

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2015-2-35 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 15-40/662-231
Karar Tarihi : 10.11.2015

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Fevzi ÖZKAN, Dr. Metin ARSLAN,
Doç. Dr. Tahir SARAÇ, Kenan TÜRK

B. RAPORTÖRLER: Gözde MAVİ, Ahmet ŞAHİN, Feyami ÇAĞLAYAN

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Magellon Bilişim Yatırımları A.Ş.
Temsilcisi: Av. Savaş PEHLİVAN
Bağdat Cad. 84/10 Kızıltoprak Kadıköy/İstanbul

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : D- Market Elektronik Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Tower Kule 2
Kat:2 Şişli/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU: D-Market Elektronik Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.'nin birtakım dışlayıcı uygulamalarla hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası.**
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Magellon Bilişim Yatırımları A.Ş.'nin (Magellon) Rekabet Kurumu kayıtlarına 15.07.2015 tarih ve 3318 sayı ile giren başvurusunda özetle;
- D-Market Elektronik Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.'nin (D-Market) sahibi olduğu www.hepsiburada.com adresli çevrimiçi alışveriş sitesinde satılmak üzere ürün tedarik etmeleri hususunda 29.11.2013 tarihinde D-Market ile bir sözleşme akdettikleri,
 - Anılan sözleşme ile kararlaştırılan konuların dışında, D-Market tarafından kendilerinden sisteme dâhil olma adı altında bedel tahsil edildiği, buna karşılık yapılan araştırmalar neticesinde www.hepsiburada.com adresli internet sitesinden satış yapan diğer tedarikçilerden anılan türden bir bedelin alınmadığını öğrendikleri,
 - Diğer taraftan D-Market tarafından tedarikçi firmalara (.....) günlük ödeme vadesi uygulanırken kendilerine (.....) günlük ödeme vadesi uygulandığı,
 - D-Market tarafından bilgileri dışında ürünlerinin fiyatlarının tek taraflı olarak arttırıldığı ve bu arttırımın kendilerine ödenen komisyona yansıtılmadığı,
 - Bu nedenlerle diğer tedarikçilere kıyasen zor durumda kaldıkları ve diğer tedarikçilerle eşit şartlarda rekabet edemez hale geldikleri

iddia edilerek, D-Market'in rekabet kurallarına aykırı hareketlerinin önlenmesi talep edilmiştir.

15-40/662-231

- (3) Başvuru ekinde Magellon tarafından başvuru konusu ile ilgili olarak D-Market'e gönderilen ihtarname ve D-Market'in cevabi ihtarnamesi sunulmaktadır. İlk ihtarnamede başvuru dilekçesinden farklı olarak özetle; diğer tedarikçilerden farklı olarak başvuru sahibinden sisteme dâhil olma adı altında (.....) TL ve aylık hizmet bedeli adı altında (.....) TL'nin tahsil edildiği, yaşanan olaylar neticesinde başvuru sahibinin ürünlerinin internet sitesinden kaldırıldığı ve taraflar arasındaki sözleşmenin D-Market tarafından tek taraflı olarak haksız bir biçimde feshedildiği belirtilmektedir. Cevabi ihtarnamede ise özetle;
- Sistem giriş bedeli ve aylık hizmet bedelinin teşebbüsün onayı ile 2013 yılından beri başvuru sahibinden fatura kesilerek alındığı, bahse konu faturalara teşebbüsçe herhangi bir itirazda bulunulmadığı,
 - D-Market'in başvuru sahibinden süpermarket kategorisinde hizmet aldığı, bu kategoride birçok tedarikçi ile çalışıldığı, çalışma koşullarının firmadan firmaya değişkenlik göstermesinin ticari hayatın bir gereği olduğu, kaldı ki her firmanın iş ve hizmet hacminin, sağladığı faydanın ve katkının farklı olduğu,
 - Taraflar arasındaki sözleşmenin, sözleşmede fesih hakkının D-Market'e verilmiş olması ve başvuru sahibi tarafından D-Market ile çalışmak istenmediğinin bildirilmesi nedeniyle sona erdirildiği,

ifade edilmektedir.

- (4) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 15.07.2015 tarih ve 3318 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 03.08.2015 tarihli ve 2015-2-35/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 05.08.2015 tarihli Rekabet Kurulu (Kurul) toplantısında görüşülmüş ve 15-33/486-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca düzenlenen 04.11.2015 tarih ve 2015-2-35/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; D-Market hakkında dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yapılan: D-Market Elektronik Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.

- (6) 1998 yılında infoshop.com.tr adı altında kurulan elektronik ticaret (e-ticaret) sitesi, 2000 yılından beri hepsiburada.com adı altında faaliyetlerini sürdürmektedir. "hepsiburada.com" faaliyet konusu itibarı ile internet sitesi üzerinden yapılan satışlarda satıcı konumunda olup, tedarikçilerden temin ettiği ve envanterine aldığı ürünleri yeniden satışa konu etmektedir. Anılan e-ticaret sitesinde bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve tabletler, kitaplar, oto aksesuarları, spor malzemeleri, mutfak malzemeleri gibi değişkenlik gösteren 27 farklı kategoride 500 binden fazla ürün bulunmaktadır. D-Market tarafından hepsiburada.com adresli internet sitesinin aylık (.....) ürün satışı yaptığı, (.....) üyesinin bulunduğu ve son 5 yıl içerisinde %(.....) büyüyerek aylık ziyaretçi sayısının (.....) ulaştığı belirtilmiştir.

I.2. İlgili Pazar

- (7) Hakkında önaraştırma yürütülen D-Market "www.hepsiburada.com" adresli internet sitesi üzerinden perakende satış yapan bir e-ticaret sitesidir. E-ticaret tüketicilerin elektronik ortamda her çeşit ürünü mağazalara gitmeksizin alabilmesini sağlamakta, bu nedenle elektronik perakendecilik olarak adlandırılmaktadır. E-ticaret, son yıllarda web teknolojilerindeki gelişmelerle ortaya çıkmış yeni bir tür alışveriş ortamı olup, içeriğindeki sanal mağaza uygulamaları ile tüketiciler internet üzerinden elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünü mağazalara gitmeksizin günün her vakti doğrudan alabilmektedir.

- (8) Son yıllarda teknolojik gelişmeler, internet kullanımının artması, tüketicilerin mağazaya gitmelerine gerek olmaksızın alışveriş yapabilmeleri ve böylece zamandan tasarruf edebilmeleri, tüketici kanunları ile internet üzerinden yapılan alışverişlerdeki hakların korunması, bankacılık kanunları ile yapılan düzenlemeler çerçevesinde kredi kartlarına duyulan güvenin artması, üreticilerin fiziki mağaza açmak için katlanmaları gereken maliyetlerden tasarruf etmeleri gibi nedenlerle e-ticaret alanının dünyadaki gelişimine paralel olarak ülkemizde de geliştiği gözlemlenmektedir. Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından hazırlanan "Türkiye e-Ticaret 2014 Pazar Büyüklüğü" raporuna göre Türkiye e-ticaret pazarı 2014 yılında bir önceki yıla göre %35 oranında büyüyerek 18,9 milyar TL'ye ulaşmıştır¹. Bununla birlikte 2014 yılında internet üzerinden yapılan perakende harcamaların toplam perakende harcamaları içerisindeki payı %1,6 oranındadır². Bu payın, gelişmiş ülkelerdeki ortalamasının %6,5 olduğu göz önüne alındığında hâlihazırda düşük ve fakat artma eğiliminde olduğu görülmektedir.
- (9) Yapılan bir araştırmaya göre, 2015 yılı Haziran ayı itibariyle ülkemizde 11.000'den fazla e-ticaret sitesi bulunmaktadır³. Bununla birlikte birçok teşebbüsün fiziki mağazasının/işyerinin yanı sıra e-ticaret sitesi üzerinden de satış yaptığı ve bazılarının e-ticaret gelirlerinin fiziki mağaza gelirlerini aştığı ortaya konulmuştur.
- (10) E-ticaret sektöründe işlemi gerçekleştiren birimin türüne göre aşağıdaki gibi e-ticaret modelleri karşımıza çıkmaktadır⁴:
- İşletmeden tüketiciye (B2C): Bir ürün veya hizmetin tekrar satılmayacak veya el değiştirmeyecek şekilde bir birey veya bir şirket tarafından internet üzerinden tüketiciye satılması,
 - Tüketiciden tüketiciye (C2C): Bir ürün veya hizmetin tekrar satılmayacak veya el değiştirmeyecek şekilde bir tüketiciden başka bir tüketiciye satılması,
 - İşletmeler arası (B2B): İnternet üzerinde işletmeler arasında gerçekleşen her türlü işlemler,
 - İşletmeden devlete (B2G), tüketiciden devlete (C2G): İşletme ve tüketici ile devlet arasında internet üzerinde gerçekleşen işlemler.
- (11) Ülkemizde en gelişmiş e-ticaret modelleri, işletmeden tüketiciye ve tüketiciden tüketiciye olarak karşımıza çıkmaktadır. Hakkında önaraştırma yürütülen D-Market'in de dâhil olduğu işletmeden tüketiciye modelinde faaliyet gösteren en büyük teşebbüslere örnek olarak Hepsiburada, Markafoni, Hızlıal, Kliksa, Morhipo sayılmaktadır. Tüketiciden tüketiciye modelinin en büyükleri arasında ise Gittigidiyor, N11, Yemeksepeti ve Sahibinden sayılmaktadır. Bununla birlikte her iki modelde de e-ticaret sitelerinin kategorizasyona gittiği görülmektedir. Anılan sitelerde ürünler giyim ve aksesuar, elektronik ve bilgisayar, yemek, kişisel bakım ve hobi, mobilya ve dekorasyon, seyahat ve turizm gibi sınıflar dâhilinde satılmaktadır. Bazı e-ticaret şirketleri tek kategori ile faaliyetlerini sınırlandırırken (yemeksepeti gibi), teşebbüslerin çoğunlukla birden fazla kategoride satış yaptığı görülmektedir.

¹ <http://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/turkiyede-eticaret-2014-pazar-buyuklugu.html> Erişim Tarihi: 02.11.2015.

² <http://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/turkiyede-eticaret-2014-pazar-buyuklugu.html> Erişim Tarihi: 02.11.2015.

³ <http://shiftdelete.net/turkiyede-11000-e-ticaret-sitesi-var-61150> Erişim Tarihi: 02.11.2015.

⁴ Dijital Pazarın Odak Noktası e-Ticaret: Dünya'da Türkiye'nin Yeri, Mevcut Durum ve Geleceğe Yönelik Adımlar, http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/eTicaretRaporu-062014.pdf, s. 37-39. Erişim Tarihi: 02.11.2015.

- (12) Hakkında önaraştırma yürütölen D-Market de birden fazla kategoride işletmeden tüketiciye modelinde çalışmaktadır. İnternet sitesinde sergilediği ürünleri tedarikçileriyle yaptığı anlaşmalar ile temin etmektedir.
- (13) E-ticaret sektöründe pazar tanımı ile ilgili olarak geçmiş Rekabet Kurulu kararlarına bakıldığında ilgili pazarın genellikle e-ticaret hizmetleri pazarları olarak belirlendiği görölmektedir⁵. Diğer taraftan tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde veya bir ürünü online satmanın önemli avantajlar sağlaması halinde bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanması mümkün bulunmaktadır. Bu doğrultuda ilgili ürün pazarının tespitinde, teşebbüsün faaliyet gösterdiği kategoriye göre tek kategorili veya çok kategorili olup olmadığı yahut teşebbüsün e-ticaret modeli esas alınabilecektir. Ancak mevcut dosya kapsamında sonuca etki etmemesi sebebiyle kesin bir ilgili ürün pazarı tanımlanmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

I.3. Yapılan İnceleme ve Tespitler

- (14) Dosya kapsamında talep edilen bilgi/belgelere ilişkin olarak başvuru sahibi tarafından gönderilen cevapta,
- Magellon'un ana faaliyet konusunun kurumsal ve perakende olarak firma ve bireylere yönelik hediyeelik gıda imalatı ve çeşitli hediyeelik ürün satışı olduğu,
 - Magellon'un kendine ait internet sitesinde ve ağırlıklı olarak da ciceksepeti.com aracılığıyla satışlar yaptığı,
 - Hepsiburada.com aracılığıyla yapılan satışları sona erdirme sebebinin Magellon'a karşı yapılan haksız rekabet niteliğindeki davranışlar ve tahsilat vadelerinin uzatılması olduğu

ifade edilerek D-Market ile imzalanan "Tedarikçi Sözleşmesi" ile Magellon'un satış yaptığı kanal bazında ayrıştırılmış ciroları gönderilmiştir.

- (15) D-Market'ten bulunulan bilgi/belge talebine karşılıklı gönderilen cevabi yazıda ise;
- Hepsiburada.com'un faaliyet konusu itibarı ile internet sitesi üzerinden yapılan satışlarda satıcı konumunda olduğu ve tedarikçilerden temin ettiği, envanterine aldığı ürünleri yeniden satışa konu ettiği,
 - Magellon ile 29.11.2013 tarihinde tedarikçi sözleşmesi imzalandığı,
 - Söz konusu firmanın hızlı tüketim malları sektöründe faaliyet göstermekte olduğu ve firmanın çikolata ve şekerleme ürünlerinin Hepsiburada platformunda süpermarket kategorisinde gıda ürünleri adı altında satışa sunulduğu,
 - Yapılan sözleşmenin "sözleşme süresi" başlıklı 4. maddesi gereğince D-Market'in sözleşme süresi içinde herhangi bir zamanda 15 gün önceden yazılı olarak bildirmek şartıyla tek taraflı fesh hakkının olduğu,
 - Buna karşın Magellon'un sözleşme henüz sona ermeden sözleşmeyi feshetmek istediğini D-Market'e 19.06.2015 tarihli e-mail ile bildirdiği ve akabinde D-Market'in 19.06.2015 tarihli bir ihtarname ile sözleşmeyi feshettiği,
 - Daha sonra Magellon'un 30.06.2015 tarihli bir ihtarname ile sözleşme süresi içinde giriş bedeli ve gösterim bedeli/hizmet bedeli adı altında tahsil edilen bedellerin iadesini talep ettiği,
 - D-Market'in taraflar arasında ticari mutabakatla düzenlenen ve Magellon tarafından cari hesap kaydına alınan faturalara istinaden ödemeleri gerçekleştirilen bedellerin iadesinin mümkün olmadığını ve her sektörde birden fazla firma ile çalışılmakta olup herhangi bir ayırım gözetilmediğini ancak

⁵ 03.01.2013 tarihli ve 13-01/7-7 sayılı, 12.05.2011 tarihli ve sayılı, 8.5.2008 tarihli ve 08-32/399-135 sayılı Rekabet Kurulu kararları.

- ticaretin gereği olarak firmaların kendi şartlarına en uygun koşul ve şartlarda diğer firmalarla çalışmasının da işin gereği olduğunu belirten bir ihtarname gönderdiği,
- Tedarikçi firmalardan Hepsiburada sistemine girebilmeleri için giriş bedeli, ürünlerinin sayfalarda listelenmesi için gösterim bedeli/hizmet bedeli ve çeşitli kampanyaların duyurumu için pazarlama destek bedeli adı altında bedeller alınabildiği,
 - Bu bedellerin tespitinde tedarikçilerin sattığı ürünlerin satış potansiyelinin esas alındığı, ürünlerin satış grafiğinin yüksek veya düşük olmasına, ürünün pazar payına ve site içinde ürünlerin sergilendiği alana, marka bilinirliği ile ürünlerin tercih edilme potansiyeline göre bu bedellerin ticaret hayatının gereklerine uygun olarak ve taraflar arasında mutabık kalınarak belirlendiği

ifade edilerek Magellon ile benzer nitelikte üç tedarikçi ile imzalanan sözleşmeler gönderilmiştir.

I.4. Değerlendirme

- (16) Magellon tarafından Kurumumuza iletilen ve yukarıda özetine yer verilen başvurunun esasını www.hepsiburada.com adresli çevrimiçi alışveriş sitesinin sahibi D-Market'in Magellon'a diğer tedarikçilerden farklı şartlar uygulayarak ve aralarındaki sözleşmeyi sona erdirerek hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası oluşturmaktadır.
- (17) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde hâkim durumda bulunan teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanması yasaklanmaktadır. Söz konusu maddenin (b) bendinde *"Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması"* kötüye kullanma hallerine örnek olarak sayılmıştır. Bu doğrultuda D-Market'in başvuru konusu davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi ile yasaklanmış olan ayrımcılık uygulamaları kapsamında ele alınabileceği değerlendirilmektedir.
- (18) Bilindiği üzere bir eylemin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle iddia konusu eylemi gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olup olmadığının irdelenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'un (7). paragrafında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında incelenen bir davranışın ihlal teşkil edebilmesi için davranışı gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması ve davranışın bir kötüye kullanma niteliği taşıması gerektiği, Kurul'un bu iki temel unsurdan birinin bulunmadığını açıkça gösterebildiği durumlarda diğer unsura ilişkin analize yer vermeyebileceği ifade edilmektedir. Bu doğrultuda bir ihlalin varlığı için gerekli bütün koşullardan herhangi birinin noksan olması, analize konu olay bakımından 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ayrımcılıktan bahsedilemeyeceği anlamını taşımaktadır. Dolayısıyla analize herhangi bir koşulun değerlendirilmesinden başlanabilecek, koşulun varlığının ortaya konulması halinde analize devam edilebilecek, yokluğu halinde ise hâkim durumun kötüye kullanılmasından bahsedilemeyeceği sonucuna ulaşılabilecektir.
- (19) Dosya konusu başvuruda, D-Market'in, sahibi olduğu Hepsiburada isimli e-ticaret platformunda yer almak için başvuru sahibi Magellon'dan giriş bedeli olarak tahsil ettiği ücreti diğer tedarikçilerden talep etmemek, başvuru sahibine (.....) günlük ödeme vadesi uygulamasına karşılık diğer tedarikçilere (.....) günlük ödeme vadesi uygulamak ve başvuru sahibinin sözleşmesini feshetmek suretiyle ayrımcılık yaptığı ve hâkim durumunu kötüye kullandığı iddia edilmektedir.

- (20) Her ne kadar sürdürülebilir ayrımcılığın pazar gücü ile ilişkili olduğu belirtilse de rekabetçi etkilerinin varlığından dolayı fiyat ayrımcılığının rekabet hukuku kapsamında ihlal sayılabilmesi için kapsamlı değerlendirmelerin yapılması gerekmektedir.
- (21) Ayrımcılığın, yöneltildiği taraflara göre birincil seviye zarar doğuran ayrımcılık ve ikincil seviye zarar doğuran ayrımcılık olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir. Birincil seviye zarar doğuran ayrımcılık, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerine karşı olan ayrımcı davranışlarını kapsamakta ve genelde dışlayıcı etkileri bağlamında anti-rekabetçi olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan ikincil seviye zarar doğuran ayrımcılık, hâkim durumdaki teşebbüs ile aralarında rakiplik ilişkisi bulunmayan müşterilere karşı yapılan davranışları içermektedir. Dosya kapsamında D-Market'in e-ticaret faaliyeti anlamında rakibi olmayan Magellon'a, Hepsiburada platformunda bulunan diğer tedarikçilerden daha dezavantajlı fiyat ve koşullar sunmak suretiyle ayrımcılık yaptığı iddiaları incelendiğinden, söz konusu iddialar ikincil seviye zarar doğuran ayrımcılık başlığı altında değerlendirilecektir.
- (22) Ayrımcılığın hâkim durumun kötüye kullanılması kapsamında ihlal olarak kabul edilmesi bakımından, genel anlamda, i) farklı uygulamada bulunulan alıcıların/işlemlerin eşit durumda olması, ii) uygulamanın rekabetçi dezavantaj yaratması ve iii) hâkim durumdaki teşebbüsün iddia konusu davranışlarının haklı bir gerekçesinin bulunmaması⁶ koşulları aranmaktadır.
- (23) İkincil seviye zarar doğuran ayrımcılık bakımından, hâkim durumdaki bir teşebbüs tarafından rakibi olmayan müşterilerine karşı yapıldığı için rekabet hukuku müdahalesinin daha kısıtlı bir alanı olduğu belirtilmektedir. Zira ayrımcılığın refah üzerindeki etkisi olumlu olabilmektedir. Ayrıca bu incelemelerde hâkim durumdaki teşebbüsün ayrımcılık yapmak için oldukça geçerli bir anti-rekabetçi gerekçesi olduğunun gösterilmesi önemlidir. Çünkü genellikle teşebbüsün müşterilerinden birini diğerine nazaran daha dezavantajlı konuma getirerek bir çıkar elde etmesi zor görünmektedir. Son olarak çok sıkı uygulanan ayrımcılık yapmama yükümlülüklerinin refah üzerindeki etkisinin olumsuz olabildiğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.
- (24) Hepsiburada, birden fazla kategoride satış yapan ve işletmeden tüketiciye modelini uygulayan bir e-ticaret sitesi olarak faaliyet göstermektedir. Buna göre Hepsiburada internet sitesinde ürünlerini satmak isteyen tedarikçilerle D-Market arasında "Tedarikçi Sözleşmesi" imzalanarak, tedarikçilerin ürünleri Hepsiburada internet sitesinde satışa konulmaktadır. Dosya kapsamında D-Market'ten başvuru sahibi ile benzer nitelikte farklı teşebbüslerle imzalanmış sözleşmeler elde edilmiştir. Anılan sözleşmelerin incelenmesinden tedarikçilerle aynı sözleşmelerin imzalandığı sözleşme metinlerinde bir farklılık olmadığı anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra tedarikçi firmaların sözleşme ile birlikte doldurdukları "Tedarikçi Bilgileri Formu"nda tedarikçinin yetkili kişinin bilgileri, tedarik edilecek ürün, ödeme vadesi süresi gibi bilgilerin yer aldığı görülmektedir. Diğer taraftan başvuru sahibinden alındığı iddia edilen bedellerin hangi isim altında ve ne miktarda alınacağına ilişkin bir bilgiye sözleşmede rastlanılmamaktadır. Tedarikçi Bilgileri Formu'nda ise yalnızca pazarlama destek bedeline yer verilmektedir.

⁶ Birinci unsur ile üçüncü unsura ilişkin yapılan değerlendirmeler çoğu durumda örtüşebilmektedir.

- (25) D-Market tarafından, tedarikçilerden, Hepsiburada'nın sistemine girebilmeleri için "giriş bedeli", ürünlerin sayfalarda listelenmesi için "gösterim/hizmet bedeli" ve çeşitli kampanyaların duyurusu için "pazarlama destek bedeli" adı altında bedeller alındığı ifade edilmiştir. Anılan bedellerden pazarlama destek bedeli, Tedarikçi Bilgileri Formu'nda yer almakta, diğer bedeller ise tarafların mutabakatı ve tedarikçi firmanın e-posta vb. ile yazılı onayı üzerine geçerlilik kazanmaktadır.
- (26) Dosya kapsamında D-Market tarafından Hepsiburada sisteminde başvuru sahibine benzer nitelikteki teşebbüsler olarak No On Kahve Gıda Paz. İthalat Nurçin Ulaş (No On Kahve), Dardanel Önentaş Gıda San. A.Ş. (Dardanel) ve Barilla Gıda A.Ş. (Barilla) gösterilmiş ve bu teşebbüslerle imzalanan sözleşmeler ile bu teşebbüslerden tahsil edilen ücretler temin edilmiştir. D-Market'in teşebbüslerden aldığı giriş bedellerine bakıldığında No On Kahve'den 31.05.2015 tarihinde (.....) TL, Unilever San. ve Türk Tic. A.Ş.'den 31.03.2015 tarihinde (.....) TL aldığı görülmektedir. Başvuru dilekçesinde Magellon tarafından (.....) TL giriş bedeli ödendiğinin belirtilmesi karşısında D-Market tarafından teşebbüslerden giriş bedeli adı altında alınan yeknesak bir miktarın bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bahse konu ücret kalemlerinin her teşebbüsten alınması bakımından da eşitlik bulunmamakta, başvuru sahibinden pazarlama destek bedeli alınmadığı görülmektedir. Aynı duruma teşebbüslere uygulanan ödeme vadesinde de rastlanmaktadır. D-Market'in, Dardanel ile (.....) ödeme vadesi ile, Barilla ile (.....) ödeme vadesi ile, No On Kahve ile (.....) ödeme vadesi ile, Tamer Medikal İthalat ile (.....) ödeme vadesi ile ve başvuru sahibi ile (.....) ödeme vadesi ile çalıştığı görülmektedir. Keza D-Market tarafından her firma ile yapılan anlaşma şartlarının farklı olduğu, satışı yüksek ve tercih edilen firmalar ile yeni ve marka bilinirliği düşük olan firmaların anlaşma koşullarının farklı olmasının doğal olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla D-Market'in, Hepsiburada sistemine dâhil olan tedarikçilere farklı uygulamalarda bulunduğu anlaşılmaktadır.
- (27) Farklı uygulamalarda bulunulan tarafların/işlemlerin eşitliği değerlendirilirken farklı uygulamaya konu edilen işlemlerin benzer ticari içerikte olması, farklı fiyat sunulan tedarikçilerin D-Market açısından eşit konumda olup olmadıklarının tespit edilmesi önem kazanmaktadır. Hepsiburada e-ticaret sitesinin sisteminde esasen tüketicinin muhatabı D-Market olmaktadır. D-Market, tedarikçilerden temin ettiği ürünleri kendi adına satmakta, ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında, ürünlerde çıkabilecek hasarlar karşısında Hepsiburada sorumlu olmaktadır. Bu doğrultuda Hepsiburada'da ürünleri satılan teşebbüsler ve ürünlerin temininde karşılaşılan problemler Hepsiburada sitesinin imajını etkilemektedir. Diğer taraftan marka bilinirliği ve satış gücü yüksek ürünler, tüketicilerin güven duymalarına neden olabilmekte ve tüketicilerin Hepsiburada'yı tercih etmelerinde etkili olabilmektedir.
- (28) Farklı uygulamaların, bu uygulamalara maruz kalan teşebbüsler bakımından rekabetçi dezavantaj yaratıp yaratmadığının incelenmesi noktasında ise, uygulamayı gerçekleştiren hâkim durumdaki teşebbüsün ticari taraf olarak önemi, bu teşebbüsün gerçekleştirdiği uygulama sonucu ortaya çıkan farklılığın önemli düzeyde olup olmadığı ve uzun süre devam edip etmediği, farklı uygulamalara konu edilen mal ya da hizmetin müşterinin maliyetleri içindeki payının büyüklüğü gibi hususlar değerlendirilmektedir.

- (29) Başvuru sahibi Magellon'un ürünleri, 2014 yılının Ocak ayı ile 2015 yılının Haziran ayı arasında Hepsiburada.com'da satılmıştır. Taraflar arasındaki sözleşme hükümleri incelendiğinde sözleşmenin 1 yıl süreli olarak yapıldığı, D-Market'in sözleşmenin sona ermesi tarihinden 15 gün önce yazılı olarak bildirmediği takdirde sözleşmenin aynı koşullarla 1 yıl otomatik olarak uzayacağı anlaşılmaktadır. Taraflardan elde edilen yazışmalar incelendiğinde Magellon yetkilisi tarafından 19.06.2015 tarihli e-posta ile ürünlerinin satışını durdurduklarının belirtildiği ve hepsiburada.com sitesinde satışın kapatılması için gereğinin yapılmasının talep edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda taraflar arasındaki sözleşme uyarınca fesih hakkına sahip olan D-Market'in fesih ihbarında bulunduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla esasen Magellon'un kendi isteğiyle hepsiburada platformundan çıktığı görülmektedir.
- (30) Diğer taraftan Magellon'un ürünleri hâlihazırda çiçeksepeti.com, hediyezenizi.com, buldumbuldum.com e-ticaret sitelerinde satılmaktadır. Ayrıca perakende olarak Magellon'a ait magellon.com ve magellon.com.tr web sitelerinden de başvuru sahibinin ürünlerinin satışı devam etmekte, fiziki bir mağazada satışı bulunmamaktadır. Teşebbüsün 2014 ciro dağılımına bakıldığında çiçeksepeti.com'dan yapılan satışlardan (.....) TL, hepsiburada.com'dan yapılan satışlardan (.....) TL, buldumbuldum.com'dan yapılan satışlardan (.....) TL, hediyezenizi.com'dan yapılan satışlardan (.....) TL, Lima Yönetim'den (.....) TL, bireysel alıcılardan (.....) TL, diğer alıcılardan (kurumsal alıcılar vs.) (.....) TL elde ettiği görülmektedir. Görüldüğü üzere Magellon'un D-Market'ten elde ettiği gelir toplam geliri içinde küçük bir kısmı oluşturmaktadır. Aynı zamanda taraflar arasındaki sözleşmenin Magellon tarafından sona erdirilmek istendiği dikkate alındığında hepsiburada.com'da yer almamanın Magellon için hissedilebilir bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda başvuru sahibinin farklı kanallardan elde ettiği gelirleri de göz önüne alındığında, D-Market'in Magellon için vazgeçilmez bir ticari taraf olmadığı anlaşılmaktadır.
- (31) Her ne kadar ilgili dosya konusu ayrımcılık iddiası bakımından D-Market'in Magellon için vazgeçilmez bir ticari taraf olmadığı ve bahse konu uygulamaların ayrımcılık oluşturmayacağı sonucuna ulaşılmış olsa da, tersi durumda dahi söz konusu davranış, haklı bir gerekçesi bulunması halinde (rekabetçi dezavantaj yaratsa dahi) ihlal olarak değerlendirilmeyecektir. Bu itibarla Hepsiburada.com'da ürünleri yer alan marka bilinirlikleri yüksek teşebbüsler, tüketicilerce tercih edilen ürünler ve güvenilen teşebbüsler bakımından fiyat farklılaştırması yapılabilmesinin de mümkün olduğu değerlendirilmektedir.
- (32) Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde D-Market'in sahibi olduğu hepsiburada.com adresli e-ticaret sitesinde yer verdiği tedarikçilerinden farklı bedellerde ücretler aldığı, Magellon'un faaliyetleri açısından hepsiburada.com platformunda yer almanın vazgeçilmez bir unsur olmadığı, bu doğrultuda Magellon bakımından rekabetçi dezavantaj yaratmayacağı ve sair hususlar göz önüne alındığında, D-Market'in iddia konusu davranışının 6. madde kapsamında ihlal olmadığı kanaatine varılmıştır.

J. SONUÇ

- (33) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.