



# LEGAL

## FİKRÎ VE SİNÂİ HAKLAR DERGİSİ

Yıl: 7 - Sayı: 26

### MAKALELER - GÖRÜŞLER

**Fikri Mülkiyet Haklarıyla İlgili AB Mahkemeleri Dava Raporları**  
Av. Z. Emre KURT LL.M.

**Elektronik Ticarete Fikri Hak İhlalleri ve Aracı Online Alış Veriş Sitelerinin Sorumluluklarının Sınırı Sorunu**  
Özgür SEMİZ

MSc, LL.M, Bakanlık Müfettişi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı

### Marka Karar Kriterleri

TPE Markalar Dairesi Başkanlığı

### HABERLER

- \* Uluslararası Başvurular (PCT) İçin Ödenmesi Gereken Epo Araştırma Ücreti Artırıldı
- \* WIPO, PCT ve Madrid Sistemi Ücret Ödemelerindeki Yanıltıcı Uygulamalara İlişkin Uyarıda Bulundu
- \* Garanti Belgesi Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik Değiştirildi
- \* Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Teşkilât Yönetmeliği Yayınlandı
- \* Türk Patent Enstitüsü Başkanlığı Sicil Amirleri Yönetmeliği Yürürlükten Kaldırıldı
- \* Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ Değiştirildi
- \* Avrupa Küçük İşletmeler Yasası Prensiplerine İlişkin Genelge Yayınlandı
- \* Ticaret Mahkemelerinin 25/7/2011 Tarihinden İtibaren Tek Hakimli Olarak Çalışmaya Başlamalarına Karar Verildi
- \* TPE Başkanı Sınai Mülkiyet Hakları Konusundaki Soruları Yanıtladı
- \* Çeşitli Bakanlıklar ve Konular Hakkında 11 Adet Kanun Hükmünde Kararname Yayınlandı

### YÜKSEK MAHKEME KARARLARI

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu Kararları  
Yargıtay Hukuk Dairesi Kararları  
Yargıtay Ceza Dairesi Kararları  
Danıştay Kararları  
Uyuşmazlık Mahkemesi Kararları

### REKABET KURULU KARARLARI

### GÜNCEL MEVZUAT

Milletlerarası Sözleşmeler  
Kanunlar  
Kanun Hükmünde Kararnameler  
Yönetmelikler  
Tebliğler  
Genelgeler  
Muktezalar

### FAYDALI BİLGİLER

Türk Patent Enstitüsünce Uygulanacak Olan Ücret Tarifesi  
Yasal Faiz Oranları  
Ticari Temerrüt (Avans) Faiz Oranları  
Harçlar Tarifesi (Yargı Harçları)  
Fikrî ve Sınai Haklarla İlgili Önemli Web Siteleri

ISSN: 1305-774X

# ELEKTRONİK TİCARETTE FİKRİ HAK İHLALLERİ VE ARACI ONLINE ALIŞ VERİŞ SİTELERİNİN SORUMLULUKLARININ SINIRI SORUNU

*Özgür SEMİZ\**

## 1. Giriş

1990'lı yıllarla birlikte internet, sosyal ve ekonomik hayatta derin değişimler ve olanaklar yaratan global bir iletişim aracı olarak yükselmeye başlamıştır. Bu yeni aracın sınırsız doğası, ekonomide ve toplumda yeni fırsatlar yaratırken beraberinde kişisel haklara saldırı, özel hayata tecavüz ve fikri hak ihlallerinin önemli ölçüde artması ve kolaylaşmasına olanak veren geniş bir alan ve araçlar topluluğu yaratmak gibi arzu edilmeyen birçok olumsuz sonucu da beraberinde getirmiştir. Elektronik ticaret alanında özellikle *eBay* gibi online alış veriş siteleri, fikri hak ihlalleri yaratan korsan ve taklit ürünlerin sanal ortamda satışına ilişkin olarak son zamanlarda tartışmaların odağında kalmıştır.

Kullanıcılarına internet tabanlı servis sağlayan aracı alış veriş siteleri, online satışa sunulan mal ve hizmetlere ilişkin bilgilerin kataloglaştırılması, erişime açılması, paylaşımı ve iletimi gibi hizmetleri sağlamak suretiyle milyonlarca alıcı ve satıcıyı bir araya getirmekte ve alış veriş işlemlerini önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır;<sup>1</sup> bu nitelikleriyle, dünyanın en geniş ve en hızlı büyüyen ticaret kanalları olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu siteler, tüketicilerin talep ettikleri mal ve hizmetlere yönelik olarak geniş bir tercih yelpazesi ve büyük fırsatlar yaratırken, aynı zamanda taklit ve korsan ürünlerin de satışına olanak vermeleri nedeniyle gittikçe artan bir şekilde fikri hak uyuşmazlıklarının tarafı haline gelmektedir.<sup>2</sup>

Elektronik ticaret, gerek ulusal gerekse uluslar arası boyutta etkin ve bütünsel yasal düzenlemelerin yapılmasında görece yavaş ilerleme kaydedilmesi nedeniyle korsan ve taklit ürünlerin piyasaya sürülmesini hızlandırmıştır.<sup>3</sup> Bu düzenlemelerin yetersizliği ve e-ticaretin sınırsız ve gittikçe büyüyen doğası karşısında, fikri hakların sanal ortamda takibi ve korunması hak sahipler için bir hayli zorlaşmıştır. Bu durum fikri hak sahiplerini, uğradıkları mağduriyetle-

---

\* MSc, LL.M, Bakanlık Müfettişi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı.  
E-mail: semiz.ozgur@gmail.com

<sup>1</sup> OECD, 'The Economic and Social Role of Internet Intermediaries' (OECD, Nisan 2010) <<http://www.oecd.org/dataoecd/49/4/44949023.pdf>>. Erişim, 10/01/2011.

<sup>2</sup> Won Hee Elaine Lee, 'Online Auction Sites and Inconsistencies: A Case Study of France, China, and the United States' [2010] 1 AUIPB 50.

<sup>3</sup> Üstteki kaynak, 50-51.

rin önlenmesi ve tazmini bakımından doğrudan doğruya korsan ve taklit ürünleri online alışveriş sitelerini kullanarak piyasaya arz edenlere karşı değil, fakat gittikçe artan ölçüde e-ticareti yaratan söz konusu sitelere karşı hukuki mücadele arayışı içine sokmuştur.<sup>4</sup>

Bu makalenin amacı, çeşitli ulusal ve uluslararası yargı çevrelerinde ortaya çıkan farklı yaklaşımları ele almak suretiyle online alışveriş sitelerinin kendi web sayfalarında vukuu bulan fikri hak ihlalleri karşısındaki sorumluluklarının kapsamını değerlendirmektir. Makalenin temel argümanı şu şekilde ifade edilebilir: Online alışveriş sitelerinin sorumluluğuna ilişkin olarak ulusal alanda ve uluslararası boyutta bütünsel ve dengeli bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sitelerin, doğrudan doğruya taklit veya sahte ürünlerin satışına karışmaları ve web sayfalarında bu fiillerin gerçekleştiği konusunda somut bilgi sahibi olmaları veya bu bilgiyi elde eder etmez söz konusu fiillerin durdurulması için gerekli tedbirleri almakta ihmali davranış göstermeleri durumları hariç olmak üzere, hak ihlallerine ilişkin doğrudan doğruya sorumlu tutulmaları, finansal ve teknik kapasiteleri dikkate alındığında gerçekçi görünmemektedir. E-ticarette yaşanan korsanlık ve taklitçiliğe karşı mücadelede, hak sahipleri ile online alışveriş siteleri arasında etkin bir işbirliği ve dengeli bir sorumluluk müessesesi tesis etmek, optimal bir çözüm olarak belirmektedir. Bu yaklaşım, hak sahipleri, tüketiciler ve ekonomik gelişmeye önemli katkı sağlayan e-ticaret iş modeline bütünsel olarak istikrarlı ve dengeli bir koruma tesis etmek bakımından gereklidir.

## 2. Kavramsal Çerçeve ve Soruna Genel Bakış

İnternet kullanımının dünya genelinde gittikçe artan oranda yaygınlık kazanması, insanların ticari alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. İnternet tabanlı e-ticaret, iletişim maliyetlerini önemli ölçüde düşürmesi ve hedef kitleye global düzeyde erişim kapasitesi sunması nedeniyle geleneksel ticarete oranla iş sahipleri için daha çok kazanç sağlama imkanı ortaya çıkarmıştır. *eBay* gibi online alışveriş siteleri, siber alanda dünyanın her köşesinden sonsuz ticari mal ve hizmet yelpazesi barındıran sanal bir pazar yaratmıştır.<sup>5</sup>

Genel olarak online alışveriş siteleri, alıcı ve satıcılar arasındaki işlemleri kolaylaştırmak ve bunun karşılığında web sayfalarında satıcıların yayınladığı ürün listesi başına hizmet bedeli tahsil etmek veya her satış işlemi başına belli bir yüzde ücretlendirme yapmak suretiyle çalışmakta ve gelir sağlamaktadır. Bu siteler, mal ve hizmet satıcıları ile yakın işbirliği içinde çalışmakta; satıcılara, satışlarını azami ölçüde artırmak amacıyla pazarlama araç, gereç ve yöntemleri sunmaktadır.<sup>6</sup> Satıcılar ile ilişkileri bu şekilde olmakla birlikte, söz konusu siteler yalnızca alıcı ve satıcılar arasındaki işlemleri kolaylaştırmakta; web sayfalarında alım ve satımı yapılan her hangi bir ürünün iyeliğini hiçbir

<sup>4</sup> Üstteki kaynak, 50.

<sup>5</sup> Todd Evan Lerner, 'Playing the Blame Game, Online: Who is Liable when Counterfeit Goods are Sold Through Online Auction Houses' [2010] 22 PILR 245.

<sup>6</sup> Alison N. Ziegler, 'Online Auction House Liability for the Sale of Trademark Infringing Products' [2010] 14 MIPLR 2.

zaman taşımamaktadır;<sup>7</sup> arz ettikleri ürünlere ilişkin olarak satıcılar tarafından web sayfalarına konulan bilgiler üzerinde genel olarak doğrudan doğruya kontrolleri bulunmamakta; satış işlemlerini kolaylaştıran bir arabulucu gibi fonksiyon ifa etmektedirler. Fakat, arz ettikleri ürünlere ilişkin olarak satıcıların online alışveriş sitelerine yükledikleri bilgiler, fikri hak koruması altında bulunan ve hak sahiplerinden gerekli izin veya lisans alınmadan satışa sunulan ürünlere ilişkin de olabilmekte, bu itibarla yanıltıcı ve yasadışı nitelik taşıyabilmektedir.<sup>8</sup> Söz konusu yanıltıcı ve yasadışı içerik, nihai olarak hem tüketiciler hem de fikri hak sahipleri için zararlı olmakta, bu suretle sanal dünyayı, ticari faaliyetlere ilişkin olarak güvenliği olmayan bir ortama dönüştürmektedir.

Son yıllarda, bu faaliyetler önemli ölçüde artmış, online alışveriş siteleri, korsan ve taklit ürünlerin satışı konusunda beklenmedik bir rağbet görmüştür. Bu bakımdan, fikri hak ihlalleri yaratan satış işlemlerinin sorumluluğunu söz konusu sitelerin üstlenmesi gerektiği hususunda genel bir kanaat oluşmuştur. Online alışveriş sitelerinin sorumluluğu, fikri hak sahipleri açısından oldukça arzu edilir bir nitelik taşımaktadır. Bununla birlikte, hak sahiplerinin, korsan ve taklit ürünlerin satışını bu web sitelerinde gerçekleştiren kişilere karşı değil de hangi saiklerle bu faaliyetlerin ana kaynağı konumunda bulunmayan online alışveriş sitelerine karşı yasal yollara başvurdukları sorusu akla gelmektedir.<sup>9</sup> *Reifa* bu hususu şöyle açıklamaktadır:

‘Gelir kaynaklarının korunması bakımından müstear ad ile tanımlanmış satıcıların gerçek kimliğinin üçüncü taraflarca öğrenilmesi imkanı olmadığı bir ortamda, hak ihlalleri sonucu ortaya çıkan zararların tazmini konusunda, online alışveriş siteleri, kolayca tanımlanabilecek veya ulaşılabilecek bir taraf olarak ortaya çıkmaktadır. Nihai satış öncesinde müstear adların kolayca değiştirilebilmesi, hatta açılan kullanıcı hesaplarının değiştirilmesi veya kaldırılmasının mümkün olduğu bir ortamda, dolandırıcıların takip edilebilmesi güçleşmektedir. Netice itibariyle, satış işlemleri sürecinde bir aracı olarak hareket eden online alışveriş sitelerinin sorumluluğu, bu nedenle cazip görülmektedir. Bu sorumluluk, bir dolandırıcının veya ihlali gerçekleştiren küçük bir işletmenin tazmin edemeyeceği zararları karşılayacak mali güç ve yeterliliğe çoğu zaman online alışveriş sitelerinin sahip olmaları nedeniyle ayrıca caziptir.’<sup>10</sup>

Anılan nedenlerle online alışveriş siteleri, bir çok yargı çevresinde, haklarını koruma altına almaya çalışan fikri hak sahiplerince başlatılan yoğun yasal kovuşturmaların tarafı olarak belirmektedirler.<sup>11</sup>

Aracı online alışveriş sitelerinin fikri hak ihlallerine ilişkin sorumluluğu hususunda son yıllarda bir çok ulusal ve bölgesel yargı çevresinde bir takım

<sup>7</sup> Üstteki kaynak, 2.

<sup>8</sup> *Christine Riefa, ‘To Be or Not to Be an Auctioneer: Some Thoughts on the Legal Nature of Online “eBay” Auctions and the Protection of Consumers’ [2008] 31 JCP 185.*

<sup>9</sup> *Hong Cheong Wong, ‘eBay’s Liability for Counterfeits: A Transatlantic Comparison’ [2010] 5 JIPLP 39.*

<sup>10</sup> *Christine Riefa, ‘To Be or Not to Be an Auctioneer’ 185.*

<sup>11</sup> *Lerner, ‘Playing the Blame Game, Online’ 245.*

yasal düzenlemeler yapılmış ve oldukça çeşitli mahkeme içtihatları ortaya çıkmıştır. Hak ihlallerinde söz konusu sitelerin sorumlu olup olmadıkları veya ne dereceye kadar sorumlu oldukları hususu, söz konusu yargı çevrelerinde bir birinden farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır. Bu farklı yaklaşımlar, inceleme konumuzun değerlendirilmesine ışık tutacak önemli araçlar sunmaları nedeniyle izleyen bölümün konusunu oluşturmaktadır.

### 3. Online Alış Veriş Sitelerinin Sorumluluğuna İlişkin Farklı Yaklaşımlar

#### 3.1. Avrupa Birliği

Avrupa Birliği'nde yasadışı online içerik hususunda internet sunucularının sorumluluğu, serbest bilgi akışının tesis edilmesi, e-ticaretin teşvik edilmesi, işletmelere ve vatandaşlara yasal kesinlik temin edilmesi ve ticarete bilgi ve iletişim teknolojilerinin daha yoğun bir şekilde kullanılmasının teşvikini amaçlayan 08/07/2000 tarih ve 2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret Direktifi ile düzenleme konusu yapılmıştır.<sup>12</sup> Direktifin 12 ila 14. maddeleri, salt iletim ve yönlendirme (mere conduit), ön bellekleme (caching) ve içerik barındırma veya depolama (hosting) hizmetleri sağlayan sunucuların sorumluluklarının sınırlarını tanımlamaktadır. Direktifteki bu sınırlamalar, sunucuların kendi web sayfalarında depolanan veya iletilen içeriğe ilişkin bilgi sahibi olmadıkları ve bu içerik üzerinde kontrol imkanlarının bulunmadığı açıkça tanımlanmış belli başlı koşulları kapsamaktadır. Bununla birlikte, taklit veya sahte ürünlerin satışında üstlendikleri roller teknik, otomatik ve pasif olmaktan öteye geçmesi durumunda, web sunucularının sorumluluğu doğabilmektedir.

Direktif hükümleri gereğince sunucular, yasadışı faaliyetlerin farkına varmaları veya bu faaliyetlerin gerçekleştiği konusunda gerçek bilgiye sahip olmaları durumunda yasadışı içeriği zaman geçirmeksizin web sayfalarından kaldırmak veya bu içeriğe erişimi engellemek zorundadır.<sup>13</sup> Web sunucularının sorumluluğunun sınırlarına ilişkin Direktif hükümleri, fikri hak ihlalleri de dahil olmak üzere her çeşit yasadışı faaliyete ilişkin asli, yönetsel ve cezai sorumluluğu kapsamaktadır.<sup>14</sup> Direktifin 12 ila 14. maddeleri, her bir vaka bazında kesin ve tanımlanmış fikri hak ihlali yaratan faaliyetleri engellemek veya sona erdirmek üzere üye devletlerin internet servis sağlayıcılarına yükümlülük getirmelerinin önünde herhangi bir engel teşkil etmemektedir.<sup>15</sup> Ayrıca, 14 ve 15. maddeler, üye devletlerin 'hosting' servis sağlayıcıları için belli başlı yasadışı faaliyetleri tespit etmek ve engellemek için olağan olarak kendilerinden beklenebilecek ve ulusal yasalarla düzenlenecek özen yükümlülüğü getirmelerini de engellememektedir.<sup>16</sup> Bununla birlikte, 15. madde, üye devletlerin,

<sup>12</sup> Council Directive 2000/31/EC on Electronic Commerce [2000] OJEC L178/1.

<sup>13</sup> Sheldon Burshtein, 'Risks of User-Generated Content to Website Operators' (Blakes, 01 Aralık 2010) <<http://www.blakes.com/english/view.asp?ID=4401>>. Erişim, 10/01/2011.

<sup>14</sup> T. Verbiest, G.M. Riccio & A.V. der Pere 'Study on the Liability of Internet Intermediaries' (AB, 12 Kasım 2007) 4, <[http://ec.europa.eu/internal\\_market/e-commerce/docs/study/liability/final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/study/liability/final_report_en.pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

<sup>15</sup> Üstteki kaynak, 5.

<sup>16</sup> Üstteki kaynak.



internet sunucularına, iletimini sağladıkları veya depoladıkları verileri izlemek veya web sayfalarındaki yasadışı faaliyetleri yaratan durumları araştırmak hususunda genel bir izleme yükümlülüğü getiremeyeceklerini hükme bağlamıştır. Bu hüküm, özellikle online alış veriş siteleri için önem arz etmektedir. Zira, muazzam miktardaki içeriği tek tek izlemek web siteleri için hemen hemen imkansız görünmektedir ve böyle bir sorumluluk, bu siteler için ağır bir yük altına girmek anlamına gelmektedir. Ayrıca bu tür bir sorumluluk, dürüst kullanıcılara yönelik olarak gerekli online hizmetlere ulaşım için daha fazla maliyet yaratacaktır ve sonuç olarak e-ticaretin desteklenmesi hedefi ile de çelişecektir.

Bu istisnaların yanında Direktif hükümleri çerçevesinde, web sayfalarında hak ihlalleri yaratan faaliyetlerin kaynağı konumundaki kötü amaçlı internet kullanıcıları sorumlu kalmaktadır. Ayrıca üye devletler, hak ihlalleri yaratan faaliyetlerin somut olarak ortaya çıkması durumunda, bu faaliyetlerin bildirilmesi ve önlenmesine yönelik olarak internet servis sağlayıcılarına yükümlülük getirmeye yönelik düzenleme yapma yetkisine sahiptir.<sup>17</sup> Diğer yandan, online alış veriş sitelerinin sorumluluktan muaf kalabilmeleri için hak ihlalleri yaratan taraflar ile kasti olarak işbirliği içinde bulunmamaları gerekmektedir.<sup>18</sup>

Üye devletlerde söz konusu Direktif'in iç hukuka uyarlanması hemen hemen tamamlanmış olmakla birlikte, ulusal mahkemelerdeki uygulama bugüne kadar çeşitli farklılıklar göstermiştir.

İngiltere'de, *L'Oreal S.A. v eBay International AG*<sup>19</sup> davasında mahkeme, konuyu Avrupa Adalet Divanı'na havale etmekle birlikte E-ticaret Direktifinin internet servis sağlayıcılarının sorumluluklarının sınırlarına ilişkin hükümleri ile çelişir nitelikte *eBay* aleyhine sonuç doğuran bir karar almıştır. Bu davada *L'Oreal* Firması, kendi adına tescilli *L'Oreal* ticari markasının *eBay* web sayfasında ve *eBay* tarafından sponsorluğu yapılan linklerde, taklit ürünlere ilişkin kullanımından dolayı *eBay*'in birinci derecede sorumlu olduğunu iddia etmiştir. Bu iddia karşısında *eBay*, E-ticaret Direktifinin 14. maddesi hükümleri<sup>20</sup> çerçevesinde kendisini savunmuş ve bu hükümler dairesinde sorumlu tutulabilmesi için hak ihlalinin farkında veya bilincinde olması gerektiğini, ancak ihlalin gerçekleştiği anda bunun bilgisine sahip olmadığını ileri sürmüştür. Ayrıca *eBay*, *L'Oreal*'in iddia ettiği gibi ticari marka ihlalinin

<sup>17</sup> Council Directive 2000/31/EC on Electronic Commerce [2000] OJEC L178/1, art 14, 15.

<sup>18</sup> Center For Democracy & Technology, 'Intermediary Liability: Protecting Internet Platforms For Expression And Innovation' (Cdt, Nisan 2010) 10, <[http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability\\_\(2010\).pdf](http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability_(2010).pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

<sup>19</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch).

<sup>20</sup> E-Ticaret Direktifinin 14. maddesi, salt olarak bilgi depolama (hosting) hizmeti veren web sunucularının sorumluluklarına, yasa dışı içeriğin gerçek bilgisine sahip olmadıkları durumlarda ve böyle bir bilgiyi elde eder etmez söz konusu içeriğe erişimi kestikleri veya içeriği kaldırdıkları koşullarda, istisna getirmiştir. Mary Bagnall ve diğerleri, 'Liability of Online Auctioneers: Auction Sites and Brand Owners Hammer It Out' [2010] 65 INTAB 6.

sorumlu tutulması durumunda, bunun Direktif'in 15. maddesine aykırı olarak web sayfasında yer alan bütün içeriği bire bir izlemesi gibi kendi firmalarına genel bir yükümlülük getirilmesi anlamına geleceğini beyan etmiştir. Bununla birlikte mahkeme, *L'Oreal* Firması'nın iddiasını haklı bulmuş ve *eBay*'ın genel olarak yasa dışı faaliyetlerin farkında olduğu ve tescilli *L'Oreal* ticari markasının *eBay* web sayfalarında ve *eBay* tarafından sponsorluğu yapılan linklerde taklit ürünlere ilişkin kullanımından dolayı adı geçen online alışveriş sitesinin sorumlu olduğu kanaatine ulaşmıştır.

Benzer bir şekilde Fransız mahkemeleri 2008 yılında fikri hak sahipleri lehine sonuçlanan üç önemli kararın altına imza atmıştır. Bunlardan ilki olan *Societe Hermes International v. Cindy F. & eBay*<sup>21</sup> davasında, *Cindy Feitz* adlı *eBay* kullanıcısının kendi ticari markası altında taklit ürünler sattığını tespit eden *Hermes International* Şirketi, taklit ürün satışını kolaylaştırdığı ve bu yasadışı faaliyete fiile fiili olarak iştirak ettiği gerekçesiyle *eBay*'ın adı geçen kullanıcıyla birlikte marka ihlali fiilinden müştereken sorumlu olması gerektiğini iddia etmiştir. Bu iddiaya karşılık *eBay*, elektronik araçlar marifetiyle artırılmalı alışverişleri uzaktan yöneten bir *hosting* hizmeti sunması nedeniyle fikri hak ihlali yaratan fiillerden sorumlu tutulamayacağını, şayet bu fiillerin yasadışı olduğunun etkin bir şekilde farkında olsaydı veya müşterileri tarafından web sayfasına yüklenen yasadışı içerik veya fiilleri önceden tanımlama imkanı olsaydı, hak ihlali yaratan satış ve alış-veriş işlemlerini engellemek için öncelikle hareket edebileceğini savunmuştur.<sup>22</sup> Buna istinaden *Hermes*, 'gerek satıcılara ürün satışına olanak veren araçları tedarik etmesi, gerekse belli bir bedel karşılığında web sayfalarında ürünlerin tanıtımını yapması ve web sayfalarının dizaynı ve işleyiş kurallarını belirlemesi nedeniyle, *eBay*'ın aracı hizmetler veren online iletişim servislerinin yaratıcısı olarak kabul edilmesi gerektiğini ileri sürmüştür.<sup>23</sup> Mahkeme, *Hermes*'in iddialarını yerinde görmüş ve *eBay*'ın, *hosting* hizmeti sağlayıcısı ve web sayfası editörü<sup>24</sup> olarak gerek Fransa pazarına hitap eden web sayfasında *Hermes* ticari markası altında taklitçilik ve taklit ürünlerin satışı fiillerine iştirak ettiği ve bu faaliyetleri kolaylaştırdığı, gerekse web sayfasında satışı yapılan ürünlerin orijinalliğini denetlemediği gerekçesiyle müşterek sorumluluğuna hükmetmiştir. İkinci dava olan *S.A. Louis Vuitton Malletier v. eBay Inc.*<sup>25</sup> davasında, *Louis Vuitton Moet Hennessy* Şirketler Grubu (*LVMH*), taklit ürünlerin reklamının yapılmasına ev sahipliği yaptığı, ticari kanallarını ve ürünlerini ihlal eden faaliyetleri denetlemek ve önlemek için etkin önlemler almadığı ve kendi şirketlerinin onayladığı ticari dağıtım kanalları dışında hak ihlali yaratan ürünlerin pazarlanmasına iştirak ettiği gerekçeleriyle *eBay*'dan şikayetçi olmuştur. Bu davada mahkeme,

<sup>21</sup> *Hermes International v. Feitz, Tribunal de Grande Instance, Troyes, 04 Haziran 2008, No.06/02604.*

<sup>22</sup> *Lerner, 'Playing the Blame Game, Online' 247, 248.*

<sup>23</sup> *Üstteki kaynak, 248.*

<sup>24</sup> *İçeriğin yazarı olarak hareket eden internet siteleri, kendi web sayfalarındaki içerikten sorumlu olmakta ve E-Ticaret Direktifinin 14. maddesinin sağladığı korumadan yararlanamamaktadır.*

<sup>25</sup> *S.A. Louis Vuitton Malletier v eBay Inc Tribunal de Commerce de Paris, Premiere Chambre B, No. 200677799, 30 Haziran 2008,*

*Hermes* davasında alınan karar ile aynı doğrultuda karar almış ve *eBay*'ın taklit ürünlerin pazarlanması ve taklit ürün satışlarının artırılmasında aktif rol alan ve bu satışlardan komisyon alan bir komisyoncu gibi hareket ettiğini belirterek sorumluluğuna hükmetmiştir. Bu kararlara paralel bir şekilde *Dior* ticari markasının ihlali nedeniyle yine *eBay*'ı mahkum eden bir diğer karar da *Christian Dior Couture v. eBay*<sup>26</sup> davasında alınmıştır. Bu davada mahkeme, hak ihlali yaratan faaliyetleri denetlemek için oluşturulan *VerO*<sup>27</sup> programını kullanmak gibi *eBay* tarafından atılan son adımların, adı geçen şirket tarafından kendi web sayfasında gerçekleştirilen taklit ürün satışlarını önleme hususunda kayıtsız kaldığının bizzat kabulü anlamına geldiğini ve sorumluluğunun farkında olduğunu gösterdiğini belirterek *eBay*'in sorumluluğuna hükmetmiştir.<sup>28</sup>

Diğer taraftan Almanya'da Federal Temyiz Mahkemesi (Bundesgerichtshof), 2004, 2007 ve 2008 yıllarında gördüğü çeşitli davalarda, online alışveriş sitelerinin sorumluluğuna ilişkin olarak yukarıda sözü edilen İngiliz ve Fransız mahkemelerince alınan kararlara nazaran farklı bir yaklaşım ortaya koymuştur.<sup>29</sup> Bu davalarda ünlü saat markası *Rolex*, sahte *Rolex* saatlerinin satış listelerini engellemelerinden ötürü ticari marka ihlali yaptıkları gerekçesiyle Almanya'da faaliyet gösteren online alışveriş siteleri *Ricardo* ve *eBay*'dan şikayetçi olmuştur. Bu davalarda mahkeme, bireysel satıcılar tarafından işlenen hak ihlalleri için online alışveriş sitelerinin birinci derecede sorumlu tutulamayacaklarını, bu sitelerin Avrupa Birliği E-ticaret Direktifi'nin 14'üncü maddesinde tanımlanan sorumluluk istisnaları kapsamında kalan *hosting* hizmet sağlayıcısı konumunda buldukları ve E-ticaret Direktifi'nin 14'üncü maddesinin uyarlaması olan Alman Uzaktan Hizmetler Kanunu'nun 10. maddesi kapsamında hak ihlali yaratan faaliyetlerin gerçek bilgisine sahip olmadıkça, online servis sağlayıcılarının bir kullanıcı adına sunucularında depoladıkları dışsal bilgiler nedeniyle sorumlu olamayacaklarını belirtmiştir.<sup>30</sup> Mahkeme ayrıca servis sağlayıcılarının, hak ihlali yaratan faaliyetler konu-

<sup>26</sup> *Christian Dior Couture SA v eBay Inc. eBay International AG RG Tribunal de Commerce de Paris, No. 2006077807, 30 Haziran 2008.*

<sup>27</sup> *eBay*'ın *VeRO* programı, fikri hak ihlallerine ilişkin olarak hak sahiplerinin şikayet ve uyarılarının değerlendirildiği, online alışveriş sitelerince geliştirilen en iyi yapılandırılmış ve en kapsamlı program olarak kabul edilmektedir. *VeRO* programı, hak sahiplerinin *eBay*'ı taklit ve korsan ürün satış listeleri konusunda uyarmasına ve böylece *eBay*'ın zaman geçirmeksizin söz konusu listeleri web sayfasından kaldırmasına olanak veren "uyar ve kaldır" (*notice and take down*) prensibine dayalı bir programdır. *eBay*'a gönderilen uyarı raporunun, listelenmiş ürünlerin, telif haklarını veya ticari marka haklarını ihlal ettiği inancı hususunda "hak sahibinin hüsnüniyet sahibi olduğu" beyanını içermesi gerekmektedir. Ayrıca *VeRO*, programı kullanan katılımcılara (hak sahiplerine), *eBay* kullanıcıları veya müşterilerine de bilgi sağlayacak bir bilgilendirme sayfası oluşturma fırsatı da sunmaktadır. Lerner, 248.

<sup>28</sup> Ustteki kaynak, 253.

<sup>29</sup> *Rolex v. Ricardo I ZR 304/01, Bundesgerichtshof, 11 Mart 2004; Rolex v. eBay I ZR 35/04 Bundesgerichtshof, 19 Nisan 2007; Rolex v. eBay I ZR 73/05, Bundesgerichtshof, 30 Nisan 2008.*

<sup>30</sup> *Andreas Rühmkorf, 'eBay on the European Playing Field: A Comparative Case Analysis of L'Oréal v eBay', (2009) 6 SCRIPTed 694, <http://www.law.ed.ac.uk/ahrc/script-ed/vol6-3/ruhmkorb.asp>. Erişim, 10/01/2011.*



sunda bilgilendirilir bilgilendirilmez, satıcıların bu faaliyetlerini engellememeleri durumunda ancak tali olarak sorumlu tutulabileceklerini ifade etmiştir (*notice and take down principle* -uyar ve kaldır ilkesi-).<sup>31</sup> Bu nedenle online alışveriş siteleri, açık ve net şekilde hak ihlali yaratan işlemlerden bilgi sahibi olur olmaz sorunlu satış listelerini kaldırmamaları durumunda, ikincil derecede sorumlu olabileceklerdir. Bunlara ilave olarak mahkeme, online alışveriş sitelerinin, web sayfalarında yer alan her içeriği makul bir şekilde kontrol etmelerinin mümkün olmadığını ve içerik kontrolü hususundaki yükümlülüklerinin sınırsız algılanması veya tanımlanması durumunda bu hususun, online alışveriş sitelerinin yarattığı iş modeline zarar verebileceğini de kabul etmiştir.

### 3.2. Amerika Birleşik Devletleri

Birleşik Devletler içtihat bilimi, online alışveriş sitelerinin sorumluluğu konusunda diğer bir bakış açısını ortaya koymaktadır. ABD’de 1998 tarihli Dijital Binyıl Telif Hakları Kanununun (Digital Millennium Copyright Act-DMCA) 512’inci maddesi, online servis sağlayıcılarının fikri haklar ihlalleri karşısındaki sorumlulukları hususunda, koşula bağlı olarak sığınılacak “güvenli bir liman” niteliği taşımaktadır (safe harbour). Söz konusu madde şu nitelikteki fonksiyonlar için geçerlidir: (1) salt iletim ve yönlendirme (mere conduit), (2) önbellekleme (caching), (3) depolama (storing) ve (4) bilgi konumu belirleme (information location tools). Bu nitelikteki servis sağlayıcılar için, *safe harbour* kapsamında kalmanın koşulları çeşitlidir ve servis sağlayıcının türüne göre değişiklik arz etmektedir. Koşullardan biri, örneğin bir servis sağlayıcısının sorumluluk kapsamı dışında kalabilmesi için kendi web sayfasında telif hakkı ihlali yaratan bilgi veya faaliyetlerin varlığına ilişkin açık ve net bilgi sahibi olur olmaz bu bilgi ve faaliyetleri zaman geçirmeksizin web sayfasından kaldırması gerekliliğidir.<sup>32</sup> Söz konusu madde hükümleri gereğince, ilgili koşulların servis sağlayıcılar tarafından karşılanması durumunda, sadece hak ihlali yaratan kullanıcı sorumluluğuna tabi olacaktır. Servis sağlayıcı, söz konusu koşulları yerine getirmediği durumda ise *safe harbour* prensibinin sağladığı korumadan yararlanamayacaktır.<sup>33</sup>

DMCA, ticari marka ihlali gibi fikri hak ihlallerine ilişkin internet servis sağlayıcılarının sorumluluklarını kapsamasa da (sadece telif hakları ihlallerine ilişkin sorumlulukları düzenlemektedir) uygulamada, 512. maddenin sağladığı *safe harbour* korumasının telif hakları dışındaki diğer fikri haklara da uygulanabileceği yorumu yapılmaktadır. *Tiffany (NJ) Inc. v. eBay Inc.*<sup>34</sup> davasında *Tiffany*, kendi ticari markası altında taklit ürünlerin *eBay* web sitesinde satışının yapıldığı gerekçesiyle *eBay*’dan şikayetçi olmuş, *eBay* ise kendini *safe harbour* hükümleri ile savunmuştur. New York Bölge Mahkemesi, *eBay* gibi online alışveriş sitelerinin, web sayfalarında fikri hak ihlali yaratan faaliyetler

<sup>31</sup> Üstteki kaynak, 696.

<sup>32</sup> Center For Democracy & Technology, ‘Intermediary Liability: Protecting Internet Platforms For Expression And Innovation’ (Cdt, April 2010) 7, <[http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability\\_\(2010\).pdf](http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability_(2010).pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

<sup>33</sup> Üstteki kaynak.

<sup>34</sup> *Tiffany (NJ) Inc. v. eBay Inc.*, 2008 WL 2755787 (S.D.N.Y. 2008).

hususunda sadece genel bir bilgi sahibi olmaları veya bu faaliyetlerin varlığı hususunda sadece genel bir öngörüye sahip olmalarına dayanılarak ticari marka ihlali nedeniyle sorumlu tutulamayacaklarını, hakların takibi veya denetimi hususundaki sorumluluğun, ticari marka sahiplerinde olduğunu belirtmiştir. Bu çerçevede Mahkeme, *eBay*'ın, web sayfasında gerçekleşen ticari marka ihlallerine yönelik sorumluluk taşıması için bu ihlallerin spesifik bir bilgisine sahip olması gerektiğini, ancak *eBay*'ın bu bilgiye sahip olmadığını, *Tiffany*'inin sahte ürünler hakkında uyarı yapması sonrasında *eBay*'ın hak ihlali yaratan işlemleri zaman geçirmeksizin web sayfasından kaldırdığını ve bu nedenle *eBay*'ın kendi sorumluluğunun önüne geçtiğine hükmetmiştir. "Söz konusu mahkeme kararı, en azından Birleşik Devletler'de online servis sağlayıcıların fikri hak ihlali yaratan işlemleri bilfiil olarak takip etmek ve filtrelemek zorunda olmadıklarını teyit etmiştir. Bu durumda fikri hak sahiplerince bilgilendirme yapılır yapılmaz hak ihlali yaratan işlemleri web sayfasından kaldırmaya devam ettiği sürece, *eBay*'a, hak sahiplerinin bu fiillere ilişkin olarak web sayfalarını incelemesine ve bunun neticesinde kendisine bilgi vermelerine bel bağlamaktan başka yapacak bir şey kalmamaktadır."<sup>35</sup>

#### 4. Genel Değerlendirme

Yukarıda incelenen ve çeşitli ülkelerde bugüne kadar açılmış olan davalarda alınan kararlar, aracı online alışveriş sitelerinin fikri hak ihlallerindeki sorumlulukları hususunda uluslararası boyutta tutarlı bir yaklaşımın bugüne kadar ortaya çıkmadığını göstermektedir. İngiliz ve Fransız mahkemeleri *L'Oreal*, *Hermes*, *Louis Vuitton* ve *Christian Dior* davalarında, fikri hak ihlali yaratan işlemler hususunda genel bir bilgiye sahip olsalar dahi web sayfalarında vukuu bulan söz konusu ihlallerin önlenmesine yönelik olarak online alışveriş sitelerinin sorumluluklarının bulunduğu hükmederken, Alman ve Birleşik Devletler mahkemeleri *Rolex* ve *Tiffany* davalarında, genel bilgi koşulunu yetersiz bulmuş ve hak ihlallerine ilişkin olarak gerçek ya da spesifik bilgileri olmaksızın online alışveriş sitelerinin sorumluluğuna hükmedilemeyeceğine karar vermiştir.

İngiliz ve Fransız mahkemelerinin aldığı kararları destekleyenler, web sayfalarında vukuu bulan fikri hak ihlalleri ile ilgili olarak aracı online alışveriş sitelerinin sorumlu olmaları gerektiği önermesini gerekçelendiren şu etmenleri ileri sürmektedirler: (1) Online alışveriş siteleri, kullanıcıların yayımladıkları satış listelerini ücretlendirmek veya gerçekleştirdikleri nihai satış rakamları üzerinden belli bir yüzde pay almak suretiyle web sayfalarında satışı yapılan korsan ve taklit ürünlerden ekonomik gelir elde etmektedirler. Bu faaliyetlerden kazanç sağlamaları nedeniyledir ki kullanıcıların yayımladıkları satış listelerinin sürekli denetlenmesi suretiyle hak ihlali yaratan işlemlerin önlenmesi hususunda online alışveriş sitelerine sorumluluk yüklenmesi işin doğası gereğidir. (2) Hak ihlallerinin ortaya çıktığı durumlarda hak sahipleri tarafından sanal ortamda çoğunlukla açık adresleri ve gerçek isimleri bulunmayan kullanıcılara karşı dava yoluna gitmek, oldukça güç ve anlamsızdır. Online alışveriş siteleri, bu tür ihlalleri yaratan kullanıcıları takip ve denetlemek bakımından en iyi pozisyonadadır. (3) Online alışveriş sitelerini kullanarak satış

<sup>35</sup> Lerner, 'Playing the Blame Game, Online' 256.

işlemi yapan kullanıcılar, daha çok küçük ölçekli işletme sahipleridir. Bu nedenle bu kullanıcılar, korsanlık veya taklitçilik neticesinde hak sahiplerinin maruz kaldığı zararları karşılamak bakımından yeterli mali güce sahip değildirler. Fakat online alışveriş siteleri iş hacimleri nedeniyle bu zararları tazmin edebilirler.

Diğer yandan, yukarıdaki yaklaşımı kabul etmeyen ve Alman ve Birleşik Devletler mahkemelerinin *Rolex and Tiffany* davalarında aldıkları kararları benimseyenler, online alışveriş siteleri aracılığı ile korsan ve taklit ürün satışı yapan kullanıcıların işlemlerinin genel takip ve denetiminin, fikri hak sahiplerinin sorumluluğunda bulunduğunu ileri sürmektedirler. Bunun gerekçeleri ise şu şekilde ifade edilmektedir: (1) Hak ihlali yaratan işlemler, online alışveriş sitelerince değil, fakat kullanıcıları tarafından gerçekleştirilmektedir. (2) Üçüncü şahıslarca online alışveriş sitelerinde milyonlarca işlem gerçekleştirilmektedir ve satış listelerindeki hangi ürünlerin korsan/taklit ve hangilerinin orijinal olduğunu tespit etmek, online alışveriş siteleri için son derece güçtür. Bu tespit işleminin ifası, özel bir eğitim gerektirmektedir ve bu gereklilik, online alışveriş sitelerince hemen hemen yerine getirilemez niteliktedir. Yalnızca fikri hak sahipleri, kendi ürünlerinin doğası hususunda en iyi bilgiye sahiptir. Şayet hak sahipleri fikri hakların konusu olan ve önemli ölçüde kazanç elde ettikleri iyi tanınmış bir ürün yaratıyorsa, bu hakların korunması ve hak ihlali yaratan faaliyetlerin takibi ve denetimi için de yatırım yapmalıydılar. (3) Bu tür faaliyetlerin genel takibi sorumluluğunun online alışveriş sitelerine yüklenmesi durumunda, bu sorumluluğun, yasal işlemlerde bulunan ve hak ihlalleri ile ilişkisi bulunmayan diğer kullanıcıların maliyetlerini de yükselten, online alışveriş sitelerinin varlığını tehdit eden ve nihai olarak bu sitelerin yarattığı e-ticaret iş modelinin ortadan kalkmasına neden olabilecek ağır maliyetler yaratması da muhtemeldir.

Her iki yaklaşımın da haklı görülebilecek önermeleri bulunmaktadır. Bununla birlikte, konuyu hukuki düzlemde ele aldığımızda, İngiliz ve Fransız mahkemelerinin aldıkları kararların Avrupa Birliği E-ticaret Direktifinin ilgili maddeleri bağlamında sorunlu olduğu anlaşılmaktadır. Zira yukarıda değinildiği üzere, anılan Direktifin 14 ve 15. maddeleri kapsamında, hak ihlali yaratan işlemler hususunda genel bilgi sahibi olunması veya bu işlemlerin gerçekleştirilebileceğine ilişkin genel fikir sahibi olunması, açık bir şekilde servis sağlayıcılarına yasal sorumluluk yüklenmesi için yetersiz koşullar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum, servis sağlayıcılarına genel denetim sorumluluğu yüklenemeyeceğine ilişkin hüküm ile de desteklenmektedir.<sup>36</sup> Ayrıca, Avrupa Birliği E-ticaret Direktifi ve Birleşik Devletler Dijital Binyıl Kanununun ilgili maddeleri çerçevesinde Alman ve Birleşik Devletler mahkemelerinin aldıkları kararlar, fikri hak ihlalleri ve bu ihlallere karşı mücadeleye ilişkin olarak sadece online alışveriş sitelerinin sorumlu tutulmasının güç olduğunu açık bir şekilde göstermektedir.

<sup>36</sup> CLA, 'Is it an infringement of trade mark law for the operator of an online marketplace (such as eBay) to allow counterfeit goods to be sold? As a matter of policy, should it be?' (CLA, ...2010) 6, <[www.competitionlawassociation.org.uk/docs/golding\\_essay\\_2010.pdf](http://www.competitionlawassociation.org.uk/docs/golding_essay_2010.pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

## 5. Sonuç

E-ticaret yenilikçi bir biçimde geleneksel ticaretin doğasını değiştirip ekonomik gelişmeye katkı sağlarken, fikri hak ihlalleri yaratan ve tüketicilerin refahını olumsuz etkileyen yasadışı faaliyetler için de oldukça cazip bir alan yaratmaktadır. Bu sorun bağlamında aracı online alış veriş sitelerinin sorumluluğu hususunda gerek öğretilerde gerekse uygulamada farklı yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Bir taraftan bu sitelerin sorumluluğunun zorunlu bir şekilde kaçınılmaz olduğu öne sürülürken, diğer taraftan bu yaklaşıma karşı çıkılmakta ve bu sitelerin, web sayfalarında vukuu bulan fikri hak ihlallerinden dolayı salt bir şekilde sorumlu tutulmalarının zorluğu veya imkansızlığından bahsedilmektedir. Bu farklı yaklaşımlar yargısal içtihatlar da kendini göstermiş, aracı online alış veriş sitelerinin sorumluluğuna ilişkin olarak çeşitli ulusal ve uluslararası yargı çevrelerinde farklı mahkeme kararları ortaya çıkmıştır.

Online alış veriş sitelerinin geliştirdiği e-ticaret iş modeli, geleneksel ticaretin sınırlarını genişletmekte, iletişim ve alış veriş işlemlerinin maliyetini düşürmekte, daha ucuz ürün alternatifleri sunmakta ve tüketiciler için daha fazla tercih yelpazesine ulaşmak için yeni kanallar yaratmaktadır. E-ticaret, sınırsız doğasıyla aynı zamanda yenilikçi iş modelleri ve yeni istihdam fırsatlarının geliştirilmesi için de olanaklar yaratmaktadır; bu itibarla ekonomik gelişmeye katkı sağlamakta ve teşvik edilmeyi hak etmektedir.

Bununla birlikte bütün bu olumlu katkılarının yanında, e-ticaretin, fikri hak ihlallerinin kolayca vukuu bulduğu geniş bir zemin yarattığı gerçeğinin yadsınması da mümkün görünmemektedir. Bu gerçek, sadece fikri hak sahiplerine zarar vermemekte, aynı zamanda kötü ve düşük kalite üretim koşullarına bağlı olarak insan sağlığını tehdit edici bir çok zararlı sonucu barındıran sahte ve taklit ürünlere tüketicileri maruz bırakmakta ve dolayısıyla tüketici güvenliğini de tehlikeye sokmaktadır. Bu bakımdan, e-ticarete fikri hak sahipleri ve tüketiciler için de güvenli bir ortam yaratılması zorunluluk arz etmektedir.

Bu hususlara dengeli bir çözüm getirmek maksadıyla bütün yargı çevrelerinde etkin ve tutarlı bir koruma ve sorumluluk müessesesi tesis edilmesi, kendini hissettiren bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Alman ve Birleşik Devletler mahkemelerinin *Rolex* ve *Tiffany* davalarında aldıkları kararların, sorunun çözümüne ilişkin olarak daha uygulanabilir ve dengeli bir yaklaşım sunduğu söylenebilir. Zira bu kararlar, Avrupa Birliği E-ticaret Direktifi ve Birleşik Devletler Dijital Binyıl Kanununun ilgili düzenlemelerine paralel olarak online alışveriş sitelerinin sorumluluklarına hükmedilebilmesi için bu sitelerin hak ihlali yaratan ticari işlemlerin gerçek bilgisine sahip olmaları gerekliliğini veya kasıtlı olarak söz konusu yasadışı işlemlere iştirak etmeleri gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede online alış veriş sitelerinin sadece hak ihlal edici faaliyetlerden genel bilgi sahibi olmaları koşulu, bir başka deyişle bu faaliyetlerin web sayfalarında gerçekleşebileceği hususunda genel bir öngörüye sahip olmaları, sorumluluk tesisi için uygun ve yeterli bir koşul olarak ortaya çıkmamaktadır. Aksi bir yaklaşımın, e-ticaret iş modeline zarar verici ağır bir yük yaratması muhtemeldir.

Sonuç olarak, aracı online alışveriş sitelerinin, fikri hak ihlali yaratan faaliyetlere ilişkin gerçek bilgi sahibi olup bu faaliyetlere göz yummaları veya bu fiillere kasıtlı olarak iştirak etmeleri durumunda ya da hak ihlal eden faaliyetler hususunda hak sahiplerince veya ilgili taraflarca uyarılmalarının hemen sonra-

sında harekete geçmemeleri durumunda sorumluluklarının tesis edilmesi, gerçekçi ve hakkaniyete uygun bir yaklaşım olarak belirmektedir. Ayrıca, arac online alışveriş siteleri ve hak sahiplerinin *uyar ve kaldır (notice and take down)* prensibi doğrultusunda e-ticarette ortaya çıkan fikri hak ihlallerine karşı mücadelede işbirliği içerisinde hareket etmelerinin temin edilmesi, taraflar arasında optimal bir maliyet ve sorumluluk dağılımı tesis edilmesi bakımından önem taşımaktadır. Böyle bir işbirliği, e-ticarette taklit ve korsan ürünlere veya yasadışı içeriğe karşı etkin ve operasyonel bir mücadeleye zemin sunan dengeli bir çözüm yolu olarak karşımıza çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

### MAKALELER

Burshtein, S., 'Risks of User-Generated Content to Website Operators' (Blakes, 01 December 2010) <<http://www.blakes.com/english/view.asp?ID=4401>>. Erişim, 10/01/2011.

Center For Democracy & Technology, 'Intermediary Liability: Protecting Internet Platforms For Expression And Innovation' (Cdt, Nisan 2010) 10, <[http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability\\_\(2010\).pdf](http://cdt.org/files/pdfs/CDT-Intermediary%20Liability_(2010).pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

CLA, 'Is it an infringement of trade mark law for the operator of an online marketplace (such as eBay) to allow counterfeit goods to be sold? As a matter of policy, should it be?' (CLA, ...2010) <[www.competitionlawassociation.org.uk/docs/golding\\_essay\\_2010.pdf](http://www.competitionlawassociation.org.uk/docs/golding_essay_2010.pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

Delmas, X. B., & Pratt G., 'Bidding Wars: Trade Mark Infringement in the Virtual Marketplace' [2010] 5 WFIPR 21

Lee, W. H. E., 'Online Auction Sites and Inconsistencies: A Case Study of France, China, and the United States' [2010] 1 AUIPB 48

Lerner, T. E, 'Playing the Blame Game, Online: Who is Liable when Counterfeit Goods are Sold Through Online Auction Houses' [2010] 22 PILR 240

MacCarthy, M, 'What Payment Intermediaries Are Doing About Online Liability and Why It Matters' [2010] 25 BTLJ 1037.

OECD, 'The Economic and Social Role of Internet Intermediaries' (OECD, April 2010) <<http://www.oecd.org/dataoecd/49/4/44949023.pdf>>. Erişim, 10/01/2011.

Riefa, C., 'To Be or Not to Be an Auctioneer: Some Thoughts on the Legal Nature of Online "eBay" Auctions and the Protection of Consumers' [2008] 31 JCP 167

Rühmkorf, A., 'eBay on the European Playing Field: A Comparative Case Analysis of L'Oréal v eBay' [2009] 6 SICRIPTED 685 <<http://www.law.ed.ac.uk/ahrc/script-ed/vol6-3/ruhmorf.asp>>. Erişim, 10/01/2011.

T. Verbiest, T., Riccio G.M. & der Pere, A.V., 'Study on the Liability of Internet Intermediaries (AB, 12 Kasım 2007) <[http://ec.europa.eu/internal\\_market/e-commerce/docs/study/liability/final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/docs/study/liability/final_report_en.pdf)>. Erişim, 10/01/2011.

Wong, H. C., 'eBay's Liability for Counterfeits: A Transatlantic Comparison' [2010] 5 JIPLP 39.



Ziegler, A. N., 'Online Auction House Liability for the Sale of Trademark Infringing Products' [2010] 14 MIPLR 215

### **DAVALAR**

*Christian Dior Couture SA v eBay Inc. eBay International AG* RG Tribunal de Commerce de Paris, 30 Haziran 2008, No. 2006077807

*Hermes International v. Feitz*, Tribunal de Grande Instance (ordinary court of original jurisdiction) Troyes, 04 Haziran 2008, No.06/02604

*Rolex v. eBay* I ZR 35/04 Bundesgerichtshof, 19 Nisan 2007

*Rolex v. eBay* I ZR 73/05, Bundesgerichtshof, 30 Nisan 2008

*Rolex v. Ricardo* I ZR 304/01, Bundesgerichtshof, 11 Mart 2004

*S.A. Louis Vuitton Malletier v eBay Inc* Tribunal de Commerce de Paris, Premiere Chambre B (Paris Commercial Court) No. 200677799, 30 Haziran 2008,

*Tiffany (NJ) Inc. v. eBayInc.*, 2008 WL 2755787 (S.D.N.Y. 2008)

### **YASAL DÜZENLEMELER**

Council Directive 2000/31/EC on Electronic Commerce [2000] OJEC L178/1

US Digital Millenium Act (1998)