

## Trendyol soruşturmasında

# KALEM KIRILDI



Derya Ermiş  
Rekabet Kurumu Uzman Yardımcısı 4.DUD

Rekabet Kurulu, Trendyol'un çok kategorili e-pazaryerinde hâkim durumda olduğuna, hâkimiyetini kötüye kullandığına karar vererek, 61 milyon lira idari para cezası kesti

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle hayatımızın önemli mihenk taşlarından biri haline gelen internet ve dijital evrim; ticaretin elektronikleşmesini ve bu sayede e-pazaryerleri gibi yeni iş modellerinin oluşumunu da beraberinde getirdi. E-pazaryerleri ise bir yandan tüm ihtiyaçlarımızı sanal bir sepete sığdırma gücünü altın tepside sunarken bir yandan da kullanıcılar için zaman tasarrufu, ürün karşılaştırma, tüketici yorumlarına erişebilme imkânı gibi yeni bir alışveriş deneyimine kapı araladı. Diğer yandan kendi internet sitesini kurmak, ödeme alt yapısına entegre olmak gibi maliyet kalemlerini karşılama imkanı olmayan birçok küçük ve orta ölçekli işletmenin, ürünlerini lokasyondan bağımsız olarak tüketiciyle buluşturmasına da olanak tanıdı. En nihayetinde e-pazaryerleri bugün, gündelik hayatta artık kısa aralıklarla ziyaret ettiğimiz, çoğu zaman alışveriş bütçemizin önemli bir paydasını ayırdığımız vazgeçilmez e-duraklardan biri haline geldi. Bu durumun doğal bir uzantısı olarak gittikçe büyüyen e-pazaryeri pastası, rekabet hukuku disiplininin merceğiyle bakılabilecek bir mahiyete kavuştu. Zira bir

“ Trendyol'un veri ve algoritmaya dayanarak kendini kayırdığı delillerle ispatlandı. ”

yandan binlerce üçüncü taraf satıcıya platform hizmeti sunan, bir yandan da yüz binlerce kullanıcı trafiğini çeken bu pazaryerleri; hem platform içinde satıcılar arasında bir rekabet sahası oluşturdu, hem de aynı nitelikte hizmet sunan diğer rakiplerle birlikte rekabet yarışının fitilini ateşledi.

### “Trendyol hâkim durumu kötüye kullandı”

Böylece rekabet otoritelerinin nazarında önemli bir inceleme başlığı teşkil eden e-pazaryerleri, Rekabet Kurumunun da radarına girerek sektördeki önemli oyuncuların DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış AŞ (Trendyol) hakkında soruşturma

başlatıldı. Kurulun resen soruşturma başlatma yetkisi bir yana, Trendyol hakkında birden fazla şikâyet söz konusuydu. Şikâyetler üzerine başlatılan süreçte sona gelindi ve Kurul, Trendyol'un çok kategorili e-pazaryerinde hâkim durumda olduğuna, ancak bu hâkimiyetini kötüye kullandığına karar vererek Trendyol'un yaklaşık 60 milyon lira idari para cezası ödemesine hükmetti.





## Trendyol'a ceza ve tedbir paketi

Tamamlanan soruşturmanın en can alıcı noktasıysa Trendyol'un yalnızca idari para cezası ödemekle yükümlü tutulması değil, aynı zamanda kapsamlı bir tedbir paketiyle de bağlı olması. Böylece Trendyol'un Kurumla olan işinin para cezası ödemekle bitmeyeceğini söylemek mümkün. Gerek şikâyetlerde yer verilen hususlar, gerek yerinde incelemelerde elde edilen belgelerle birlikte soruşturmanın konusu bir hayli geniş, birden fazla odak noktası var. Bu yönüyle Kurulun Trendyol soruşturmasında tüm taşların altını çevirdiğini ve teknik birçok rekabet problemini yakın mercek altına aldığını görüyoruz. Yani, Trendyol'un elde ettiği güce dayanarak yaratabileceği, yarattığının iddia edildiği tüm rekabet karşıtı endişeler tafsilatlı olarak ele alınmış demek yanlış olmaz.

### **RK: "Trendyol, ayrımcılık, kayırmacılık, haksız sözleşme, yıkıcı faaliyet"**

Esas itibarıyla Trendyol'un algoritmaya müdahale ve veri aracılığıyla kendini kayırdığı, platform satıcıları arasında ayrımcılık yaptığı, satıcılara münhasırlık uyguladığı, haksız sözleşme şartları dayattığı, diğer e-pazaryerlerini zor durumda bırakacak şekilde yıkıcı fiyat uyguladığı olmak üzere temelde 5 tür iddia incelendi. Açmak gerekirse, Trendyol'un yüksek seyreden reklam harcamaları yaparak kendisi kadar yüksek meblağlarda reklam bütçesi ayıramayan diğer e-pazaryerlerini zor durumda bıraktığı, sahip olduğu güç sayesinde satıcılara haksız sözleşme

şartları dayattığı, satıcıların yalnızca Trendyol ile çalışmasını konu edinen münhasırlık uygulamalarının söz konusu olduğu iddiaları incelenen hususlardan birkaçı. Kurul ise bu iddiaların yarattığı soru işaretlerini taahhülle bertaraf etti. Bunun önemi, taahhütlerin, doğrudan pazardaki rekabetin tesisine nüfuz edebilme yeteneği. Hele ki bu taahhütler pazarı domine eden, pazarın hâkimi olan bir teşebbüs eliyle somutlaşıyorsa, hem rakipler hem tüketiciler için dişe dokunur faydalar sağlayabiliyor. Her şeyden önce taahhütler hızlıca hayata geçiriliyor ve olması gerektiği gibi işlemeyen rekabet düzlemini iyileştirebiliyor.

Elbette teşebbüslerin sunduğu her taahhüdün kabul görmesi söz konusu değil; Kurul bu konuda tam bir takdir yetkisini haiz. Taahhütlerin pazardaki rekabeti pekiştirip pekiştirmeyeceği, tüketiciler için fayda sağlayıp sağlamayacağı konusunda karar yetkisi Kurulun. Trendyol da saydığımız bu soru işaretlerine yönelik çeşitli taahhütler sundu. En nihayetinde Kurul, sunulan taahhütlerin bir kısmının rekabet sorunlarından bazılarını çözmek bakımından elverişli olduğuna karar verdi. Elbette bu kararın zemininde çeşitli ve kapsamlı analizlerden üçüncü tarafların görüşlerine başvurmaya kadar uzayan geniş bir cetvel var.

Bu taahhütlerin göze çarpanlarından ilki; Trendyol'un aşırıya varan reklam harcamalarıyla ilgili olarak pazaryeri kısmındaki reklam harcamalarının toplamının, pazaryerinden elde edilen net komisyon gelirine oranın belirli bir üst sınırı aşmayacağı taahhüdü. Reklam harcamalarıyla ilgili endişe için ayrıca, pazaryerinden elde



# TT

Trendyol'un  
elde ettiği güce  
dayanarak  
yaratabileceği,  
yarattığıının  
iddia edildiği tüm  
rekabet karşıtı  
endişeler tafsilatlı  
olarak  
ele alınmış  
demek yanlış  
olmaz.

# ”

edilen gelirlerin, pazaryeri hizmeti kapsamında katlanılan giderleri karşılayacağı da taahhüt edildi.

Öte yandan Trendyol'un keyfiyete dayanarak satıcı mağazalarını kapatmak suretiyle satıcıların platformdaki faaliyetini durdurduğu, kimi zaman yapılan ödemelerle ilgili olarak gerekli bilgileri satıcılara sunmadığı, satıcının satışa sunduğu ürünün niteliğinden bağımsız olarak tamamen kendi opsiyonunda termin süreleri tayin ettiği ve bu sürede termin sağlayamayan satıcılara yaptırım uyguladığı, satıcıların kargo firmalarıyla yaptığı anlaşmalarda Trendyol'un satıcılara bir kargo marjı yansıttığı ve bu marjın yüksek olduğu gibi iddialar da söz konusuydu. Bunlara yönelik olarak Trendyol çeşitli projeleri hayata geçireceğini taahhüt etti.

### Trendyol'un taahhütleri

Bu taahhütler kapsamında satıcıların anlık ve takip edilebilir bilgiye erişebilecekleri altyapılar sağlanarak her bir satıcı için sürecin aynı şekilde objektif, eşit ve hakkaniyete uygun olarak ilerlemesi gözetilecek. Böylece satıcılar nezdindeki keyfiyete dayanarak satıcı mağazasının kapatılması şeklindeki endişe de giderilmiş olacak.

Satıcıların platformdan elde edilen gelirlerini takip edebilmeleri için daha kullanıcı dostu finansal durum arayüzlerinin oluşturulacağı da taahhüt edildi. Trendyol'un





.com

# trendyol

satıcılarla yaptığı sözleşmelerdeki münhasırlık hükmü kaldırılarak satıcıların dilediği pazaryeri ile özgürce çalışabilmesinin önü açıldı. Veri ve algoritmaya dayalı rekabet karşıtı endişelere yönelik incelemeydi.

## “Trendyol, algoritmalar ile kendi lehine avantaj sağlıyor”

Trendyol her ne kadar bir pazaryeri olsa da en başta bir teknoloji şirketi. Yazılım altyapısının şirketin omurgası olduğunu söylememiz mümkün. Buna bağlı olarak da algoritmalar, kullanılan önemli iş araçlarından biri. Buradaki temel soru işareti ise Trendyol'un kullandığı algoritmalara rekabet kurallarına aykırı olarak bir müdahalesi söz konusu mu? Daha açık bir şekilde, algoritmaları kullanarak kendi lehine, kendi perakende faaliyetine avantaj sağlıyor mu? Bildiğimiz üzere Trendyol kendi markalı ürünleri (private label) ile aynı zamanda platformdaki üçüncü taraf bir satıcı gibi de faaliyet gösteriyor. Ürünlere marka etiketini koyuyor, paketliyor, kargoluyor... Yani, yalnızca üçüncü taraf satıcılara bir elektronik vitrin sunmakla kalmıyor, aynı zamanda bilhassa moda kategorisindeki ürün gamıyla o vitrinin içine kendisi de giriyor. İşte bu vitrin içinde algoritma aracılığıyla kendine daha çok yer ayırıp ayırmadığı, yani kendi ürünlerini kullanıcı önüne daha çok çıkararak menfaat elde edip etmediği, bu şekilde diğer rakiplerini zor durumda bırakıp bırakmadığı hususları incelendi. Yine benzer şekilde, Trendyol'un sahip olduğu hem pazaryeri sahibi hem de satıcı kimliğinin doğurduğu bir endişe veri meselesi. Trendyol her ne kadar kendisi bir satıcı olsa da platformun sahibi. Dolayısıyla platform üzerinden geçen tüm veri trafiğini, çeşitli nitelikteki verileri, analizleri, hangi satıcının hangi ürününden ne kadar sattığını, platform içindeki kullanıcı reaksiyonlarını, satıcıların finansal durumlarını, kısacası platforma bir kere kaydı düşmüş tüm verileri görme yetkisine sahip. Bu veri sahipliği kötüye kullanılıyor mu, Trendyol veri aracılığıyla kendini kayırıyor

mu bir diğer soru işaretiydi.

İşte bu soru işaretleri soruşturma sürecinde, yerinde incelemede elde edilen belgelerin değerlendirilmesiyle ve soruşturma heyetinin yaptığı analizlerle aydınlanmış oldu ve en nihayetinde Trendyol'un veri ve algoritmaya dayanarak kendini kayırdığı delillerle ispatlandığından Trendyol hakkında idari para cezasına hükmedildi. Başka bir deyişle, Trendyol'un hâkim durumunu kötüye kullanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği sabit bulundu. Bununla birlikte Kurul yalnızca idari para cezasına hükmetmekle kalmadı, aynı zamanda piyasadaki 'aksaklıkları düzeltmek amacıyla Trendyol'un, algoritma ve kodlama aracılığıyla yaptığı müdahalelerden kaçınması ve pazaryeri faaliyeti kapsamında elde ettiği verileri, kendisine ait özel markalı ürünler için kullanamamasına yönelik tedbirlere de hükmetti.

Bu kapsamda Trendyol kararı, Rekabet Kurumu tarihinde algoritmaya müdahale ve üçüncü taraf verilerinin kullanımı aracılığıyla platform oyuncularının kendini kayırma davranışının incelendiği ve tespit edildiği ilk karar olması yönüyle önemli.

## Rekabet Kurumu bıçak sırtında iş yapıyor

Sonuç olarak, artan ivmeyle dijitalleştiğimiz ve teknoloji temelli iş modellerine daha da entegre olduğumuz günümüzde, Rekabet Kurumunun da dijital dönüşümü yakından takip ettiğini ve bu alanı rekabet hukuku kurallarından bağımsız tutmamakta kararlı olduğunu görmek mümkün. Nitekim Kurulun yakın geçmişte verdiği Google Shopping, Google Yerel Arama, Facebook, Yemeksepeti, Trendyol gibi kararları; kamuoyuyla paylaşılan “Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları” çalışması; “Çevrim İçi Reklamcılık Sektör İncelemesi” ve “E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu” gibi sektör raporları dikkate alındığında, Rekabet Kurumunun dijital dünyadaki rekabeti tesis etmek konusunda bıçak sırtı vazifesinin devam edeceğini anlıyoruz.