildiği hizmetlerin yapıldığı zamanı gösteren, malların veya hizmetlerin karakteristik özelliklerini belirten işaret ve adlandırmaları münhasıran veya esas unsur olarak içeren, belli bir meslek, sanat veya ticaret grubuna dahil olanları ayırt etmeye yarayan işaret ve adları münhasıran veya esas unsur olarak içeren markaların artık tescilleri mümkün hale gelir.

Diğer yandan, tescil esnasında ayırt edicilik kriterine haiz bir işaret tescil sonrasındaki belirli türden kullanımlar neticesinde ayırt edici niteliğini kaybedilebilir. Ayırt edici niteliğini sonradan kaybeden markalar artık markasal fonksiyonlarını kaybetmekte ve toplumun önemli bir kesiminde ürün veya hizmetin adı, cinsi ve/veya türü olarak algılanmaktadır. Bu kapsamda, marka tescilinin konusu işaretin artık ürün veya hizmet adı olarak anılması ile markanın jenerikleştiği (yaygın ad haline gelmesi) kabul edilmektedir.

İşbu çalışmada öncelikle markanın jenerikleşmesi kavramı açıklanmış olup, SMK m. 26/1-b'de belirtilen iptal koşulları ile beraber, ulusal ve uluslararası kararlar ışığında ilaç markalarının yaygın ad haline gelmesi değerlendirilerek, emsal kararlar çerçevesinde ilaç markaları özelinde karıştırılma ihtimali incelenmiştir.

I.Markanın Tescilden Sonra Jenerikleşmesi Nedeniyle İptali

SMK madde 26/1-b "Marka sahibinin fiillerinin veya gerekli önlemleri almamasının sonucu olarak markanın, tescilli olduğu mal veya hizmetler için yaygın bir ad hâline gelmesi." hükmünü haiz olup, marka sahibinin fiilleri veya ihmali sonucu bir markanın yaygın ad haline gelmesi (jenerikleşmesi), iptal nedeni olarak düzenlenmiştir. Mahkeme tarafından, SMK madde 26/1-b değerlendirilmesinde markanın tescilden sonra tüketici

profession, art, or trade group, can now be eligible for registration.

On the other hand, a sign that meets the requirements of distinctiveness during registration can lose its distinctive nature due to certain types of post-registration use. Trademarks that lose their distinctiveness afterwards also lose their trademark functions and are perceived as the name, type, or category of the product or service by a significant portion of society. In this context, when the subject of trademark registration is now commonly referred to as the name of the product or service, it is considered to have become generic (widely used as a generic name).

In this article, firstly, the concept of genericization of a trademark is explained, and the conditions for cancellation outlined in Article 26/1-b of the IPL and the possibility of confusion in the context of pharmaceutical trademarks in the light of national and international decisions are examined.

I.Cancellation Grounds Of Generic Trademark Under the Turkish Law

Article 26/1-b of the Turkish IP Code emphasizes that "if, as a result of the actions or omissions of the trademark owner, a trademark becomes a common name for the registered goods or services, this transformation into a generic term constitutes grounds for cancellation." In the Turkish Court's evaluation of Article 26/1-b, the inquiry revolves around whether the trademark has become a familiar name among consumers after registration and whether the trademark owner has played any role, through action or inaction, in causing this situation.

It should be noted, according to the Turkish Industrial Property Code Articles 26 and 192/1-a, generic trademark surrender claims examinations directly held by TURKPATENT (Administrative Institution in Turkey) from January 10, 2024. Following an examination by TURKPATENT, an administrative decision will determine whether the trademark will be cancelled or not.

II.How Trademarks Percepts as a Generic Name?

The word "generic", a term of French origin, is defined as "promoting" something, and a generic trademark is a phrase that identifies the relevant product. Although trademarks are distinctive at the time of their registration, they may become descriptive of the product or service offered by the

nezdinde yaygın bir ad haline dönüşüp dönüşmediği ve marka sahibinin bu durumun oluşmasında herhangi bir fiili veya ihmali olup olmadığı incelenmektedir.

Belirtmek gerekir ki, SMK madde 26 ve 192/1-a kapsamında; 10 Ocak 2024 tarihinden itibaren ilgili kişiler tarafından tescilli markanın yaygın ad haline gelmesi nedeniyle iptal edilmesi talebi mahkemelere değil, idari bir kurum olan TÜRK PATENT'e yöneltilecek ve TÜRK PATENT tarafından yapılacak inceleme sonucunda markanın iptal edilip edilmeyeceği idari bir kararla belirlenecektir.

II. Markanın Jenerik Ad Haline Dönüşmesi

Fransızca kökenli bir terim olan Jenerik kelimesi bir şeyi "tanıtma" olarak tanımlanmış olup, jenerik marka da aslında ilgili ürünü tanımlayan ibare anlamına gelmektedir. Nitekim, markalar tescil edildikleri tarihte ayırt edici olmakla beraber zamanla kullanım sonucu markanın sunduğu ürünü veya hizmeti tanımlayıcı hale gelerek jenerik marka sıfatı kazanabilmektedir. Bir marka, toplumun geniş kesimleri tarafından yalnızca marka olarak değil, aynı zamanda belirli bir ürün veya hizmetin genel adı olarak algılandığında, marka artık tescili kapsamındaki mal veya hizmetler bakımından ayırt edicilik ve kaynak gösterme işlevini kaybetmektedir. Diğer bir anlatımla, jenerik marka sunduğu ürün/hizmetin kaynağını değil türünü tanımlar hale gelmiş olmaktadır. Örnek olarak, "X" markası toplumun önemli bir kesimi için "kağıt mendil" kelimesiyle eşanlamlı hale geldiyse ve artık kağıt mendili tanımlamak için kullanılıyorsa, marka yaygın bir ad haline gelmiş, diğer bir deyişle jenerikleşmiş demektir. Yine, Amerika'da jilet markasının tıraş bıçağı olarak tescil edilmesi sonrasında, farklı markalara ait tıraş bıçaklarının da tüketiciler nezdinde "jilet" olarak adlandırılmasını markanın jenerikleşmesine örnek olarak verilebilecektir.

Hal böyle olmakla birlikte, SMK madde 26/1-b doğrultusunda markanın yaygın bir ad haline gelip gelmediği tespit edilirken; markanın ayırt edici özelliğini yitirip yitirmediği, tüketicilerin büyük bir bölümünün hala bu işareti bir marka olarak mı yoksa belirli bir ürün veya hizmetin genel adı olarak mı algıladığı detaylı bir şekilde incelenmektedir. Önemle belirtmek gerekir ki, Yargıtay'ın yerleşik uygulaması gereği markanın jenerik hale gelip gelmediğinin bilirkişiler tarafından incelenmesi gerekmekte olup, konu hakimnin hukuki bilgisi ile çözülebileceği nitelikte değildir.

trademark as a result of use over time and may acquire the title of generic trademark. When a trademark is perceived by many people in society not only as a trademark but also as the generic name of a particular product or service, it loses its distinctiveness and reference function in terms of the goods or services covered by its registration. In other words, the generic trademark identifies the type, not the source, of the product/service it offers. For example, if the trademark "X" has become synonymous with the word "tissue paper" for a significant segment of society and is now used to describe tissue paper, the trademark has become a familiar name; in other words, it has become generic. Again, after the razor blade trademark was registered as a razor blade in the United States, razor blades belonging to different trademarks were called "razor blades" by consumers, which can be given as an example of the genericization of the trademark.



However, while determining whether the trademark has become a generic name by Article 26/1-b of the Turkish IP Code, it is examined in detail whether the trademark has lost its distinctive characteristic and whether most consumers still perceive this sign as a trademark or as the generic name of a particular product or service. It is important to note that, by the established practice of the Supreme Court, whether the trademark has become generic or not must be examined by experts, and the issue is not of a nature that the judge can solve with his legal knowledge.

III. Theoretical and Practical Approaches Regarding the Failure of Brand Owners to Protect Trademarks

The fact that a trademark becomes a common name for the goods or services for which it is registered is insufficient to constitute grounds for cancellation. Furthermore, the occurrence of genericide should result from the negligence of the brand owner in taking actions or necessary precautions. This situation may arise from the active behaviour of the brand owner in using the mark as a generic

III. Jenerikleşmede Marka Sahibinin Fiilleri veya Gerekli Önlemleri Almaması Konusunda Teorik ve Pratik Yaklaşımlar

Markanın tescilli olduğu mal veya hizmetler için yaygın bir ad haline gelmesi, iptal sebebinin oluşması için tek başına yeterli değildir. Ayrıca, söz konusu jenerikleşme marka sahibinin eylemleri veya gerekli önlemleri almadaki ihmali sonucu gerçekleşmelidir. Bu durum, marka sahibinin aktif davranışı ile kendisinin de markayı mal veya hizmet adı olarak kullanması şeklinde olabileceği gibi, üçüncü kişilerin bu şekilde kullanımına kayıtsız kalması gibi pasif davranışı ile de olabilmektedir. Nitekim, marka sahibi, markanın özgünlüğünü ve belirli bir ürün veya hizmetle özdeşleşmesini korumak için aktif bir şekilde çaba göstermelidir. Bu doğrultuda, Yargıtay 15.10.2014 tarihli kararında, “Markasının yaygın ad haline gelmesine kendisinin davranışlarının neden olup olmadığı hususunun tartışılması gerekirken eksik değerlendirme sonucunda yazılı şekilde hüküm tesisi doğru görülmemiş, karşı dava bakımından kararın karşı davalı yararına bozulması gerekmiştir.” şeklinde hüküm kurmuş olup, marka sahibinin markasının ayırt edici niteliğinin kaybolmaması için gerekli önlemleri alıp almadığının yerel mahkeme tarafından incelenmesi gerektiğini vurgulayarak kararı bozmuştur.

Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, marka sahibinin fiillerinin incelenmesinde özellikle SMK'nın 8. maddesini değerlendirmektedir. SMK'nın 8. maddesinde, tescilli marka sahibi, markasının sözlük, ansiklopedi ya da başka bir başvuru eserinde, tescilli olduğu belirtilmeden jenerik ad izlenimi verecek şekilde yayımlanması durumunda, marka sahibinin talebine bağlı olarak yayımcı, elektronik ortamda sunulan eserlerde derhâl, basılı eserlerde ise yayımın talebi takip eden ilk baskısında markanın tescilli olduğunu belirtmek suretiyle yanlışlığı düzeltebileceği ya da markayı eserden kaldırabileceği düzenlenmiştir. Yargıtay kararlarında ise SMK madde 26/1-b bendi kapsamındaki iptal koşulları incelenirken, ilgili markanın sözlük gibi başvuru eserlerinde yer alıp almadığı ve marka sahibinin SMK madde 8'den doğan haklarını kullanarak gerekli önlemlere başvurup başvurmadığının araştırılması gerektiği çok kez vurgulanmıştır.

Önemle belirtmek gerekir ki, bir markanın jenerik haline gelmesi, ayırt edici niteliği olmayan bir işaretin kullanım yoluyla ayırt edicilik kazanmasından çok farklıdır. Kullanım yoluyla ayırt edicilik kazanmada aslında ayırt

term for the product or service themselves or their passive behaviour in disregarding the usage by third parties in this manner. Indeed, the brand owner must actively endeavour to maintain the distinctiveness of the mark and its association with a specific product or service. In this regard, the Supreme Court, in its decision dated 15.10.2014, ruled that “While the issue of whether the behaviour of the owner led to the brand becoming a common name should have been discussed, the judgment made in the written form as a result of the incomplete evaluation was deemed incorrect, necessitating the reversal of the decision in favour of the defendant in the counterclaim.” Therefore emphasising the need for the local court to examine whether the trademark owner took necessary measures to prevent the loss of the distinctive character of their trademark.

The 11th Civil Chamber of the Supreme Court explicitly evaluates the trademark owner's actions, particularly concerning Article 8 of the Turkish IP Code. Article 8 of the Turkish IP Code stipulates that if a registered trademark is published without the authorisation of the trademark owner in a dictionary, encyclopedia, or any other reference work in a manner that gives the impression of being a generic term, upon the request of the trademark owner, the publisher can immediately rectify the error in electronically presented works. Furthermore, in printed works, indicate the registration of the trademark in the first edition following the request or remove the trademark from the work. In Supreme Court decisions related to the examination of the cancellation conditions under Article 26/1-b of the IPL, it has been emphasised numerous times that it is essential to investigate whether the relevant trademark is included in reference works such as dictionaries and whether the trademark owner has taken necessary measures by exercising their rights derived from Article 8 of the IPL.

The evolution of a trademark into a generic term is very different from a non-distinctive sign gaining distinctiveness through usage. In the case of acquiring distinctiveness through usage, a sign initially lacking distinctiveness gradually over time through prolonged use, intense advertising, and promotional campaigns, eventually becoming synonymous with a good and services of the trademark. However, in becoming generic, conversely, the trademark gradually loses its connection to the business, thus losing its function as an identifier of origin and moving from the domain of the specific company to the societal sphere. Accordingly, while registering a non-distinctive trademark constitutes grounds for invalidity under Article 25 of the Turkish IP Law, a trademark losing its

edici olmayan bir işaret zaman içerisinde uzun süreli kullanım, yoğun reklam ve tanıtım kampanyaları sonucunda ayırt edici hâle gelerek bir işletme ile özdeşleşmekte ve işletmenin markası olarak algılanmaktadır. Jenerik haline gelmede ise, tam tersine marka zamanla işletmeden koparak kaynak gösterme fonksiyonunu yitirmekte, böylece işletmenin özel alanından çıkarak toplumsal alana girmektedir. Bu doğrultuda, ayırt edici niteliği olmayan bir markanın tescil edilmesi SMK madde 25 uyarınca hükümsüzlük nedeniyle, bir markanın tescilden sonra ayırt edici niteliğini kaybetmesi durumu ise SMK madde 26 uyarınca iptal nedenini oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, bir markanın tescili sırasında yalnızca markanın ayırt edici niteliği olup olmadığı irdelenmekteyken; markanın tescilden sonra jenerik ad haline dönüşmesinde marka sahibinin aktif ve pasif olarak neden olduğu davranışları da incelenmektedir. Bunun bir yansıması olarak, Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 27.05.2021 tarihli kararında, markası hükümsüz kılınan kişinin tekrardan markasını tescil ettirmesi durumunda, artık marka sahibinin fiilleri ya da gerekli önlemlerinin almamasının bir sonucu olarak markanın ayırt edici niteliğinin olup olmadığı tartışılmayacağı, yalnızca yaygın ad haline gelme iddiasıyla açılacak iptal davasında bunun inceleneceği belirtilmiştir.

Belirtmek gerekir ki, markanın yalnızca belirli bir mal veya hizmet bakımından jenerik haline gelmesi söz konusu ise bu markanın başka bir mal veya hizmet bakımından tescilinin devamına engel bulunmamaktadır. Bununla birlikte aynı durum jenerik haline gelen markanın birtakım ayırt edici eklerle tescili için de geçerlidir. Zira jenerik haline gelen bir marka artık bir mal veya hizmetin adı gibi algılanacağı için tali unsur gibi değerlendirilecek ve ancak asli ve ayırt edici birtakım eklerle marka olarak korunabilme kabiliyetine sahip olabilecektir.

Son olarak, marka sahibinin jenerik markasına dayanarak üçüncü kişilere karşı açmış olduğu marka hakkından doğan davalarda, davaya dayanak markanın jenerikleştiği iddiasının dinlenmeyeceği, zira bunun ayrı bir yargılama neticesinde açıklığa kavuşturulması gerektiği ve huzurdaki dava kapsamında savunma olarak etkili olmadığına dikkate alınması gerekmektedir. Diğer bir deyişle, davaya dayanak tescilli bir markanın jenerikleştiği iddiası cevap dilekçesi kapsamında bir savunma olarak sunulduğunda, bu durum tek başına davanın reddini sağlamayacaktır. Davalı, davacıya ait

distinctiveness after registration constitutes grounds for cancellation under Article 26 of the Turkish IP Code. During the trademark registration, only the trademark's distinctiveness is examined, whereas, after registration, both the active and passive behaviours of the trademark owner may lead to the transformation of the mark into a generic term. As a reflection of this, in the decision of the Supreme Court's General Assembly dated 27.05.2021, it was stated that in the event of the individual whose trademark has been invalidated reapplying for the same mark, the discussion of whether the distinctiveness of the mark exists as a result of the actions or lack of necessary measures by the trademark owner would not take place. Instead, this would be examined solely in a cancellation lawsuit initiated with the claim of becoming a generic term.

It should be indicated that if a trademark becomes generic only with the specific goods or services, this does not prevent its registration for other goods or services. Similarly, this scenario applies to the registration of a trademark that has become generic but with certain distinctive additions. Since a trademark that has become generic will be perceived as the name of a particular product or service, it will be regarded as a descriptive element and can only be protected as a trademark by incorporating primary and distinctive elements.

Finally, in trademark infringement cases brought by the trademark owner based on their generic trademark against third parties, the claim of the underlying trademark becoming generic will not be entertained. This is because it needs to be clarified through a separate legal process and should not be considered effective as a defence within the scope of the present lawsuit. In other words, when the claim that a registered trademark has become generic is presented as a defence within the scope of the response pleadings, this alone will not lead to the dismissal of the lawsuit. Suppose the defendant believes that the underlying trademark of the plaintiff has become generic and should no longer benefit from trademark protection. In that case, they should either request the cancellation of the underlying trademark under Article 26/1-b of the Turkish IP Code as a counterclaim or as a separate cancellation lawsuit.

IV.Theoretical and Practical Approaches Regarding the Common Name of Pharmaceutical Trademarks

The necessity for registered trademarks to be distinctive is also crucial in the context of pharmaceutical trademarks.

dayanak markanın jenerikleştiğini ve artık marka tescil korumasından yararlanmaması gerektiği kanaatindeyse, dayanak markanın SMK 26/1-b kapsamında iptalini ya karşı dava olarak, ya da ayrı bir iptal davası olarak istemelidir.

IV.İlaç Markaları Özelinde Jenerikleşme (Yaygın Ad Haline Gelme) Durumuna Teorik ve Pratik Yaklaşımlar

Tescilli markaların ayırt edici olması gerekliliği ilaç markaları nezdinde de önem arz etmektedir. Yargıtay içtihatlarında, ilaç emtiası bakımından etken maddeye veya tedavisi hedeflenen hastalığa doğrudan atıf yapan jenerik işaretler tanımlayıcı ve bu alanda ilaç üretimi/satışıyla iştigal eden meslek mensuplarının tamamının kullanımına açık işaretler olarak görülmekte ve ancak birtakım eklerle marka olarak tescilinin mümkün olduğu kabul edilmektedir. Bu tür jenerik işaretler, kamu yararı gereğince mülkiyeti kimsenin tekeline bırakılmayacak işaretlerden olup, ancak farklı eklerle birlikte ve düşük düzeyde bile olsa somut ayırt edicilik vasfı kazandırılarak ilaç markası olarak tescil ettirilebilmeleri mümkündür.

Bu doğrultuda, ilacın etken maddesinden hareketle oluşturulan ilaç markaları zayıf marka olarak kabul edilmektedir. Fakat ilaçların marka hukuku anlamında tüketici kitlesinin eczacı, doktor ve sağlık görevlileri olması ve bu profesyonellerin bilinç düzeyi yüksek tüketicilerden kabul edilmesi buradaki düşük ayırt ediciliğin marka korumasını zayıflatmasını engellemekte ve bir diğer deyişle zayıf marka statüsünün marka korumasına vereceği olumsuz etkiyi azaltmaktadır.

Yukarıda detaylıca belirtmiş olduğumuz üzere, bir etken maddenin başka hiçbir ek almadan tescil edilmesi mutlak red nedenine dayalı olarak hükümsüzlük sebebidir. **Ancak, bir ilaç markasının etken maddesinin farklı olmasına rağmen artık o maddenin yaygın isim hale gelmesi ilaç markasının jenerikleşmesine neden olmakta ve ancak iptal davasının konusu olabilmektedir.** Bu kapsamda, Yargıtay 06.01.2014 tarihli kararında, "R" ticari ticari adıyla piyasaya sunulan ürünlerin içindeki etken maddenin "Etakridin Laktak" veya "Akrinol Laktat" olduğu, ancak "R" markasının eczacılık, tıp ve kimya alanında yaygın ad haline geldiği, 1998 yılında "R." ibaresi ile tescil edilen davaya konu markanın başvuru tarihinde dahi ilaç piyasasında yaygın

According to precedents set by the Supreme Court, generic signs directly referring to the active ingredient or the targeted disease in pharmaceutical commodities are considered descriptive. They are viewed as signs open for use by all professionals engaged in pharmaceutical production/sales in this field. These signs are only deemed eligible for trademark registration when accompanied by certain additions. Such generic signs, due to the public interest, cannot be monopolised by anyone; they can only be registered as pharmaceutical trademarks when they acquire a concrete distinctive feature, even if at a minimal level, through different additions.

In this context, pharmaceutical trademarks created from the active ingredients of drugs are considered weak marks. However, in terms of trademark law for pharmaceuticals, as the target consumers consist of pharmacists, doctors, and healthcare professionals, who are acknowledged as consumers with a high level of awareness, the low distinctiveness in this context does not weaken the trademark protection. In other words, it diminishes the negative impact of the weak trademark status on trademark protection.

As we have stated in detail above, the registration of an active ingredient without any other supplement is a ground for invalidity based on the absolute ground of refusal. **However, although the active ingredient of a pharmaceutical trademark is different, the fact that this ingredient has become a common name causes the genericisation of the pharmaceutical trademark and can only be the subject of an action for cancellation.** In this context, in its decision dated 06.01.2014, the Supreme Court stated that the active ingredient in the products offered to the market under the trade name "R" is "Ethacridine Lactac" or "Acrinol Lactate", but the trademark "R" has become a common name in the field of pharmacy, medicine and chemistry, and the trademark subject to the lawsuit, which was registered in 1998 with the phrase "R.", is known as a common name in the pharmaceutical market even on the date of application and is sold in the market with the name "R.", and the conditions for cancellation of the trademark have been met.

After the registration, several factors contribute to the transformation of a pharmaceutical trademark containing the active ingredient into a generic term. Foremost among these factors is the expiration of the patent rights related to the active ingredients contained in the registered brand. Following the expiration of patent rights, other companies obtain approval from the Ministry of Health to produce

ad olarak bilindiği ve piyasada "R." adıyla satıldığı tespitleri ile markanın iptal koşullarının oluştuğunu belirtmiştir.

Etken maddeyi içeren bir ilaç markasının tescilden sonra jenerik hale gelmesi hususunda ise birden çok faktör etkili olup, bunların başında tescile konu markanın ihtiva ettiği etken madde bileşenlerine ilişkin patent hakkının sona ermesi gelmektedir. Patent hakkının sona ermesine müteakip diğer firmalar tarafından Sağlık Bakanlığı onayı ile patent hakkı sona eren orijinal ilacın etken bileşenlerini içeren jenerik ilaç üretimine başlanmakta ve bu firmalar çoğunlukla etken madde ismini içerir kelime köküne eklemeler yaparak yeni markalar türetmektedir. Bu durum ilgili etken maddeyi içerir ibarenin (kök ibarenin) çok sayıda kullanımından ötürü jenerikleşmesine sebebiyet verebilecektir.

İlaçların yaygın bir ad haline gelmesinde etken madde faktörünün etkisinin yadsınamayacak seviyede olduğu çok açık olduğu gibi tüketici kitlesinin öneminin de ayrıca vurgulanması gerekmektedir. Tescilli bir ilaç markasının tüketicisinin kimler olduğu, tüketicinin ilgili markaya ne denli maruz kaldığı, ilacın reçeteli veya reçetesiz olarak temin edilebilir edilemediği gibi hususlar da jenerikleşmenin varlığının değerlendirilmesinde önem arz etmektedir. Örneğin, hasta reçetesiz olarak ve bir eczacı yardımı olmaksızın ilaca yönelik kendi kendine karar verip satın alım yapabiliyorsa, o halde burada ilacın jenerik hale gelmesi daha kolay bir şekilde olabilecektir. Zira, bu durumda ilgili ilaç markasının genel tüketici kitlesi, bilinç düzeyi sektörün profesyonellerine göre daha düşük kimseler olmakta ve bu durum ilgili ilaç markasının yaygın bir ad haline gelmesini kolaylaştırmaktadır. Pek tabidir ki, tüketici kitlesi sektör profesyonelleri olan reçeteli ilaçların kaynak bildirme fonksiyonlarını kaybetmeleri ve yaygın bir ad haline gelmeleri bu nedenlerle reçetesiz satılan ilaçlara kıyasla çok daha zor olacaktır. Zira, bir sektör profesyoneli özelinde ilacın markasının taşıdığı kaynak bildirme fonksiyonunu kaybetmesi orta düzeyde bilince sahip profesyonel olmayan tüketicilere kıyasla çok daha zor (belki birkaç nesil aynı türden, marka farkındalığı olmaksızın süregelen stabil jenerik kullanımların varlığı aranabilecektir) olacaktır.

Bu konudaki birçok kriterin belirlendiği en eski kararlardan biri 1917 yılında görülmüş olan **ASPIRIN** davasıdır. Bu uyuşmazlıkta, **ASPIRIN** markalı ilacın “acetyl salicylic acid” etken bileşimini doğrudan içeriyor

generic drugs containing the active components of the original drug whose patent has expired. These companies often create new trademarks by adding modifications to the root term, typically including the name of the active ingredient. This practice, due to the extensive use of the specific term (root term) containing the active ingredient, may lead to its genericisation.



While it is obvious that the effect of the active ingredient factor is undeniable in making pharmaceuticals a common name, the importance of the consumer group should also be emphasised. Issues such as who the consumers of a registered pharmaceutical trademark are, to what extent the consumers are exposed to the relevant trademark, and whether the drug can be obtained with or without a prescription are also crucial in evaluating the existence of genericisation. For example, if the patient is able to decide and purchase the medicine on his/her own without a prescription and without the help of a pharmacist, then the genericisation of the drug will be easier. This is because, in this case, the general consumer base of the relevant pharmaceutical brand has a lower level of awareness than the professionals in the sector, and this makes it easier for the relevant pharmaceutical brand to become a familiar name. Of course, it will be much more difficult for prescription drugs, whose consumers are industry professionals, to lose their source disclosure function and become a familiar name compared to over-the-counter drugs for these reasons. This is because it will be much more difficult for an industry professional to lose the source designation function of the brand name of a medicinal product (perhaps several generations of stable generic use of the same type, without brand awareness, will be sought) compared to non-professional consumers with a medium level of awareness.

One of the earliest decisions in which many of the criteria in this regard were determined is the **ASPIRIN** case, which was decided in 1917. In this dispute, it was agreed that the **ASPIRIN** trademark's distinctiveness and the

olması, ilgili etken maddenin kimya anlamında sağladığı çözümler özelinde jenerik hale gelmesi sebebiyle markanın ayırt ediciliğine ve kaynak gösterme fonksiyonuna zarar verildiği tespiti ile **ASPIRIN** ibareli tescilli markanın iptal koşullarının oluştuğuna karar verilmiş, ancak davalı United Drug Co. tarafından ilgili markanın ticari kullanımlarını sürdürebileceği yönünde hüküm kurulmuştur.

Dünyaca bilinen diğer bir önemli yargılama ise **BOTOX** ibareli ilaç markası özelinde devam etmektedir. Zira **BOTOX** ibareli ilaç, formülasyonundaki etken maddeleri doğrudan işaret etmese de zaman içerisinde ilacın uygulandığı “tıbbi işlemin” adı olarak lanse edilmiştir. Bu marka özelinde, farklı tarihlerde farklı ülkelerde benzer kararlar verildiği gözlemlenebilmektedir. Öncelikle 2005 yılında İsrail’de görülmüş olan bir davada, “Botox” ibaresinin jenerik hale geldiğine ilişkin iddialar reddedilerek, “**Botox**” markasının ayırt edici olduğu yönünde hüküm kurulmuştur. 2006 yılında Brezilya’nın ulusal mahkemelerinde görülmüş olan yargılamada, davacı tarafından “**Botox**” kelimesinin botulinum toksini kimyasal maddesini ifade ettiğini ve bu nedenle tescile tabi olmayacağından tescilli “Botox” ibaresinin iptalini talep etmiş ise de ilk derece mahkemesi tarafından bu talepler reddedilmiştir. Ulusal ikinci derece mahkemesinde ise davacı “Botox” ibaresinin nörolojik ve estetik tedavilerde yaygın olarak kullanılan bir maddeden türetilmesi nedeniyle tescilin ulusal mevzuata aykırı olduğunu ve davalıya göre yalnızca davalı tarafından üretilen ürünü ayırt etmeye hizmet etmediğini ileri sürmüş olsa da yine de “Botoks” kelimesinin ana bileşeni olan kimyasal etken maddenin kendisini tanımlamak için kullanılmadığını, markanın jenerik hale gelmediği ve bu nedenle tescilin iptalinin gerekli olmadığı yönünde hüküm kurulmuştur. 2008 yılında ise İrlanda ulusal mahkemelerinde görülen davada mahkeme, “Botoks” kelimesinin icat edilmiş bir terim niteliğine haiz olduğunu, türetilmesiyle ilgili bazı çekinceleri olsa da, botoksun hazırlanmasında kullanılan botulinum toksininin (tip A) spesifik formülasyonunu tanımlamak için türetildiği kanaatini vurgulayarak ayırt edici olduğu ve bu nedenle markanın jenerik hale gelmediği yönünde hüküm kurulmuştur. En nihayetinde Avustralya ulusal mahkemelerinde **PROTOX-BOTOX** ibareleri arasındaki karıştırılma ihtimali değerlendirilmesi yapılırken, Avustralya Yüksek Mahkemesinin 15 Mart 2023 tarihli kararında; tescilli bir markanın itibarının görmüş olduğu genel kabulün bir eşyayı, maddeyi veya hizmeti tanımlayan veya adı olan işaret olarak

function of indicating the source were damaged due to the fact that the **ASPIRIN** trademarked drug directly contains the active ingredient "acetylsalicylic acid" and that the relevant active ingredient became generic in terms of the solutions it provides in terms of chemistry, and it was decided that the conditions for cancellation of the registered trademark with the **ASPIRIN** phrase were met, but it was ruled that the defendant United Drug Co. could continue the commercial use of the relevant trademark.



Another critical judgment, which is known worldwide, continues with the brand name **BOTOX**. Although **BOTOX** does not directly refer to the active ingredients in its formulation, it has been touted over time as the name of the "medical procedure" to which the drug is applied. It can be observed that similar decisions have been rendered in different countries on different dates. First of all, in a case in Israel in 2005, the claim that "**Botox**" had become generic was rejected, and the trademark "**Botox**" was found to be distinctive. In 2006, in proceedings before the national courts of Brazil, the plaintiff claimed that the word "Botox" referred to the chemical substance botulinum toxin and, therefore, was not subject to registration, but the first instance court rejected the claim. In the national court of second instance, although the plaintiff argued that the registration was contrary to national legislation as the word "Botox" was derived from a substance commonly used in neurological and aesthetic treatments and did not serve to distinguish the product manufactured by the defendant, it was nevertheless ruled that the chemical active ingredient, which is the main component of the word "**Botox**", was not used to identify itself, the trademark had not become generic and therefore it was not necessary to cancel the registration. In 2008, in a case before the Irish national courts, the court held that the word "**Botox**" was an invented term and, although it had some reservations about its derivation, it was distinctive, emphasising that it was derived to describe the specific formulation of botulinum toxin (type A) used in the preparation of Botox. Therefore, the mark did not become generic. Finally, while the Australian national courts were assessing the likelihood of confusion between **PROTOX** and **BOTOX**, the High Court of Australia, in its decision dated March 15, 2023,

değerlendirilmesinde, ulusal Sınai Haklar Mevzuatı'nın 24.maddesi kapsamında uygulanacağı, böyle bir durumda markanın tescilinin iptali istenebileceğini ancak Botox ibaresinin bu kapsamda değerlendirilmediği belirtilmiş olmakla beraber, Botox'un yaygın bir ad hale gelmesinden daha çok karıştırılması mümkün olmayacak seviyede tanınırlığa haiz olduğu saptanmıştır.

Yukarıdaki yer verilmiş olan Türkiye'de "R." ilaç markası ve Amerika'daki **ASPRIN** ilaç markasına ilişkin yaklaşımlardan hareketle ilacın markasının içerdiği etken madde ile doğrudan özleştirilmesi halinde ilaç markasının jenerik hale geldiği açıkça belirtilmiştir. Buna karşılık, "Botox" markası, toplumun büyük çoğunluğu tarafından ihtiva ettiği ilacın uygulanmasına yönelik tıbbi işlemin adı olarak lanse edilmesine rağmen, kimyasal etken maddenin kendisini tanımlamak için kullanılmadığından dolayı tek başına bir ilaç markası olarak ayırt edicilik fonksiyonunu koruduğu ve bu nedenle jenerik hale gelmediği belirtilmiştir. Son olarak, ilaç markalarının jenerikleşmesinde dikkat edilecek bir unsur da şüphesiz hitap ettiği tüketici kitlesi olacaktır. Bu husus özelinde ilacın reçeteli olarak sunulup sunulmadığı oldukça önemli olup, tüketici kitlesinin bilinç düzeyini gösteren bu durum özellikle dikkate alınmalıdır.

V.İlaç Markaları Özelinde Karıştırılma İhtimali Değerlendirilmesi

Jenerik ilaç markasının birtakım eklerle tescil edilmesi durumu değerlendirilmelidir. Yargıtay, önceki tarihli markanın herhangi bir etken ismini içermemesi durumunda, sonraki tarihli markanın geniş bir seçenek özgürlüğü olmasına rağmen önceki marka ile benzerlik içerecek şekilde oluşturulmasının, taraf markaları arasında karıştırılma ihtimali oluşturduğuna ve tüketicinin bilinçli olmasının bu durumu engellemeyeceğine karar vermektedir. Nitekim, ilaç markasının karıştırılma ihtimali değerlendirilmesinde, Yargıtay'ın 09.10.2017 tarihli ilamında "*Makul seviyede bilgilenmiş, özenli ve dikkatli ortalama tüketicilerinin doktor ve eczacılardan oluştuğu, yüksek düzeyde bilgi ve profesyonelliğe sahip bu alıcılar bakımından başvuru ile önceki markanın işitsel, görsel, kavramsal olarak ve genel izlenim itibariyle karıştırılması riski bulunacak düzeyde benzer olmadıkları, zira ilaç markası olan işaretlerin farklı iki etken madde adından türetildiği, ayrıca farklı hastalar için kullanılacak ilaçlara ilişkin bulunduğu gibi gerek yazım biçimleri gerekse okunuşları ve genel izlenimleri itibariyle*

held that the general acceptance of the reputation of a registered trademark as a sign identifying or naming a good, article or service would apply under Article 24 of the National Industrial Rights Legislation. In such a case, cancellation of the trademark registration can be requested, but the phrase Botox needs to be evaluated within this scope, although it has been determined that Botox has a level of recognition that cannot be confused with Botox becoming a common name.

Based on the approaches mentioned earlier regarding the "R." trademark in Turkey and the **ASPRIN** trademark in the United States, it is clearly stated that a trademark becomes generic if the trademark of the drug is directly identified with the active substance it contains. On the other hand, although the trademark "Botox" is touted by the majority of the public as the name of the medical procedure for the administration of the drug it contains, since it is not used to identify the chemical active ingredient itself, it retains its distinctive function as a stand-alone pharmaceutical trademark and therefore does not become generic. Finally, another fact to be considered in the genericisation of pharmaceutical trademarks will undoubtedly be the consumer group to which they are addressed. In this regard, whether the drug is offered on prescription is essential, and this situation, which shows the level of awareness of the consumer mass, should be considered.

V.Evaluation of Likelihood of Confusion in Pharmaceutical Trademarks

The situation where a generic drug brand is registered with certain additions should be evaluated. The Court of Cassation, in cases where the previously dated trademark does not contain any active ingredient, has determined that the creation of a subsequently dated brand with broad freedom of choice but similar to the previous brand might create a likelihood of confusion between the involved trademarks, and the consumer's awareness may not prevent this. In fact, in assessing the possibility of confusion in pharmaceutical brand names, in the decision dated 09.10.2017, the Court stated, "Considering reasonably informed, careful, and attentive average consumers in the form of doctors and pharmacists, who constitute highly informed and professional buyers, there is no significant level of similarity between the applications and the previous brand concerning auditory, visual, conceptual, and overall impressions. This is because the signs representing pharmaceutical trademarks are derived from two different

yeterince farklılaştıkları, bu nedenle 556 sayılı KHK'nın 8/1-b maddesi anlamında tescil engelinin gerçekleşmediği, ayrıca yüksek seviyede ayırt edicilik ya da tanınırlık iddialarının ispatlanamadığı gerekçesiyle davanın reddine karar vermiştir.” hüküm altına alınmış olan karıştırılma ihtimaline ilişkin unsurların, tüketici kitlesi ve ilacın etken maddesi ile doğrudan bağdaşmakta olduğu tespit edilmektedir.

Bu görüş doğrultusunda, 16.12.2019 tarihli Yargıtay kararında “Mahkemece, davacının "INFANTUM" ibareli markası ile davalı ...'in "Infanta" ibareli markası İngilizcede "bebek, küçük çocuk, vb." anlamına gelen "Infant" kelimesinden türetilmiştir. Bu durumda, davaya konu taraf markaları ilaç emtialarının etken maddesi veya tedavi ettiği hastalığa atıf yapan ibarelerden türetilmediğinden ortalama tüketiciden daha iyi bilgilendirilmiş ve dikkatli doktor, eczacı, diş hekimi gibi tüketicilerin elinden geçerek kullanılması dahi markaların 556 sayılı KHK'nın 8/1-b maddesi anlamında benzerliğini ortadan kaldırmayacaktır. Mahkemece, doktor ve eczacıların elinden geçerek kullanılan emtia sınıfları bakımından da davanın reddine karar verilmesi gerektiğine” karar verilmiştir.

Bunun tam tersi olarak, Yargıtay jenerik ilaç markalarında eğer ki marka ilacın etken maddesini taşıyorsa bu ibareye eklenecek herhangi bir ek ile benzerlik ihtimalinin ortadan kalkacağını belirtmiştir. Nitekim Yargıtay görüşünde istikrar göstererek 8.11.2022 tarihli kararında ise çinko etken maddesini içeren ilaçlar bakımından “Zinco” ibaresini içerir markaların zayıf marka niteliğinde olduğu, bu nedenle "Zinco" ibaresini içeren ve etken maddesi çinko olan ilaç emtiaları yönünden marka sahibinin benzer yeni marka başvurularına katlanması gerektiği vurgulanmıştır. Yine, Yargıtay 16.6.2022 tarihli kararında, **STAVİN** ve **STAFİNE** markaları arasındaki karıştırılma ihtimali değerlendirilmesinde; markalar arasında görsel, işitsel ve kavramsal benzerlik bulunsa da, “Her iki markanın da "STAFİLOKOK" bakterisinin yol açtığı enfeksiyonların tedavisinde kullanılan ilaçlara ilişkin olması,, her iki taraf markasının da "STAFİLOKOK" bakterisine atıfta bulunduğu ve taraf markalarının aldığı eklerle birbirlerinden farklılaştığı, hastalığa yol açan bakterinin adı gibi jenerik ifadeler ve bu ifadelerle yakın ibarelerin kullanımının kimsenin tekeline bırakılmayacak olması ve bilinçli tüketici kitlesine yönelik olması sebebiyle” taraf markaları arasında karıştırılma ihtimali bulunmadığı kanaatine varılmıştır.

active ingredient names, and they differ significantly in terms of spelling, pronunciation, and overall impressions of medications intended for different patients. Therefore, according to Article 8/1-b of Law No. 556, the obstacle to registration did not occur, and claims of high distinctiveness or renown were not proven, leading to the dismissal of the case.” . It's noted that the factors regarding the likelihood of confusion articulated in this ruling align directly with the consumer base and the drug's active ingredient.

In line with this view, in the Supreme Court's decision dated 16.12.2019, it was stated that “The plaintiff's brand bearing the designation "INFANTUM" and the defendant's brand "Infanta" derive from the English word "Infant," which means "baby, young child, etc." Therefore, since the involved trademarks in the case are not derived from references to the active ingredients of pharmaceutical commodities or the diseases they treat, even if they are subjected to scrutiny by more informed and attentive consumers such as doctors, pharmacists, dentists, this usage would not eliminate the similarity between the trademarks within the context of Article 8/1-b of Law No. 556. Consequently, the Court ruled that the case should be dismissed concerning the commodity classes used by doctors and pharmacists.”

On the contrary, the Supreme Court stated that in the case of generic drug trademarks containing the drug's active ingredient, adding any extra term to this designation would eliminate the likelihood of similarity. Indeed, maintaining consistency in its standpoint, in its decision dated November 8 2022, regarding drugs containing the active ingredient zinc, it was emphasized that trademarks containing the term “Zinco” are of weak trademark status. Therefore, the trademark holder should accept similar new trademark applications concerning products containing the term “Zinco” and having zinc as the active ingredient . In its decision dated 16.6.2022, in the assessment of the likelihood of confusion between the trademarks **STAVİN** and **STAFİNE**, Although there is a visual, auditory and conceptual similarity between the trademarks, "Both trademarks are related to medicines used in the treatment of infections caused by the bacteria "STAFİLOCOCOK", both party trademarks refer to the bacteria "STAFİLOCOCOK" and the party trademarks differ from each other with the suffixes since the use of generic expressions such as the name of the bacteria causing the disease and expressions close to these expressions cannot be left to the monopoly of anyone and are intended for the conscious consumer mass", it has been concluded that there

Yargıtay’ın 03.12.2019 tarihli kararında “Dava, davacı tarafça “CERTICAN” ibareli itiraz gerekçesi markaya istinaden davalının 2012/69266 sayılı “SEPTICAN” ibareli marka başvurusuna yapılan itirazın reddine dair YİDK kararının iptali ve marka hükümsüzlüğü istemine ilişkindir. Markalar arası benzerlik ve karıştırılma ihtimalinin bulunup bulunmadığının tespitinde mal veya hizmetin hitap ettiği kitle ve bu kitlenin toplumsal düzeyi ve durumu önem arz etmektedir. Özellikle ilaç markalarında görüşü dikkate alınması gereken kitle doktor ve eczacılardan oluşan bilinçli kitle olduğu, her iki markanın “CER” ve “SEP” şeklindeki başlangıç kısımlarının oldukça farklı olduğu da dikkate alındığında, markalar arasında görsel ve kavramsal bir benzerlik bulunmadığı, kısmi sesçil benzeşmenin de markalar arasında 556 sayılı KHK 8/1-b. bendi uyarınca karıştırılmaya yol açacak şekilde benzerlik bulunmadığının kabulü gerekirken, mahkemece hatalı-ayrık bilirkişi raporu hükme esas alınarak yazılı gerekçelerle davanın kısmen kabulüne karar verilmesi doğru görülmediğinden, kararın kaldırılarak bozulmasına karar verilmiştir.” Yine benzer olarak, Yargıtay’ın 18.06.2014 tarihli kararında “Her iki marka arasında tek 2.sıradaki harfin dışında tamamen aynı oldukları, markaların başlangıçları ve son kısımları aynı olmakla yüksek düzeyde görsel ve sesçil benzerlik taşıdıkları, her iki markanın da bilinen anlamlarının olmaması nedeniyle kavramsal yönden karşılaştırılmalarının mümkün olmadığı, ilaç sektöründeki marka tercihinin genel olarak, ya ilacın etken maddesine (Apranax/Naproxin), ya da tedavisi hedeflenen hastalığa (Helipak/Helicobacter) vurgu yapan jenerik işaretlerden oluşturulduğu, etken maddeye veya tedavisi hedeflenen hastalığa doğrudan atıf yapan işaretlerin tanımlayıcı olup, kullanma hakkının belirli bir kişinin (ilaç firmasının) tekeline bırakılamayacağı, o nedenle, hedef kitlenin bilinçli tüketici kitlesi olduğu da dikkate alınarak, atıf yoluyla oluşturulan ilaç markalarının, etken maddeye veya hastalık ismine ayırt edici bir ek yapılarak tesciline cevaz verildiği ve bu tür ilaç markaları arasındaki nispeten küçük farklılıkların dahi ayırt edicilik için yeterli görüldüğü, ancak aradaki farklılığın ayırt ediciliği sağlayacak miktar ve nitelikte olmasının gerektiği, ayırt edilemeyecek derecede benzer işaretlerin ya da benzerlik oranının yüksek olduğu işaretlerin, -bu bir ilaç markası olsa bile- tescil engelini sürdürdüğünün gözden uzak tutulmaması gerektiği, davaya konu somut olayda da, davalı taraf başvuru konusu ... ibareli markanın, her hangi bir etken maddeye atfen bu şekilde isimlendirildiğinin iddia ve ispat edilmediği, böyle olsaydı bile, davalının ...

is no possibility of confusion between the party trademarks.

In the Supreme Court’s decision dated December 3, 2019, “the case revolves around the appeal for the annulment of the decision made by the Board of Appeal for the Protection of Trademarks rejecting the objection against the trademark application "SEPTICAN," filed about the opposition based on the mark "CERTICAN." The determination of similarity between the marks and the possibility of confusion primarily depends on the audience targeted by the product or service and that audience's societal level and status. Particularly in pharmaceutical trademarks, the audience to be considered comprises informed individuals such as doctors and pharmacists. Considering that the initial parts of both marks, "CER" and "SEP," are notably different, and there is no visual or conceptual similarity between the marks, and partial phonetic resemblance does not lead to similarity confusion according to Article 8/1-b of Law No. 556, it was deemed incorrect for the Court to partially accept the case based on an erroneous and discrepant expert report. Therefore, the decision was revoked and annulled.”

The Supreme Court’s decision, dated June 18, 2014, stated that "Both trademarks are completely identical except for the only 2nd letter. They are completely identical except for the only letter in the second row, they have a high level of visual and sonic similarity with the same beginnings and endings of the trademarks, it is not possible to compare them conceptually since both trademarks do not have known meanings, the trademark preference in the pharmaceutical sector is generally, generic markings that emphasize either the active substance of the medicinal product (Apranax/Naproxin) or the disease for which it is intended to treat (Helipak/Helicobacter); markings that directly refer to the active substance or the disease for which it is intended to treat are descriptive and cannot be monopolized by a specific person (pharmaceutical company), Therefore, taking into account that the target audience is the conscious consumer, the registration of pharmaceutical trademarks created by reference is permitted by adding a distinctive addition to the active substance or disease name, and even relatively minor differences between such pharmaceutical trademarks are considered sufficient for distinctiveness, However, the difference should be of such quantity and quality as to ensure distinctiveness, and it should not be overlooked that the registration barrier continues for signs that are indistinguishably similar or signs with a high rate of similarity, even if this is a pharmaceutical trademark, and in the concrete case subject to the case, the defendant has not claimed and proved that the trademark with the has not

ibareli markasının varlığı karşısında, geniş seçenek özgürlüğü kapsamında ayırt edilemeyecek derecede benzer işareti kullanma hakkı vermeyeceği, ortalama tüketici kitlesi, bilinçli tüketici grubuna dahil olsa bile mutlak surette markalar arasındaki her ayrıntıyı fark edebilecekleri anlamına gelmediği, mevcut haliyle, davalı şirkete ait ... ibareli markanın, davacı markasındaki “tıbbi müstahzar” mallarıyla aynı kategorideki mallar yönünden tescil olunmasının, ortalama tüketici kitlesinin kökeni itibarıyla davacı markası ile davalı markasını KHK’nın 8/1 (b) m. anlamında karıştırma ihtimalinin bulunduğu gerekçesiyle davanın kısmen kabulüne karar vermiştir.” Son olarak, Yargıtay’ın 13.01.2003 tarihli ilamında “Dava konusu ürünlerinin ilaç olduğu, ilacı kullanan hastanın ilaç tercihini kendi isteği doğrultusunda ve bizzat yapmadığı, doktorun tercihine uymak zorunda olduğu, ilaçların eczacılar tarafından satışa sunulduğu dolayısıyla doktor ve eczacı gibi eğitilmiş kişilerin aslında kullandığı, LIPIDIL ve LIPIDROL kelimelerini arasında kulak algılaması yönünden yeterince farklılık olduğu, ayırt edici ekler nedeniyle bilgilenmiş tüketici grubu (doktor ve eczacılar) açısından yeterli ayırt ediciliğe sahip olduğu açıkça belirtildiği halde, doktor tarafından bilinçli olarak tercih edilen ve reçeteye doğru olarak hızlı ve okunaksız bir biçimde yazılan iki kelimedenden birinin reçeteyi okuyan eczacı ya da kalfası tarafından diğeriyle karıştırılması riski olduğundan raporun sonuç kısmında markalar arasında iltibasa yol açacak benzerliğin bulunduğu bahsedilmiştir. Objektif ilkelere göre bilinçli kullanıcı grubu (doktor ve eczacılar) yönünden markaların aynı ya da ayırt edilemeyecek ölçüde benzer olmadıkları açık olarak tespit edildiği halde subjektif ölçülere ve yasal olmayan bilirkişi heyeti gerekçesine itibar edilerek markalar arasında benzerlik bulunduğu kabulü ve davanın reddin doğru görülmemiştir.”

Bu kapsamda, Yargıtay kararları incelendiğinde SMK madde 5 doğrultusunda her ne kadar tanımlayıcı ibareler ayırt edicilikten yoksun olması sebebiyle marka olarak tescil edilemese de ilaç markaları bakımından bu husus bir istisna teşkil etmiştir. Zira burada ilaç markalarının yanına önemsiz ekler ekleyerek ilacın etken maddesinin isminden oluşabileceği ve bir etken maddenin kimsenin tekeline bırakılmaması amacıyla da yanına gelen farklı ek unsurlarla benzerlik riski yok edilerek tescilinin mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, bu durum markanın zayıf marka olmasına neden olmakta ve marka sahibinin akabinde tescil edilen benzer markalara katlanmasını zorunlu kılmaktadır.

been claimed and proved to be named in this way in reference to any active substance, even if this were the case, it would not give the defendant the right to use an indistinguishably similar sign within the scope of wide freedom of choice in the face of the existence of the defendant's ... trademark, even if the average consumer group is included in the conscious consumer group, it does not necessarily mean that they can recognize every detail between the trademarks, as it stands, the defendant company's ... for goods in the same category as the "medical preparations" goods in the plaintiff's trademark, there is a possibility that the average consumer group may confuse the plaintiff's trademark with the defendant's trademark in the sense of Article 8/1 (b) of the Law no.556."

The Supreme Court's January 13, 2003 decision stated that “the products in question were pharmaceuticals. Patients do not make their own choices for medication; they adhere to the preferences of doctors, and pharmacists dispense the drugs. Therefore, educated individuals such as doctors and pharmacists actually use these medications. It was also highlighted that there was sufficient difference between the terms "LIPIDIL" and "LIPIDROL" in terms of auditory perception and that, due to distinctive suffixes, they possessed enough distinctiveness for an informed consumer group (doctors and pharmacists). Despite this clarity and the acknowledgement of their dissimilarity based on objective criteria, the report mentioned a risk of confusion between the two terms when written quickly and illegibly by a doctor on a prescription, potentially leading to confusion by the pharmacist or their assistant reading the prescription. The decision to accept similarity between the marks based on subjective measures and an illegitimate expert committee's reasoning, despite the clear determination that the marks were not the same or indistinguishably similar according to objective standards, was deemed incorrect.”

In this context, when examining Supreme Court decisions, although descriptive terms are ineligible for trademark registration due to their lack of distinctiveness according to Article 5 of the IPL, this has constituted an exception concerning pharmaceutical trademarks. It's understood that in the case of pharmaceutical trademarks, their registration becomes possible by adding insignificant suffixes to the drug names derived from the active ingredients and with different additional elements accompanying them to avoid the risk of similarity and prevent any sole ownership of an active substance. However, this situation leads to the brand being considered a weak mark, necessitating the brand

İlaç markalarının karıştırılma ihtimalinin değerlendirilmesinde, reçeteli ilaçlar nezdinde, bilgilendirilmiş kullanıcı olarak tüketici kitlesinin ilk zincirini oluşturan uzman sağlık personelleri üzerinden yola çıkılarak, profesyonel anlamdaki tüm bilgi ve donanımına sahip olmalarına rağmen, onlar tarafından dahi ilaç markaları kavramsal, işitsel ve görsel anlamda aynı ve/veya ayırt edilemeyecek derecede benzer olarak algılanabiliyorsa o halde ilgili ilaç markalarının arasında karıştırılma ihtimalinin varlığından bahsedilebileceği kanaatine varıldığı tespit edilmektedir. Ancak, Türk Hukukunda jenerik etken maddesini (patent hakkı sona ermiş olan etken madde) içeren ilaç markalarının, etken maddenin sonuna bazı “ek” ekleyerek oluşturulması halinde; marka olarak tescil edilebileceği gibi, bilgilendirilmiş kullanıcı nezdinde karıştırılma ihtimali tehlikesini de ortadan kaldırdığı önemle vurgulanmıştır.

Her ne kadar ülkemizde reçeteli medikal ilaç kullanımının daha yaygın olduğu ve bu nedenle emsal kararlar çerçevesinde reçeteli ilaçlara değinilmiş olsa da, içtihat ile paralel olacak şekilde, ilacın reçetesiz olarak doğrudan tüketiciyle buluşturuluyor olması halinde başka bir deyişle tüketici kitlesinin artık bilgilendirilmiş - uzman kişiler olmadığı, doğrudan ortalama tüketici kitlesine dönüştürülmüş olduğu hallerde ise karıştırılma ihtimalinin daha kolay ortaya çıkabileceği dikkate alınmalıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm bu anlatılanlar uyarınca, tescilli bir ilaç markasının kapsadığı emtia ve/veya hizmet nezdinde ayırt ediciliğini yitirerek jenerik ad haline gelmesi belirli durumlar altında mümkün olabilmektedir. Bu durumdan kaçınmak isteyen marka hakkı sahibi ilaç şirketlerinin, markalarının ayırt ediciliklerini korumak yönünde gerekli çalışmaları özenle yürütmeleri gerekmektedir. Marka sahiplerinin, yaygın ad haline gelmesi tehdidi altında olan markaları ile ilgili tüketici anketleri yaptırmak suretiyle durumu tespit etmeleri, olumsuz durumlarda da marka ayırt ediciliğini arttırmak adına çeşitli reklam ve pazarlama yöntemleri uygulamaları uygun olabilecektir. Bu kapsamda, online ve/veya fiziki sözlükler/ansiklopediler/bilgi kaynakları da taranarak bir ilaç markasının jenerikleştirildiği durumlara ivedi şekilde müdahale etmek özellikle Yargıtay’ın jenerikleşme ile mücadele noktasında ihmal kararı vermemesi adına oldukça önem arz edecektir. Diğer yandan, ilaç markaları özelinde bir diğer önem ve özellik arz eden konu da karıştırılma ihtimali

owner to tolerate subsequently registered similar marks.

In the assessment of the likelihood of confusion between pharmaceutical trademarks, particularly concerning prescription drugs, it is observed that even expert healthcare professionals, representing the first link in the chain of informed consumers, perceive pharmaceutical trademarks as conceptually, phonetically, and visually identical or indistinguishable despite possessing all professional knowledge and expertise, then the presence of potential for confusion among the relevant pharmaceutical trademarks can be concluded. However, it's crucially emphasized in Turkish Law that pharmaceutical trademarks containing generic active ingredients (those with expired patent rights) can be registered as trademarks by adding certain “suffixes” to the end of the active substance's name. This method not only allows registration as a brand but also effectively eliminates the risk of confusion among informed users.

Even though there's a focus on prescription medication due to its more prevalent use in our country, as outlined in precedent decisions, it's important to note that parallel to legal precedents, when medications are made available directly to consumers without a prescription, in other words, when the consumer audience is no longer informed by expert individuals but instead converted into an average consumer base, the potential for confusion might arise more efficiently, this aspect should be taken into account.

VI.CONCLUSION AND REMARKS

Accordingly, a registered pharmaceutical trademark may lose its distinctiveness for the goods and services it covers under certain circumstances and become a generic name. Pharmaceutical companies wishing to avoid this situation should diligently carry out the necessary work to protect the distinctiveness of their trademarks. It may be appropriate for trademark owners to determine the situation by conducting consumer surveys regarding their trademarks that are threatened to become common names and, in unfavourable cases, to apply various advertising and marketing methods to increase the trademark's distinctiveness. In this context, it will be crucial to intervene urgently in cases where a pharmaceutical trademark is genericized by scanning online and physical dictionaries/encyclopedias/information sources, mainly to prevent the Supreme Court from ruling negligence in the fight against genericization.

değerlendirilmesidir. Türk hukuk sisteminde marka iltibas kriterleri çerçevesinde işaretlerin anlamsal, işitsel ve görsel olarak benzerlikleri değerlendirilirken sektörel farklılıklar göze çarpmaktadır. İlaç sektörü özelinde yapılacak karıştırılma ihtimali değerlendirmesinde, genel karıştırılma ihtimali kriterlerinden farklı olarak ilacın reçeteli satılıp satılmadığı, ilacın etken maddesi kullanılarak oluşturulup oluşturulmadığı gibi spesifik hususların varlığı incelenmelidir. Mevcut uygulamada, **i)** reçeteli ilaçlarda reçetesizlere kıyasla karıştırılma ihtimalinin oluşmasının çok daha zor olduğu, zira tüketici kitlesinin bilgilenmiş tüketici olarak kabul edildiği ve **ii)** ilacın etken maddesinin ismini/kısaltmasını içeren ilaç markalarında etken maddenin ismine yönelik tekel hakkı bırakılmayacağından bahisle etken maddeyi kök ibare olarak içeren ilaç markalarının yanına önemsiz/ayırt edici olmayan ekler eklenerek karıştırılma ihtimalinin yok edilebileceği hususları yeknesak olarak kabul edilmektedir.

On the other hand, another important and specific issue for pharmaceutical trademarks is assessing the likelihood of confusion. In the Turkish legal system, sectoral differences stand out when evaluating the semantic, auditory and visual similarities of signs within the framework of trademark confusion criteria. In the likelihood of confusion assessment to be made in the pharmaceutical sector, unlike the general likelihood of confusion criteria, the existence of specific issues such as whether the drug is sold on prescription or not and whether it is created using the active ingredient of the drug or not should be examined. In the current practice, it is uniformly accepted that **i)** the likelihood of confusion is much more difficult to occur in prescription medicinal products compared to non-prescription medicinal products since the consumer group is considered to be an informed consumer, and **ii)** the likelihood of confusion can be eliminated by adding insignificant/non-distinctive suffixes following to the drug trademarks containing the name/abbreviation of the active substance of the drug since the monopoly right for the name of the active substance cannot be left in the drug trademarks containing the active substance as a root phrase.



PATENT LİSANS SÖZLEŞMELERİ

PATENT LICENSE AGREEMENTS

UĞURCAN TEKİN, LL.M

Partner, Attorney at Law/Trademark Attorney - Ortak Avukat/Marka Vekili

EZGİ ÇAMIÇI, LL.M

Attorney at Law - Avukat

AYSİM DERİNEL

Attorney at Law - Avukat

NUR BANU ERDOĞAN

İtern, Attorney at Law - Stajyer Avukat

GİRİŞ

Ticari işletmeler, rekabetin arttığı ve fikirlerin her geçen gün daha da değer kazandığı bu günlerde rekabetçi pazarda faaliyetlerini verimli bir şekilde sürdürebilmek için özellikle bilişim ve teknolojiye yüksek yatırımlar yapmakta ve araştırma geliştirme ("AR-GE") çalışmalarına odaklanmaktadır. Teknoloji ve AR-GE'nin en önemli unsuru buluşlar ve bu buluşların ticarileştirilmesidir. Buluşlar, patent veya faydalı model tescilleri ile koruma altına alınmalarını takiben ticarileştirme safhalarında yapılan iş birlikleri ile daha geniş bir tüketici kitlesine hitap edebilmektedirler. Tüketici kitlesini ve faaliyet sahasını geliştirmek isteyen patent/faydalı model sahibi ticari işletmeler üçüncü kişilerle lisans sözleşmeleri yapmakta ve böylece buluşlarına konu ürün ve/veya metotları kendi belirledikleri kurallar altında daha geniş çevrelere ulaştırabilmektedirler.

Lisans sözleşmeleri kısaca bir fikri veya sınai hakkın kullanımının bir ücret karşılığında (veya ücretsiz olarak) belirli bir süreliğine hakkın sahibi tarafından üçüncü bir kişiye (kişilere) devredildiği sözleşmeler olarak tanımlanabilmektedir. Bu kapsamda lisans sözleşmesiyle lisans alan belli bir süre ile fikri veya sınai hakkın ticari kullanımı hususunda hak sahibi olabilmektedir. Sınai haklar özelinde lisans sözleşmelerinin konusunu marka, patent, tasarım ve faydalı modelin kullanım hakkı oluşturmada olup birçok farklı türde lisans sözleşmesi yapılabilmektedir. Bu türlerden bazıları kanun koyucu tarafından düzenlenmiş iken (inhisari- basit lisans, zorunlu-isteğe bağlı lisans) bazıları da taraf iradesi (karmatek lisans, işletmeye bağlı- kişiye bağlı lisans) ile ortaya çıkabilmektedir.

Hukuki niteliği itibarıyla patent lisans sözleşmeleri diğer sözleşmeler gibi tarafların karşılıklı irade beyanları ile kurulmakta olup, taraf iradelerinin sözleşmenin objektif unsurları hususunda uyumuş olması gerekmektedir. Bu kapsamda patent lisans sözleşmesi genellikle ivazlı olması ile birlikte tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olup lisans verenin patent haklarını kullanımını sağlaması borcunu yüklenirken, lisans alan ise bu kullanım ve yararlanma karşılığında bir miktar borç ödemekle yükümlü kılınmıştır. Doktrinde lisans sözleşmesinin bedelsiz olarak kurulması halinde tek tarafa borç yükleyen bir sözleşme olduğu belirtilmiş ise de tarafların lisans bedelini ödeme ve kullandırma hakkı dışında pek çok yükümlülüğü (teknik bilgi sağlama, hakkın ihlalini lisans verene bildirme vb.) bulunduğu dikkate alındığında iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olduğu şeklindeki yorumun daha doğru olacağı kanaatindeyiz.

ABSTRACT

Businesses are investing especially in information and technology and focusing on research and development ("R&D") activities in order to continue their activities efficiently in a competitive market, where competition is increasing, and ideas are gaining more and more value every day. The most important element of technology and R&D is inventions and their commercialization. After inventions are protected by patent or utility model registrations, they can appeal to a wider consumer base through collaborations made during the commercialization phase. Patent/utility model owners who wish to develop their consumer base and field of activity enter into licensing agreements with third parties, thereby making the products and/or methods subject to their inventions available to wider circles under the rules determined by them.

License agreements can be defined as agreements where the use of an intellectual or industrial right is transferred by the owner of the right to a third party for a certain period of time in exchange for a fee (or for free). In this case, with the license agreement the licensee may have right to commercial use of the intellectual or industrial right for a certain period of time. In terms of their legal nature, patent license agreements, like other agreements, are established by the mutual declarations of will of the parties, and the wills of the parties must agree on the objective elements of the agreement. In this context, the patent license agreement is generally an onerous contract that imposes a debt on both parties, and the license grantor is obliged to ensure the use of patent rights, while the licensee is obliged to pay a certain amount of debt in return for this use and benefit. Although it's stated in the doctrine that if the license agreement is established free of charge, it's a contract that imposes obligations on one party, considering that the parties have many obligations (providing technical information, notifying the licensor of infringement, etc.) other than the right to pay the license fee and the right to use it, we believe that the interpretation that it is a contract that imposes obligations on two parties would be more accurate. In this article, it is planned to evaluate the general rules of patent license agreements and the contractual limits in practice and to highlight the issues that will guide the preparation of the agreement.

2.Determination of the Subject Matter of the Patent License Agreement

The subject matter of patent license agreements is the right to use the patent and the rules/limits regarding this right. The World Intellectual Property Office ("WIPO") defines a

İşbu makalemizde patent lisans sözleşmelerinin genel kuralları ile uygulamadaki sözleşme sınırlarının değerlendirilmesi ve sözleşmenin hazırlanmasında rehberlik edecek hususların öne çıkarılması planlanmaktadır.

2. Patent Lisans Sözleşmesinin Konusunun Belirlenmesi

Patent lisans sözleşmelerinin konusunu patentin kullanım hakkı ve buna ilişkin kurallar/sınırlar oluşturmaktadır. Dünya Fikri Mülkiyet Ofisi ("WIPO") patenti, "teknik bir konuda yenilik getiren veya tekniğe ilişkin bir soruna yeni çözüm getiren ürün veya usule ilişkin buluşa tanınan münhasır bir hak" olarak tanımlanmış olup, Sınai Mülkiyet Kanunu ("SMK") ise "Teknolojinin her alanındaki buluşlara yeni olması, buluş basamağı içermesi ve sanayiye uygulanabilir olması şartıyla patent verilir." olarak düzenlemektedir.

SMK kapsamında sadece Türk Patent ve Marka Kurumu nezdinde tescilli patentler değil, patent başvuruları da lisans sözleşmesine konu olabilmektedir. Başvuru süreci henüz başlatılmamış olan buluşlar ise know-how niteliğinde olup, yalnızca know-how lisans sözleşmesi kapsamında korunabilmektedir. Know-how, Türk Hukuk sisteminde Rekabet Kurumunun 14.07.2002 tarihli, 2003/331 ve 2007/232 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik, Dikey Anlaşmalara İlişin Grup Muafiyeti Tebliği'nde "Sağlayıcının tecrübe, denemeleri sonucu elde ettiği ve patentli olmayan, uygulamaya yönelik, gizli, esaslı ve belirlenmiş bilgi paketi" şeklinde tanımlanmıştır. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü ("World Intellectual Property Organisation") tarafından yapılan tanımlamaya göre ise sınai mülkiyet ile ilgili tekniğin kullanılmasına yarayan bilgi ya da üretim yöntemleri, know-how olarak tanımlanmaktadır.

Know-how'lar bir sınai hak olarak buluş niteliğinde olmasa dahi üretimde veya hizmetlerin sunumunda kullanılan sır veya sır niteliğinde olmayan teknik veya ticari bilgilerin devrinin patent kadar değer ifade etmesi sebebiyle patent lisans sözleşmelerinden ayrı değerlendirilmiştir. Ancak know-how'ın patentlenebilir olması zorunlu olmamakla birlikte know-how'ın patent ile korunabilir bir buluşu ifade etmesi de mümkündür. Know-how'ın patente konu bir buluşu içermesi durumunda genellikle know-how sözleşmesi, patent-lisans sözleşmesinin bir ön aşamasını ifade etmektedir. Zira, böyle bir durumda know-how patent ile belgelenecek ilan edilmediği için mutlak bir hakkı ifade etmediğinden

patent as "an exclusive right granted to an invention relating to a product or procedure that introduces an innovation in a technical subject matter or a new solution to a technical problem". The Industrial Property Law ("IPL") regulates that "Patents are granted to inventions in all fields of technology, provided that they are new, contain an inventive step and are applicable to industry."

Under the IPL, not only patents registered before the Turkish Patent and Trademark Office, but also patent applications can be subject to a license agreement. Inventions for which the application process has not yet been initiated are in the nature of know-how and can only be protected under a know-how license agreement. In the Turkish legal system, know-how is defined in the Communiqué on Group Exemption for Vertical Agreements of the Competition Authority dated 14.07.2002 and amended by the Competition Board Communiqués dated 14.07.2002 and numbered 2003/331 and 2007/232 as "a package of confidential, essential and specified information that is obtained as a result of the experience and trials of the provider and that is not patented and is intended for application". According to the definition made by WIPO, know-how is defined as information or production methods that enable the use of the technique related to industrial property.

Know-how, as an industrial right, is evaluated separately from patent license agreements since the transfer of technical or commercial information used in the production or provision of services, even if it isn't an invention, is as valuable as a patent. However, although it is not mandatory for know-how to be patentable, it is also possible for know-how to express a patentable invention. Where the know-how includes a patentable invention, the know-how agreement generally represents a preliminary stage of the patent-license agreement.

In such a case, since the know-how is not documented and declared with a patent, it cannot be considered as a patent-license agreement since it does not express an absolute right. However, according to Ongan, agreements that are subject to the transfer of know-how should be considered as license agreements. Also, according to Kırca, the fact that the information constituting the know-how is not protected by patenting is among the basic elements of the know-how agreement. According to Erbay, if the parties have agreed that the subject matter of the agreement shall be patented later, a provisional know-how agreement shall be referred to.

patent-lisans sözleşmesi olarak değerlendirilmesi de mümkün değildir. Bununla birlikte Ongan'a göre konusu know-how aktarımı olan sözleşmelerin lisans sözleşmesi olarak kabul edilmesi gerekmektedir. Yine, Kırca'ya göre know-how 'ı oluşturan bilgilerin patent alınarak korunmamış olması know-how sözleşmesinin temel unsurları arasındadır. Erbay'a göre, taraflar sözleşme konusunu daha sonra patent ettirmek şartıyla kararlaştırmışlarsa geçici know-how sözleşmesinden sözü edilecektir.

3. Patent Lisans Sözleşmesine Konu Edilebilme Şartlarının Sağlanması

Öncelikle lisans sözleşmesine konu edilmesi düşünülen patentin SMK'da belirtilen "yenilik", "buluş basamağı" ve "sanayiye uygulanabilirlik" şartlarını taşıması gerekmektedir. SMK 83/1 maddesinde yenilik unsuru üzerine "teknik bilinen durumuna dahil olmayan buluşun yeni olduğu kabul edilir" şeklinden bir hüküm getirilmiştir. Söz konusu yenilik mutlak bir yeniliği aramakta olup buluşun daha önce dünyanın hiçbir yerinde var olmaması anlamına gelmektedir. Bir diğer deyişle ülke çapında kamuya sunulmama halinden ziyade yazılı ya da sözlü betimlemelerle ya da başkaca herhangi bir yöntemle betimlenmişse yahut açıklanmışsa artık buluş yeni kabul edilmeyecektir.



SMK nezdinde patentin tescil edilebilmesi için bir diğer koşul buluş basamağı olup "teknik bilinen durumunu aşma" olarak ifade edilmiştir. Bahse konu hususun incelenmesi ve buluş basamağı kriterini taşıyıp taşımadığı ancak uzman bir kişi tarafından detaylı şekilde yapılmalıdır. Teknik bir alanda olmayan ve tabiat güçlerinden yararlanılarak, bu güçlerin kullanılması ile meydana getirilebilen, çözümün uygulanabilir olduğu somut ve tekrarlanabilen yapının buluş olarak değerlendirilmesi mümkün olabilecektir.

3. Providing the Conditions to be Subject to Patent License Agreement

First of all, the patent to be subject to the license agreement must meet the conditions of "innovation", "inventive step" and "industrial applicability" specified in the IPL. Article 83/1 of the IPL stipulates on the element of novelty that "An invention which is not included in the state of the art shall be considered as novel." The novelty in question seeks an absolute innovation, meaning that the invention has not existed anywhere in the world before. In other words, the invention will no longer be considered new if it is described or disclosed by written or oral descriptions or by any other means, rather than if it is not made available to the public nationwide.

Another condition for the registration of a patent under the IPL is the inventive step, which is expressed as "exceeding the state of the art". The examination of the subject matter and whether it meets the inventive step criterion should only be carried out in detail by an expert. A structure which is not in a technical field and which can be created by utilizing the forces of nature and by using these forces, and which is concrete and reproducible, where the solution is applicable, can be evaluated as an invention.

Finally, the patent is required to be "applicable to industry" and this condition is evaluated as the invention can be obtained in industry or used as a working tool. In other words, no matter how good and new the idea is, it cannot be patented as an invention if it does not help to make a product or if it does not allow to achieve a certain result.

Pursuant to the IPL, not only positive conditions but also negative conditions are specified, and products and processes that are not considered inventions are defined in the law. Article 82/2-3 of the IPL lists the inventions that are not considered inventions and cannot be patented. It's clearly stated that patent applications or patents that are subject to the conditions and activities listed in the Law are excluded from patentability. As can be seen, it will not be possible for products that do not meet the conditions specified by the legislator and that do not meet the conditions for patentability under the IPL to be subject to a patent license agreement.

If the conditions specified in the IPL are fulfilled, a license agreement can be concluded regarding the patent or patent application in question, and it is vital to define the patent in question in the agreement, to clearly state what the scope of the patent is, and to explain the term/limits of use. The lack

Son olarak patentin “sanayiye uygulanabilirlik” olması şartı aranmakta olup bu şart buluşun sanayide elde edilebilmesi yahut bir çalışma vasıtası olarak kullanılabilmesi şeklinde değerlendirilmektedir. Bir diğer deyişle fikir ne kadar iyi ve yeni olsa da bir ürünü yapmaya yaramıyorsa ya da belli bir sonuç elde etmeye olanak vermiyorsa buluş olarak patentlenememektedir.

SMK gereği sadece olumlu koşullar değil olumsuz koşullar da belirtilmiş olup buluş sayılmayacak nitelikteki ürün ve işlemler kanunda tanımlanmıştır. SMK 82/2-3 maddesinde buluş sayılmayan ve patent verilemeyecek buluşlar sayılmıştır. Kanunda sayılı hollere konu ve faaliyetlerde bulunan patent başvurusu veya patentin patentlenebilirlik dışında kaldığı açıkça belirtilmiştir. Görüldüğü üzere kanun koyucunun belirttiği ve SMK kapsamında patent olabilme koşulunu taşımayan ürünlerin patent lisans sözleşmesine konu olması da mümkün olamayacaktır.

SMK’da belirtilen şartları sağlaması halinde söz konusu patent ya da patent başvurusuna ilişkin lisans sözleşmesi yapılabilmekte olup söz konusu patentın sözleşmede tanımlanması, patentin kapsamının ne olduğunun açık şekilde belirtilmesi ve kullanım süresinin/sınırlarının açıklanması hayati önem taşımaktadır. Patent tanımlanması hususunda netliğin bulunmaması, açık ve şüpheye yer bırakmayacak ifadelerin kullanılmaması sözleşmenin konusunda muğlaklığa sebebiyet verebilecektir. Keza, birden fazla patentin sözleşmeye konu edilmesi hususunda da herhangi bir sınırlama bulunmamakta olup her bir buluşun detaylı şekilde açıklanması ve kullanım sınırlarının belirlenmesi bu kapsamda önemlidir.

4.Lisans Sözleşmesinin Türünün Belirlenmesi ve Taraf İradeleri ile Yapılabilecek Sınırlandırmalar

Patent lisans sözleşmelerinin içeriğinin belirlenmesinde SMK dışında diğer ilgili kanun hükümlerine, teknik gelişmelere ve pazarlama stratejilerine kadar geniş kapsamda değerlendirilmesi gereken pek çok kriter mevcuttur.

a.Yer Bakımından Sınırlamalar

Patent lisans sözleşmeleri tarafların ortak iradesi doğrultusunda yer bakımından sınırlandırılabilen olup bu halde lisans alan ancak sınırlı bir bölgede patentten kaynaklı haklarını kullanabilmektedir. Tarafların bu

of clarity in the definition of the patent and the lack of clear and unambiguous expressions may cause ambiguity in the subject matter of the agreement. Also, there is no restriction on the contractualization of multiple patents, and it is important that each invention is described in detail and the limits of use are determined in this context.

4. Determination of the Type of License Agreement and Limitations of the Will of the Parties

In determining the content of patent license agreements, there are many criteria that should be evaluated in a wide scope, ranging from the provisions of other relevant laws other than the IPL, technical developments and marketing strategies.

a.Limitations In Terms Of Location

Patent license agreements can be limited in terms of location in line with the joint will of the parties, and in this case, the licensee can only use its rights arising from the patent in a limited region. It would be useful for the parties to base these limitations on geographical regions and use clear wording. However, unless otherwise agreed in the contract, the license right may be exercised within the whole country.

In the event that the licensee engages in activities outside the area specified in the agreement, the licensor may exercise its absolute rights against the licensee. The limitation of the license right in terms of location should also be evaluated in terms of competition law and will be evaluated in the remainder of this article.

b.Limitations In Terms Of The Time

The parties may limit the right to use a patent for a period of time. The duration of the license is determined and attention is paid to the criteria of whether they can achieve the result they aim with the contract or how effectively they can bring the license to the market. However, if no regulation is included in the license agreement, in principle, it will remain in force until the end of the patent protection period. Since it will become a contract based on a non-existent right, the licensor will not be able to fulfill its primary obligation, and it should be regulated that the term of the contract expires with the expiration of the patent protection period.

As stated in Article 101 of the IPL, " Starting with the

sınırlamaları yaparken coğrafi bölgeleri esas alması ve net ifadeler kullanması yararlı olacaktır. Bununla birlikte sözleşmede aksi kararlaştırılmadığı müddetçe lisans hakkı ülkenin tamamı içerisinde kullanılabilir.

Lisans alanın sözleşmede sınırlandırılmış olmasına rağmen belirlenen alanın dışında faaliyette bulunması halinde ise, lisans verenin mutlak haklarını lisans alana karşı kullanması gündeme gelecektir. Lisans hakkının yer bakımından sınırlandırılması rekabet hukuku anlamında da değerlendirilmesi gerekmekte olup işbu makalenin devamında değerlendirilecektir.

b.Süre Bakımından Sınırlamalar

Patent kullanım hakkını taraflar süre ile sınırlayabilmektedir. Lisans süresi belirlenip sözleşmeyle amaçladıkları sonuca ulaşip ulaşamadıkları ya da lisans piyasaya ne kadar etkin şekilde sürebileceği kıstaslarına dikkat edilmektedir. Bununla birlikte lisans sözleşmesine herhangi bir düzenleme konulmaması halinde ilke olarak patent koruma süresinin bitimine kadar yürürlükte kalacaktır. Zira var olmayan bir hakka dayanan sözleşme haline geleceğinden lisans veren asli yükümlülüğünü yerine getiremeyecek olup patent koruma süresinin bitimi ile sözleşmenin süresinin sona erdiği düzenlenmelidir.

SMK 101. maddesinde belirtildiği üzere “Başvuru tarihinden başlamak üzere, patentin koruma süresi yirmi yıl, faydalı modelin koruma süresi on yıldır. Bu süreler uzatılamaz.” hükmü amirdir. Bu kapsamda bir değerlendirme yapılacak olursa bir patentin kamu nezdinde en fazla 20 yıl süre ile korunacağı açık olup lisans sözleşmelerinde bu süreye dikkat edilmesi gerekmektedir. Keza lisans sözleşmesinin süresinin makul bir süre olarak belirlenmesinin ekonomik özgürlüğün aşırı kısıtlanması olarak değerlendirilebileceği unutulmamalıdır.

c.Lisans Türleri ve Kullanım Hakları Bakımından

Lisans sözleşmesinin kapsamı hususunda basit (inhisari olmayan) ya da inhisari nitelikte sözleşmeler hazırlanabilmektedir. Taraflar lisans sözleşmesindeki hakkın içeriğini sözleşmede açıkça kararlaştırabilmekte olup sözleşmede inhisari kullanım hakkını kararlaştırmadıysa sözleşme basit lisans sözleşmesi olarak kurulmuş sayılır.

Basit lisans sözleşmesi özelinde, lisans veren lisans alana patent hakkının kullanımı için yetki verirken daha sonra başkalarına da aynı içerikte ve aynı kullanım alanında lisans

application date, the time period of the patent protection is twenty years; the time period of the protection of the utility model is ten years. These time periods shall not be extended." In this case, it's clear that a patent will be protected by the public for a maximum period of 20 years, and this period should be taken into consideration in license agreements. It should also be kept in mind that determining the duration of the license agreement as a reasonable period may be considered as an excessive restriction of economic freedom.

c.Limitations In Terms Of License Types And Usage Rights

Regarding the scope of the license agreement, simple (non-exclusive) or exclusive agreements can be prepared. The parties may explicitly agree on the content of the right in the license agreement, and if the parties have not agreed on the exclusive right of use, the agreement is deemed to be a simple license agreement. In the simple license agreement, the licensor authorizes the licensee to use the patent right, while reserving the right to grant licenses to others with the same content and in the same field of use. In this way, the patent owner aims to be able to grant a license to more than one party or to use the invention subject to the patent together with the licensee.



If more than one person is granted the right to use a patent with a simple license agreement, the simple licensee must bear the rights of use in other simple license agreements. If another simple licensee is granted a simple license in a territory where the simple licensee is authorized, the first simple licensee must not harm the other licensee's right to compete. Otherwise, unfair competition provisions may be applied if it occurs in the concrete case.

verme hakkını saklı tutmaktadır. Bu yönüyle patent sahibi birden fazla tarafa lisans verebilmeyi veya lisans alan ile birlikte patente konu buluşu kullanabilmeyi amaçlamaktadır. Basit lisans sözleşmesi ile birden fazla kişiye patent kullanım hakkını sağlaması halinde basit lisans alanın diğer basit lisans sözleşmelerindeki kullanım haklarına katlanmaları gerekir. Basit lisans alanın yetkili olduğu bir bölgede başka bir kimseye de basit lisans hakkı verilirse ilk basit lisans alanın diğer lisans alanın rekabet hakkına zarar vermemesi gerekir. Aksi halde somut olayda oluşması halinde haksız rekabet hükümleri işletilebilecektir. Ancak basit lisans sözleşmesinde taraflar başka bir üçüncü kişiye lisans verilmemesi veya patentin lisans veren tarafından kullanılmayacağı hususunda da anlaşabilmektedirler. Lisans verenin bu yükümlülüğe rağmen başka bir lisans vermesi halindeyse yeni lisans sözleşmesi geçerli olsa da lisans veren sözleşmeye aykırılıktan dolayı lisans alanın uğradığı zarardan sorumlu olacaktır.

Basit lisans sözleşmelerinde birden fazla lisans alan olması halinde, lisans alanların dezavantajlı bir konuma gelmesini önlemek amacıyla en fazla korunan kaydı getirilmesi mümkündür. En fazla korunan kaydı lisans verenin sonradan imzalayacağı lisans sözleşmelerinde önceki lisans sözleşmesine nazaran daha avantajlı koşulları sonradan lisans alanlara tanımayacağını ve önceki lisans sözleşmesinin tarafı olan lisans alana da aynı koşulları taşıyacağı şartını içermektedir. Bu kayıt ile lisans alanın kendi rakiplerine karşı korunması hedeflenmektedir.

Basit lisans sözleşmelerindeki bir diğer tartışılmalı konu ise basit lisans sahibinin sözleşmeye konu hakkını kullanmadığı ihtimalinde herhangi bir kullanma zorunluluğunun olup olamayacağıdır. Ortan, lisans alanın lisansı kullanmaya yükümlü olduğunu belirtmekte iken; Sarı, basit lisans sahibinin lisans verenle doğan sözleşme ve dürüstlük kuralı ile güven ilişkisi gereği lisansı kullanması gerektiğini, aksi halde kullanmaması nedeniyle patente konu buluşun zorunlu lisansa konu olabileceği görüşünü benimsemektedir. Diğer yandan, bu durum taraflar arasında akdedilen lisans sözleşmesinde de detaylı olarak sonuçları ile birlikte açıklanır ve kullanmama durumunun vuku bulması halinde doğacak sonuçlar açıkça irdelenirse, muhtemel bir hukuki karışıklıktan da kaçınılmış olacaktır. İnhisari lisans sözleşmesinde ise lisans veren söz konusu gayri maddi mallardan sadece lisans alanın yararlanmasını borçlanmakta ve kendisinin veya üçüncü kişilerin bunlardan yararlanmamasını taahhüt etmektedir. Bu tür lisans sözleşmesinde lisans veren patente konu buluşun kullanımını başkasına lisans veremeyeceği gibi hakkını

However, in a simple license agreement, the parties may also agree not to grant a license to another third party or that the patent cannot be used by the licensor. If the licensor grants another license despite this obligation, the licensor will be liable for the damages incurred by the licensee due to breach of contract, even if the new license agreement is valid.

If there is more than one licensee in simple license agreements, it is possible to introduce the most protected record in order to prevent the licensees from being disadvantaged. The most protected record includes the condition that the licensor will not grant more advantageous conditions to subsequent licensees in subsequent license agreements than in the previous license agreement and that the licensee, who was a party to the previous license agreement, will bear the same conditions. This registration aims to protect the licensee against its competitors.

Another controversial issue in simple license agreements is whether the simple licensee is obliged to use the license in case the licensee fails to use the right subject to the agreement. Ortan states that the licensee is obliged to use the license. Sarı adopts the view that the simple licensee must use the license in accordance with the contract with the licensor and the rule of good faith and trust, otherwise the invention subject to the patent may be subject to compulsory license due to non-use. On the other hand, if this situation is explained in detail with its consequences in the license agreement concluded between the parties and the consequences that will arise in the event of non-use are clearly discussed, a possible legal confusion will be avoided.

In the exclusive license agreement, the licensor undertakes that only the licensee shall benefit from the intangible goods in question and that he or third parties shall not benefit from them. In this type of license agreement, the licensor cannot license the use of the invention subject to the patent to anyone else, nor can he himself use the invention subject to the contract unless he expressly reserves his right. However, in the event that the licensor makes an explicit arrangement in the contract in such a way that the licensor can use the invention subject to the patent itself, the opportunity to use the invention will arise.

If the exclusive licensee is obliged to use the invention subject to the license and does not use the invention in question, a compulsory license may be granted if it meets the conditions we will explain below.

açıkça saklı tutmadıkça kendisi de sözleşme konusu buluşu kullanmamaktadır. Ancak lisans verenin özel olarak patente konu buluşu kendisinin de kullanabileceği şekilde sözleşmede açık düzenleme yapılması halinde buluşu kullanma imkânı doğacaktır.

İnhisari lisans alan lisansa konu buluşu kullanmakla yükümlü olup söz konusu buluşu kullanmaması halinde ise aşağıda açıklayacağımız şartları taşıması halinde zorunlu lisans tanınması söz konusu olabilecektir.

Bununla birlikte inhisari lisansta dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise inhisari lisans alanın tek başına patent kullanma hakkına sahip olması sebebiyle pazarda fiyatları belirleyebilme, yönlendirebilme ya da başka bir kişinin piyasaya girmesini engelleyebilmesidir. Bu noktada inhisari lisans sağlanması halinde rekabet hukuku bakımından da değerlendirme yapılması uygun olacaktır.

d. Patent Lisans Sözleşmesinin Diğer Kanun Hükümleri Kapsamında Sınırlarının Belirlenmesi

Sözleşme hükümlerinin hazırlanması ve patent sözleşmesinin sınırlarının çizilebilmesi için SMK dışında Türk Borçlar Kanunu ("TBK"), Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ("RKHK") gibi sair ilgili mevzuatın da göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapılması gerekmekte olup sözleşme konusu buluşun pazarlama stratejileri, kullanım alanları da dahil sektördeki tüm varlığı ve gelişimi dikkate alınarak tarafların hak ve menfaatlerini koruyan bir hukuki işlemin tamamlanması önceliklendirilmelidir.

i. TBK Kapsamındaki Sınırlar

Lisans sözleşmeleri TBK 26. maddesinde yer alan "sözleşme özgürlüğü" prensibi gereği kanunda öngörülen sınırlar çerçevesinde özgürce düzenlenebilmekte olup lisans sözleşmeleri de kural olarak bu prensibe tabiidir. Bununla birlikte yine aynı kanunun 27/1 maddesinde belirtilen "kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı veya konusu imkânsız" olması halinde ise patent lisans sözleşmesi kesin hükümsüzlük yaptırımını ile karşılaşılabilecektir.

Öyle ki sözleşmeye ilişkin hükümlerin hepsinde aynı özen gösterilerek oluşturulması, sözleşme içeriğindeki bir kısım maddelerin geçersiz olması halinde sözleşmedeki diğer hükümlerin geçerliğini etkilemeyecek ise de, bahse konu maddeler olmaksızın sözleşmenin yapılamayacağı açıkça anlaşılması halinde sözleşmenin tamamının kesin hükümsüz hale geleceği unutulmamalıdır. Bu sebeple

However, another issue to be considered in an exclusive license is that the exclusive licensee may determine and direct the prices in the market or prevent another person from entering the market due to the fact that the exclusive licensee has the right to use the patent alone. At this point, it would be appropriate to make an assessment in terms of competition law in case of an exclusive license.

d. Limitations of Patent License Agreements under Other Law Provisions

In order to prepare the provisions of the contract and to draw the boundaries of the patent agreement, an assessment should be made by taking into consideration other relevant legislation such as the Turkish Code of Obligations ("TCO"), the Law on the Protection of Competition ("LPC"), in addition to the IPL, and the completion of a legal transaction that protects the rights and interests of the parties should be prioritized by taking into account the entire existence and development of the invention subject to the contract in the sector, including marketing strategies, areas of use.

i. Limitations under the TCO

License agreements can be freely regulated within the limits stipulated in the law in accordance with the principle of "freedom of contract" in Article 26 of the TCO, and license agreements are subject to this principle as a rule. However, in the event that the patent license agreement is "contrary to the mandatory provisions of the law, morality, public order, personal rights or its subject matter is impossible" as stated in Article 27/1 of the same law, the patent license agreement may face the sanction of definitive nullity.

It should be kept in mind that, even though the formation of the provisions of the contract with the same care will not affect the validity of the other provisions in the contract if some of the provisions in the contract are invalid, if it is clearly understood that the contract cannot be concluded without the aforementioned provisions, the entire contract will become null and void. For this reason, it is necessary to carry out a very meticulous and comprehensive study for each article in the agreement regarding the use of the invention subject to the patent.

Also, when the evaluation of the form, which is a condition of validity regarding the agreement, is examined, it is understood that the legislator has determined this as a

patente konu buluşun kullanımına ilişkin sözleşmede her bir madde için oldukça titiz ve kapsamlı bir çalışma yürütülmesi gerekmektedir.

Yine, sözleşmeye ilişkin geçerlilik koşulu olan şekil değerlendirmesine bakıldığında Sınai Mülkiyet Kanunu 148/4 maddesi gereğince hukuki işlemlerin yazılı şekle tabi olacağı belirtilmiş olduğundan kanun koyucunun bunu bir geçerlilik şartı olarak belirlediği anlaşılmaktadır. Bir diğer deyişle patent lisans sözleşmesi yapılması halinde sözleşmenin adi yazılı olması gerekmekte ise de taraflardan birinin talep etmesi halinde sicile kaydettirmek için sözleşmenin düzenleme şeklinde noter onaylı olarak yapılabilmesi de mümkündür. Noter nezdinde yapılan bir sözleşmenin ispat kolaylığı taşıyacağı ileride muhtemel uyuşmazlıklarda daha güçlü bir delil haline geleceği de dikkate alınmalıdır.

ii. Patent Konu Buluşun Kullanımının Ücretlendirilmesi, Pazarlanması ve Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Sınırlamalar

Lisans sözleşmelerinde değerlendirilmesi gereken bir diğer önemli husus ise patent sahibinin, patente konu buluşun kullanım hakkının, lisans sözleşmesi ile üçüncü kişilere belirli şartlar ile sınırlı olarak bırakması esnasında başta ücretlendirme olmak üzere pazarlamaya ilişkin sorularına cevap bulunmasıdır.

Daha önce de belirttiğimiz üzere sözleşme serbestisi ilkesi çerçevesinde patent lisans sözleşmeleri taraflar arasında aksine bir düzenleme olmadıkça lisans alan, buluşa konu ürünlerin / yöntemlerin fiyatını serbestçe belirleme yetkisine sahiptir. Ancak, doktrinde lisans alanın, lisans verenin haklarını olumsuz etkileyecek şekilde aşırı bir ücret belirlemesi genellikle eleştirilmektedir. Zira, lisans alanın kendi çıkarlarını en üst seviyeye çıkartması halinde lisans verenin haklarının ve menfaatlerini zedelemesi söz konusu olabilmektedir. Lisans alanın, lisanslı ürüne ilişkin olarak düşük bir fiyat belirlemesi halinde ise, özellikle lisans verenin de üretimde bulunduğu hallerde, lisans verenin rekabet edebilme gücü de önemli ölçüde zayıflamaktadır. Gerçekten de, uluslararası patent lisans sözleşmeleri, özellikle lisans verenin ve lisans alanın farklı ülkelerde bulunduğu durumlarda, çeşitli zorluklara neden olabilmektedir. Örneğin, lisans alan kendi ülkesindeki ucuz işgücü ve hammadde kaynaklarını kullanarak lisansa konu patentli buluşu daha ucuza üretebilir ve pazarlayabilir. Bu durumda tüketiciler açısından, aynı kalite ve özelliklere sahip patentli ürünü yabancı bir ülkeden daha ucuza edinebilme fırsatı doğabilir. Bu, lisans verenin pazar payını

condition of validity since it is stated that legal transactions shall be subject to written form pursuant to Article 148/4 of the Industrial Property Law. In other words, in case of a patent license agreement, the agreement must be in ordinary writing, but it is also possible to notarize the agreement in the form of an arrangement in order to register it in the registry if requested by one of the parties. It should also be taken into consideration that a contract made before a notary public will be easier to prove and will become stronger evidence in possible future disputes.

ii. Restrictions within the Scope of the Law Regarding the Pricing, Marketing, and Protection of Competition of a Patentable Invention

Another important issue to be taken into account in license agreements is addressing the patentee's inquiries regarding the limited granting of the right to use the patented invention to third parties under certain conditions, particularly with respect to compensation and marketing, during the drafting of the license agreement.



An earlier mentioned principle is the freedom of contract within the framework of patent license agreements, where, in the absence of any contrary arrangement between the parties, the licensee has the authority to freely determine the price of products/methods related to the patented invention. However, in doctrine, it is generally criticized if the licensee sets an excessively high fee that adversely affects the rights of the licensor. This is because, if the licensee maximizes their own interests, it may undermine the rights and interests of the licensor. On the other hand, if the licensee sets a low price for the licensed product, especially in cases where the licensor is also involved in production, the competitive strength of the licensor can be significantly weakened.

azaltırken, lisans alanın pazar payının artmasına neden olabilir.

Patent lisans sözleşmelerinin ücretlendirmelerinde diğer bir etki ise, lisans veren ve lisans alanın, lisansa konu patentli ürünün satış fiyatı konusunda anlaştıkları durumlarda ortaya çıkabilir (Türk Hukuku uygulamasında "tavsiye edilen fiyat" olarak karşımıza çıkabilmektedir). Lisans alan kendi ülkesindeki ucuz hammadde ve işgücünden yararlanarak üretim yaparsa, kâr marjı lisans verene göre daha yüksek olabilir. Bu durumda, lisans alan ekonomik açıdan hızlı bir büyüme yaşayabilir ve lisans verenin rakibi haline gelebilir. Dolayısıyla bu durum, rekabete ilişkin bir inceleme konusu haline dönüşebilecektir. Bu sebeple tarafların patent konusu buluşa ilişkin detaylı değerlendirmenin alınması akabinde sektörel ve ücretlendirme bazlı değerlendirmelerinin yapılarak dengenin korunması ve en önemlisi Rekabet Hukuku'nda kaynaklanabilecek sorunların en baştan önüne geçilmesi yerinde hedeflenmelidir.

Örneğin lisans hakkının kullanımının yer bakımından sınırlandırıldığı sözleşmelerde genellikle müşteri ve pazar paylaşımı doğması sebebiyle rekabete aykırılık görülebilmektedir. Bununla birlikte patent kullanım hakkının 20 yıl süre ile lisanslanabileceği dikkate alındığında bu süre ve verilen hakkın kamu düzeninin teminini zora sokmaması için son derece dikkatli davranılması ve rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Benzer şekilde tarafların birden fazla lisans hakkının temin edildiği karma lisans sözleşmelerine imza atmak istemesi, yahut teknolojik gelişmelerle birlikte şirketlerin patentlerini başka şirketlere kullanmaya açıp bunun karşılığında bu şirketlerin patent haklarından yararlanmayı talep ettiği durumlarda çapraz lisans sözleşmesi söz konusu olmakta, fiyat tespiti veya pazar paylaşımının sağlanması amacıyla işbu sözleşmelerin akdedilmesi halinde rekabet hukukuna aykırılıklar doğabilmektedir. Keza lisans anlaşmalarında sürekli lisans ücreti düzenlenmesi, nihai ürün fiyatının artmasına neden olacak tetiklemeleri barındırması gibi sebepler RKHK çerçevesinde aykırılık teşkil edebilecektir. Bununla birlikte dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise RKHK madde 4 kapsamındaki koşulları taşınması halinde grup muafiyeti yahut bireysel muafiyet uygulanabilmesi de mümkün olabileceği ihtimalidir.

Bireysel ve grup muafiyetine bakıldığında; belirli bir işlem için yapılan değerlendirme sonucu tanınan muafiyet "bireysel" olarak nitelenirken, bazı konulardaki anlaşmaların blok olarak muaf tutulmasında "grup" muafiyeti karşımıza çıkmaktadır. Grup muafiyeti terimi, grup olarak muafiyet tanınmasına ilişkin düzenlemeleri

Indeed, international patent licence agreements, especially when the licensor and the licensee are located in different countries, can lead to various challenges. For example, the licensee may use the cheap labour and raw material resources in its own country to produce and market the patented invention more cheaply. In this case, consumers may be able to purchase the patented product with the same quality and features at a lower price from abroad. This may lead to a decrease in the licensor's market share and an increase in the licensee's market share.

Another effect on the remuneration of patent license agreements may arise in cases where the licensor and licensee agree on the selling price of the patented product subject to the license (in British law practice, this may be referred to as the "recommended price"). If the licensee produces by taking advantage of cheap raw materials and labour in its own country, its profit margin may be higher than that of the licensor. In this case, the licensee may experience rapid economic growth and become a competitor of the licensor. Therefore, this situation may become a subject of a competition investigation. For this reason, it should be aimed to protect the balance and, most importantly, to prevent the problems that may arise from Competition Law from the very beginning by making sectoral and pricing-based evaluations after the detailed evaluation of the parties regarding the invention subject to the patent.

For example, in agreements where the use of the license right is restricted in terms of location, anti-competitive behavior may be observed due to customer and market sharing. However, considering that the right to use a patent can be licensed for a period of 20 years, this period and the right granted should be treated with extreme caution and evaluated within the framework of competition law in order not to jeopardize the maintenance of public order.

Similarly, in cases where the parties wish to enter into mixed licence agreements where more than one licence right is provided, or in cases where, due to technological developments, companies open their patents to other companies and demand to benefit from the patent rights of these companies in return, cross-licensing agreements may be in question, and if these agreements are concluded for the purpose of price fixing or market sharing, violations of competition law may arise. Likewise, reasons such as continuous licence fees in licence agreements and triggers that may lead to an increase in the price of the final product may constitute a violation within the framework of the LPC. However, another point to be noted is that it may be possible to apply group exemption or individual exemption

tanımlamak için kullanılmakta olup Türk Rekabet Hukukunda bu düzenlemeler, grup muafiyeti tebliğleri ile yapılmaktadır. Grup muafiyeti kapsamındaki anlaşmalar grup muafiyetine ilişkin koşulları sağladığı takdirde, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalara ilişkin yasaklamalardan muafır . Bireysel muafiyet ise, grup muafiyetinden farklı olarak, söz konusu işbirliği uygulamalarının tarafı olan işletmeler ile sınırlı olarak hüküm ve sonuçlarını doğurmaktadır. Bu kapsamda grup muafiyeti yahut bireysel muafiyet varlığı halinde rekabete aykırılık söz konusu olmayacaktır. Ayrıca belirtilmelidir ki bireysel ve grup muafiyetlerinin verilmesinde ve geri alınmasında tek yetkili organ Rekabet Kurulu olup bu muafiyetlerin varlığı ile rekabete aykırılıktan bahsedilemeyecektir.

Yine, inhisari lisans sözleşmelerinin tek başına patente konu buluşu kullanım hakkını elde eden lisans alan açısından pazarda fiyatları belirleyebileceği, hâkim konuma gelebileceği ve pazara yön verebileceği dikkate alındığında sözleşmenin rekabet hukukunun temel sınırları içerisinde hazırlanması gerekeceği açıktır. Lisans veren, lisans alanı potansiyel bir rakip olarak görerek patent lisans sözleşmesine kısıtlayıcı hükümler eklerse, bu tür hükümlerin Rekabet Hukuku'na aykırı olma olasılığı da yüksektir. Bu tür karmaşık durumlar, patent lisans sözleşmelerinin hazırlanmasında ve uygulanmasında dikkatlice ele alınmalıdır. Ayrıca, rekabet hukuku ve uluslararası sözleşmeler gibi hukuki düzenlemelere uygun olup olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

Son olarak patent lisans sözleşmelerinde, lisans alanın bazı hallerde, patentli ürüne ilişkin olarak pazarlama faaliyeti kapsamında reklâm yapma yükümlülüğü altına girdiği de görülmektedir. Ancak, lisans alanın her halde reklâm yapma yükümlülüğü altında olduğundan söz edilemez. Reklâm yapma yükümlülüğünün varlığının her somut olayda ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Lisans sözleşmesi ile üretim hakkının devredildiği hallerde kural olarak lisans alanın reklâm yapma yükümlülüğünden söz edilemez. Buna karşın, patent lisans sözleşmesi ile aynı anda lisans alana marka hakkı tanınmış ya da lisanslı üretimin dağıtım ve pazarlama hakları da tanınmışsa, markalı ürünün ya da dağıtım ve satımı yapılacak ürünün reklâm yoluyla tanıtılması da gerekmektedir. Bu hususun da yine pazarlama, rekabet ve reklam hukuku bakımından değerlendirilerek ortak bir hüküm geliştirilmesi yerinde olacaktır.

5.Zorunlu Lisans Sözleşmesinin Gerekmesi Hallerinin Değerlendirilmesi

if the conditions under Article 4 of the LPC are met.

Considering individual and group exemption; while the exemption granted as a result of the evaluation made for a specific transaction is characterised as "individual", the "group" exemption appears when agreements on certain subjects are exempted as a block. The term "group exemption" is used to describe the arrangements for granting exemption as a group, and in British Competition Law, these arrangements are made through group exemption communiques. Agreements within the scope of group exemption are exempt from the prohibitions on agreements restricting competition if they fulfil the conditions for group exemption. Unlike the group exemption, the individual exemption, on the other hand, has its provisions and consequences limited to the enterprises that are parties to such co-operation practices. In this context, there will be no anti-competitive behaviour in the presence of group exemption or individual exemption. It should also be noted that the Competition Board is the sole authorized body in granting and revoking individual and group exemptions, and the existence of these exemptions will not lead to anti-competition.

Again, considering that exclusive licence agreements may determine the prices in the market for the licensee, who obtains the right to use the invention subject to the patent alone, may become dominant and direct the market, it is clear that the agreement should be drafted within the basic limits of competition law. If the licensor adds restrictive provisions to the patent licence agreement by considering the licensee as a potential competitor, such provisions are likely to contravene Competition Law. Such complex situations should be carefully considered in the drafting and enforcement of patent licence agreements. It should also be considered whether they are in compliance with legal regulations such as competition law and international conventions.

Finally, in patent licence agreements, it is also observed that in some cases, the licensee is under the obligation to advertise the patented product within the scope of marketing activities. However, it cannot be said that the licensee is under an obligation to advertise in all cases. The existence of the obligation to advertise must be evaluated separately in each concrete case. In cases where the production right is transferred under a licence agreement, as a rule, the licensee is under no obligation to advertise. On the other hand, if the patent licence agreement grants the licensee the trademark right or the distribution and marketing rights of the licensed production at the same

Patentin sağladığı teknik yenilik ve gelişmelerden patent sahibine olduğu kadar topluma da yarar sağlaması beklendiği dikkate alındığında bahsi geçen buluşun kullanılmaması ya da bu buluştan beklenen şekilde yararlanılamaması halinde bu menfaat dengesi bozulabilecektir. Bu durumun önüne geçilebilmesi ve kamu yararının gözetilmesi adına zorunlu lisans kurumu düzenlenmiş, böylelikle patent sahibinin elinde tuttuğu tekel haklarını kötüye kullanmasının önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Zorunlu lisans Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 129 ile 137 maddeleri arasında düzenlenmiş olup, yalnızca kanunda belirtilen hallerde söz konusu olabilir.

Her ne kadar bir kişiye lisans verilmesi de tarafların karşılıklı olarak anlaşarak aralarında yaptıkları sözleşme ile meydana gelebilmekte ise de kanun koyucu bazı şartlarda zorunlu lisanslamayı öngörmüştür. Böylelikle, Borçlar Hukuku'nun temel ilkelerinden biri olan sözleşme serbestisinden doğan özgürlükler, patent sahibinden alınarak üçüncü kişilere belirli şartlar altında mevcut bir patentli buluşa lisans verilmesini isteme hakkı tanınmıştır.

Zorunlu lisansın hangi koşullarda söz konusu olabileceği, kimler tarafından, hangi usule göre ve kimden istenebileceği gibi hususlar SMK'nın 129. maddesinde düzenlenmiştir. Bu madde uyarınca patent konusu buluşun kullanılmaması, patent konuları arasında bağımlılık olması ve 6471 sayılı Türkiye Varlık Fonu Yönetimi Anonim Şirketinin Kurulması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşmasını Değiştiren Protokol'de belirtilen şartların sağlanması hâlinde başka ülkelerdeki kamu sağlığı sorunları sebebiyle eczacılık ürünlerinin ihracatının söz konusu olması, 5042 Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun kapsamında ıslahçının, önceki bir patente tecavüz etmeden yeni bir bitki çeşidi geliştirememesi durumlarında zorunlu lisans mahkemelerden talep edilecektir. Benzer şekilde patent sahibinin, patent kullanılırken rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı faaliyetlerde bulunması halinde ise zorunlu lisans talebi, Rekabet Kurumları'na yapılacaktır.

Belirtilen maddenin (c) bendinde ise kamu yararının söz konusu olması durumunda da zorunlu lisans verileceği belirtilmiş olup 132. maddeye atıf yapılmıştır. SMK madde 132 uyarınca da kamu sağlığı veya milli güvenlik nedenleriyle patent konusu buluşun kullanılmaya başlanması, kullanımının artırılması, genel olarak yaygınlaştırılması, yararlı bir kullanım için ıslah edilmesinin büyük önem taşıması veya patent konusu buluşun kullanılmamasının ya da nitelik veya nicelik

time, the branded product or the product to be distributed and sold must also be promoted through advertisement. It would be appropriate to evaluate this issue in terms of marketing, competition and advertising law and develop a common provision.

5. Evaluation of the Cases Requiring a Compulsory Licence Agreement

Considering that the technical innovations and developments provided by the patent are expected to benefit the society as well as the patent holder, this balance of interests may be disrupted if the invention in question is not used or cannot be utilised as expected. In order to prevent this situation and to protect the public interest, the institution of compulsory license has been regulated, and thus, it is aimed to prevent the patent owner from abusing the monopoly rights held by the patent owner. Compulsory license is regulated between Articles 129 and 137 of the Industrial Property Law and may only be granted in cases specified in the law.

Although the granting of a license to a person may also occur through a mutually agreed contract between the parties, the legislator has foreseen compulsory licensing under certain conditions. Thus, the freedoms arising from the freedom of contract, which is one of the basic principles of the Law of Obligations, have been taken away from the patent owner and the right to request third parties to grant a license to an existing patented invention under certain conditions has been granted.

Article 129 of the IPL regulates the conditions under which a compulsory license may be granted, by whom, according to which procedure and from whom it may be requested. Pursuant to this article, if the invention subject to the patent is not used, there is a dependency between the subjects of the patent, and the export of pharmaceutical products is in question due to public health problems in other countries, provided that the conditions specified in the Law No. 6471 on the Establishment of the Turkish Wealth Fund Management Joint Stock Company and Amendment of Certain Laws and the Protocol Amending the Agreement on Trade-Related Intellectual Property Rights are met, under Law No. 5042 on the Protection of Breeders' Rights to New Plant Varieties, a compulsory license will be requested from the courts in cases where the breeder cannot develop a new plant variety without infringing a previous patent. Similarly, if the patentee engages in activities that prevent, distort or restrict competition whilst using the patent, the

bakımından yetersiz kullanılmasının ülkenin ekonomik veya teknolojik gelişimi bakımından ciddi zararlara sebep olacağı hâllerde zorunlu lisansa Cumhurbaşkanınca karar verileceğine hükmedilmiştir.

Sonuç olarak aşağıda detaylı şekilde açıklanacağı üzere, zorunlu lisanslamaya ilişkin şartlar Sınai Mülkiyet Kanunu'nca belirtilmiş olup, zorunlu lisanslamamanın gerçekleştirilebilmesi için bu şartlardan en az birinin var olması gerekmektedir.

i. Kullanmama Nedeniyle Zorunlu Lisans

Tescil ile patent hakkının kayıt altına alınmasının amacı, söz konusu patente konu buluşun ekonomik olarak değerlendirilmesi, ekonominin kalkındırılması, buluşun özendirilerek toplumun menfaatine teknolojik olanaklar sunulması ile üretime konu edilerek teknolojinin geliştirilmesi ve ilgili buluşu ortaya çıkaran kişinin ödüllendirilmesi olduğu dikkate alındığında lisansa konu patentin kullanılmaması halinde zorunlu lisans verilmesi kanunda öngörülmüştür.



SMK'nın 130. maddesi "Patentin verilmesi kararının Bülteinde yayımlanmasından itibaren üç yıllık veya patent başvurusu tarihinden itibaren dört yıllık sürelerden hangisi daha geç sona eriyorsa, o sürenin bitiminden itibaren ilgili herkes zorunlu lisans talebinin yapıldığı tarihte, patent konusu buluşun kullanılmaya başlanmamış olduğu veya kullanım için ciddi ve gerçek girişimlerde bulunulmadığı ya da kullanımın ulusal pazar ihtiyacını karşılayacak düzeyde olmadığı gerekçesiyle zorunlu lisans verilmesini talep edebilir." hükmü amirdir. Kanun hükmünün de belirttiği üzere kullanım için ciddi ve gerçek girişimlerde bulunulmadığı ya da kullanımın ulusal pazar ihtiyacını karşılayacak düzeyde olmadığı gerekçesiyle patente ilişkin zorunlu lisans verilmesi talep edebilecektir.

compulsory licence request will be made to the Competition Authority.

In sub-paragraph (c) of the aforementioned article, it is stated that a compulsory license shall also be granted in case of public interest, and a reference is made to Article 132. Pursuant to Article 132 of the IPL, it is ruled that the President of the Republic shall grant a compulsory license in cases where, for reasons of public health or national security, it is of great importance to start using the invention subject to the patent, to increase its use, to make it generally widespread, to improve it for beneficial use, or in cases where the non-use of the invention subject to the patent or its inadequate use in terms of quality or quantity would cause serious damage in terms of the economic or technological development of the country.

As a result, as will be explained in detail below, the conditions for compulsory licensing are specified by the Industrial Property Law, and at least one of these conditions must exist in order for compulsory licensing to take place.

i. Compulsory Licence Due to Non-Use

Considering that the purpose of registering the patent with the registry is to make economic use of the invention subject to the patent in question, to develop the economy, to provide technological opportunities for the benefit of society by encouraging invention, to subject it to production and to reward the person who created the relevant invention, it is foreseen in the law to grant a compulsory license in case the patent subject to the license is not used.

Article 130 of the IPL stipulates that: "As of the expiry of three years from the date of publication of the decision to grant the patent in the Bulletin, or four years from the date of the patent application, whichever expires later, any concerned person may request the granting of a compulsory licence on the grounds that the invention subject to the patent has not been put into use, or that serious and real attempts have not been made for use, or that the use is not at a level to meet the needs of the national market." As stated in the provisions of the law, a compulsory license may be requested on the grounds that serious and real attempts have not been made for use or that the use is not at a level to meet the needs of the national market. For European Patent Office ("European Patent Office" - "EPO") patents, a European Patent may be subject to a compulsory licence on the grounds that a European Patent. The aforementioned situation will also apply in cases where

Avrupa Patent Ofisi (“European Patent Office” – “EPO”) patentleri için, bir Avrupa Patentinin, Kanununun 130. Maddesinde bahsi geçen kullanım zorunluluğunda dikkate alınan maddede bahsi geçen “Patentin verilmesi kararının Bülteninde yayımlanmasından itibaren üç yıllık” süre Avrupa Patentinin EPO bülteninde yayınlanma, diğer bir deyişle B1 yayınının EPO bülteninde yayınlanma tarihinden itibaren hesaplanmakta ve TPE bu süre dolduğunda kullanma kullanmama beyanı sunulmadığı takdirde beyanın sunulmadığına dair yayın yapmaktadır.

Söz konusu durum, haklı bir neden olmaksızın, buluşun kullanımına aralıksız olarak üç yıldan fazla ara verildiği hâllerde de uygulanacaktır. Kanun maddesinde belirtilen “haklı neden” kavramının kapsamı ise açıklanmamış olmakla beraber bu konuda marka hukukundaki kullanmama nedeniyle markanın iptalinin istisnası olan “haklı neden” kavramı ile de bir benzerlik kurulabileceği kanaatindeyiz. Bu kapsamda, Türkiye ekonomisindeki küçülme, şirketlerin finans güçlükleri, şirketin iflası, piyasa koşullarının bozulması gibi haller haklı neden olarak görülmezken, buna karşılık, savaş hali, yasal düzenleme ile patent konusu buluşun sanayiye uygulanabilmesinin geçici olarak engellenmesi ya da imkânsız hale gelmesi gibi hallerin haklı neden olarak görülmesi mümkündür.

ii. Patent Konularının Bağımlılığı Nedeniyle Zorunlu Lisans

SMK 131. maddesi uyarınca patent konusu buluşun, önceki patentin sağladığı haklara tecavüz edilmeksizin kullanılmasının mümkün olmaması hâlinde, patent konuları arasında bağımlılık söz konusu olacağından, sonraki tarihli patentin sahibi önceki tarihli patent konusu buluşu, sahibinin izni olmaksızın kullanamayacaktır. Hal böyle olunca sonraki tarihli patent sahibinin önceki patent sahibinden lisans alınması gerekecektir. Bu sebeple kanun koyucu zorunlu lisans halleri arasında patent konularının bağımlı olması halini de gözetmiştir.

Yine aynı maddenin 2. fıkrası hükmünce patent konuları arasında bağımlılık olması hâlinde, sonraki tarihli patentin sahibi, patent konusu buluşunu kullanmak için, buluşunun önceki tarihli patent konusu buluşa göre büyük ölçüde ekonomik yarar sağlayan önemli bir teknik ilerleme göstermesi şartıyla zorunlu lisans verilmesini talep edebilecektir. Özetle patent konularının bağımlılığı halinde zorunlu lisans verilebilmesi için patente konu buluşun, bir önceki patentten doğan haklara tecavüz etmeden kullanılmasının mümkün olmaması ve sonraki tarihli buluşun, önceki tarihli patente konu buluşla kıyaslandığında

the use of the invention is interrupted for more than three years without a justified reason. Even though the extent of the concept of "just cause" specified in the article of the Law is not elucidated, we assume that a resemblance can be drawn to the notion of "just cause", which is an exemption to the revocation of the trademark due to non-use in trademark law. In this context, while situations such as downsizing in the Turkish economy, financial difficulties of companies, bankruptcy of the company, deterioration of market conditions are not considered as justifiable reasons, on the other hand, situations such as a state of war, temporary prevention or impossibility of the application of the invention subject to the patent to the industry by legal regulation may be considered as justifiable reasons.

ii. Compulsory Licence Due to Dependency of Patent Subject Matter

Pursuant to Article 131 of the IPL, if it is not possible to use the invention subject to the patent without infringing on the rights provided by the prior patent, the owner of the later dated patent will not be able to use the invention subject to the earlier dated patent without the permission of the owner, since there will be dependence between the patent subjects. Therefore, the owner of the later dated patent will need to obtain a license from the earlier patent owner. For this reason, the legislator has also considered the dependence of the patent subjects amongst the compulsory license situations.

Pursuant to paragraph 2 of the same article, in the case of dependency between the patent subjects, the owner of the later dated patent may request a compulsory licence to use their invention subject to the patent, provided that their invention shows significant technical progress that provides a significant economic benefit compared to the invention subject to the earlier dated patent.

In summary, to grant a compulsory licence in case of dependence on patent subjects, it is not possible to utilise the invention subject to the patent without infringing the rights arising from the previous patent. The later invention must display significant technical progress that provides a significant economic benefit compared to the invention subject to the earlier patent.

iii. Compulsory Licence for Public Interest

Compulsory license due to public interest is regulated under Article 132 of the IPL. Pursuant to this Article, the President of the Republic may decide to grant a compulsory license on the grounds of public interest in cases where, for

ciddi ölçüde ekonomik yarar sağlayan önemli bir teknik ilerleme göstermesi gerekmektedir.

iii. Kamu Yararı Nedeniyle Zorunlu Lisans

Kamu yararı nedeniyle zorunlu lisans SMK'nın 132. Maddesinde düzenlenmiştir. Bu maddeye göre kamu sağlığı veya millî güvenlik nedenleriyle patent konusu buluşun kullanılmaya başlanması, kullanımının artırılması, genel olarak yaygınlaştırılması, yararlı bir kullanım için ıslah edilmesinin büyük önem taşıması veya patent konusu buluşun kullanılmamasının ya da nitelik veya nicelik bakımından yetersiz kullanılmasının ülkenin ekonomik veya teknolojik gelişimi bakımından ciddi zararlara sebep olacağı hallerde, Cumhurbaşkanınca, kamu yararı bulunduğu gerekçesiyle zorunlu lisans verilmesine karar verilebilir.

Buluşun kamu yararını karşılayacak yeterlikte kullanımı patent sahibi tarafından gerçekleştirilebilecek ise buluşun şartlı olarak zorunlu lisans konusu yapılmasında kamu yararı bulunduğuna karar verilecektir .

iv. Rekabet Hukukuna Aykırılık Nedeniyle Zorunlu Lisans

SMK Madde 129 kapsamında patenti kullanırken rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı faaliyetlerde bulunması halinde zorunlu lisans verilebileceği öngörülmüştür. Öyle ki, işbu kanunla beraber zorunlu lisansa ilişkin talepler, mahkemeden talep edilebilmekte iken madde kapsamında rekabet hukukuna aykırılık teşkil eden faaliyetlerde bulunulması halinde zorunlu lisans talepleri Rekabet Kurulu'ndan talep edilmektedir.

v. Zorunlu Lisansın İptali ve Tadili

Zorunlu lisansın, SMK 136 maddesinde belirtilen şartları taşıması halinde iptali ya da zorunlu lisansla değişiklik yapılması talep edilebilmektedir. Öyle ki, zorunlu lisansa göre daha uygun şartlarda sözleşmeye dayalı lisans vermiş olması, sonradan ortaya çıkan ve değişikliği haklı kılan olayların bulunması halinde lisans bedelinde veya şartlarında değişiklik yapılması talep edilebilir.

Lisans alanın, zorunlu lisansla doğan yükümlülüklerini ciddi şekilde ihlal etmesi veya sürekli olarak yerine getirmemesi halinde ise mahkeme, patent sahibinin talebi üzerine, patent sahibinin tazminat hakları saklı kalmak kaydıyla lisansı iptal edilebilir. Keza, zorunlu lisansın verilmesine neden olan şartların sona ermesi ve tekrarlanma olasılığının ortadan kalkması hâlinde, talep üzerine mahkeme zorunlu lisansı iptal edilebilir.

reasons of public health or national security, it is of great importance to start using the invention subject to the patent, to increase its use, to make it generally widespread, to improve it for a beneficial use, or where the non-use of the invention subject to the patent or its inadequate use in terms of quality or quantity would cause serious damage to the economic or technological development of the country. If the use of the invention to meet the public interest can be achieved by the patentee, it will be determined that there is a public interest in making the invention subject to a conditional compulsory license.

iv. Compulsory Licence for Violation of Competition Law

Article 129 of the IPL stipulates that a compulsory license may be granted if the patentee engages in activities that prevent, distort, or restrict competition while using the patent. In fact, with this law, requests for a compulsory license can be made to the court, while compulsory license requests are made to the Competition Board in the event of activities contrary to competition law within the scope of the article.

v. Cancellation and Amendment of Compulsory License

If the compulsory license meets the conditions specified in Article 136 of the IPL, cancellation or amendment of the compulsory license may be requested. In fact, the licensee may request a change in the license fee or terms if it has granted a contractual license on more favourable terms than the compulsory license, and if there are subsequent events that justify the change.

In the event that the licensee seriously breaches or continuously fails to fulfil their obligations arising from the compulsory licence, the court may revoke the licence upon the request of the patent owner, without prejudice to the patent owner's right to compensation. Likewise, if the conditions that led to the grant of the compulsory licence expire and the possibility of recurrence disappears, the court may revoke the compulsory licence upon request.

6. CONCLUSION and OPINIONS

Patent licence agreements, which regulate the use of patented inventions by third parties other than the right holder, are formed by taking into account the wills, rights and interests of the parties, and are subject to a comprehensive evaluation in order to meet the conditions specified in the laws. In this respect, it should be guided to

6.SONUÇ ve GÖRÜŞLER

Patente konu buluşların hak sahibi dışında üçüncü kişiler tarafından kullanımını düzenleyen patent lisans sözleşmeleri tarafların iradeleri ile hak ve menfaatlerinin dikkate alınması suretiyle oluşturulmakta olup, kanunlarda belirtilen şartları sağlayacak şekilde kapsamlı bir değerlendirmeden geçirilmektedir. Bu doğrultuda Sınai Mülkiyet Kanunu, Türk Borçlar Kanunu, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun gibi temel kanunların hükümlerinin yanı sıra diğer her türlü ilgili mevzuatın da güncel şekilde takip edilmesi, çizilmiş sınırlamalara riayet edilmesi ve müvekkillerin ticari faaliyetleri ile hukuki statüsüne yönelik en iyi çözüm yolunun benimsenerek sözleşme hazırlanması hususunda kılavuzluk edilmelidir. Patent lisanslamasında kamu hukuku temelli özellik arz eden hususların olduğu da dikkate alındığında, sözleşmelerin olabildiğince kapsamlı ve ilgili mevzuatların kurallarına riayet edecek şekilde hazırlanması, sözleşmenin uygulanması ve/veya sona ermesi durumlarında tarafların karşılaşabilecekleri hukuki karmaşaların önüne geçebilecektir.

follow the provisions of basic laws such as the Industrial Property Law, the Turkish Code of Obligations, the Law on the Protection of Competition, as well as all other relevant legislation, to comply with the limitations drawn, and to prepare the contract by adopting the best solution for the commercial activities and legal status of the clients. Considering that there are public law-based issues in patent licensing, drafting the agreements as comprehensively as possible and in compliance with the rules of the relevant legislation will prevent legal complications that the parties may encounter in cases of implementation and/or termination of the agreement.



ÖNEMLİ REKABET KURULU KARARLARI

**IMPORTANT CEMPETITION BOARD
DECISIONS**

1.Elektromarketlerin yeniden satıcıların yeniden satış fiyatını belirlerken ihlali olduğu anlaşıldı.

İlgili Taraf:Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ.

Dosya Konusu ve Kapsamı: Rekabet Kurulu'nun 18.05.2022 tarih ve 22-23/370-M ve 22- 23/371-M sayılı kararları ile Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ'nin yeniden satıcılara internet satış yasağı getirmek, yeniden satış fiyatı tespitinde bulunmak ve/veya Vatan Bilgisayar San. ve Tic. AŞ, Teknosa İç ve Dış Tic. AŞ ve Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi arasındaki dolaylı bilgi değişimine aracılık etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak yürütülen soruşturma kapsamında Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ tarafından sunulan uzlaşma metni neticesinde soruşturmanın Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ bakımından sonlandırılmasını kapsamaktadır.

İddiaların Özeti: Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ'nin (SUNNY) yetkili satıcılarına internet satış yasağı getirmek ve/veya yeniden satış fiyatı tespitinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettiği ve bunu da SUNNY Genel Müdür Yardımcısı tarafından Geleneksel Kanal Satış Direktörü'ne gönderilen e-postadaki ekran görüntüsünün ihlali kanıtlar nitelikte olması hususları ifade edilerek 4054 sayılı Kanun kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir. VATAN, MEDIAMARKT ve TEKNOSA isimli elektromarketlerde satılan elektronik aletlerin fiyatlarının senkronize şekilde aynı seviyelerde seyrettiği, Samsung A52 model cep telefonunun 14.02.2022 tarihindeki fiyatı 5.399 TL iken 15.02.2022 tarihinde ürün fiyatının tüm zincir elektronik marketlerde 5.999 TL'ye yükseldiği, 4199 TL'den satılan Samsung A32 model cep telefonunun 15/16.02.2022 tarihlerinde üç elektromarkette de stoklarını aynı anda tükendiği, 1 /2.03.2022 tarihlerinde ise hepsinde 4.799 TL'den yeniden satışa sunulduğu hususları ifade edilerek 4054 sayılı Kanun kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir

1.Electromarkets were found to be in breach when setting the resale price of resellers.

Related Party:

Sunny Electronics Industry and Trade Inc.

Subject and Scope of the File:

With the decisions of the Competition Board dated 18.05.2022 and numbered 22-23/370-M and 22-23/371-M of the Competition Board, Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ was banned from internet sales to resellers, resale price determination and / or resale price determination of Vatan Bilgisayar San. ve Tic. AŞ, Teknosa İç ve Dış Tic. AŞ and Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi by mediating indirect information exchange between Vatan Bilgisayar San ve Tic. AŞ, Teknosa İç ve Dış Tic. AŞ and Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi within the scope of the investigation conducted to determine whether Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ violated Article 4 of the Law No. 4054 on the Protection of Competition.

Summary of Allegations:

It was stated that Sunny Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ (SUNNY) violated Article 4 of the Law No. 4054 on the Protection of Competition (Law No. 4054) by imposing an internet sales ban on its authorised dealers and/or determining the resale price, and that the screenshot in the e-mail sent by the Deputy General Manager of SUNNY to the Traditional Channel Sales Director proves the violation, and it was requested that the necessary action be taken within the scope of Law No. 4054.

It has been determined that the prices of electronic devices sold in electromarkets named VATAN, MEDIAMARKT and TEKNOSA are synchronously at the same levels, and while the price of the Samsung A52 model mobile phone was 5,399 TL on 14.02.2022, the product price increased to 5,999 TL in all chain electronic markets on 15.02.2022. It was stated that the Samsung A32 model mobile phone, which was sold for 4199 TL,

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi:

SUNNY tarafından bayilerin, elektromarketlerin ve diğer yeniden satıcıların yeniden satış fiyatlarına müdahalede bulunulduğu, bu kapsamda SUNNY tarafından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği,

SUNNY'nin internet satışlarına yönelik uyguladığı kısıtlamanın belirlenen fiyatın altında satış yapılmasını engellemek ve dolayısıyla yeniden satış fiyatının tespitini kolaylaştırmak amacıyla gerçekleştirildiği, bu kapsamda SUNNY tarafından uygulanan internet satışlarına yönelik kısıtlama eyleminin yeniden satış fiyatını tespit etmeye ilişkin davranışın tamamlayıcı bir unsuru olarak değerlendirilmesi gerektiği,

Soruşturma bildiriminde dolaylı bilgi değişimi şüphesi doğurduğu belirtilen belgelerin, ilgili şüphelerin soruşturma döneminde yapılan ilave yerinde incelemelerde yeni bulgularla desteklenmemesi ve soruşturma sürecinde yapılan detaylı incelemede elde edilen belgelerin yeniden satış fiyatının tespiti bulguları ile aynı özellikleri haiz olduğu ve dosya kapsamında topla-dağıt karteli bakımından ispat standardını sağlamadığı sonucuna ulaşılması nedeniyle yeniden satış fiyatının tespiti ihlali kapsamında ele alınması gerektiği, - Bu bakımdan SUNNY tarafından gerçekleştirilen eylemlerin yeniden satış fiyatının tespiti şeklinde tek bir dikey ihlal kapsamında değerlendirilmesi ve anılan davranışlar için tek bir yaptırım uygulanması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak;

bu kapsamda SUNNY'nin yeniden satıcıların yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesini ihlal ettiğine, verilecek idari para cezasının uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse verilecek idari para cezasında Kurul tarafından hesaplanan 2021 yılı gayrisafi gelirlerinin üzerinden indirim uygulanarak; 3.938.509,41 TL olmasına karar verilmiştir.

ran out of stock at the same time in three electromarkets on 15/16.02.2022, and was put on sale again for 4.799 TL in all of them on 1/2.03.2022, and it was requested to take necessary action within the scope of Law No. 4054.
Board Review and Evaluation:

SUNNY intervened in the resale prices of dealers, electromarkets and other resellers, and in this context, Article 4 of Law No. 4054 was violated by SUNNY,

The restriction imposed by SUNNY on internet sales was carried out in order to prevent sales below the determined price and therefore facilitate the determination of the resale price, and in this context, the restriction action applied by SUNNY on internet sales should be considered as a complementary element of the behavior to determine the resale price,

The documents stated in the investigation notification to raise suspicion of indirect information exchange, the relevant suspicions were not supported by new findings in the additional on-site examinations carried out during the investigation period, and the detailed examination carried out during the investigation revealed that the documents at hand had the same characteristics as the findings of the resale price determination and that the standard of proof was met in terms of the collect-distribution cartel within the scope of the file. It should be considered within the scope of resale price determination violation since it was concluded that it did not provide,

In this regard, it has been concluded that the actions taken by SUNNY should be evaluated within the scope of a single vertical violation in the form of resale price determination and a single sanction should be applied for the said behaviors.

In conclusion;

In this context, SUNNY violated Article 4 of Law No. 4054 by determining the resale price of the resellers, and as a result of the reconciliation procedure of the

2.Resen açılmış bulunan hızlı tüketim malları sektöründe tedarikçi olarak faaliyet gösteren Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. Ve Tic. AŞ'nin 4054 s. Kanun'un 4. Maddesini ihlal edip etmediğine yönelik soruşturma uzlaşma ile sonuçlandı.

İlgili Taraf:

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ.

Dosya Konusu ve Kapsamı:

Hızlı tüketim malları sektöründe tedarikçi olarak faaliyet gösteren Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik yürütülen soruşturma kapsamında Rekabet Kurulunun 23.02.2023 tarihli ve 23-10/148-MUA sayılı kararı çerçevesinde Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ tarafından gönderilen uzlaşma metni neticesinde soruşturmanın sonlandırılması hakkındadır.

İddiaların Özeti:

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin (ECZACIBAŞI) perakendecilerin fiyat artışlarında koordinasyonu sağlamak üzere topla-dağıt tipi kartele taraf olmak ve bazı perakendecilerin yeniden satış fiyatlarını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi: Dosya kapsamında edinilen belgeler ve yukarıda yer alan açıklamalar ışığında,

Delil 2'de (WhatsApp görüşmeleri) yer alan ifadelerden ECZACIBAŞI tarafından A101, CARREFOURSA ve MİGROS arasında ileriye dönük rekabete hassas bilgilerin dolaylı yoldan paylaşılmasına aracılık edilerek fiyat artışlarında koordinasyonun sağlanması yoluyla topla-dağıt tipi bir kartele taraf olmak suretiyle ve,

Delil 1, 3, 4, 5'te (WhatsApp görüşmeleri) yer alan ifadelerden ise yine ECZACIBAŞI tarafından alt pazarda

administrative fine to be imposed, a discount is applied on the 2021 gross revenues calculated by the Board in the administrative fine to be given to the enterprise; It was decided to be 3.938.509,41 TL.

2.Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San., which operates as a supplier in the fast-moving consumer goods sector, has been established ex officio. And Trade. AŞ's 4054 p. The investigation into whether there was a violation of Article 4 of the Law resulted in a compromise.

Related Party :

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. and Tic. Inc.

Subject and Scope of the File:

Within the scope of the investigation carried out to determine whether Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ, which operates as a supplier in the fast moving consumer goods sector, within the scope of the investigation carried out to determine whether Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ has violated Article 4 of the Law No. 4054 on the Protection of Competition, within the framework of the Competition Board's decision dated 23.02.2023 and numbered 23-10/148-MUA, Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. AŞ, the investigation was terminated as a result of the settlement text sent by Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San ve Tic.

Summary of Allegations:

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ (ECZACIBAŞI) violated the Law on the Protection of Competition No. 4054 (Law No. 4054) by becoming a party to the collect-distribute type cartel and determining the resale prices of some retailers in order to ensure coordination in the price increases of retailers. Allegation of violation of Article 4.

faaliyet gösteren alıcıların yeniden satış fiyatlarını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak;

ECZACIBAŞI'nın uzlaşma sürecinin devam etmesi yönündeki beyanları doğrultusunda gerçekleştirilen uzlaşma görüşmesi neticesinde alınan 23.02.2023 tarihli ve 23-10/148- MUA sayılı uzlaşma ara kararında, soruşturma sürecinin uzlaşma ile neticelenmesi halinde;

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin perakendecilerin fiyat artışlarında koordinasyonu sağlamak üzere topla-dağıt tipi karteletaraf olmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine, verilecek idari para cezasının ilgili kanun hükmü uyarınca %25 indirilmesine ve akabinde 17.525.798,63 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

Ek olarak, Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin bazı perakendecilerin yeniden satış fiyatlarını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine; akabinde ilgili kanun hükmü uyarınca indirim uygulanarak 8.762.899,32 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına ve yürütülen soruşturmanın sonlandırılmasına oybirliği ile karar verilmiştir.

3.Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ tarafından sunulan yanıtların yanlış/yanıltıcı bilgi kapsamında değerlendirilmiş ve akabinde idari para cezası verilmesi kararlaştırılmıştır.

İlgili Taraf: Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ.

Dosya Konusu ve Kapsamı:

Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ tarafından sunulan yanıtların 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesinin (c) bendi kapsamında yanlış/yanıltıcı bilgi kapsamında değerlendirilmesi.

Board Review and Evaluation:

In light of the documents obtained within the scope of the file and the explanations above,

From the statements in Evidence 2 (WhatsApp conversations), ECZACIBAŞI became a party to a collect-distribute type cartel by mediating indirect sharing of forward-looking competition-sensitive information between A101, CARREFOURSA and MİGROS and ensuring coordination in price increases, and,

From the statements in evidence 1, 3, 4, 5 (WhatsApp conversations), it is evaluated that Article 4 of Law No. 4054 was violated by ECZACIBAŞI by determining the resale prices of buyers operating in the sub-market.

In conclusion; In the interim reconciliation decision dated 23.02.2023 and numbered 23-10/148- MUA, taken as a result of the reconciliation meeting held in line with ECZACIBAŞI's statements that the reconciliation process should continue, if the investigation process ends in reconciliation;

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ violated Article 4 of the Law No. 4054 on the Protection of Competition by becoming a party to the collect-distribute type cartel in order to ensure coordination in the price increases of retailers, and the administrative fine to be imposed should be reduced by 25% in accordance with the relevant law provision and subsequently It was decided to impose an administrative fine of 17.525.798,63 TL.

In addition, Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ violated Article 4 of Law No. 4054 by determining the resale prices of some retailers; Subsequently, it was unanimously decided to impose an administrative fine of 8.762.899,32 TL, with a reduction in accordance with the relevant legal provision, and to terminate the investigation.

Dosya Evreleri:

Rekabet Kurulunun (Kurul) 20.10.2022 tarih ve 22-48/696-M(2) sayılı kararı ile Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ (FARMASI) hakkında soruşturma yapılmasına karar verilmiştir. (3) Soruşturma sürecinde FARMASI tarafından Rekabet Kurumuna (Kurum) gönderilen bazı belgelerin yanlış/yanıltıcı nitelikte olduğuna ilişkin 25.01.2023 tarihli ve 2022-3-071/BN-04 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi:

Yerinde incelemede elde edilen belgelerde yer alan e-posta içeriklerinde Girişimci Çalışma Kitapçığı'nda atıfta bulunulan 12. maddenin FARMASI tarafından gönderilen cevabi yazıda güncel olduğu beyan edilen sözleşmede yer almadığı, Soruşturma sürecinde; e-posta içeriğinde yer alan ve teşebbüs tarafından 2018'de eklendiği iddia edilen hükmün aslında 2017 yılında da yer aldığı yukarıda yer verilen PDF dosyasından ve internet arşivlerinden anlaşıldığı, Soruşturma sürecinde; FARMASI'nin 2021 yılında TAN ALİZE'ye gerçekleştirdiği ihracat amaçlı geri satışların tutarlarının her bir belgede farklı beyan edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak;

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ. Tarafından iki ayrı eylemle yanlış/yanıltıcı bilgi verildiğine; bu nedenle 4054 s. Kanun'un 16. Maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi çerçevesinde, FARMASI'ye her bir eylem bakımından ayrı ayrı olmak üzere 2021 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayrisafi gelirlerinin binde biri oranında olmak üzere idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

3.The answers provided by Farmasi Enternasyonal Ticaret A.Ş. were evaluated as false/misleading information and it was subsequently decided to impose an administrative fine.

Related Party:

Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ.

Subject and Scope of the File: The responses provided by Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ are evaluated within the scope of false/misleading information within the scope of paragraph (c) of Article 16 of the Law on the Protection of Competition No. 4054.

Summary of Allegations: With the decision of the Competition Board (Board) dated 20.10.2022 and numbered 22-48/696-M(2), it was decided to conduct an investigation against Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ (FARMASI). (3) During the investigation process, the Information Note dated 25.01.2023 and numbered 2022-3-071/BN-04, stating that some documents sent by FARMASI to the Competition Authority (Authority) were incorrect/misleading, was discussed and decided.

Board Review and Evaluation: In the e-mail contents of the documents obtained during the on-site examination, Article 12 referred to in the Entrepreneur Workbook was not included in the contract declared to be up-to-date in the response letter sent by FARMASI. During the investigation process; It is understood from the PDF file and internet archives above that the provision in the e-mail content, which was claimed to have been added by the enterprise in 2018, was actually included in 2017. During the investigation process; It has been concluded that the amounts of back sales for export purposes made by FARMASI to TAN ALİZE in 2021 are declared differently in each document.

As a result; According to the report prepared and the scope of the file examined, it has been decided that Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ. has provided false / misleading information with two separate actions; therefore, within the framework of subparagraph (c) of

4.Facebook'a karşı veri işleme politikasına dair soruşturma açıldı.

İlgili Taraflar

- Meta Platforms Inc. (Eski unvanı: Facebook Inc.)
- Meta Platforms Ireland Limited (Eski unvanı: Facebook Ireland Limited)
- WhatsApp LLC
- Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd.Şti.

Dosya Konusu ve Kapsamı:

Meta Platforms, Inc. (Eski unvanı Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (Eski unvanı Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC ile Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti.nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal ettikleri iddiası.

2021 yılının Ocak ayında, Türkiye'deki WhatsApp kullanıcıları, uygulamaya giriş yaptıklarında WhatsApp koşulları ve gizlilik ilkesinin güncelleneceğine (GÜNCELLEME) ilişkin bir bilgilendirme metni ile karşılaşmıştır. Söz konusu bilgilendirme metni uyarınca, 08.02.2021 tarihinden sonra WhatsApp'ı kullanmaya devam etmek için veri işleme politikalarına onay verilmesini gerektiren güncelleme kabul edilmesi gerekmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcıların WhatsApp'ı kullanmaya devam edebilmeleri için, WhatsApp verilerinin Facebook Inc. ve iştirakleri ile paylaşılmasına onay vermeleri gerekmektedir.

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi:

Bilgilendirme metninin, kullanıcılar WhatsApp uygulamasını kullanmak istediklerinde sohbetlerine erişmeden önce ana ekranlarında görüldüğü, metnin kendi içinde zaman anlamında bir geri sayım ve hizmetten yoksun bıraktırma tehdidi taşıdığı görülmektedir. Bu durum, Facebook Inc.in söz konusu

the first paragraph of Article 16 of Law No. 4054, it has been decided to impose an administrative fine on FARMASİ, separately for each action, at the rate of one thousandth of its annual gross revenues determined by the Board at the end of the fiscal year 2021.

4.An investigation was launched against Facebook regarding its data processing policy.

Related Parties:

- Meta Platforms Inc. (Eski unvanı: Facebook Inc.)
- Meta Platforms Ireland Limited (Eski unvanı: Facebook Ireland Limited)
- WhatsApp LLC
- Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd.Şti.

Subject and Scope of the File: Allegation that Meta Platforms, Inc. (Formerly Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (Formerly Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC and Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. violated Article 6 of the Law No. 4054 on the Protection of Competition.

In January 2021, WhatsApp users in Turkey encountered an information text stating that WhatsApp terms and privacy policy would be updated (UPDATE) when they logged in to the application. In accordance with the information text in question, in order to continue using WhatsApp after 08.02.2021, the update that requires approval of the data processing policies must be accepted. In other words, in order for users to continue using WhatsApp, WhatsApp data must be transferred to Facebook Inc. and their subsidiaries.

Board Review and Evaluation:

It is seen that the information text appears on the home screens of users before they access their chats when they want to use the WhatsApp application, and that the text itself carries a countdown in terms of time and the threat of deprivation of service. This situation is due to the fact that Facebook Inc., with this UPDATE, provides

GÜNCELLEME ile, WhatsApp kullanıcılarına kişisel verilerini Facebook Inc. ve iştiraklerinin kullanımına açmayı dikte ettiği şeklinde yorumlanmıştır. Zira bilgilendirme metninden açıkça görülebildiği üzere, FACEBOOK tarafından kullanıcılara sunulan seçenek “kabul et ya da terk et” şeklinde formüle edilmiş olup esasında WhatsApp kullanıcılarına özgür bir seçim imkânı sunmamaktadır

Bu süreçte, GÜNCELLEME’ye onay veren veya vermeyen kullanıcıların verileri bakımından; paylaşılan verinin kapsamı, niteliği ve kullanım alanlarında GÜNCELLEME öncesi duruma göre bir farklılık bulunmadığı, söz konusu verilerin aynı şekilde toplanmaya ve paylaşılmaya devam ettiği anlaşılmıştır.

Ertelenen yeni yürürlük tarihine yaklaşırken soruşturma tarafları, Kurum kayıtlarına 12.05.2021 tarih ve 17834 sayılı ile intikal eden yazılarında; GÜNCELLEME’nin 15.05.2021 tarihinde Türkiye’de yürürlüğe girmeyeceğini, bununla birlikte GÜNCELLEME’ye ilişkin henüz Türkiye bakımından kararlaştırılmış bir yürürlük tarihinin bulunmadığını, önceki dönemde GÜNCELLEME’ye onay vermiş kullanıcılar dâhil olmak üzere tüm kullanıcıların WhatsApp’ı tam işlevsellikle kullanmaya devam edebileceklerini, bir başka ifadeyle GÜNCELLEME öncesi dönemde mevcut olan “WhatsApp Hizmet Koşulları ve Gizlilik İlkesi”nin yürürlükte kalmaya devam edeceğini, bu kapsamda Türkiye’deki kullanıcıların, GÜNCELLEME’ye onay vermelerini talep eden bildirimler almayacaklarını belirtmiştir.

FACEBOOK’un sunduğu hizmetlerden edindiği verileri birleştirmeye yönelik davranışlarının, 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde yer alan “ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” kapsamına girdiği ve dolayısıyla 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

WhatsApp users with their personal data from Facebook Inc. and its subsidiaries. As can be clearly seen from the information text, the option offered to users by FACEBOOK is formulated as "accept or leave" and does not actually offer WhatsApp users a free choice.

In this process, in terms of the data of users who approve or do not approve the UPDATE; It has been understood that there is no difference in the scope, nature and usage areas of the shared data compared to the situation before the UPDATE, and that the data in question continues to be collected and shared in the same way.

As the new postponed effective date approaches, the investigation parties, in their letters transferred to the Institution's records dated 12.05.2021 and numbered 17834; The UPDATE will not come into force in Turkey on 15.05.2021, however, there is no agreed effective date for the UPDATE in Turkey yet, and all users, including users who have approved the UPDATE in the previous period, can continue to use WhatsApp with full functionality, In other words, it stated that the “WhatsApp Terms of Service and Privacy Policy” that existed before the UPDATE would remain in force, and in this context, users in Turkey will not receive notifications requesting their approval of the UPDATE.

FACEBOOK's actions towards combining the data obtained from the services it offers are defined as "actions aimed at directly or indirectly preventing another enterprise from entering the field of commercial activity or making it difficult for competitors' activities in the market" in subparagraph (a) of the second paragraph of Article 6 of Law No. 4054. It was concluded that it fell within the scope of the law and therefore violated Article 6 of Law No. 4054.

It was also concluded that FACEBOOK should take the necessary measures to end the mentioned violation and ensure the establishment of effective competition in the market.

Ayrıca FACEBOOK'un belirtilen ihlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için gerekli tedbirleri alması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak;

yürütülen soruşturma kapsamında düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre;

a)Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti.'nin inceleme konusu faaliyetlerin sunumunda herhangi bir rolünün bulunmadığı dolayısıyla sorumluluğunun olmadığına,

b)Meta Platforms Inc. (eski unvanı Facebook INC.), Meta Platforms Ireland Limited (eski unvanı Facebook Ireland Limited) ve WhatsApp LLC'den oluşan FACEBOOK bütünlüğünün; kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri, tüketici iletişim hizmetleri ve çevrimiçi görüntülü reklamcılık pazarlarında hakim durumda olduğuna OYBİRLİĞİ ile,

c)FACEBOOK'un temel hizmetler olarak adlandırılan Facebook, Instagram ve WhatsApp hizmetlerinden topladığı verileri birleştirmek suretiyle kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ile çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında faaliyet gösteren rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırmak ve pazara giriş engeli yaratmak suretiyle rekabetin bozulmasına yol açtığına ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine OYBİRLİĞİ ile,

d)Bu nedenle FACEBOOK'a 4054 sayılı Kanun'un 16. Maddesinin üçüncü fıkrası gereğince "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. Maddesi uyarınca; Meta Platforms Inc. (eski unvanı Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (eski unvanı Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC'ye müteselsilen 346.717.193,40 TL idari para cezası

In conclusion;

According to the Report and Additional Opinion prepared within the scope of the investigation, the evidence collected, written defenses, statements made at the oral defense meeting and the scope of the file examined;

a)Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. does not have any role in the presentation of the activities subject to review and therefore has no responsibility,

b)Meta Platforms Inc. FACEBOOK integrity, consisting of (formerly Facebook INC.), Meta Platforms Ireland Limited (formerly Facebook Ireland Limited) and WhatsApp LLC; UNANIMOUSLY that it dominates the markets for personal social networking services, consumer communications services and online display advertising,

c)FACEBOOK has caused distortion of competition and violated Article 6 of Law No. 4054 by combining the data collected from Facebook, Instagram and WhatsApp services, which are called basic services, by making the activities of its competitors operating in the personal social networking services and online display advertising markets more difficult and creating an entry barrier to the market,

d)Therefore, it has been unanimously decided to impose an administrative fine of 346.717.193,40 TL on Meta Platforms Inc. (formerly Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (formerly Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC jointly and severally pursuant to Article 5 of the "Regulation on Fines to be imposed in Case of Agreements, Concerted Actions and Decisions Restricting Competition and Abuse of Dominant Position" in accordance with the third paragraph of Article 16 of the Law No. 4054.

e)FACEBOOK;

- To submit the necessary measures to the Authority within 1 (one) month at the latest from the notification of the reasoned decision in order to terminate the

verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

e)FACEBOOK'un;

- (c) bendinde belirtilen ihlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için gerekli tedbirleri, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren en geç 1 (bir) ay içerisinde Kuruma sunması,

- Gerekli tedbirleri gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 6 (altı) ay içerisinde yerine getirmesi,

- İlk uyum tedbirinin uygulanmaya başlamasından itibaren 5 (beş) yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunması yükümlülüklerini yerine getirmesine OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

5.Yerinde İncelemenin Engellenmesi / Zorlaştırılması Hakkında Rekabet Kurulu Kararları

1.Dosya Sayısı : 2023-4-004 Karar Sayısı : 23-18/325-110 Karar Tarihi : 13.04.2023 Yayımlanma Tarihi: 6.10.2023

İlgili Taraf:

İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti.

Dosya Konusu ve Kapsamı:

Rekabet Kurulunun 16.03.2023 tarih ve 23-14/236-M sayılı kararıyla yürütülen önaraştırma kapsamında 28.03.2023 tarihinde İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti.'nin İstanbul Şubesi'nde yapılan yerinde incelemenin engellenmesi/zorlaştırılması.

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi:

Rekabet Kurulunun 16.03.2023 tarih ve 23-14/236-M sayılı kararıyla yürütülmekte olan önaraştırma kapsamında, 28.03.2023 tarihinde yerinde inceleme yapılan İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik

5.Competition Board Decisions Regarding Obstruction Of On-Site Inspection

1.File Number : 2023-4-004 Decision Number : 23-18/325-110 Decision Date : 13.04.2023 Publication Date: 6.10.2023

Related Party:

İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti.

Subject and Scope of the File:

Within the scope of the preliminary investigation carried out with the decision of the Competition Board dated 16.03.2023 and numbered 23-14/236-M, on 28.03.2023, the on-site inspection carried out at the Istanbul Branch of İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti. at the Istanbul Branch of İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San.

Board Review and Evaluation:

Within the scope of the preliminary investigation carried out with the decision of the Competition Board dated 16.03.2023 and numbered 23-14/236-M, it was stated that the employee of İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti. prevented the on-site examination by deleting WhatsApp correspondence.

In conclusion;

According to the report prepared and the scope of the file examined, within the scope of the preliminary investigation carried out by the Competition Board's decision dated 16.03.2023 and numbered 23-14/236-M; - İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti. on 28.03.2023 was prevented and made difficult,

- Therefore, pursuant to subparagraph (d) of the first

Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti'nin çalışanının Whatsapp yazışmalarını silmek suretiyle yerinde incelemeyi engellediği ifade edilmiştir.

Sonuç olarak;

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, Rekabet Kurulunun 16.03.2023 tarih ve 23-14/236-M sayılı kararıyla yürütülen önaraştırma kapsamında; - İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti. tarafından 28.03.2023 tarihinde yapılan yerinde incelemenin engellendiğine ve zorlaştırıldığına,

- Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi uyarınca 2021 yılı gayri safi gelirlerinin binde beşi oranında olmak üzere; İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti.ye (.....) TL idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

2.Dosya Sayısı : 2022-4-016 Karar Sayısı : 23-06/75-24 Karar Tarihi : 26.01.2023 Yayımlanma Tarihi: 24.7.2023

İlgili Taraf:

Oyak Çimento Fabrikaları AŞ.

Dosya Konusu ve Kapsamı:

Rekabet Kurulunun 28.04.2022 tarihli ve 22-20/328-M sayılı kararıyla yürütülen önaraştırma kapsamında, 20.12.2022 tarihinde Oyak Çimento Fabrikaları AŞ Barkal Hazır Beton Tesisi'nde yapılan yerinde incelemenin veri silme yoluyla engellenip engellenmediğinin tespitiye yöneliktir.

Kurul İnceleme ve Değerlendirmesi:

Gerçekleştirilen yerinde inceleme sonrasında, tutanakla kayda alınan silme işlemine ilişkin olarak OYAK vekili tarafından gönderilen ve 18.01.2023 tarihli yazıda özetle; -Silindiği ileri sürülen yazışmalara ulaşabilmek adına bilişim alanında faaliyet gösteren Difose Bilişim

paragraph of Article 16 of Law No. 4054, it is decided to impose an administrative fine of five per thousand of the gross revenues of 2021; İpek Gıda Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Eşya Tic. ve San. Ltd. Şti. (.....) with an administrative fine of TRY.

2.Number of Files: 2022-4-016 Number of Decisions: 23-06/75-24 Date of Decision: 26.01.2023 Publication Date: 24.7.2023

Related Party:

Oyak Çimento Fabrikaları AŞ.

Subject and Scope of the File:

Within the scope of the preliminary investigation carried out with the decision of the Competition Board dated 28.04.2022 and numbered 22-20/328-M, it is aimed to determine whether the on-site inspection carried out at Oyak Çimento Fabrikaları AŞ Barkal Ready-Mixed Concrete Facility on 20.12.2022 was prevented through data deletion.

Board Review and Evaluation:

In the letter dated 18.01.2023 and sent by OYAK's representative regarding the deletion process, which was recorded with a report after the on-site inspection, it is summarised as follows;

- In order to access the allegedly deleted correspondence, Difose Bilişim Bilgisayar Eğitim Danışmanlık İth. Ihr. Tic. Ltd. Şti. (DİFOSE), an enterprise operating in the field of IT,

- Within the scope of the studies carried out by DİFOSE, the mobile devices of the persons who carried out the deletion process and were parties to the correspondence were examined,

- The automatic backup feature of the phone used by one of the persons was utilised, and within this framework, the "WhatsApp" account used by the person on the

Bilgisayar Eğitim Danışmanlık İth. İhr. Tic. Ltd. Şti. (DİFOSE) adlı teşebbüsle temasa geçtikleri,

-DİFOSE tarafından yapılan çalışmalar kapsamında silme işlemini gerçekleştiren ve yazışmaların tarafı olan kişilerin mobil cihazlarının incelendiği,

-Kişilerden birinin kullandığı telefonun otomatik yedekleme özelliğinden faydalandığı, bu çerçevede piyasadan tedarik edilen mobil cihaz üzerinde kişinin kullandığı "WhatsApp" hesabının tedarik edilen cihaz üzerinde aktif hale getirildiği,

-Google hesaplarından 16.12.2022 saat 02.00 tarihli WhatsApp yedeğinin geri getirilerek yazışmalara ulaşıldığı ve bu tarih öncesi yazışmaların tamamına ulaşıldığı,

-(.....) çalışanı (.....) ile (.....) arasındaki yazışmaların yalnızca 07.09.2022– 03.10.2022 döneminde gerçekleştiği, bu yazışmaların hemen yerinde inceleme tutanağı ile birlikte Kuruma sunulduğu ve DİFOSE tarafından yapılan inceleme ile (.....)'ın kendi telefonundan direkt olarak ulaşıldığı, bu nedenle şirket çalışanı olmayan (.....)'in telefonunun ayrıca incelemeye tutulmadığı,

-16.12.2022 tarihinden 20.12.2022 tarihli yerinde inceleme anına kadar eksik olan 4 günlük yazışmaların, Whatsapp uygulamasının özelliği olan sohbetin dışarı aktarılması usulüyle (.....)'nun, (.....)'in ve (.....)'nin telefonundan elde edildiği,

-Sonuç olarak tüm yazışmaların tam ve eksiksiz olarak bir araya getirildiği ifade edilmiş, silinen yazışmalara ve DİFOSE'nin teknik görüşüne yazı ekinde yer verilmiştir. Sonuç olarak; düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, önaraştırma kapsamında;

-Oyak Çimento Fabrikaları AŞ tarafından 20.12.2022 tarihinde Barkal Hazır Beton Tesisi'nde yapılan yerinde incelemenin engellendiğine ve zorlaştırıldığına,

-Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi uyarınca 2021 yılı gayri safi gelirlerinin binde beşi oranında olmak üzere; Oyak Çimento Fabrikaları AŞ'ye (.....) TL idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

mobile device supplied from the market was activated on the supplied device,

-The correspondence was accessed by restoring the WhatsApp backup dated 16.12.2022 at 02.00 from Google accounts and all correspondence before this date was reached,

- The correspondence between (.....) employee (.....) and (.....) took place only in the period 07.09.2022 - 03.10.2022, these correspondences were immediately submitted to the Institution together with the on-site inspection report, and (.....) was directly contacted from his own phone through the examination carried out by DİFOSE, therefore, the phone of (.....), who is not a company employee, was not subjected to further examination,

- The 4-day correspondence missing from 16.12.2022 until the on-site inspection dated 20.12.2022 was obtained from (.....)'s, (.....)'s and (.....)'s phones by exporting the chat, which is a feature of the WhatsApp application,

- As a result, it was stated that all correspondence was brought together in full and complete, and the deleted correspondence and the technical opinion of DİFOSE were included in the annex of the letter.

In conclusion; according to the report prepared and the scope of the file examined, within the scope of the preliminary investigation;

- The on-site inspection conducted by Oyak Çimento Fabrikaları AŞ at Barkal Ready-Mixed Concrete Plant on 20.12.2022 was prevented and made difficult,

-Therefore, pursuant to subparagraph (d) of the first paragraph of Article 16 of Law No. 4054, Oyak Çimento Fabrikaları AŞ (.....) was imposed an administrative fine of TRY 5 per thousand of its gross revenues for 2021.



REKLAM KURULU KARAR ÖZETLERİ

**ADVERTISEMENT BOARD
DECISION**

İLETİŞİM SEKTÖRÜ**(1)**

Reklam Kurulu'nun 2023/139 sayılı kararında, başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden tüketicinin farklı zamanlarda birden fazla abonelik talebinin bulunduğu, talep tarihleri aynı olduğu anlaşılan internet ve uydu platform hizmetlerinden internet hizmetinin altyapı yetersizliği nedeniyle sağlanamadığı, şikayet konusu uydu platform aboneliğinde ise tüketicinin talebi üzerine iptal sağlandığı, konuyla ilgili olarak defaten müşteri hizmetleri ile görüşmeler yapıldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafında yapılan değerlendirme sonucunda, (i) tüketicinin internet kampanyası kapsamında aranarak kendisine 1 yıl boyunca D-Smart televizyon paketinin de ücretsiz olarak verileceği şeklinde bilgiler iletildiği, (ii) söz konusu hizmetin ayrıca faturalandırıldığı, tüketicinin bu durumu defaten müşteri hizmetlerine ilettiği, müşteri hizmetleri tarafından söz konusu paketin avantajlarından bahsedilerek kullanımın devamına teşvik edildiği (iii) tüketicinin ise kendisine teklifin bu şekilde iletilmediğinden bahisle uydu platform hizmetine ilişkin aboneliğin iptalinde ısrarcı olduğu, her ne kadar müşteri memnuniyeti kapsamında cayma bedeli alınmadan abonelik iptali sağlanmış olsa da tüketicinin yanlış ve yanıltıcı bilgiler verilmek suretiyle adeta iradesi fesada uğratarak sözleşme yapıldığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Yönetmelik ve Kanun hükümlerine aykırı olduğuna ve bulunan Andromeda Tv Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş. hakkında Kanun uyarınca idari para cezası ve anılan haksız ticari uygulamasın durdurulması cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun ("Reklam Kurulu", "Kurul") 2023/1736 sayılı kararı kapsamında, (i) reklam verene ait "Türk Telekom Prime" isimli mobil uygulamada yer alan "Setur Ayrıcalığı" başlıklı kampanya tanıtımlarında (ii) "Kampanya 30 Nisan 2023 tarihine kadar geçerlidir. Setur'da geçerli otellerde ek %7 indirim ayrıcalığından Türk Telekom Prime mobil hat sahipleri ve evde internet hat sahipleri yararlanabilir. Kampanyadan yararlanmak için gelen kodun setur.com.tr web sitesinde açılan doğrulama ekranına girilmesi gerekmektedir." ifadelerine

COMMUNICATION SECTOR**(1)**

Within the scope of the decision of Advertisement Board ("Advertisement Board", "Board") numbered 2023/139, it was determined, based on the application attachment and the information and documents provided by the complained party, that the consumer had made multiple subscription requests at different times, with the request dates being the same for internet and satellite platform services, and that the internet service could not be provided due to infrastructure inadequacy. In the case of the complained satellite platform subscription, the consumer's request for cancellation was granted, and multiple discussions with customer service were made regarding this matter.

As a result of the evaluation conducted by the Board, (i) it was conveyed to the consumer that as part of the internet campaign, they would be provided with D-Smart television package free of charge for 1 year, (ii) the service, however, was separately billed, and the consumer brought this to the attention of customer service on multiple occasions, with customer service encouraging the consumer to continue using the package by highlighting its advantages. (iii) The consumer insisted on canceling the satellite platform subscription, claiming that the offer was not communicated to them in this way, even though the subscription cancellation was granted without charging a cancellation fee as part of customer satisfaction. It was stated that the consumer's consent was almost undermined through the provision of incorrect and misleading information when the contract was made. In this context, it was decided that these promotions were in violation of the Regulations and the Law and that Andromeda Tv Digital Platform Operation Inc. should be fined administratively in accordance with the Law and that a penalty for stopping the unfair commercial practice should be imposed.

(2)

In the decision of the Advertisement Board numbered 2023/1736, it was determined that (i) in the campaign promotions titled "Setur Privilege" in the "Turk Telekom Prime" mobile application owned by the advertiser, (ii) the following statements were included: "The campaign is valid until April 30, 2023. Turk Telekom Prime mobile

yer verildiği, (iii) başvuran tüketici tarafından iletilen ekran alıntısında “Katılmak istediğiniz kampanya sona ermiştir.” uyarısının bulunduğu, (iv) başvuran tüketiciye ait 25.07.2023 tarihli e-posta ile şikayetinin çözümlendiği ve kampanya vaadinden yararlanıldığının ifade edildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; başvuru konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan kampanya vaadine ilişkin olarak reklam veren tarafından ispata yönelik gerekli bilgi ve belgelerin sunulduğu, başvuran tüketici nezdinde alınan anlık hata uyarısının bireysel uyumsuzluk kapsamında olduğu ve başvuran tüketici tarafından iletilen 25.07.2023 tarihli e-posta ile şikayetinin çözümlendiği ve kampanya vaadinden yararlanıldığının da belirtilmesi nedeniyle şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddelerine aykırı olmadığına karar verilmiştir.

FINANSAL HİZMETLER

Reklam Kurulu'nun 2023/1249 sayılı kararı kapsamında,

(i) www.hangikredi.com.tr adresli internet sitesinde yayımlanan Denizbank A.Ş. ye ait “Yeni Müşterilere Özel, Faizsiz, 6ay Vadeli 20.000 TL” başlıklı reklam ve tanıtımlar yapıldığı tespit edilmiş,

(ii) reklamlarda, banka tarafından kampanya şartlarını karşılayan tüketicilere kampanya kapsamında taahhüt edilen tutarların verildiği ve ilgili reklamlarda herhangi bir yanıltıcılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

Bu sebeplerle, şikâyete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup Yönetmelik ve Kanun hükümlerine aykırı olmadığına karar verilmiştir.

line owners and home internet line owners can benefit from an additional 7% discount at Setur valid hotels. To benefit from the campaign, the code received must be entered into the verification screen opened on setur.com.tr website." (iii) In the screen capture submitted by the consumer, a warning was found stating, "The campaign you want to participate in has ended." (iv) It was determined that the complaint was resolved with an email dated July 25, 2023, sent by the consumer, and it was mentioned that the campaign promise was fulfilled. As a result of the evaluation conducted by the Board, it was noted that the necessary information and documents for substantiating the campaign promise in the advertising and promotions in question were provided by the advertiser. The instant error warning received by the consumer was considered within the scope of individual disputes, and it was mentioned that the consumer's complaint was resolved with the email dated July 25, 2023, and that the campaign promise was fulfilled. Therefore, it was stated that the promotions subject to the complaint were not misleading to consumers. In this context, it was decided that these promotions did not violate the relevant provisions of the Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices Regulation and Articles 61 and 62 of Law No. 6502 on the Protection of Consumers.

FINANCIAL SERVICES

According to the decision numbered 2023/1249 of the Advertising Board, it was determined that (i) advertisements and promotions with the title "Exclusive to New Customers, Interest-Free, 6-Month Term, 20,000 TL" belonging to Denizbank A.S. were published on the website www.hangikredi.com.tr, (ii) it was determined that in the advertisements, the promised amounts within the scope of the campaign were provided to consumers who met the campaign conditions, and there was no misleading information in the relevant advertisements. For these reasons, it was evaluated that the promotions subject to the complaint were not misleading to consumers, and it was decided that they did not violate the provisions of the Regulation and the Law.

KOZMETİK VE TEMİZLİK SEKTÖRÜ**Reklamlarda Kullanılan İbarelere İlişkin Kararlar :****(1)**

Reklam Kurulu'nun 2023/45 sayılı kararı kapsamında, "Aydınlatici ve Gözenek Sıkılaştırıcı Doğal Katkısız Gülsuyu" ve "Doğal Gül Suyu" isimli ürünlere ilişkin kozmetik ürün tanımlarında;

(i) "Gözaltında oluşan şişliklerin giderilmesi, gözaltı torbaları - anti enflamatuvar özelliği sayesinde ciltteki egzama ya karşı destekleyici olarak kullanılabilir"

(ii) "Doğal gül suyu.%100 doğal" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; (ii) bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda tespit edilen tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; (iii) ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "kozmetik ürün" kapsamında değil, "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, (iv) "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kozmetik Yönetmeliği, inceleme konusu reklamların yayımlandığı dönemde yürürlükte bulunan Mülga Yönetmelik, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a aykırı olması sebebiyle ötürü anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/5865 sayılı kararı kapsamında, Fany Soft Kağıt ve Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi'nin "Fany Soft Yetişkin Hasta Bezi" ürün ambalajlarında "10 Adet Büyük Boy" ibaresi yer

COSMETIC AND CLEANING INDUSTRY**Decisions on the Expressions Used in Advertisements****(1)**

In the context of the Advertising Board's Decision No. 2023/45, in the cosmetic product descriptions related to the products titled "Illuminating and Pore-Tightening Natural Additive Rose Water" and "Natural Rose Water": (i) It was determined that the statements included "Elimination of swelling under the eyes, support for eczema on the skin due to its anti-inflammatory properties."

(ii) The statement "Natural rose water, 100% natural" was included.

As a result of the evaluation conducted by the Board, it was noted that (i) all cosmetic products subject to Cosmetic Regulations should be products applied to the outer parts of the human body with temporary effects. (ii) In this context, the statements found in the examined promotions with therapeutic and indication statements were considered to exceed the definition of cosmetic products specified in the relevant legislation and were misleading. (iii) Additionally, if the mentioned products are capable of proving the claims made in the advertisements, in this case, they should be licensed as "human medicinal products" or "medicines," and (iv) the advertising of products that should be considered within the scope of "human medicinal products" or "medicines" is not in compliance with the regulations. Therefore, it was evaluated that promotions of this nature made for the relevant products violated the current legislation. In this context, it was decided to impose a penalty to cease these advertisements due to their non-compliance with the Cosmetic Regulation, the Former Regulation in effect at the time of the advertisements, the Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices Regulation, and the Law on the Protection of Consumers.

(2)

In the context of the Advertising Board's Decision No. 2023/5865, it was determined that despite the presence of the statement "10 Pieces Large Size" on the product packaging of "Fany Soft Adult Diapers" by Fany Soft Paper and Food Industry Trade Limited Company, the

almasına rağmen ürün içerisinde 7 adet hasta bezi bulunduğu tespit edilmiştir.

Bu kapsamda 27.12.2022 tarihinde gerçekleştirilen denetimde, (i) firmaya ait “Fany Soft Yetişkin Hasta Bezi” isimli ürün ambalajında “10 Adet Büyük Boy” ibaresi yer almasına rağmen ürün içerisinde 7 adet hasta bezi bulunduğu tespit edildiği, (ii) bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, Kanun ve Yönetmelik uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(3)

Reklam Kurulu’nun 2023/1799 sayılı kararı kapsamında www.parfümania.com internet adresi üzerinde "Afrodizyak Parfümler" başlığı altında yer alan kozmetik ürün tanıtlarında; "Afrodizyak" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Bu kapsamda ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, Kozmetik Yönetmeliği, Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik, Ticari Reklam Yönetmeliği ve Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun kapsamında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

İspat Yükümlülüğüne İlişkin Kararlar

(1)

Reklam Kurulu’nun 2023/5845 sayılı kararı kapsamında, Honnes Sağlık ve Endüstriyel Ürünleri A.Ş. tarafından “B-good B-baby Pişik Kremi”, “B-good B-baby Bebek ve Çocuk Şampuanı” ve “B-good B-baby Bebek Vücut Sütü” isimli ürünlerin ve internet sitelerinin 15.05.2023 tarihli görünümünde “...temiz ... içerikli” ifadelerine, Youtube ve instagram sosyal medya mecralarında ve www.bgoodcare.com adresli internet sitesinde

product contained 7 adult diapers.

In the inspection conducted on December 27, 2022, (i) it was determined that despite the statement "10 Pieces Large Size" on the product packaging of the "Fany Soft Adult Diapers" by the company, there were 7 adult diapers in the product. (ii) Therefore, it was evaluated that these advertisements were misleading and contrary to the principles of fair competition, and a decision was made to impose a penalty to cease the advertisements in accordance with the Law and Regulation.

(3)

In the context of the Advertising Board's Decision No. 2023/1799, in the cosmetic product descriptions under the "Aphrodisiac Perfumes" heading on the www.parfümania.com website, it was determined that the term "Aphrodisiac" was used.

In this context, it was also evaluated that if the mentioned products are capable of proving the claims made in the advertisements, they should be licensed as "cosmetic products" or "human medicinal products" or "medicines," and (ii) the advertising of products that should be considered within the scope of "human medicinal products" or "medicines" is not in compliance with the regulations. Therefore, it was evaluated that promotions of this nature made for the relevant products violated the current legislation. In this context, it was decided to impose a penalty to cease these advertisements in accordance with the Cosmetic Regulation, the Regulation on Health Claims Made for Products Offered for Sale with Health Claims, the Commercial Advertising Regulation, and the Law on the Protection of Consumers. Decisions on the Burden of Proof

(1)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/5845, Honnes Sağlık ve Endüstriyel Ürünleri A.Ş., the products named "B-good B-baby Diaper Rash Cream", "B-good B-baby Baby and Child Shampoo" and "B-good B-baby Baby Body Milk" by Honnes Sağlık ve Endüstriyel Ürünleri A.Ş., the statements "clean ... content" on the websites <https://bgoodcare.com/bgood-hikayemiz>, <https://bgoodcare.com/bbaby-bmother>, <https://bgoodcare.com/bbaby-bmother/pisik-kremi>, <https://bgoodcare.com/uretim-standartlari>,

“Hipoalerjenik + Dermatolojik Test Yapılmıştır” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda (i) reklam veren tarafından reklamlarda “temiz” ifadesinin kullanılmadığına ilişkin ve kullanılan “Hipoalerjenik + Dermatolojik Test Yapılmıştır” ifadesini kanıtlayıcı nitelikte bilgi ve belgelerin sunulduğu tespit edildiği, (ii) Bu sebeplerle şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu’na aykırı olmadığına karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu’nun 2023/55 sayılı kararı kapsamında, “Tam Gül Suyu”, “Güzellik Misri”, ve “Gül Özlü Krem” isimli ürünlere ilişkin kozmetik ürün tanımlarında;

- (i) “%100 doğal”
- (ii) “%100 doğal kaynaklı”
- (iii) “Ürünlerimiz paraben, silikon, mineral yağ, alkol, renklendirici ve parfüm içermeden formüle edilmiştir.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda;

(i) firmaya ait <https://www.gulsha.com/> adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı, (ii) Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine aykırı olmadığına karar verilmiştir.

(3)

Reklam Kurulu’nun 2023/1204 sayılı kararı kapsamında, “Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi” başlıklı tanıtımlar ile “Sleepy Natural Bebek Bezi” isimli ürün tanıtımlarında,

- (i) “Sleepy şimdi de bebeklerimizin bugünü ve geleceği için

<https://www.bgoodcare.com/> and <https://bgoodcare.com/bbaby-bmother/bebek-cocuk-sac-ve-vucut-sampuanı> dated 15.05.2023, and "Hypoallergenic + Dermatological Test Made" on Youtube and Instagram social media channels and on the website www.bgoodcare.com.

As a result of the evaluations made by the Board, (i) it has been determined that the advertiser has submitted information and documents proving that the expression "clean" is not used in the advertisements and that the expression "Hypoallergenic + Dermatological Test has been performed" is used, (ii) For these reasons, it has been evaluated that the promotions subject to the complaint are not misleading to consumers, and it has been decided that it is not contrary to the relevant provisions of the Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices Regulation and the Law on the Protection of Consumers.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/55, in the cosmetic product definitions for the products named "Full Rose Water", "Beauty Misri", and "Rose Extract Cream"

- (i) "100% natural"
- (ii) "100% natural origin"
- (iii) "Our products are formulated without paraben, silicone, mineral oil, alcohol, colouring and perfume."
- (iii) "Our products are formulated without paraben, silicone, mineral oil, alcohol, colouring and perfume".

As a result of the evaluation made by the Board; (i) the promotions of various cosmetic products on the company's website <https://www.gulsha.com/> were proved within the framework of the principles set out in Article 9 titled "Burden of Proof" of the Regulation on Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices, and (ii) no violation of the provisions of the Advertisement Legislation was found. In this context, it has been decided that the promotions in question are not contrary to the relevant provisions of the Regulation on Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices and Article 61 of the Law No. 6502 on the Protection of Consumers.

(3)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/1204, in the promotions titled

sıfır karbon misyonuyla benzersiz ürünlerini ağacı, suyu, havayı koruyarak yeniden tasarladı.”

(ii)“Sıfır karbon misyonu”

(iii)“Sleepy markasının Türkiye’deki evlerde birinci”

(iv)“Sıfır karbon misyonu”

(v)“Dünya’da ilk ve tek”

(vi)“Gluten içermez”

ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda;

(i) “Sleepy” isimli Youtube kanalında yayınlanan “Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi” başlıklı reklam filmine ilişkin olarak “Sleepy markasının Türkiye’deki evlerde birinci” olduğuna ilişkin ifadeler yer verilmesine rağmen bu iddianın hangi bilimsel test, rapor veya belgelere dayandırıldığına ilişkin bilgiye reklam filminde yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,
(ii) “Sleepy şimdi de bebeklerimizin bugünü ve geleceği için sıfır karbon misyonuyla benzersiz ürünlerini ağacı, suyu, havayı koruyarak yeniden tasarladı.” ve “Sıfır karbon misyonu” gibi ifadelerin ispatına yönelik sunulan belgenin geçerli bir akreditasyonu olmayan bir kuruluş tarafından hazırlandığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin Reklam Kurulu’nun 12.04.2022 tarih ve 320 sayılı toplantısında anılan reklamları durdurma cezaları verildiği,

(iii)**Söz konusu ceza kararının ardından yapılan incelemelerde;**

<https://www.youtube.com/watch?v=tI83vJs4z80> adresli internet sitesinin 26.07.2023 tarihli görünümünde yer alan “Türkiye’deki evlerde birinci Sleepy, Sıfır Karbon Misyonu ile ürünlerini yeniledi” başlıklı videoda ve ilgili ifadeler yer vermeye devam edildiği ve “Sleepy markasının Türkiye’deki evlerde birinci” olduğu iddiasının hangi bilimsel test, rapor veya belgelere dayandırıldığına ilişkin bilginin reklam filmine eklenmediğine, ve www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinin adresli internet sitesinin 27.04.2023 tarihli görünümünde “Sıfır karbon misyonu” ibaresine yer vermeye devam edildiği,
(iv) “Avrupa’nın en büyük bebek bezi tesislerinden” ve “Gluten içermez” ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda “Dünya’da ilk ve tek” iddiasına tek başına yer verilmesinin, anılan ürünün hangi konuda ilk ve tek olduğunun açıkça belirtilmemesi nedeniyle tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu gerekçesiyle anılan reklamları

"Sleepy, the first in Turkish homes, renewed its products with Zero Carbon Mission" and in the product promotions titled "Sleepy Natural Baby Diaper",

(i) "Sleepy has now redesigned its unique products by protecting trees, water and air with a zero carbon mission for the present and future of our babies."

(ii) "Zero carbon mission"

(iii) "Sleepy is the first brand in Turkish households"

(iv) "Zero carbon mission"

(v) "The first and only in the world"

(vi) "Gluten free"

It was determined that the statements were included.

As a result of the evaluation made by the Board;

(i) Regarding the advertisement film titled "Sleepy, the first in homes in Turkey, renewed its products with Zero Carbon Mission" published on Youtube channel named "Sleepy", although the advertisement film includes the statements that "Sleepy brand is the first in homes in Turkey", the information on which scientific tests, reports or documents this claim is based on is not included in the advertisement film and consumers are incompletely informed,

(ii) The document submitted to prove the statements such as "Sleepy has now redesigned its unique products by protecting the tree, water and air with its zero carbon mission for the present and future of our babies." and "Zero carbon mission" was prepared by an organisation that does not have a valid accreditation, and therefore, the said statements were subject to suspension penalties at the meeting of the Advertisement Board dated 12.04.2022 and numbered 320,

(iii) **During the examinations made following the aforementioned penalty decision;** in the video titled "Sleepy, the first in households in Turkey, renewed its products with Zero Carbon Mission" on the website <https://www.youtube.com/watch?v=tI83vJs4z80> dated 26.07.2023, and the relevant statements continued to be included and the information on which scientific tests, reports or documents the claim that "Sleepy brand is the first in households in Turkey" is based on was not added to the advertisement film, and the phrase "Zero carbon mission" continued to be included on the website www.sleepy.com.tr continued to include the phrase "Zero carbon mission" in the appearance of the website dated 27.04.2023,

(iv) The statements "from Europe's largest diaper facilities" and "gluten-free" could not be proved within the framework of the principles set out in Article 9 of the

durdurma cezaları verilmesine karar verildiği,

(v) Söz konusu ceza kararının ardından yapılan incelemelerde; www.sleepy.com.tr/bebek-bezi/ adresli internet sitesinin 27.04.2023 tarihli görünümünde “Dünya’da ilk ve tek” iddiasına tek başına yer verildiği, ayrıca anılan internet sitesi ile “Sleepy Natural Bebek Bezi” isimli ürün ambalajlarında “Gluten içermez” iddiasına yer verilmeye devam edildiği,

tespit edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine aykırı olduğuna ve reklam veren hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

SAĞLIK

(1)

Reklam Kurulu’nun 2023/303 sayılı kararı kapsamında, Ultra Emar Sağlık Merkezi Limited Şirketi tarafından Instagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "gozdehastanesi" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlarında “LASİK GÖZ AMELİYATI 20 saniye içerisinde gözlüklerinizden kurtulmak ister misiniz? LASİK dünyada en çok tercih edilen lazer cerrahisi yöntemidir. Toplam tedavi süresi 5 dakika, lazer uygulanma süresi 15-20 saniyedir.” gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) bu ve benzeri tanıtımların; sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan (ii) sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren (iii) hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu’nun 2023/560 sayılı kararı kapsamında, Dr. Abdülcebbar SİYER tarafından Instagram isimli

Regulation on Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices titled "Burden of Proof", however, it was decided to impose penalties to stop the aforementioned advertisements on the grounds that the inclusion of the claim of "the first and only in the world" alone in the promotions subject to examination is misleading to consumers due to the fact that it is not clearly stated in which subject the product is the first and only,

(v) In the examinations made following the aforementioned penalty decision; the claim of "The first and only in the world" was included alone in the appearance of the website www.sleepy.com.tr/bebek-bezi/ dated 27.04.2023, and the claim of "Gluten-free" continued to be included in the aforementioned website and in the product packaging of "Sleepy Natural Baby Diapers",

It has been determined. In this context, it has been decided that the advertisements in question are contrary to the relevant provisions of the Regulation on Commercial Advertisements and Unfair Commercial Practices and Article 61 of the Law No. 6502 on the Protection of Consumers and that the advertiser shall be imposed administrative fines and penalties for stopping the advertisements in accordance with Articles 63 and 77/12 of the Law No. 6502.

HEALTH SECTOR:

(1)

Within the scope of the Advertising Board's decision numbered 2023/303, Ultra Emar Sağlık Merkezi Limited Şirketi shared the following advertisements on the Instagram under the account name "gozdehastanesi": "LASİK SURGEON, Would you like to get rid of your glasses in 20 seconds? LASİK is the most preferred laser surgery method in the world. Total treatment time is 5 minutes, laser application time is 15-20 seconds."

As a result of the assessment made by the Board; (i) these and similar advertisements exceed the limits of information and promotion permitted by the legislation for the healthcare sector; (ii) create demand for healthcare services and medical treatment methods and give a commercial appearance to the organization; and (iii) constitute "advertising" by directing patients to the organization. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the

sosyal medya mecrasında şahsa ait "drsiyerestetik" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımların 15.08.2022 tarihli görünümünde 05.12.2022, 27.01.2023 ve 22.05.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "Karbon Peeling, Dermapen, Meme Dikleştirme Ameliyatı, Somon DNA Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Botoks, Prp" gibi birtakım tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak tanıtımlarının yapıldığı, "Doktorum size ne kadar teşekkür etsem az gelir. Dr. Abdülcebbar Siyer, 17.09.2020 tarihinde göz kapaklarıma müdahale etti. O kadar korkuyordumki korkudan tansiyonum yükselmişti. Doktor bey o kadar professioneldi ki sabırla beni sakinleştirmeyi başardı ve başarıyla ameliyatı gerçekleştirdi. Ameliyat sonrası biraz ağrı olabilir diye bana ağrı kesici önerdi ama inanmıyacaksınız hiç ağrım ve sızım olmadı. Sonuç mükemmel birazcık şişiklik var başka birşeycik yor. Dr. Abdülcebbar Siyer beyi gerçekten canı gönülden herkese tavsiye ediyorum. Berin Cigdem." gibi hasta yorumlarına ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve tanıtımlarda "10 SEANS LAZER PAKETİ ALANA!! 1 Seans Hydrafacial Cilt Bakımı + 1 Seans Karbon Peeling Hediye!!", "Yenilenme Fırsatı!! Dermapen 4 Seansı -%50 1400 TL" gibi kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda, yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların (i) bu ve benzeri tanıtımların; hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve (ii) sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümleri gereğince idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

(3)

Reklam Kurulu'nun 2022/4341 sayılı kararı kapsamında, Prof. Dr. Orhan Aydemir Instagram isim sosyal medya platformundaki hesabının 02.10.2022 ve 08.06.2023 tarihli görünümünde, "excimer lazer ile gözlüğe veda et özgürce spor yap! akıllı lazer teknolojisi smartsurface - gözlüklerinizi temizlemekten sıkılmadınız mı? excimer lazer tedavisi - yeni nesil smart lazer göze dokunmadan, temassız lazer ile net görüşe kavuşun. - smart lazer ile net görüşe kavuşun (...)" gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i)

provisions of the Law and the Regulation and that a suspension penalty was imposed on the said advertisements.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/560, it has been determined that promotional content was published by Dr. Abdülcebbar SİYER on the Instagram, under the personal account name "drsiyerestetik." These promotions included the names of various medical procedures, such as "Carbon Peeling, Dermapen, Breast Lift Surgery, Salmon DNA Mesotherapy, Youth Vaccine, Botox, PRP," as exemplified in the appearances dated August 15, 2022, December 05, 2022, January 27, 2023, and May 22, 2023. Additionally, it was observed that patient testimonials like "Doctor, no amount of thanks would be enough for you. Dr. Abdülcebbar Siyer performed eyelid surgery on September 17, 2020. I was so scared that my blood pressure had risen out of fear. Dr. Siyer was so professional that he managed to calm me down with patience and successfully performed the surgery. He suggested painkillers for possible post-operative pain, but you won't believe it; I didn't experience any pain or discomfort. The result is perfect; there's just a little swelling, nothing else to worry about. I wholeheartedly recommend Dr. Abdülcebbar Siyer to everyone. - Berin Cigdem" and images of patients before and after treatment were included in the promotions. Furthermore, the promotions contained campaign information like "Get a 10-Session Laser Package and receive 1 Session of Hydrafacial Skin Care + 1 Session of Carbon Peeling for FREE!!" and "Renewal Opportunity!! 4 Sessions of Dermapen - 50% off for 1400 TL."

As a result of the assessment made by the Board; it has been assessed that the subject promotions (i) give a commercial appearance to the activities of the individual practicing the medical profession and generate demand for medical procedures, which is typical of these and similar promotions, and (ii) exceed the scope of information permitted by healthcare regulations. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and imposed administrative fines and suspension penalties for the advertisements

inceleme konusu tanıtımlarda yer alan yukarıdaki ifadelerin, bu ve benzeri tanıtımların hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(4)

Reklam Kurulu'nun 2023/320 sayılı kararı kapsamında, Ebubekir Yıldırım (Juliet Güzellik Salonu) tarafından "julietguzellik" ve "julietkartal" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar 05.01.2023 ve 18.05.2023 tarihli görünümünde "Leke Tedavisi, Kavitasyon, Medikal Cilt Bakımı, Dermapen, Botoks, Plazmapen, Çatlak Tedavisi, Yanık İzi Tedavisi" gibi birtakım tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak tanıtımlarının yapıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği, ayrıca "Anneler Günü Kampanyası, Kavitasyon Bölgesel Zayıflama 8 Seans 999 tl" gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanya paylaşımlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; şirkete ait kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığı ve güzellik salonu olarak da ruhsatlandırılmadığı halde, tanıtımlarda tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine yer verildiği, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin fotoğraflara yer verildiği ve tıbbi işlemlere yönelik kampanya paylaşımlarının yer aldığı tespit edilmiş olup; güzellik salonlarının sağlık kuruluşundan çıkarıldığı, tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı nedeni ile yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, kamu sağlığını bozucu ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası ve idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

SOSYAL MEDYA

(1)

Reklam Kurulu'nun 2022/2675 sayılı kararı kapsamında Onur Eser tarafından www.instagram.com adresli

(3)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2022/4341, it has been determined that in the Instagram account of Prof. Dr. Orhan Aydemir, as of the appearances on October 2, 2022, and June 8, 2023, various expressions such as "Say goodbye to glasses with excimer laser, enjoy sports freely! Smart laser technology Smartsurface - Aren't you tired of cleaning your glasses? Excimer laser treatment - Get clear vision with non-contact laser without touching the eye. - Achieve clear vision with smart laser (...)" were included.

As a result of the evaluation conducted by the Board, it has been stated that (i) the above-mentioned expressions in the examined promotions, like these and similar promotions, give a commercial appearance to the activities of the individual practicing the medical profession, generate demand for medical procedures, and exceed the scope of information permitted by regulations. In this context, it has been decided that these promotions breach the provisions of the Law and Regulations, and a suspension penalty has been imposed on said advertisements.

(4)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/320, it has been determined that promotional content published by Ebubekir Yıldırım (Juliet Beauty Salon) under the accounts "julietguzellik" and "julietkartal" on January 5, 2023, and May 18, 2023, included the names of various medical procedures such as "Spot Treatment, Cavitation, Medical Skin Care, Dermapen, Botox, Plazmapen, Stretch Mark Treatment, Burn Scar Treatment." The promotions also included visual representations of patients before and after treatment, and there were campaign posts related to medical procedures like "Mother's Day Campaign, 8 Sessions of Cavitation for Regional Slimming for 999 TL."

As a result of the evaluation conducted by the Board, it was determined that the establishment owned by the company is not a healthcare institution and is not licensed as a beauty salon. However, the promotions included the names of medical procedures that should be performed by physicians, and they also included photos of patients before and after treatment. Additionally, there were campaign posts related to medical procedures. It was

internet sitesi üzerinden "ihaledenshoptr" kullanıcı adı ile çeşitli kurumlar tarafından hazırlanan belgeler kullanılarak "İphone 13 Pro 128 GB" ürününe ilişkin çekiliş kampanyası düzenlendiği ve ilgili ürünü kazandığı belirtilen tüketicilere "Merhabalar, yapmış olduğumuz çekilişten 1 Adet İphone 13 Pro 128 Gb kazandınız...Ürünlerimiz TR kayıtlı ve orijinal cihazlardır. Gümrükten ihale ile alındığı için ...ürünün Türkiye Cumhuriyeti içerisinde kullanılabilmesi adına alınan gümrük vergi ücreti vardır. Ürünü alacaksınız ödemenizi yatırmanız gerekmektedir. Ödemeyi yatırdıktan sonra cihazınız gün içerisinde ...kargo üzerinden yola çıkacaktır..." vb. ifadeleri içeren mesaj gönderildiği, resmi kurumlar tarafından hazırlanan belgelerde yer verilen firmanın var olmadığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) tanıtımlarda, Onur Eser tarafından, tüketicinin güvenini kötüye kullanacak şekilde, ticaret sicil kaydı veya vergi kimlik kaydı olmayan firma unvanı kullanılarak Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Maliye ve Hazine Bakanlığı tarafından hazırlanmış veya bu kurumlar tarafından onaylanmış görünümü verilen belgeler ile çeşitli sertifikaların yayımlanması suretiyle ücretsiz olduğu izlenimi verilecek şekilde "İphone 13 Pro 128 GB" adlı ürüne ilişkin çekiliş düzenlendiği (ii) tüketicilerden çeşitli bedeller talep edilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası ve idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/6759 sayılı kararı kapsamında Doğan Kabak'a ait "@dogankabak" isimli Instagram hesabından yayımlanan;

11.12.2022 tarihli video paylaşımında; "Nissan'ın benzersiz elektrikli teknolojisi e-POWER'ı 10-18 Aralık tarihleri arasında en yakın Nissan Yetkili Satıcısı'na giderek test edebilirsiniz. @nissanturkiye #nissan #epower" ifadelerine ve "@nissanturkiye" etiketine yer verildiği, ancak söz konusu paylaşımında "iş birliği" ibaresi yer verilmediği,

04.12.2022 tarihli video paylaşımında; "Herkese iyi

stated that beauty salons are not considered healthcare institutions, and the performance of medical procedures in beauty salons is prohibited, which causes these promotions to mislead to consumers, detrimental to public health, and in violation of relevant regulations. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and imposed administrative fines and suspension penalties for the advertisements

SOCIAL MEDIA

(1)

In accordance with the Advertising Board Decision numbered 2022/2675, it has been determined that Onur Eser made a raffle using the username "ihaledenshoptr" on the Instagram using various documents prepared by different institutions, where it was stated that participants won an "iPhone 13 Pro 128 GB" product. Messages were sent to the consumers stating: "Hello, you have won 1 iPhone 13 Pro 128 GB from the raffle we organized... Our products are original and registered in TR. Since it was purchased through a customs auction, there is a customs tax fee to be paid for the product to be used within the Republic of Turkey. If you want to receive the product, you need to make the payment. After making the payment, your device will be sent via courier within the day..." and similar expressions. It was determined that the company mentioned in the official documents did not exist.

As a result of the evaluation conducted by the Board, it has been determined that (i) in the promotions, Onur Eser organized a raffle for the "iPhone 13 Pro 128 GB" product, using a company name without a trade registry record or tax identification record in a manner that would misuse the trust of consumers, by publishing various certificates and documents that appear to be prepared or approved by the Ministry of Transport, Maritime Affairs, and Communications, and the Ministry of Finance and Treasury, giving the impression that the product is offered for free; (ii) requesting various fees from consumers is considered misleading. In this context, it has been decided to impose administrative fines and suspend the said advertisements as they are not in compliance with the provisions of the Law and Regulations.

Pazarlar. @naletbebee ile elektrikli otomobille uzun yola çıktık. İlk kez bir elektrikli otomobil şarj etti. Tabii ki çok güldük. İzlemek için profilimdeki linke tıklayabilirsiniz. İyi seyirler. @esarj" ifadelerine ve "@esarj" etiketine yer verildiği, ancak söz konusu paylaşımda "iş birliği" ibaresi yer verilmediği,

30.11.2022 tarihli video paylaşımında "Yeni videomuz yayında @citroenturkiye 'den Jumper karavanı alıp, eşimle ve arkadaşarımla birlikte eğlenceli bir video çektik. İzlemek için profilimdeki linke tıklayabilirsiniz. İyi seyirler" ifadelerine ve "@citroenturkiye" etiketine yer verildiği, ancak söz konusu paylaşımda "reklam" ibaresi yer verilmediği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) paylaşımlarda anılan markalara ait sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, (ii) ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam, işbirliği ibaresine yer verilmediği. (iii) bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı. Bu kapsamda söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

MEDYA

(1)

Reklam Kurulu'nun 2022/2675 sayılı kararı kapsamında Demirören TV Radyo Yayıncılık Yapımcılık A.Ş.'ye ait "Kanal D" logolu televizyon kanalında

09.05.2020 tarihli "Kanal D Haber Hafta Sonu" programı içerisinde yayımlanan "Eve Özel Zayıflama" başlıklı haberde;

"Sunucu: "Umutsuzluğa kapılmayın, o kiloları biraz dikkat ederek ve evde uygulayabileceğiniz mumyalama yöntemi ile kolayca verebilirsiniz. Gelin bakalım."

Danışan: "Bugün 4. Uygulamayı yaptım ve bütün vücudumda 5 santim bir incelmeye var." Haberci: "Kollar, bacaklar, bel, hatta bütün vücut... 30 dakikada evde uygulanan mumyalama yöntemiyle kan dolaşımı hızlanıyor, zayıflamak kolaylaşıyor... Mumyalama yönteminin uygulamasıysa oldukça kolay. Sipariş edilen kitin içerisinde bandaj ve özel losyon çıkıyor. Bu

(2)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/6759, the content published on the Instagram account "@dogankabak" belonging to Doğan Kabak;

- In the video post dated 11.12.2022; "You can test Nissan's unique electric technology e-POWER by going to your nearest Nissan Authorized Dealer between December 10-18. @nissanturkiye #nissan #epower" and the hashtag "@nissanturkiye" were included, but the phrase "cooperation" was not included in the post in question,

- In the video post dated 04.12.2022; "Good Sunday everyone. We went on a long journey with @naletbebee in an electric car. An electric car charged for the first time. Of course we laughed a lot. You can click on the link in my profile to watch. Have a good watch. @esarj" and the hashtag "@esarj" were included, but the phrase "cooperation" was not included in the post in question,

- In the video post dated 30.11.2022, he said, "Our new video is online. We bought the Jumper caravan from @citroenturkiye and shot a fun video with my wife and friends. You can click the link in my profile to watch. Have a good time" and the hashtag "@citroenturkiye" were included in the post, but the phrase "advertisement" was not included in the post in question has been identified.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) social media accounts of the aforementioned brands were tagged in the posts and consumers who clicked on the tags were directed to corporate social media accounts where the aforementioned goods or services were promoted and marketed, (ii) however the posts do not contain any advertisement or cooperation. (iii) in this way, implicit advertising of the brands was made by directing to the aforementioned products and brands. In this context, it has been decided that the promotions in question are contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that penalties will be imposed to stop the aforementioned advertisements.

losyonla ıslatılan bandajlar vücuda sarılıyor ve yaklaşık 30 dakika boyunca bekleme süresi başlıyor.”

Özlem Posbaşoğlu: “Mumyalama bandaj işini karantina sürecinde ev kiti haline getirdik. Beslenmeme dikkat ediyorum ama yetersiz kalıyor diyen herkese mutlaka uyguluyoruz... Bazen sağlıklı beslenme de yetersiz kalabiliyor. Bu uygulama metabolizmayı canlandırıyor, hızlandırıyor ciddi anlamda. Kilo vermeniz hızlanır, kolaylaşır bu sayede. Aynı zamanda ödemleri de yok etmiş oluruz... (Losyon şişesini elinde tutarak) Losyon 10 kullanımlık, 10 seanslık. Genelde haftada 2-3 sefer uygulamayı öneriyorum... İşlem için gerekli tüm malzemeler kitin içerisinde çıkarılıyor.”

Dış ses: “Bunu aşmanın en kolay yoluysa günde 30 dakika ayırarak uygulanan bandajlı mumyalama yöntemi... Yağ yakan bu işlemle 10 seansta 10-15 santime kadar incelmek mümkün... Evde mumyalama uygulaması için 10 seans kullanılan kitin fiyatıysa 370 Lira.”

ifadeleriyle fiyat bilgisine yer verildiği ve ekranda "Özlem Posbaşoğlu Zayıflama Uzmanı" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurum tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda, (i) inceleme konusu haber programlarında; tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak tanıtıcı, övücü ve yönlendirici ifadelerle yer vermek suretiyle “Zayıflama Uzmanı” olarak lanse edilen “Özlem Posbaşoğlu” isimli şahsın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu’nun 2023/6083 sayılı kararı kapsamında TV8 TV Yayıncılık Yapımcılık A.Ş.’ye ait TV8 logolu 06.11.2022 tarihinde yayınlanan “Türkiye’nin Doktorları” isimli programın 51:19 dakikası ve devamında: “Dr. Sadık YILMAZ: Özellikle kolajen çok uzun yıllardan beri kullanılıyor. Bir hatta dolgu maddesi olarak çıkmış. Ama yan etkileri özellikle alerji yapıcı, anafilaksi yapıcı özelliklerinden dolayı o popülerliğini kaybetmiş bir kolajen şeyi. Ama LinErase geldikten sonra özellikle nanoteknoloji ile bunun molekül ağırlıkları, kolajenin molekül ağırlıkları düşürülmüş ve

MEDIA

(1)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2022/2675, on the television channel with the "Kanal D" logo owned by Demirören TV Radio Publishing Production Inc.

In the news article titled "Home Special Slimming" published in the "Kanal D News Weekend" program dated 09.05.2020;

"Presenter: "Don't despair, you can easily lose that weight with a little attention and a mummification method that you can apply at home. Let's take a look."

Conunselee: "I did the 4th application today and I have 5 centimeters thinner in my whole body." Messenger: "Arms, legs, waist, even the whole body... The embalming method applied at home in 30 minutes accelerates blood circulation and makes it easier to lose weight... The embalming method is very easy to apply. The ordered kit includes a bandage and special lotion. The bandages soaked with this lotion are wrapped around the body and the waiting period begins for about 30 minutes."

Özlem Posbaşoğlu: "We turned the embalming bandage work into a home kit during the quarantine process. We apply it to everyone who says I pay attention to my diet but it is insufficient... Sometimes a healthy diet can also be insufficient. This application revitalizes and accelerates metabolism. Your weight loss accelerates and becomes easier in this way. At the same time, we eliminate edema... (holding the lotion bottle in her hand) The lotion is for 10 uses, 10 sessions. I usually recommend applying it 2-3 times a week... All the necessary materials for the procedure come out of the kit."

External voice: "The easiest way to overcome this is the bandage embalming method, which is applied by allocating 30 minutes a day... It is possible to get thinner up to 10-15 centimeters in 10 sessions with this fat-burning procedure... The price of the kit used for 10 sessions for embalming at home is 370 Lira."

It has been determined that price information is given with the expressions and the phrase "Özlem Posbaşoğlu

bu anafilaksi yapıcı ya da alerji yapıcı özellikleri de ortadan kaldırılmış durumda. Bu nedenle de güvenle kullanabiliyoruz günümüzde..." şeklindeki ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) "Dr. Sadık YILMAZ" isimli konuk doktor tarafından verilen bilgilerin bilgi verme amacının ötesine geçtiği (ii) genel olarak dermatolojide kolajen kullanımından bahsedilmekten daha ziyade tek ve belli bir tip yani "LinErase" markalı kolajen aşısının kullanım yönteminin, etkilerinin tanıtıldığı, (iii) konuk doktor tarafından ürünün adı geçirilmek suretiyle öne çıkarıldığı böylece "Linerase" isimli kolajen markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

GIDA

(1)

Reklam Kurulu'nun 2023/241 sayılı kararı kapsamında, "sorvagentr" kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yayımlanan reklam ve tanıtımlarda "Sorvagen Smart Sitikolin, DHA, Omega 3 ve Vitamin B12" ve "Sorvagen Smart For Kids" adlı ürünlerin görselleriyle birlikte "Prof. Dr. Osman Müftüoğlu anlatıyor: Sınavlarda başarının püf noktası" ve "Tüm Eczanelerde" ifadelerine yer verildiği, aynı zamanda söz konusu ürünlerin eczane içinde kullanılan raf alanındaki tanıtımlarda "Sorvagen Omega 3-Okul başarısı sınavlara hazırlık" ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) tanıtımlarda yer alan "Eczanelerde" ifadesiyle eczanelerin tüketicilerde sahip olduğu güven algısı kullanılarak ve bu algının reklamda yer verilen hekimin bilinirliği ile pekiştirilerek söz konusu ürünlerin güvenilir olduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, (ii) bu ürünlerin kullanımının okul başarısı ile ilişkilendirildiği, "Sınavlarda başarının püf noktası, Okul başarısı ve Sınavlara hazırlık" ifadelerinin sağlık beyanı içerdiği, (iii) yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği

Weight Loss Specialist" is displayed on the screen.

As a result of the evaluations made by the Authority, (i) in the news programs subject to the review, it was evaluated that the implicit advertisement of the person named "Özlem Posbaşoğlu", who is touted as "Weight Loss Specialist", was made by including introductory, praising and directive statements by going beyond the purpose of meeting the consumers' need to be enlightened, informed and providing news. In this context, it was decided that the advertisements were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that the said advertisements should be suspended.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/6083, 51:19 minutes and following minutes of the program titled "Türkiye'nin Doktorları" (Turkey's Doctors) broadcast on 06.11.2022 under the TV8 logo of TV8 TV Publishing Production Inc.: "Dr. Sadık YILMAZ: Especially collagen has been used for many years, even as a filler. But due to its side effects, especially allergy-causing, anaphylaxis-causing properties, it is a collagen thing that has lost its popularity. But after LinErase came, especially with nanotechnology, the molecular weights of collagen have been reduced and these anaphylaxis-causing or allergy-causing properties have been eliminated. Therefore, we can use it safely today..."it has been determined that statements such as.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) The information given by the guest doctor named "Dr. Sadık YILMAZ" went beyond the purpose of providing information, (ii) The information given by the guest doctor named "Dr. Sadık YILMAZ" went beyond the purpose of providing information, (iii) It was evaluated that the guest doctor highlighted the product by mentioning the name of the product, thus implicitly advertising the collagen brand named "Linerase". In this context, it was decided to impose penalties to stop the aforementioned advertisements as these promotions were in violation of the provisions of the Law and the Regulation.

NUTRITION SECTOR

(1)

Within the scope of the decision of the Advertisement

yansıtmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve 347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/1441 sayılı kararı kapsamında, Getir Perakende Lojistik A.Ş. "GetirYemek" uygulaması üzerinden tüketicilere yönelik gerçekleştirilen "Komegene'den Yok Böyle Menü" temalı ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) söz konusu reklamda yer verilen ifadelerin ve ürün görsellerinin herhangi bir menüyü seçen tüketiciye 2 adet dürüm ve 2 adet ayran verileceği, (ii) "menü" tanıtımı yapılmasına karşın reklam görselinde kişi başı fiyatın ön plana çıkarılarak kişi başı fiyatın menünün fiyatı olduğu algısı oluşturulduğu ve anılan reklamlarda menünün toplam fiyatına yer verilmemesinin mevzuatta yer alan "Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam satış fiyatı olmalıdır." hükmüne aykırı olduğu (iii) bahse konu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve aynı zamanda dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, söz konusu tanıtımların Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun, ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği başta olmak üzere ilgili mevzuat hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(3)

Reklam Kurulu'nun 2023/449 sayılı kararı kapsamında "mollersomega3" kullanıcı adıyla yapılan "Möller's Omega-3" adlı takviye edici gıdaya ilişkin sosyal medya tanıtımlarına ilişkin 09.12.2022 tarihinde yayımlanan reklamda "Çocuğunuzun bağıışıklığına destek!" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) inceleme konusu tanıtımlarda yer alan "Çocuğunuzun bağıışıklığına destek!" ifadesinin sağlık beyanı olduğu, (ii) yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında

Board numbered 2023/241, In the advertisements and promotions published on Instagram under the user name "sorvagentr", "Sorvagen Smart Citicoline, DHA, Omega 3 and Vitamin B12" and "Sorvagen Smart For Kids" products are presented with the visuals of the products named "Prof. Dr. Osman Müftüoğlu narrates: It has been determined that the expressions "The key to success in exams" and "In All Pharmacies" are included, and at the same time, the expressions "Sorvagen Omega-3 School success, preparation for exams" are used in the promotions on the shelf area used in the pharmacy of the products in question.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) misleading consumers by creating the impression that the products in question are reliable by using the perception of trust that pharmacies have in consumers with the expression "in pharmacies" in the advertisements and by reinforcing this perception with the recognition of the physician in the advertisement, (ii) misleading consumers by creating the impression that the products in question are reliable by using the perception of trust that pharmacies have in consumers with the expression "in pharmacies" in the advertisements and by reinforcing this perception with the recognition of the physician in the advertisement, (iii) According to the provisions of the legislation in force, it has been determined that the use of such health statements is strictly prohibited, and that the accuracy of such statements cannot be considered scientifically proven since no authorization has been obtained from the relevant authority for these statements, and that they do not reflect the truth. In this context, it has been decided that the said advertisements are contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that an administrative fine of 347,128-TL (Three hundred and forty-seven thousand one hundred and twenty-eight Turkish Liras) and the suspension of the said advertisements will be imposed.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/1441, it was determined that Getir Perakende Logistics Inc. included statements with the theme "Komegene'den Yok Böyle Menu" through the "GetirYemek" application for consumers.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) the statements and product visuals in the advertisement in question indicate that the consumer who chooses any menu will be given 2 wraps and 2 ayran, (ii) although the

bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, (iii) kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılmayacağından gerçeği yansıtmadığı, (iv) dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun, Yönetmelik ve Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik başta olmak üzere ilgili mevzuat hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(4)

Reklam Kurulu'nun 2023/6005 sayılı kararı kapsamında, Sinanoğlu Turizm ve Ticaret Limited Şirketi'ne ait <https://www.muglagurme.com/tr/> ve <https://www.gurmereyon.com/tr/> URL adresli e-ticaret sitelerinde "Alberto di Centa" markalı peynirlerin Türkiye'de üretilmiş olmasına karşın "İthal peynirler" kategorisi altında satışa sunulduğu tespit edilmiştir

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; "Alberto di Centa" markalı peynirlerin Türkiye'de üretilmiş olmasına karşın "İthal peynirler" kategorisi altında satışa sunulmasına ilişkin reklamların ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

EĞİTİM

(1)

Reklam Kurulu'nun 2022/4132 sayılı kararı kapsamında, Ahmet Ünal HPN Akademi'ye ait;

<https://hpnhipnoz.net/> adresli internet sitesinin 17.06.2022 tarihli görünümünde; 'Hipnozla sigara bırakmak, strese kurtulmak, uyku problemlerinden kurtulmak, sınav kaygısından kurtulmak ve daha pek çok sorunun çözümü HPN Hipnozla çok kolay! Hipnoz bir sihir değil bilimsel bir gerçekliktir. Siz de bu deneyimi yaşamak için bize ulaşın...Hipnoz, psikoloji alanında,

"menu" is promoted, the price per person is highlighted in the advertisement visual, creating the perception that the price per person is the price of the menu, and the fact that the total price of the menu is not included in the aforementioned advertisements is contrary to the provision "The price presented to the information of consumers in advertisements should be the total sales price of the goods or services including all taxes. " and (iii) the said advertisements are misleading to consumers and also contrary to the principles of fair competition, and it has been decided that the said advertisements are contrary to the provisions of the relevant legislation, especially the Law on the Protection of Consumers and the Regulation on Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices, and it has been decided to impose a suspension penalty on the said advertisements.

(3)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/449, it was determined that the advertisement published on 09.12.2022 regarding the social media promotions of the supplementary food named "Möller's Omega-3" under the username "mollersomega3" included the statement "Support for your child's immunity!".

As a result of the evaluation made by the Board; (i) the statement "Support for your child's immunity!" in the advertisements under review is a health claim, (ii) according to the provisions of the legislation in force, in order to make any health claim regarding a product, permission must be obtained from the relevant administrative authority, (iii) since permission was not obtained from the relevant authority for these statements, the accuracy of these statements cannot be considered scientifically proven and therefore do not reflect the truth, (iv) therefore, consumers are deceived and misled with these statements whose accuracy has not been scientifically proven. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law, the Regulation and the Regulation on the Use of Health Claims in Foods and Food Supplements, in particular the Regulation on the Use of Health Claims in Foods and Food Supplements, and it was decided to impose a suspension penalty on the aforementioned advertisements.

cerrahi alanda ve daha birçok alanda sıkça kullanılan ve bilinen birçok tedavi yöntemine göre çok daha hızlı ve etkili bir tedavi yöntemidir...Hipnozun her alanında eğitim öncesi ve sonrası...' gibi ifadeler ile,

-
www.hpnakademi.net adresli internet sitesinin 17.06.2022, 30.12.2022 ve 01.09.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; '...Eğitimci veya uzman olmak ister misiniz? HPN Akademi ile doğru adrestesiniz. Türkiye'nin İlk ve Tek Hipnoterapi Akademisi. Hipnoterapi ve Diğer Kişisel Gelişim Alanlarında Uzman ve Eğitmen Olmak İster misiniz... Sertifika Programları. Tüm Eğitimlerde Alınacak Sertifikalar M.E.B. Onaylı Olup E-Devlet Sisteminden Takip Edilebilir Olacak. Akademimizin Vermiş Olduğu Sertifika AB Ülkelerinde Sertifika Programları Tüm Eğitimlerde Alınacak Sertifikalar M.E.B. Onaylı Olup E-Devlet Sisteminden Görülecektir.' Gibi ifadelere yer verildiği,

-
İnternet sitelerinde T.C. Sağlık Bakanlığı ve T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın logolarına yer verildiği, tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) , inceleme konusu tanıtımlarda yetki alanınızda bulunmayan ve uluslararası sınıflandırma sistemlerinde hastalık olarak değerlendirilen "Kaygı" gibi klinik psikoloji, psikiyatri ve psikoloji alanına giren konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu, (ii) hipnoz" uygulamasının yer aldığı ve anılan uygulamanın sertifika sahibi tabip ve dış tabibi ile tabip gözetiminde klinik psikolog ve psikolojinin tıbbi uygulamaları yetki belgesine sahip psikologlar tarafından uygulanabileceğinin belirtildiği, dolayısıyla tabip gözetimi olmaksızın tarafınızca hipnoz uygulamasının yapılamayacağı, (iii) tanıtımlarda Bakanlık logolarına yer verilerek kuruluşunuzun logosu kullanılan kurumlar tarafından verilmiş ruhsatının veya benzeri bir izin belgesinin olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, (iv) sağlık kuruluşu olarak hizmet vermeye yetkili olmayan kuruluşun yetki alanında bulunmayan konularda hizmet sunduğu, eğitim verdiği ve sertifika düzenlediği yönünde tanıtımlarda bulunmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımları tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma

(4)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/6005, it was determined that "Alberto di Centa" branded cheeses were offered for sale under the category of "Imported cheeses" on the e-commerce websites of Sinanoğlu Tourism and Trade Limited Company with the URL addresses <https://www.muglagurme.com/tr/> and <https://www.gurmereyon.com/tr/>, although they were produced in Turkey.

As a result of the assessment made by the Board; it was evaluated that the advertisements regarding the sale of Alberto di Centa" branded cheeses under the category of "Imported cheeses" despite the fact that they are produced in Turkey are likely to disrupt the economic behavior of the average consumer and that the promotions made in this way are deceptive and misleading to consumers. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that a suspension penalty was imposed on the said advertisements.

EDUCATION SECTOR:

(1)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2022/4132, Ahmet Ünal belongs to HPN Academy;

- In the appearance of the website <https://hpnhypnoz.net/> dated 17.06.2022; 'Quitting smoking with hypnosis, getting rid of stress, getting rid of sleep problems, getting rid of exam anxiety and many more problems are very easy with HPN Hypnosis! Hypnosis is not a magic but a scientific reality. Contact us to have this experience...Hypnosis is a much faster and more effective treatment method than many known treatment methods that are frequently used in the field of psychology, surgery and many other fields...Before and after training in all areas of hypnosis...'

-As an example in the views of the website www.hpnakademi.net dated 17.06.2022, 30.12.2022 and 01.09.2023; '...Do you want to become an educator or expert? You are at the right address with HPN Academy. Turkey's First and Only Hypnotherapy Academy. Would you like to become an Expert and Trainer in Hypnotherapy and Other Personal Development Areas...

cezası verilmesine karar verilmiştir.

TEKNOLOJİ

(1)

Reklam Kurulu'nun 2023/1717 sayılı kararı kapsamında, D Arçelik A.Ş. tarafından www.arcelik.com.tr adlı internet sitesinde "Iphone 13 128 GB Mavi Cep Telefonu" adlı ürünün 27.999 TL, Oliz üyelerine özel ise 26.799 TL olduğuna ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) Oliz üyelerine özel ise 26.799 TL fiyat ile satıldığı ancak bu fiyatlandırma politikasına bayilerin de katılma zorunluluğu olmadığı, (ii) kendi fiyatlandırma ve satış politikalarını belirlemekte serbest oldukları anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda Kanun ve Yönetmeliğe aykırılık olmadığına karar verilmiştir.

DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

(1)

Reklam Kurulu'nun 2023/1335 sayılı kararı kapsamında, A 101 Yeni Mağazacılık A.Ş.'ye ait 17 Kasım 2022 tarihli "Aldın Aldın" broşüründe, A101 mağazalarında ve www.a101.com.tr internet sitesinde 19.999 TL ile satışa sunulan "Volta YIDE Elektrikli Moped" adlı ürünün özelliklerinde "Menzil: 42 km (Yol, hava şartları ve güç destek seviyesine göre değişir.)" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; İspanya Sanayi Bakanlığı tarafından akredite edilen ve otorite bir kuruluş olan "Idiada Automotive Technology S.A." tarafından verilen tip onay belgesi ile aracın elektrik menzili test sonucunun 42 km olduğu ispatlandığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olmadığına karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/6311 sayılı kararı kapsamında, Hakmar Mağazacılık Ltd. Şti'ye ait Hakmar Express Ferhatpaşa şubesinde 04.07.2023-31.07.2023 tarihleri

Certificate Programs. Certificates to be obtained in all trainings will be approved by the Ministry of Education and will be traceable from the E-Government System. Certificate Programs in EU Countries Certificate Programs in EU Countries Certificates to be obtained in all trainings will be approved by the Ministry of Education and will be seen from the E-Government System." statements such as,

- The logos of the Republic of Turkey Ministry of Health and the Republic of Turkey Ministry of National Education appear on their websites, has been identified.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) in the promotions subject to review, the impression is created that treatment is provided in the fields of clinical psychology, psychiatry and psychology, such as "Anxiety", which is not in your field of authority and is considered as a disease in international classification systems, (ii) hypnosis" application is included and it is stated that the said application can be applied by certified physicians and dentists and clinical psychologists under the supervision of physicians and psychologists with a certificate of authorization for medical applications of psychology, therefore, hypnosis cannot be performed by you without the supervision of a physician, (iii) by including the logos of the Ministry in the promotions, a perception is created that your organization has a license or a similar permission document issued by the institutions whose logos are used, (iv) it is against the relevant legislation for the organization, which is not authorized to serve as a health institution, to promote that it provides services, provides training and issues certificates on subjects that are not within its jurisdiction; (iv) the promotions in question are misleading and deceptive to consumers and exploit their lack of information. In this context, it has been decided that the said advertisements are contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that a suspension penalty will be imposed on the said advertisements.

TECHNOLOGY

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/1717, it was determined that D Arçelik Inc. stated that the product named "Iphone 13 128 GB Blue Cell Phone" on the website www.arcelik.com.tr is 27,999 TL and 26,799 TL for Oliz members.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) it was

arasında yer alan tanıtımlarda “1 Alana 1 Bedava. Selpak Kağıt Havlu Dev 2'li 3 Katlı. 64,90 TL(...) Adet Fiyat 32,45 TL. Başlangıç Tarihi: 04.07.2023 Bitiş Tarihi: 31.07.2023” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) 04.07.2023 tarihinde anılan ürünü satın almak isteyen tüketicinin, sistemsal bir hata nedeniyle kasada ürün satışının gerçekleştirilemediği gerekçesiyle söz konusu kampanyadan yararlanamadığı, (ii) inceleme konusu tanıtımların tüketicileri aldatici ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(3)

Reklam Kurulu'nun 2023/1005 sayılı kararı kapsamında, Rks Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.'ye ait söz konusu reklamlarda, ürünün tüm vergiler dahil satış fiyatı olan 43.964 TL'nin üzeri çizili bir şekilde ve indirimli olarak 39.900 TL'ye satışa sunulduğu, kampanya bitiş tarihinin 5 Ocak 2023 olduğu bilgisine yer verildiği, ürün stok bilgisine ise yer verilmediği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; firmaya ait www.rksmotor.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Newlight 125 Pro motosiklet” reklamlarında, ürünün tüm vergiler dahil satış fiyatı olan 43.964 TL'nin üzeri çizilerek indirimli olarak 39.900 TL'ye satıldığı ve kampanya bitiş tarihinin 5 Ocak 2023 olduğu bilgisine yer verildiği, ancak ürünün 43.964 TL'den hiç satılmadığı, tüketiciler nezdinde satış fiyatından indirim yapılmış gibi izlenim oluşturulduğu, diğer taraftan kampanyanın 5 Ocak 2023 tarihinde biteceği belirtilmesine rağmen 25 Ocak 2023 tarihine kadar uzatıldığı, daha sonra ise üstü çizgili fiyat bilgisinin kaldırılarak ürünün 39.900 TL'den satılmaya devam edildiği, söz konusu reklamda ürün stok bilgisine yer verilmediği ve indirime ilişkin ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

understood that Oliz was sold at a price of TRY 26,799 for Oliz members, but dealers were not obliged to participate in this pricing policy, (ii) they were free to determine their own pricing and sales policies, and therefore, it was determined that there was nothing misleading in the advertisements and that there was no violation of the principles of fair competition. In this context, it was decided that there was no violation of the Law and Regulation.

CONSUMER DURABLES

(1)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/1335, it was determined that in the "Aldın Aldın" brochure of A 101 Yeni Mağazacılık Inc. dated November 17, 2022, the features of the product named "Volta YIDE Electric Moped", which is offered for sale in A101 stores and on the website www.a101.com.tr for 19,999 TL, included the statements "Range: 42 km (Depends on road, weather conditions and power support level)."

As a result of the evaluation made by the Board, it was determined that the electric range test result of the vehicle was proven to be 42 km with the type of approval certificate issued by "Idiada Automotive Technology S.A.", which is an authority organization accredited by the Spanish Ministry of Industry. In this context, it has been decided that the promotions in question are not contrary to the provisions of the Law and Regulation.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/6311, in the promotions that took place between 04.07.2023-31.07.2023 at the Hakmar Express Ferhatpaşa branch of Hakmar Mağazacılık Limited Company, "1 Buy 1 Free. Selpak Paper Towel Giant 2 of 3 Folded. 64,90 TL(...) Piece Price 32,45 TL. Start Date: 04.07.2023 End Date: 31.07.2023".

As a result of the evaluation made by the Board; (i) the consumer who wanted to purchase the said product on 04.07.2023 could not benefit from the said campaign on the grounds that the sale of the product could not be realized at the cash register due to a system error, (ii) the promotions subject to review were considered to be deceptive and misleading to consumers. In this context, it has been decided to impose a penalty to suspend the

TURİZM**(1)**

Reklam Kurulu'nun 2023/1714 sayılı kararı kapsamında, Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı'na ait www.turkishairlines.com adresli internet sitesinde yer alan bilet değişikliğine ilişkin "170 TL değişiklik ücreti (son 12 saate kadar)" içerikli tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; (i) şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olmadığına karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/5846 sayılı kararı kapsamında, Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı 'na ait <https://www.turkishairlines.com/tr-int/adresli> internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan "ComfortJet" isimli bilet kategorisine ilişkin olarak uçuş seçim ekranında "Cezasız değişiklik" ibaresine yer verildiği, ayrıca <https://www.turkishairlines.com/tr-int/bilgi-edin/ucret-kosullari/> URL adresinin 30.05.2023 tarihli görünümünde de; "Comfort Jet...Değişiklik, iptal ve iade: Ücretsiz değişiklik ve kesintili iade yapma hakkı vardır." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; İlgili bilet kategorisinde satın alınmış biletin değişiklik süreçlerine ilişkin olarak reklam veren/ticari uygulamada bulunan tarafından yapılan açıklamalarda farklı türlerdeki biletlerin kendilerine özgü kuralları ve kullanım kısıtlamaları bulunduğu bu nedenle bilet ücretlerinde farklılıklar oluşabildiği, ComfortJet kategorisi için ücretsiz değişikliğin ise "ceza bedeli alınmadan" yapılan değişikliği ifade ettiğinin beyan edildiği tespit edilmiş ve ilgili durumun tüketicilerde eksik veya hatalı bilgiye neden olduğu ve tüketicinin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, söz

aforementioned advertisements as the promotions are contrary to the provisions of the Law and the Regulation

(3)

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/1005, Rks Automotive Industry and Trade Inc , the sales price of the product including all taxes, which is 43,964 TL, is crossed out and offered for sale at a discount for 39,900 TL, the campaign end date is January 5, 2023, and the product stock information is not included.

According to the evaluation made by the board; in the advertisements for the "Newlight 125 Pro motorcycle" on the website www.rksmotor.com.tr owned by the company, it was stated that the product, with an all-inclusive sales price of 43,964 TL, was crossed out and sold at a discounted price of 39,900 TL, and the campaign end date was mentioned as January 5, 2023. However, it was found that the product was never sold at 43,964 TL, creating an impression among consumers that a discount had been made from the selling price. Furthermore, although the campaign was stated to end on January 5, 2023, it was extended until January 25, 2023, and later the crossed-out price information was removed, and the product continued to be sold at 39,900 TL. The advertisements did not provide information about the product's stock status, and the statements regarding the discount did not reflect the truth. It was stated that these advertisements were misleading and contrary to the principles of fair competition. Within this scope, it was decided that these promotions were in violation of the Law and Regulation, and a decision was made to impose a suspension penalty on the mentioned advertisements.

TOURISM SECTOR:**(1)**

Within the scope of the decision numbered 2023/1714 of the Advertisement Board, it has been determined that the website www.turkishairlines.com of Turkish Airlines Incorporated Partnership includes advertisements with the content "170 TL change fee (up to the last 12 hours)" regarding ticket changes.

As a result of the evaluation made by the Board; (i) it has been determined that there is no misleading element

konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR

(1)

Reklam Kurulu'nun 2023/229 sayılı kararı kapsamında, İnceleme konusu reklamda, www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan telefon hatlarına özel paketler tüketiciler tarafından satın alınmak istendiğinde, tüketicilere aynı paketin "Yıllık Abonelik" kısmında "Turkcell'li Ol" butonunun "Aylık Abonelik" kısmında ise "Detaylı Bilgi" butonunun sunulduğu, yıllık abonelik kısmında çıkan "Turkcell'li Ol" butonu seçildiğinde satın alma işlemlerinin gerçekleştirildiği sayfaya yönlendirildiği, aylık abonelik kısmında çıkan "Detaylı Bilgi" butonu seçildiğinde ise bilgilendirme kısmına yönlendirildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; firmaya ait www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinde satışa sunulan telefon hatlarına özel paketler tüketiciler tarafından satın alınmak istendiğinde, aynı hat için yıllık abonelik işlemi kolayca gerçekleştirilirken aylık abonelik için böyle bir durumun söz konusu olmadığı, bu durumun da tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacakları bir sözleşmeye taraf olmaya zorlanmasına yol açtığı ve tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesinin olumsuz etkilendiği ve nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Yönetmelik ve Kanun'un hükümlerine aykırı olduğuna ve Kanun uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/233 sayılı kararı kapsamında, Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Limited Şirketi'ne ait "Kilit Şimdi Açıldı: Windows 11'e Ücretsiz Yükseltmeden Yararlanabilirsiniz" başlıklı reklamlarda ekranda yan yana belirgin şekilde yer alan mavi kutucukta "Alın", beyaz kutucukta "Planlayın" butonlarına yer verilirken ekranın alt kısmında "Alın" ve "Planlayın" butonlarına kıyasla ayırt edilmesi güç şekilde "Windows 10'u Tutun" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

contrary to the provisions of the Advertisement Legislation in the matter subject to the complaint. Therefore, it has been evaluated that the promotions subject to the complaint are not misleading to consumers. In this context, it has been decided that the promotions are not contrary to the provisions of the Law and the Regulation.

(2)

Within the scope of the decision of the Advertising Board numbered 2023/5846, it has been determined that the phrase "Change without penalty" is included in the flight selection screen regarding the ticket category named "ComfortJet" on the <https://www.turkishairlines.com/tr-int/adresli> website and mobile application of Turkish Airlines Incorporated Partnership, and also in the view of <https://www.turkishairlines.com/tr-int/bilgi-edin/ucret-kosullari/> URL address dated 30.05.2023; "Comfort Jet...Change, cancellation and refund: There is the right to change free of charge and refund with deductions."

As a result of the evaluation made by the Board; It has been determined that in the statements made by the advertiser/commercial practitioner regarding the change processes of the ticket purchased in the relevant ticket category, it has been determined that different types of tickets have their own rules and usage restrictions, so there may be differences in ticket prices, and that the free change for the ComfortJet category refers to the change made "without penalty fee", and it has been determined that the relevant situation causes incomplete or incorrect information in consumers and significantly disrupts the consumer's economic behavior regarding a good or service or causes the consumer to be a party to a consumer transaction that he would not be a party under normal conditions. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that a suspension penalty was imposed on the said advertisements.

UNFAIR COMMERCIAL PRACTICES

(1)

Within the scope of the Advertisement Board's decision numbered 2023/229, it has been determined that in the advertisement subject to the review, when consumers want to purchase special packages for phone lines offered for sale on the website www.turkcell.com.tr, consumers are offered the "Become Turkcell'li" button in the "Annual Subscription" section of the same package and the "Detailed Information" button in the "Monthly Subscription" section,

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; tüketicilerin bilgisayarlarının işletim sistemini yükseltmeden var olanı kullanmaya devam etmelerinin güçleştirilmesiyle normal şartlar altında taraf olmayacakları bir sözleşmeye taraf olmaya ve işletim sistemini güncelleştirmeye zorlanmasına yol açtığı, dolayısıyla internet sitesi üzerinden satış yapan firma tarafından tüketicilere var olan işletim sistemiyle devam etme imkanının zorlaştırılarak sunulmasıyla tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesinin olumsuz etkilendiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Yönetmelik ve Kanun'un hükümlerine aykırı olduğuna ve Kanun uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

DİĞER

(1)

Reklam Kurulu'nun 2023/964 sayılı kararı kapsamında, DAP Yapı İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye ait "Yeni Levent" isimli projeye ilişkin : www.yenilevent.com.tr adresli internet sitesinde "Emlak Konut güvencesine DAP Gayrimenkul Geliştirme vizyonu, bu kez sizleri Levent'te, yemyeşil bir doğal yaşama davet ediyor." ,(...)Türkiye'de Şehirde Country Hayatı konseptinin yegane örneği olan Levent'te, Emlak Konut güvencesi(...)", "Levent'in kalbinde birbirinden güzel(...)" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; ırmaya ait "Yeni Levent" isimli projeye ilişkin reklamlarda proje lokasyonunun "Seyrantepe-İSTANBUL" olarak belirtilmesine karşın proje lokasyonunun "Huzur Mahallesi-Sarıyer" olduğunun tespit edildiği, bu nedenle ilgili ifadelerinin projenin konumuna ilişkin olarak tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik arz ettiği, internet sitesinde yer alan tanıtımların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı nitelikte olduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve anılan reklamlar hakkında durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

(2)

Reklam Kurulu'nun 2023/1697 sayılı kararı kapsamında, Karaca Home Collection Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye ait www.karaca-home.com.tr adresli internet sitesinde "Online Özel 1000 TL Üzeri Alışverişe 200 TL İndirim" başlıklı reklamlara yer verildiği ancak

and when the "Become Turkcell'li" button in the annual subscription section is selected, it is directed to the page where the purchase is made, and when the "Detailed Information" button in the monthly subscription section is selected, it is directed to the information section.

As a result of the evaluation made by the Board; when consumers want to purchase special packages for phone lines offered for sale on the company's website www.turkcell.com.tr, it is stated that while the annual subscription process for the same line is easily realized, this is not the case for the monthly subscription, this situation leads to consumers being forced to become a party to a contract that they would not be a party to under normal conditions, and the will of consumers to make a decision or choice is negatively affected, and therefore, the advertisements in question are misleading and contrary to the principles of fair competition. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Regulation and the Law and that the advertisements in question should be suspended pursuant to the Law.

(2)

Within the scope of the Advertisement Board's decision numbered 2023/233, Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Limited Şirketi's advertisements titled "Unlocked Now: Take Advantage of a Free Upgrade to Windows 11", the advertisements featured "Buy" buttons in the blue box and "Plan" buttons in the white box, which were prominently placed side by side on the screen, and the phrase "Keep Windows 10" at the bottom of the screen, which was difficult to distinguish compared to the "Buy" and "Plan" buttons.

As a result of the evaluation made by the Board; it was stated that by making it difficult for consumers to continue to use the existing operating system without upgrading the operating system of their computers, consumers are forced to become a party to a contract to which they would not be a party under normal circumstances and to update the operating system, and therefore, the consumers' will to make a decision or choice is negatively affected by the company selling through the website by making it difficult for consumers to continue with the existing operating system. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Regulation and the Law and that the advertisements should be suspended in accordance with the Law.

OTHER

Within the scope of the decision of the Advertisement Board numbered 2023/964, regarding the project named "Yeni Levent" belonging to DAP Yapı İnşaat Sanayi ve Ticaret

kampanyaya hangi ürünlere ilişkin olduğuna dair istisnai bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; ilgili tanıtımın yapılmasına rağmen kampanyanın yalnızca internet sitesine üyeliği bulunan müşterilere özel olduğu bilgisine ve kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerine söz konusu reklamlarda yer verilmediği, bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Yönetmelik ve Kanun'un hükümlerine aykırı olduğuna ve Kanun uyarınca anılan reklamları durdurma cezası ve idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

A.Ş., on the website www.yenilevent.com.tr, "With the vision of DAP Gayrimenkul Geliştirme under the assurance of Emlak Konut, this time it invites you to a lush natural life in Levent." , "(...) in Levent, which is the only example of the concept of Country Life in the City in Turkey, with Emlak Konut assurance(...)", "Beautiful (...) in the heart of Levent". As a result of the evaluation made by the Board, it was determined that although the project location was stated as "Seyrantepe-ISTANBUL" in the advertisements regarding the project named "Yeni Levent", the project location was determined to be "Huzur Mahallesi-Sarıyer", for this reason, the relevant statements are deceptive and misleading to consumers regarding the location of the project, and the promotions on the website are misleading to the average consumer. In this context, it was decided that the advertisements in question were contrary to the provisions of the Law and the Regulation and that a suspension penalty was imposed on the said advertisements.

(2)

Within the scope of the Advertisement Board's decision numbered 2023/1697, it has been determined that the website of Karaca Home Collection Tekstil Sanayi ve Ticaret A. Ş. with the address www.karaca-home.com.tr includes advertisements titled "200 TL Discount for Online Special Shopping over 1000 TL", but no exceptional information regarding the products of the campaign is included.

As a result of the evaluation made by the Board, it was stated that although the relevant promotion was made, the advertisements in question did not include the information that the campaign is only for customers who have a membership to the website and the start and end dates of the campaign, therefore, the advertisements in question are misleading and contrary to the principles of fair competition. In this context, it was decided that the said advertisements were contrary to the provisions of the Regulation and the Law, and that the said advertisements should be suspended and administrative fines should be imposed in accordance with the Law.



Türkiye’de Genel Hukuk Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler ve Güncel Gelişmeler

Violation of Personality Rights Through Social Media Posts:
Types of Lawsuits and Legal Remedies

Yargıtay 5. Hukuk Dairesinin 2023/3849 E. 2023/5001 K. Sayılı ve 28.07.2023 Tarihli Kararı 32262 Sayılı Resmî Gazete 'de Yaymlandı.

Mahkemece keşif ve bilirkişi incelemesi yapılmaksızın yalnızca tanık beyanlarına dayanılarak yapılan yargılama hakkında, 6100 Sayılı Kanun'un 363'üncü maddesi birinci fıkrasına dayalı Adalet Bakanlığı tarafından kanun yararına bozma istemine oy birliği ile karar verilmiştir. Bu kapsamda, dava dilekçesinde keşif ve bilirkişi kanıtına dayanılmasına karşın mahkeme tarafından kanıtlar değerlendirilmeksizin tanık beyanları ile yetinilerek davanın reddine karar verilmesinin; hak arama özgürlüğüne, hukuki dinlenilme ve adil yargılanma ilkelerine ayrıca usul ve yasaya aykırı olduğu tespit edilmiş olup, hükmün bozulmasına karar verilmiştir.

Yargıtay 9. Hukuk Dairesinin 2023/9431 E. 2023/8073 K. Sayılı ve 02.09.2023 Tarihli Kararı 32397 Sayılı Resmî Gazete 'de Yaymlandı.

Dava konusu uyuşmazlık işçi alacaklarında kıdem tazminatına yürütülecek faizin türüne ilişkindir. Dava dilekçesinde belli bir faiz oranı ya da başka bir faiz türü gösterilmişse taleple bağlılık kuralından hareket edilerek bu faiz oranını aşmayacak şekilde faiz kararı verilmelidir. Davacı işçinin dava ve ıslah dilekçelerinde talebi ve 4857 sayılı Kanun'un 120'nci maddesi yollamasıyla halen yürürlükte bulunan 1475 sayılı Kanun'un 14'üncü maddesinin ilgili hükmü uyarına dava konusu alacağı mevduata uygulanan en yüksek faiz oranı uygulanması gerekirken yasal faizi ile birlikte hüküm altına alınması isabetsiz olarak değerlendirilmiştir.

Yargıtay Başkanlığından 2021/5 E. 2023/2 K. Sayılı ve 14.09.2023 Tarihli Yargıtay İçtihatları Birleştirme Büyük Genel Kurulu Kararı 32309 Sayılı Resmî Gazete 'de Yaymlandı.

Hukuk davalarında, hükümde kanun yolu süresinin hatalı gösterilmesi halinde, hatalı gösterilen kanun yolu süresi içerisinde yapılan kanun yolu başvurusunun incelenmesi gerektiğine, 28.04.2023 tarihinde oy çokluğu ile karar verilmiştir.

The Decision of the 5th Civil Chamber of the Court of Cassation No. 2023/3849 E. 2023/5001 K. and dated 28.07.2023 was published in the Official Gazette No. 32262.

The court decided unanimously on the request for reversal for the benefit of the law by the Ministry of Justice based on the first paragraph of Article 363 of Law No. 6100, without conducting discovery and expert examination, based only on witness statements. Although the lawsuit petition is based on discovery and expert evidence, the court decided to dismiss the lawsuit based on witness statements without evaluating the evidence: Since it is contrary to the freedom to seek rights, the principles of legal hearing and fair trial, as well as the procedure and the law, the judgment had to be reversed.

The Decision of the 9th Civil Chamber of the Court of Cassation No. 2023/9431 E. 2023/8073 K. and dated 02.09.2023 was published in the Official Gazette No. 32397.

The dispute in the case is related to the type of interest to be applied to severance pay in labor receivables. If a certain interest rate or another type of interest is indicated in the lawsuit petition, an interest decision should be made not to exceed this interest rate, based on the rule of adherence to the request.

In accordance with the request of the plaintiff employee in the lawsuit and amendment petitions and the relevant provision of Article 14 of Law No. 1475, which is still in force with reference to Article 120 of Law No. 4857, the highest interest rate applied to deposits should be applied to the receivable subject to the lawsuit, while the highest interest rate applied to deposits should be applied to the receivable subject to the lawsuit.

The Decision of the Grand General Assembly of the Court of Cassation Unification of Jurisprudence No. 2021/5 E. 2023/2 K. and dated 14.09.2023 was published in the Official Gazette No. 32309.

In civil cases, it has been decided by a majority of votes on 28.04.2023 that if the legal remedy period is shown



Türkiye’de Şirketler ve Ticaret Hukuku Kapsamında Gerçekleşen Güncel Gelişmeler

Current Developments in Corporate
and Commercial Law in Turkey

Enerji Piyasası Denetleme Kurumu tarafından serbest bölgelerle ilgili 20.07.2023 tarihli kurul kararı 25 Temmuz 2023 tarihli ve 32259 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu’nun 20.07.2023 tarihli toplantısında; elektrik piyasasına ilişkin mevzuat ve Ticaret Bakanlığı (Bakanlık) Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü’nün yazısı çerçevesinde, serbest bölgelerde;

1.Bakanlık olumlu görüş verir ise, sadece kendi ihtiyacı ile sınırlı olmak şartıyla, elektrik üretim faaliyetinde bulunmak isteyen tüzel kişilere önlisans veya üretim lisansı verilmesine,

2.Üretim lisanslarına konu tesislerde ihtiyaç üzerinde elektrik üretilmesi durumunda bu elektriğin hiçbir şekilde satışa konu edilmemesine,

3.Söz konusu bölgelerde kurulan lisanssız üretim tesisleri hakkında, Elektrik Piyasasında Lisansız Elektrik Üretim Yönetmeliği kapsamında işlem tesis edilmesine,

4.Söz konusu bölgelerde yer alan mevcut üretim tesisleriyle ilgili olarak lisans tadil talepleri kapsamındaki iş ve işlemlere devam edilmesine, karar verilmiştir.

Adalet Bakanlığı tarafından 11 Ağustos 2023 tarihli ve 32276 sayılı Resmi Gazete’de Konkordato Gider Avansı Tarifesi yayımlanmıştır.

Konkordato Gider Avansı Tarifesi yayımlanmıştır. İşbu Tarife, 09/06/1932 tarihli ve 2004 sayılı İcra ve İflas Kanunu gereğince konkordato talep edilirken mahkeme veznesine yatırılacak olan avansın miktarı ile ödenmesine ilişkin usul ve esasları belirler.

Konkordato talebinde bulunan kişinin, bu Tarifede gösterilen gider avansını talepte bulunurken mahkeme veznesine yatırması gerekmektedir.

Tarifenin 4. Maddesi uyarınca ödenmesi gereken miktarlar belirlenmiştir.

The board decision dated 20.07.2023 by the Energy Market Supervisory Authority regarding free zones was published in the Official Gazette dated 25 July 2023 and numbered 32259.

At the meeting of the Energy Market Regulatory Board dated 20.07.2023; within the framework of the legislation on the electricity market and the letter of the Ministry of Trade (Ministry) General Directorate of Free Zones, in free zones;

1.If the Ministry gives a positive opinion, to grant a pre-license or production license to legal entities wishing to engage in electricity generation activities, provided that such activities are limited to their own needs,

2.In the event that electricity is generated in excess of the need in facilities subject to generation licenses, this electricity shall not be subject to sale in any way,

3.To take action on unlicensed generation facilities established in the said regions within the scope of the Regulation on Unlicensed Electricity Generation in the Electricity Market,

4.To continue the works and procedures within the scope of license modification requests regarding the existing generation facilities located in the said regions, Decision has been issued.

The Ministry of Justice published the Concordat Expense Advance Tariff in the Official Gazette dated 11 August 2023 and numbered 32276.

Concordat Expense Advance Tariff has been published. This Tariff determines the amount of the advance to be deposited to the court cashier while requesting concordat pursuant to the Enforcement and Bankruptcy Law dated 09/06/1932 and numbered 2004 and the procedures and principles regarding its payment.

The concordat claimant is required to deposit the advance payment of expenses specified in this Tariff to the court cashier when making the claim.

The amounts to be paid pursuant to Article 4 of the Tariff have been determined.

Konkordato gider avansı miktarı**MADDE 4- (1) Talep eden;**

a) Konkordato talep edilirken bildirilen alacaklı sayısının üç katı tutarında tebligat gideri,

b) Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde yayımlanacak yedi adet ilan bedelinin asgari tutarı olan 1.000,00 Türk Lirası,

c) Resmî İlan Fiyat Tarifesinde belirlenen Basın-İlan Kurumu resmî ilan portalında yapılacak yedi adet ilan bedelinin asgari tutarı,

ç) İlgili kurum ve kuruluşlara yapılacak bildirim için elli adet iadeli taahhütlü posta ücreti,

d) Bir bilirkişi için Bilirkişilik Asgari Ücret Tarifesinde belirlenen ücretin üç katı tutarı,

e) Mahkemece belirlenecek ücreti sonradan tamamlanmak üzere konkordato komiseri olarak görevlendirilecek kişi için asgari 1.300,00 Türk Lirası üzerinden hesaplanan, geçici mühlet süresini kapsayacak şekilde, beş aylık ücret tutarı,

f) Diğer iş ve işlemler için 700,00 Türk Lirası,

g) İflas tabi olanlar yönünden 25.000,00 Türk Lirası iflas gideri,

toplamını avans olarak öder.

(2) İflas tabi olmayan borçlular yönünden yukarıda sayılan gider avansı miktarından indirim yapılmasına mahkemece karar verilebilir.

15 Eylül 2023 tarihli 32310 sayılı Resmi Gazete’de Türk Ticaret Kanunu hüküm iptaline ilişkin Anayasa Mahkemesi Kararı yayınlandı.

Esas Sayısı: 2023/33

Karar Sayısı: 2023/117

Karar Tarihi: 22/06/2023

İtiraz Yoluna Başvuranlar:

1.İstanbul 2. Asliye Ticaret Mahkemesi (E.2023/33)

2.Bakırköy 1. Asliye Ticaret Mahkemesi (E.2023/47)

3.Alanya Asliye Ticaret Mahkemesi (E.2023/99)

Amount of concordat expense advance**ARTICLE 4-**

(1) Requester;

a) Notification expenses amounting to three times the number of creditors notified when requesting concordat,

b) 1.000,00 Turkish Liras, which is the minimum amount of seven advertisements to be published in the Turkish Trade Registry Gazette,

c) The minimum amount of seven advertisements to be made on the official advertisement portal of the Press and Publicity Agency determined in the Official Advertisement Price Tariff,

d) Fifty registered postage with return receipt for notifications to be made to the relevant institutions and organizations,

e) Three times the amount of the fee determined in the Minimum Fee Tariff for Expertise for one expert,

f) For the person to be appointed as concordat commissioner, the fee to be determined by the court to be completed later, the amount of five-month fee calculated over a minimum of 1,300.00 Turkish Liras, covering the temporary respite period,

g) 700,00 Turkish Liras for other works and transactions,

h) Bankruptcy expenses of 25.000,00 Turkish Liras for those subject to bankruptcy,

i) the total amount of the advance payment.

(2) For debtors who are not subject to bankruptcy, the court may decide to make a discount from the amount of the advance on expenses mentioned above.

15 September 2023 dated 32310 numbered Official Gazette published the Constitutional Court Decision regarding the cancellation of the provision of the Turkish Commercial Code.

Principal No: 2023/33

Decision No: 2023/117

İtirazların Konusu:

13/01/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na 26/06/2012 tarihli ve 6335 sayılı Kanun'un 38. Maddesiyle eklenen geçici 7. Maddenin /15) numaraları fıkrasının ikinci ve beşinci cümlelerinin Anayasa'nın 2., 13., 35. Ve 36. Maddelerine aykırılığı ileri sürülerek iptallerine ve yürürlüklerinin durdurulmasına karar verilmesi talepleridir

Olay:

Ticaret Sicilinden terkin olunan şirketin yeniden tescili talebiyle açılan davalarda itiraz konusu kuralların Anayasa'ya aykırı olduğu kanısına varan Mahkemeler, iptalleri için başvurmuştur.

İptali İstenen Kanun Hükümleri: Kanun'un geçici 7. Maddesinin itiraz konusu kuralların da yer aldığı (15) numaraları fıkrası şöyledir;

"(15) Bu maddede düzenlenmeyen hususlarda ilgili kanun ve esas sözleşmelerde öngörülen usullere göre hareket edilir. Bu madde gereğince tasfiye edilmeksizin unvanı silinen şirket veya kooperatiflerin ortaya çıkabilecek malvarlığı, unvana ilişkin kaydın silindiği tarihten itibaren on yıl sonra Hazineye intikal eder. Hazine bu şirket ve kooperatiflerin borçlarından sorumlu tutulmaz. Tasfiye memurlarının sorumlulukları konusunda, özel kanunlardaki sorumluluğa ilişkin hükümler saklı kalmak kaydıyla bu Kanun veya Kooperatifler Kanunu hükümleri uygulanır. Ticaret sicilinden kaydı silinen şirket veya kooperatifin alacaklıları ile hukuki menfaatleri bulunanlar haklı sebeplere dayanarak silinme tarihinden itibaren beş yıl içinde mahkemeye başvurarak şirket veya kooperatifin ihyasını isteyebilir."

İtiraz yoluna başvuran mahkeme 6102 sayılı Kanun'un geçici 7. Maddesinin (15) numaralı fıkrasının ikinci ve beşinci cümlelerinin iptallerini talep etmiştir.

İtirazın Gerekçeleri:

Başvuru kararlarında özetle; sicilden terkin edilen şirketin ihyası için açılacak davanın ticaret sicilinden silinme tarihinden itibaren beş yıl ile sınırlanmış olması

Decision Date: 22/06/2023

Applicants to the Appeal Procedure:

1.Istanbul 2nd Commercial Court of First Instance (E.2023/33)

2.Bakırköy 1st Commercial Court of First Instance (E.2023/47)

3.Alanya Commercial Court of First Instance (E.2023/99)

Subject of the Objections:

The requests for the cancellation of the second and fifth sentences of the second and fifth sentences of the paragraph numbered /15) of the provisional Article 7, which was added to the Turkish Commercial Code dated 13/01/2011 and numbered 6102 with Article 38 of the Law dated 26/06/2012 and numbered 6335, on the grounds that they are contrary to Articles 2, 13, 35 and 36 of the Constitution, and for the stay of their execution.

Case:

In the lawsuits filed for the re-registration of the company which was cancelled from the Trade Registry, the Courts concluded that the impugned rules were unconstitutional and applied for their cancellation.

Provisions of the Law Requested to be Cancelled: Paragraph (15) of the provisional Article 7 of the Law, which includes the rules subject to the objection, is as follows

"(15) In matters not regulated in this article, the procedures stipulated in the relevant laws and articles of association shall be followed. Pursuant to this article, the assets of the companies or co-operatives whose title is deleted without liquidation shall be transferred to the Treasury ten years after the date of deletion of the record related to the title. The Treasury shall not be held responsible for the debts of these companies and co-operatives. The provisions of this Law or the Co-operatives Law shall apply to the liability of the liquidators, without prejudice to the provisions regarding liability in special laws. The creditors of the company or co-operative whose registration has been deleted from

sebebiyle ihya davası açılmasının mümkün olmadığı, bu sebeple şirkete karşı açılacak diğer davaların da açılmadığı belirtilerek itiraz konusu kuralın Anayasa'nın 2., 10., 13., 35. Ve 36. Maddelerine aykırı olduğu ileri sürülmüştür.

6102 sayılı Kanun'un geçici 7. Maddesinde münfesh olmasına veya sayılmasına karşın tasfiye edilmeyerek ticaret sicili kayıtlarından terkin edilmeyen şirketler ile kooperatiflerin sicilden resen terkin edilmesi öngörülmektedir. Borçlu şirket ve kooperatiflerin sicilden terkin edilmesi bunların taraf ehliyetini de sona erdirdiğinden alacaklıların bu şirketler ve kooperatifler aleyhine dava açması imkanı ortadan kalktığı gibi bu şirket ve kooperatifler tarafından dava açılabilmesi imkanı da sona ermektedir.

Kuralla sicilden silinen şirketler ile kooperatiflere ilişkin ihya başvurusu için öngörülen sürenin silinme tarihinden itibaren başladığı ve kuralda alacaklıların veya hukuki menfaati bulunanların bu tasfiyeden haberdar olmasını sağlayacak güvencelere yer verilmediği görülmüştür. Bunun yanı sıra kural, ihya için öngörülen sürenin başlaması bakımından alacaklıların veya hukuki menfaati bulunanın söz konusu alacağını ya da hukuki menfaatini talep edebilme imkanından haberdar olması şartını da aramaktadır. Bu durum alacaklılar ile hukuki menfaatleri bulunanların bu süre dolduktan sonra haberdar oldukları veya ileri sürülebilir duruma gelen talepleri için öngörülen ihya yolunun işlevsiz hale gelmesine neden olabilecek niteliktedir.

Şirkete veya kooperatife karşı ileri sürülebilir haklı talebin ortaya çıktığı, talep sahibinin bu durumu öğrendiği veya öğrendiğinin makul olarak kabul edilebildiği ve talebin hukuken ileri sürülebilir hale geldiği tarih yerine silinme tarihinden başlayan sürenin ihya yolunun işlevini gerçekleştirmesine engel teşkil ettiği anlaşılmıştır.

Kanun'un geçici 7. Maddesi uyarınca sicilden silinen şirketler ile kooperatiflerin yeniden tescili amacıyla yapılabilecek ihya başvurusuna ilişkin azami sürenin silinme tarihinden itibaren başlatılması Anayasa'nın 35. Maddesinde güvence altına alınan mülkiyet hakkı ile bağlantılı olarak Anayasa'nın 40. Maddesinde

the trade registry and those who have legal interests may request the revival of the company or co-operative by applying to the court within five years from the date of deletion based on justified reasons."

The appealing court requested the cancellation of the second and fifth sentences of paragraph (15) of the provisional Article 7 of the Law No. 6102.

Grounds of Objection:

In summary in the application decisions; it is stated that it is not possible to file a lawsuit for the reinstatement of the company that has been cancelled from the trade registry since the lawsuit to be filed for the reinstatement of the company is limited to five years from the date of deletion from the trade registry, and for this reason, other lawsuits that can be filed against the company cannot be filed, and it has been argued that the rule subject to objection is contrary to Articles 2, 10, 13, 35 and 36 of the Constitution.

Provisional Article 7 of the Law No. 6102 stipulates that companies and co-operatives that have not been cancelled from the trade registry records by not being liquidated despite being dissolved or deemed dissolved, shall be cancelled from the registry ex officio. Since the cancellation of the debtor companies and cooperatives from the registry also terminates their capacity as a party, the possibility for creditors to file a lawsuit against these companies and cooperatives is eliminated, as well as the possibility to file a lawsuit by these companies and cooperatives is also terminated.

It has been observed that the period stipulated by the rule for the revival application for companies and co-operatives deleted from the registry starts as of the date of deletion, and the rule does not include guarantees to ensure that creditors or those with legal interests are aware of this liquidation. In addition, the rule also requires that the creditor or the person with a legal interest must be aware of the possibility of claiming the receivable or legal interest in question in order for the period foreseen for the recovery to commence. This situation may render the recovery procedure for the claims of the creditors and those with legal interests,

düzenlenen etkili başvuru hakkına aykırılık oluşturmaktadır. Bu nedenle iptali gerektiği ileri sürülmüştür.

Başvuruda özetle, itiraz konusu kuralın uygulanması halinde telafisi güç veya imkansız zararların doğabileceği belirtilerek yürürlüğün durdurulmasına karar verilmesi talep edilmiştir.

Hüküm: 13/01/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na 26/06/2012 tarihli ve 6335 sayılı Kanun'un 38. Maddesiyle eklenen geçici 7. Maddenin (15) numaralı fıkrasının beşinci cümlesinde yer alan "...silinme tarihinden itibaren beş yıl içinde..." ibaresinin Anayasa'ya aykırı olduğuna ve İPTALİNE 22/06/2023 tarihinde OYBİRLİĞİYLE karar verilmiştir.

which become known or assertable after the expiry of this period, dysfunctional.

It is understood that the period starting from the date of deletion, instead of the date when a legally assertable claim arose against the company or cooperative, when the claimant learnt or could reasonably be accepted to have learnt of this situation and when the claim became legally assertable, constitutes an obstacle to the functioning of the reinstatement remedy.

In accordance with the provisional Article 7 of the Law, starting the maximum period for the application for re-registration of companies and co-operatives deleted from the registry from the date of deletion is contrary to the right to effective application regulated in Article 40 of the Constitution in connection with the right to property guaranteed under Article 35 of the Constitution. Therefore, it has been claimed that it should be cancelled. In the application, in summary, it is stated that the application of the rule subject to the objection may cause irreparable or impossible damages and a stay of execution is requested.

Provision: It has been decided unanimously on 22/06/2023 that the phrase "...within five years from the date of deletion..." in the fifth sentence of paragraph (15) of the provisional Article 7 added to the Turkish Commercial Code dated 13/01/2011 and numbered 6102 with Article 38 of the Law dated 26/06/2012 and numbered 6335 is unconstitutional and CANCELED.



Türkiye’de IT Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler ve Güncel Gelişmeler

Turkish Legislative Changes and
Current Developments in IT Law

Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 06/07/2023 tarihli ve 2023/ 1154 sayılı kararı 25 Temmuz 2023 tarihli Resmi Gazete’de Yayımlandı.

25 Temmuz 2023 tarihli Resmi Gazete’de Kişisel Verileri Koruma Kurulu’nun veri sorumluları siciline kayıt yükümlülüğüne ilişkin istisna kriterinde değişiklik yayımlandı. Yeni Kurul Kararı ile yıllık bilanço toplamı tutarının güncellenmesi suretiyle yıllık çalışan sayısı 50’den az ve yıllık mali bilanço toplamı 100 milyon Türk lirasından az olan gerçek veya tüzel kişi veri sorumlularından ana faaliyet konusu özel nitelikli kişisel veri işleme olmayanlar olarak değiştirildi.

The decision of the Personal Data Protection Board dated 06/07/2023 and numbered 2023/ 1154 was published in the Official Gazette dated 25 July 2023.

A change in the exception criterion regarding the Personal Data Protection Board's obligation to register in the data controllers registry was published in the Official Gazette dated July 25, 2023. By updating the annual balance sheet total amount, with the new Board Decision, the natural or legal person data controllers whose annual number of employees is less than 50 and whose annual financial balance sheet total is less than 100 million Turkish liras have been changed to those whose main field of activity is not processing special personal data.



Türkiye’de Fikri Mülkiyet ve Medya Hukuku Kapsamında Gerçekleşen Mevzuat Değişiklikler ve Güncel Gelişmeler

Turkish Legislative Changes and Current Developments
in Intellectual Property and Media Law

Fikir ve Sanat Eserlerini İçeren Taşıyıcı Materyaller ile Bu Eserlerin Çoğaltılmasına Yarayan Teknik Cihazların Bedellerinden Yapılan Kesintilerin Kullanımına İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik 4 Ekim 2023 Tarihinde 32329 Tarihli Resmi Gazete’de Yayımlandı

4 Ekim 2023 tarihli Resmi Gazete’de Fikir ve Sanat Eserlerini İçeren Taşıyıcı Materyaller ile Bu Eserlerin Çoğaltılmasına Yarayan Teknik Cihazların Bedellerinden Yapılan Kesintilerin Kullanımına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik maddelerinde değişiklik yapılmasının yanı sıra bazı bentlere de eklemeler yapılmıştır. Değişiklikler incelendiğinde, gelirlerin kullanımına ilişkin Komisyonun toplantıya ilişkin çoğunluğu, yapılacak başvurulara ilişkin konular ile destek miktarına ait oranın belirlenmiş olup aynı zamanda harcama muhasebe ve denetime ilişkin usul ve esasların sınırları çizilmiştir. Bu hususlara ek olarak ihale ve taşınır işlemlerine ilişkin yeni hükümler eklenmiş olup 4694 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Fikir ve Sanat Eserlerini İçeren Taşıyıcı Materyaller ile Bu Eserlerin Çoğaltımına Yarayan Teknik Cihazlardan Yapılan Kesintilerin Kullanımına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

The Regulation Amending the Regulation on the Procedures and Principles Regarding the Use of Deductions from the Costs of Carrier Materials Containing Intellectual and Artistic Works and Technical Devices for Reproducing These Works was published in the Official Gazette dated October 4, 2023 and numbered 32329.

Regulation on Amendments to the Regulation on the Principles and Procedures for the Use of Deductions Made from the Fees of Technical Devices Used for Reproduction of Intellectual and Artistic Works, Along with the Carrier Materials Containing These Works. In the relevant regulation, changes have been made to several articles, and additions have been made to some sections. This regulation came into effect on the date of its publication. Upon examining the amendments, it can be observed that the majority of the Commission regarding the use of revenues in relation to meetings, as well as the determination of the subjects of applications and the support amount, have been specified. At the same time, the boundaries of procedures and principles related to expenditure accounting and auditing have been defined. In addition to these matters, new provisions regarding tenders and movable property transactions have been added, and the Regulation on the Principles and Procedures for the Use of Deductions Made from the Fees of Technical Devices Used for Reproduction of Intellectual and Artistic Works, Along with the Carrier Materials Containing These Works, published in Official Gazette No. 4694, has been repealed.

DLC

LAW FIRM

 Beybi Giz Plaza, Maslak Meydan Sokak, No:1/Kat:15,
34398 Maslak – Sarıyer, İstanbul/Türkiye

 +90 212 948 22 20

 info@dlc.law