

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-4-273 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 09-41/994-251
Karar Tarihi : 9.9.2009

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI (Başkan V.)
Üyeler : Mehmet Akif ERSİN, Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı
KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat
ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER : Bekir KOCABAŞ, Recep GÜNDÜZ,
Canan KARAMANOĞLU

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20 : - Türk Havayolları A.O.
THY Genel Yönetim Binası Atatürk Havalimanı
Yeşilköy/İstanbul
- Türkiye Garanti Bankası A.Ş.
Levent Nispetiye Mh. Aytar Cd. No:2 34340
Beşiktaş/İstanbul

D. TARAFLAR : - Türk Havayolları A.O.
- Türkiye Garanti Bankası A.Ş.

30 **E. DOSYA KONUSU:** Türk Havayolları A.O. (THY) ve Türkiye Garanti
Bankası A.Ş. (Garanti Bankası) arasında 17.11.2008 tarihinde imzalanan
“THY Frequent Flyer Programı Shop&Miles Kredi Kartı İşbirliği
Sözleşmesi”ne menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması
talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına en son 16.6.2009 tarih ve 4251 sayı ile
giren başvuru üzerine düzenlenen 24.8.2009 tarih ve 2009-4-273/MM-09-BK
sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Ön İnceleme Raporu 25.8.2009 tarih,
REK.0.08.00.00-130/280 sayılı Başkanlık önergesi ile 09-41 sayılı Kurul
toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40 **G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda,

- THY ve Garanti Bankası arasında imzalanan “THY Frequent Flyer Programı
Shop&Miles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi”nde (Sözleşme) 4054 sayılı
Kanun’un 4. maddesine aykırı hükümler bulunması nedeniyle talep edilen menfi
tespit belgesinin verilemeyeceği,

- Bununla birlikte anılan Sözleşme'ye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde 3 yıl süre ile bireysel muafiyet verilebileceği görüşüne yer verilmiştir.

50 H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İnceleme Konusu İşbirliğinin Genel Çerçevesi ve Bildirim Konusu Sözleşme

Başvuruya konu Sözleşme, THY'nin sık uçan yolcu programı olan Miles&Smiles'in (THY FFP) bir uzantısı olacak şekilde, bu program üyelerinin, talep etmeleri durumunda, Garanti Bankası'ndan temin edecekleri ve mülkiyeti THY'ye ait olan Shop&Miles hizmet markasını taşıyan kredi kartlarını kullanarak THY FFP kapsamında uçuş mili kazanacakları bir düzenlemeyi öngörmektedir.

60 Esasen, Shop&Miles kredi kartına ilişkin THY ile Garanti Bankası arasındaki işbirliği, 2000'li yılların başında hayata geçmiştir. Bu çerçevede taraflar, aralarındaki işbirliğini ilk olarak 2.12.2003 tarihinde Rekabet Kurumuna bildirmişlerdir. Söz konusu bildirim üzerine alınan 30.7.2004 tarih ve 04-50/678-172 sayılı Kurul Kararında, bildirim konusu işbirliğinin, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Taraflar arasında 2003 yılında yapılan Sözleşme'nin beş yıllık süresinin 29.10.2008 tarihinde sona ermesi üzerine, THY tarafından Shop&Miles markasının lisans hakkının verilmesine ve THY FFP üyelerine kredi kartı verilmesine ilişkin yeni bir ihale düzenlenmiş; ihaleye davet edilen 24 banka arasından sadece Garanti Bankası ve Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. (Yapı Kredi Bankası) teklif vermiş ve ihaleyi Garanti Bankası kazanmıştır.

70 Bunun üzerine taraflar arasında bildirim konusu Sözleşme imzalanmıştır.

Sözleşme'nin konusu olan Shop&Miles kredi kartı, sadece THY FFP üyeleri tarafından kullanılabilen ve kart hamiline THY'den veya üçüncü kişilerden satın aldığı mal ve hizmet bedellerini Shop&Miles Kartı ile ödemesi karşılığında, mil toplama hakkı kazandırmaktadır. Kullanıcının daha sonra, sahip olduğu mil toplamı kadar THY sık uçan yolcu programı kapsamında ücretsiz uçak bileti, refakatçi bileti veya uçuş sınıfları arasında terfi etme imkânı bulunmaktadır.

80 Sözleşmede, THY'nin havayolu taşımacılığı faaliyetinin bir parçası olarak devam ettirdiği THY FFP'nin yaygın olarak kullanılmasını teşvik etmek ve bunu sağlamak amacıyla çıkartılan, kullanımı neticesinde kazanılan millerin THY FFP kuralları çerçevesinde harcandığı ve üzerinde THY ve Garanti Bankası'nın adı ile THY FFP adının yer aldığı Shop&Miles kredi kartının, Garanti Bankası'nca Türkiye'de çıkartılmasına ilişkin koşullar düzenlenmektedir.

Sözleşme ile THY ve Garanti Bankası, Miles&Smiles Programı ve Shop&Miles kredi kartı uygulamasının yaygın olarak kullanılmasını teşvik etmek konusunda mutabık kalmışlardır. Bu kapsamda, Sözleşme geçerli olduğu sürece, Shop&Miles Kredi Kartı Programı'nın kesintiye uğramaksızın Garanti Bankası tarafından sürdürülmesi kararlaştırılmıştır. Aynı kapsamda, THY'nin Shop&Miles markasına ilişkin her tür kullanım ve diğer kanuni hakları saklı kalmak kaydıyla,

09-41/994-251

90 sözleşme süresince anılan markanın bedelsiz (bilâ bedel), sınırsız, inhisari kullanım hakkı da Garanti Bankası'na tanınmıştır.

Bu çerçevede Garanti Bankası, başka havayolu şirketleri ile benzer bir işbirliğine girmemeyi, mevcut işbirliği kapsamında THY'den her sözleşme yılı için blok olarak anlaşmada belirtilen miktarlarda bonus mil satın almayı taahhüt etmektedir. THY ise, Sözleşme geçerli olduğu sürece Shop&Miles markasını başka bir banka veya finansal kuruluşa kullandırmamayı, mil satışı yapmamayı, mil kazanımına yönelik olarak başkaca banka ve finansal kuruluşlarla işbirliğine girmemeyi taahhüt etmektedir.

100 Sözleşme uyarınca Shop&Miles kredi kartı başvurularının işleme konulması, değerlendirilmesi ve güncellenmesi hususlarında Garanti Bankası yetkilidir. Shop&Miles kredi kartına sahip olmak için ise Miles&Smiles üyesi olmak şarttır.

Sözleşme, 29.10.2009 tarihinden başlamak üzere üç yıl süre ile geçerli olacaktır. Tarafların altı ay önceden karşılıklı olarak anlaşması halinde Sözleşme iki yıl daha uzatılabilecektir.

Bildirim konusu işlemin niteliğini ortaya koyan ve menfi tespit ve muafiyet incelemesi çerçevesinde 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilecek Sözleşme hükümleri aşağıdaki şekildedir:

110 *"1.1. THY, hâlihazırda devam eden THY FFP'yi sürdürecektir... Ancak THY bu hakkını kullanırken Shop&Miles Kredi Kartının satışı ve kullanımını cazip olmaktan çıkartmayacak, Shop&Miles Kredi Kartına ve bu projenin tümüne zarar verecek sonuçlar doğuracak şekilde hareket etmeyecektir. THY, THY FFP'ye ilişkin değişikliklerde Banka'ya önceden bilgi verecektir. Banka, Türkiye'de THY dışında başka bir havayolu ile işbu Sözleşmede anlatılan uygulamaya alternatif oluşturmamak kaydıyla uçuş mili ve uçuş kazanma/harcamaya yönelik iş birlikleri dışında iş birlikleri yapabilir.*

... THY, Türkiye'deki bankalarla uçuş mili kazandıran kredi kartı işbirliği dışında her türlü işbirliği yapmakta serbesttir. Yurtdışında ikamet eden THY FFP üyelerine kredi kartı çıkartılabilmesi için THY Bankalarla görüşebilir ve Kredi Kartı anlaşması yapabilir.

120 *THY, Türkiye'de Banka veya Bankanın uygun gördüğü iş ortakları dışında başka bir banka ile uçuş mili kazandıran kredi kartı işbirliği yapamaz. THY, bankalar dışındaki kurum kuruluşlarla hiçbir şart aranmaksızın THY FFP üyelerine yönelik mil satışı, üyeler arası mil transferi ve mil hediyesi de dâhil olmak üzere her türlü anlaşma ve uygulamayı yapmakta serbesttir. Şu kadar ki söz konusu anlaşmalar ve uygulamalar gereğince ilgili kurum ve kuruluşun alımını gerçekleştirdiği ya da kendisine transfer edilen veya hediye edilen miller herhangi bir bankaya devredilemez, satılamaz, hediye edilemez. Bu işbirliklerinde banka kredi kartında biriken puanlar mile çevrilemez. Ancak, bu durumlar THY'nin başka havayolu şirketleri ile yaptığı anlaşmalar nedeniyle dolaylı olarak başka bir bankayla*
130 *işbirliği oluşturmasına engel değildir."*

...

1.2. ... (ii) "Banka yurt içinde Shop&Miles Kredi Kartı THY'nin yazılı iznini alarak diğer bankalarla işbirliği yaparak çıkartabilir.

Taraflar işbu sözleşmeye uygun olmak kaydıyla, Bankanın başka kredi kartı programlarına ilişkin halihazırda lisans sözleşmesi imzaladığı Denizbank A.Ş., Türk Ekonomi Bankası A.Ş. , Şekerbank T.A.Ş., ING Bank A.Ş. ile anlaşma yapabileceği konusunda mutabık kalmışlardır. THY bu kuruluşlarla veya bankanın ileride anlaşma yapmak üzere THY'den onay alacağı diğer bankalarla THY FFP kapsamında doğrudan görüşmelerde bulunmayacaktır.

140 ... Söz konusu bankalarca işbu Sözleşme koşulları kapsamında Kart Hamillerine verilecek Bonus Mil tutarlarına ilişkin bedeller, Banka tarafından satın alınan Garanti Edilen Blok Bonus tutarından mahsup edilecektir. Garanti edilen Bonus Mil Miktarlarının aşılmış olması halinde bu bedel İlave birim Bonus Mİl Ücreti üzerinden hesaplanacaktır. Söz konusu kuruluşların Kart Hamillerine verilecek olan kredi kartlarına dair clearing and settlement işlemleri Banka tarafından yerine getirilecektir.

...

150 6.2. ... (vi) "Banka THY'nin faaliyet gösterdiği alanda herhangi bir kuruluş veya program ile Sözleşme Süresince kart veya program işbirliği yapmayacaktır. Ancak, Sözleşmenin sona ermesi veya Sözleşme Süresi sonunda Banka'nın Sözleşmeyi devam ettirmeyeceğine ilişkin ihbarda bulunması halinde, Bankanın müşterilerine yönelik başka bir FFP veya uçuş programı sunmak amacı ile çalışma başlatması, anlaşma imzalaması ve sona ermesi süresinden 60 gün öncesinde diğer programa ilişkin kartları basması ve dağıtması (söz konusu programın iş bu Sözleşmenin sona ermesini müteakip başlaması kaydıyla) bu hükme ve Sözleşmeye aykırılık teşkil etmeyecektir."

160 Yukarıdaki Sözleşme hükümlerinden de görüldüğü üzere THY Sözleşme'nin konusu olan kredi kartı işbirliği ile uçuş mili kazandırma/harcama uygulamasını münhasıran Garanti Bankası ile yapacak, benzer şekilde Garanti Bankası da THY dışındaki havayolu şirketleriyle sözleşmedekine benzer bir işbirliği gerçekleştirmeyecektir. Söz konusu hükümlerden tarafların karşılıklı münhasırlık ilişkisi içinde olduğu açıkça görülmektedir.

Sözleşme'de işlemin niteliğini ortaya koyan ve THY FFP ile Shop&Miles Kredi Kartınının tabi olacağı koşulları düzenleyen Program Koşulları başlıklı 2.1. maddesinde;

170 "... Banka kredi kartı talebinde bulunan kişilerden alınacak bilgilerin neler olacağı konusunda karar vermeye yetkili olup bu bilgiler THY tarafından istenen asgari bilgileri de kapsayacaktır. Tüm Shop&Miles Kredi Kartı başvurularının işleme konulması, değerlendirilmesi ve güncellenmesi hususlarında Banka yetkilidir. Banka, THY tarafından kendisine gönderilen tüm Miles&Smiles başvuru formlarını sisteme tanıtmak zorunda olup, THY'nin talep etmesi durumunda üyenin başvuru formunu veya taranmış formatını elektronik ortamda THY'ye teslim edecektir. THY diğer kanallardan topladığı başvuruları da kişilerin bilgilerinin paylaşımına ilişkin açık ret iradesi ve kanunlara aykırılık olmaması koşuluyla Bankaya gönderecektir. Shop&Miles Kredi Kartı başvurularının

09-41/994-251

kabulüne ya da reddine, başvuru sahibine ilişkin bilgilerin bankacılık uygulamalarına göre sorgulanması ve değerlendirilmesi suretiyle Banka karar verecektir. ...

180 *Sadece THY FFP üyeleri Shop&Miles Kredi Kartı sahibi olabilecek ve Shop&Miles kullanımı ile THY FFP uyarınca mil toplamaya hak kazanabilecektir.*

...

Kart hamillerin hak kazandıkları millerin ödüle dönüştürülmesi THY FFP şartlarına tabi olacaktır. THY tek taraflı olarak THY FFP kural ve koşulları ile Mil kazanım usulünde farklılaştırmaya gidilebilir ve/veya THY FFP programı genelinde değişiklikler yapabilir. THY bu tür değişiklikleri önceden bankaya bildirecektir.

190 *Yapılan harcama miktarı üzerinden ne kadar Bonus Mil kazanılacağı Bankanın tasarrufunda olmakla birlikte, bu miktar harcanan her (.....) YTL için (.....) Bonus Mil'den daha az olamaz. Banka tarafından belirlenen Bonus Mil kazanım kurgusu THY'nin yazılı onayına tabidir. Banka, THY tarafından onaylanmış Bonus Mil kazanım kurgusunun dışına çıkamaz. Banka, kart grupları, harcama düzeyleri, harcama alanları gibi değişkenlere göre belirlenecek mil kazanım kurgusunu ve bunlara ilişkin her türlü değişiklikleri en az bir ay önceden THY'nin onayına sunmak, onayı takiben değişiklikleri makul bir süre içerisinde Kart Hamillerine duyurmak zorundadır.”*

200 *ifadeleri yer almaktadır. Sözleşme'nin bu maddesiyle, sadece THY FFP üyelerinin Shop&Miles kredi kartı sahibi olabileceği, kart sahiplerinin Shop&Miles kullanımı ile THY FFP uyarınca mil toplamaya hak kazanabileceği ve yapılan harcama miktarı üzerinden ne kadar bonus mil kazanılacağına Garanti Bankası'nın tasarrufunda olmakla birlikte bu miktarın harcanan her (..) TL için (..) bonus milden daha az olamayacağı kararlaştırılmıştır.*

Sözleşme'nin “Bankanın Diğer Hak ve Yükümlülükleri” başlıklı 2.2. maddesinde;

“... (

TİCARİ SIR

)”

210 *hükmüne yer verilmektedir.*

Sözleşme'nin 3. maddesinde ise,

“İşbu Sözleşme, Sözleşmedeki hükümlere uygun olarak süresinden önce sona ermedikçe veya feshedilmedikçe sözleşmenin 3.1. maddesinde anılan 29 Ekim 2008 tarihinden başlamak üzere üç yıl süre ile geçerli olacaktır. 3(üç) yıllık süre

09-41/994-251

sonunda Tarafların 6 (altı) ay öncesinden karşılıklı anlaşması şartıyla Sözleşme 2 (iki) yıl daha uzatılabilecektir...”

hükmü bulunmaktadır.

Sözleşme'nin 4. maddesinde ödeme koşullarına ilişkin beyanlar yer almaktadır:

220 *“4.1. Garanti Edilen Blok Bonus Mil Miktarı ve Birim Bonus Mil Ücreti: Banka her bir sözleşme yılı için THY'den blok olarak aşağıda belirtilen miktarlarda Bonus Mil satın alacak olup, bu milleri hiçbir şekilde iade edemeyecek, değiştiremeyecek ve belirlenen dönem dışında aktaramayacaktır.*

(

230

TİCARİ SIR

)

240 Sözleşme'nin 4.2. maddesinde, Garanti Bankası'nın THY'den her bir sözleşme yılı için blok olarak anlaşmada belirtilen miktarlarda bonus mil satın alacağı; bu milleri hiçbir şekilde iade etmeyeceği, değiştirmeyeceği, belirtilen dönem dışında aktarmayacağı ve satın aldığı bu bonus milleri tüketmesi durumunda ilave bonus mil alabileceği düzenlenmektedir.

250 İlerleyen bölümlerde, tarafların birbirlerine yapacakları raporlama ve bildirim yükümlülüklerini belirleyen 4.6. maddesi yer almaktadır. Buna göre; Banka, Shop&Miles kredi kartı hamillerinin harcama karşılığı kazandıkları Bonus Millere ve varsa kazanılan diğer Bonus Millere (kampanya, promosyon v.s.) ilişkin bilgiyi THY tarafından belirlenen formata uygun olarak THY'ye aktaracaktır. Banka ayrıca mutabakatla belirlenecek diğer konularda da günlük olarak bilgi aktarımı yapacaktır. Shop&Miles kredi kartı hamillerine ait kredi kartı durumu, seviyesi gibi temel bilgileri THY'ye iletmek zorundadır. THY ise; üye bilgilerini ve aylık

periyotlarda Shop&Miles kart hamillerinin kişi bazında toplam millerini bankaya işletecektir. Ancak, banka kart hamiline hiçbir şekilde toplam millerine ilişkin bilgi vermeyecektir. THY sözleşmenin imza tarihi itibarıyla mevcut Miles&Smiles üyelerine ait bilgileri banka tarafından talep edilen formatta olmak üzere Sözleşme'nin yürürlüğe girmesini takiben yedi gün içerisinde bankaya iletmeyi kabul ve beyan etmektedir.

260

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Ürün Pazarı

270

İnceleme konusu dosya bakımından ilgili ürün pazarları belirlenirken taraflar arasındaki anlaşmaya konu mal veya hizmet pazarlarının yanı sıra, anlaşmanın etkileyebileceği diğer mal veya hizmet pazarlarının da dikkate alınması gerekmektedir. Bu çerçevede, ilgili ürün pazarlarının en geniş şekliyle tarafların faaliyet gösterdiği alanlar olan havayolu taşımacılığı ve bankacılık hizmetleri dikkate alınarak tanımlanması mümkündür. Ancak, bildirim konusu işlemin rekabet üzerindeki etkilerinin detaylı bir şekilde incelenmesi bakımından, taraflar arasındaki ticari ilişkinin konusuna odaklanan dar bir pazar tanımının daha işlevsel olacağı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, inceleme konusu dosya bakımından, sağlayıcı ve alıcı arasındaki "üst pazar" ile alıcının nihai ürünün satışı için diğer rakipleri ile rekabet ettiği "alt pazar" özelinde ilgili pazarlar tespit edilmiştir.

280

Taraflar arasındaki dikey anlaşmada yer alan rekabet kısıtlamalarının birincil düzeyde etki göstereceği pazar, Garanti Bankası ile THY arasındaki "THY sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı"dır (üst pazar). Kredi kartı müşterilerine ücretsiz veya promosyonlu uçuş imkânı sunan bankalar açısından, üst alım pazarında havayolu şirketlerinin FFP milleri ile yakın ikame olabilecek başka bir mal veya hizmet bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bankalar açısından herhangi bir havayolu şirketinin FFP millerine ikame olabilecek en yakın ürünün, yine bir başka havayolu şirketinin FFP milleri olduğunu söylemek mümkündür. Ancak rekabet hukuku incelemeleri bakımından farklı havayolu şirketlerinin FFP millerinin aynı pazarda kabul edilebilmesi için, söz konusu millerin benzer işleve sahip olmasının ötesinde, bankaların gözünde bu millerin birbirine "yakın ikame" olması gerekmektedir. Bu çerçevede, üst pazarın sınırlarının kesin çizgilerle belirlenebilmesi için cevaplanması gereken soru, THY'nin FFP mil ücretlerinde küçük fakat belirgin (örneğin %5-10 oranında) bir artış olduğunda THY'den mil alımı yapmakta olan bankaların önemli ölçüde başka bir havayolu şirketine geçiş yapıp yapmayacağıdır.

290

THY'nin iç hat ve dış hat havayolu taşımacılığı pazarlarında sahip olduğu yüksek pazar paylarından¹ da anlaşılacağı üzere, ülkemizde havayolu taşımacılığı

¹ 2007 yılı verilerine göre THY'nin tarifeli iç hat havayolu taşımacılığındaki pazar payı %(...); tarifeli dış hat havayolu taşımacılığındaki payı ise %(...)'dir. 2008 yılında ise THY'nin iç hatlardaki pazar payı %(...)'ya, dış hatlardaki pazar payı ise %(...)'ye çıkmıştır.

sektöründe THY, özel ve ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. THY'nin yüksek hizmet kalitesi, marka imajı ve tüketicilerin gözünde güvenilir bir havayolu şirketi olması hiç şüphesiz bu durumun en başta gelen sebeplerinden birisidir. Bunun yanında, THY'nin ülkemizin milli havayolu şirketi olması ve uzun yıllar bayrak taşıyıcı olarak faaliyet göstermesi de bu durumun sebepleri arasında sayılabilecektir. Diğer taraftan, ülkemizde iç ve dış hatlarda THY'nin sahip olduğu birtakım hakların ve ayrıcalıkların da bu bağlamda önemli olduğu kuşkusuzdur. İç hat havayolu taşımacılığında 2003 yılında yaşanan serbestleşmeye rağmen THY, sahip olduğu tarihsel haklar nedeniyle, uygun slotların önemli bir kısmını ve özellikle de ticari açıdan en avantajlı olanlarını elinde tutmaya devam etmiştir. Örneğin 2009 yılı yaz aylarında, özellikle iş gereği sık uçuş yapan yolcular açısından kilit konumda bulunan İstanbul Atatürk Havalimanı'ndaki uygun slotlardan (.....) adedi THY'ye tahsis edilmişken, geriye kalan üç özel havayolu firmasına toplam (.....) adet slot tahsis edilmiştir. THY'nin slot tahsisinde sahip olduğu bu üstünlük, iç hatlarda özellikle iş için uçuş yapan zamana duyarlı yolcuların gözünde THY'yi diğer havayolu şirketlerine kıyasla ayrıcalıklı bir konuma getirmektedir. Diğer taraftan, THY'nin iç hatlarda uçuş yapan rakip havayolu şirketlerine kıyasla gerek iç hatlarda gerekse dış hatlarda yaygın bir uçuş ağına sahip olması ve ayrıca THY'nin çok sayıda yabancı havayolu firması ile FFP işbirliği içerisinde bulunması, THY FFP üyelerinin rakip havayolu şirketlerinin FFP üyelerine kıyasla çok daha geniş bir uçuş ağına mil kazanma ve kullanma imkânı elde etmelerini beraberinde getirmektedir. İktisadi literatürde "kapsam ekonomileri" (*economies of scope*) olarak tanımlanan bu durumun, THY'nin FFP'sini iç hatlardaki rakiplerinkine kıyasla ayrıcalıklı bir konuma getirdiği kuşkusuzdur. Diğer taraftan, THY'nin FFP programı ile karşılaştırıldığında, iç hatlardaki rakip havayolu şirketlerinin FFP programları oldukça yenidir. Dolayısıyla, gerek üye sayısı (2008 yılı sonu itibarıyla THY'nin yaklaşık (.....) FFP üyesi bulunmaktayken Atlas Jet'in yaklaşık (.....); Pegasus'un yaklaşık (.....); Lufthansa'nın ise yaklaşık (.....) FFP üyesi bulunmaktadır.) açısından gerekse sundukları imkânlar açısından bu programların THY'nin FFP programına ciddi bir alternatif teşkil etmesi mümkün gözükmemektedir.

Dış hatlarda ise, THY ile rakipleri arasındaki ayrışma iç hatlardaki kadar keskin olmasa da THY'nin rakiplerine kıyasla yine ayrıcalıklı bir konumda bulunduğunu söylemek mümkündür. Dış hatlarda THY'ye ayrıcalıklı bir konum sağlayan hususlardan en önemlisi, ülkemizin taraf olduğu ikili havacılık anlaşmalarında THY lehine hükümlerin bulunmasıdır. Ülkemizin taraf olduğu 92 ikili havacılık anlaşmasının 26'sında THY, ülkemizden tek taşıyıcı olarak gösterilmiştir. Ayrıca, ikili havacılık anlaşmaları birden fazla taşıyıcıya imkân verdiği halde bazı anlaşmalarda fiilen sadece THY'nin faaliyet göstermesine imkân tanıyan kapasite ve frekans hükümlerinin bulunduğu da bilinmektedir. Bu yönüyle THY'nin iç hatlarda tarihsel haklar ve slot tahsisleri yoluyla sahip olduğu ayrıcalıklı konumunu, dış hatlarda ikili havacılık anlaşmaları ile koruduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca, THY'nin milli havayolu olmasının ve özellikle yerli tüketicilerin gözünde güvenilir bir firma olarak algılanmasının da THY'ye dış hatlarda önemli bir avantaj sağladığı düşünülmektedir. THY'nin dış hatlardaki

09-41/994-251

340 pazar gücünü pekiştiren bu hususların yanında, dış hatlardaki rakiplerine kıyasla THY'nin müşterilerinin ve FFP üyelerinin çok daha büyük bir kısmının yerli müşterilerden oluşması da THY'nin FFP programını bankalar açısından ayrıca değerli kılmaktadır.

THY ile başlıca rakiplerinin FFP programları arasındaki asimetri, THY'nin ve başlıca rakiplerinin FFP üye sayılarına da yansımıştır. 2008 yılı sonu itibarıyla THY'nin yaklaşık (.....) FFP üyesi bulunmaktayken Atlas Jet'in yaklaşık (.....); Lufthansa'nın yaklaşık (.....); Pegasus'un ise yaklaşık (.....) FFP üyesi bulunmaktadır. Diğer taraftan, arz ikamesi bakımından değerlendirildiğinde de, gerek iç hatlarda gerekse dış hatlarda THY'nin sahip olduğu ayrıcalıkların ve marka gücünün bir sonucu olarak rakip havayolu şirketlerinin kendi FFP'lerini kısa sürede THY'nin FFP'sine yakın ikame teşkil edebilir hale getirmelerinin mümkün olmadığı düşünülmektedir.

350 Bu değerlendirmeler ışığında, ülkemizde bankaların gözünde THY'nin FFP'sinin ve dolayısıyla FFP millerinin ayrıcalıklı ve özel bir konumda olduğu, dolayısıyla diğer havayolu şirketlerinin FFP millerinin THY'nin FFP millerine "yakın ikame" teşkil etmediği; diğer taraftan rakip havayolu şirketlerinin, THY'nin FFP millerine ikame olabilecek FFP mili sunmalarının da kısa vadede mümkün olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle dosya bakımından "THY sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı", başlı başına ayrı bir ilgili ürün pazarı (üst pazar) olarak belirlenmiştir.

360 Bildirime konu dikey anlaşmadaki rekabet kısıtlamalarının THY ile Garanti bankası arasındaki FFP mili alım satım pazarının yanı sıra Garanti Bankası'nın bu milleri Shop&Miles kredi kartı müşterilerine ödül olarak sunduğu alt pazarda da etki göstermesi muhtemeldir. Bu pazarda Garanti Bankası tarafından sunulan Shop&Miles kredi kartının özellikleri incelendiğinde, söz konusu kartın Garanti Bankası ile THY'nin işbirliği sonucunda çıkarılmış ortak markalı bir kredi kartı olduğu; ancak klasik kredi kartlarından farklı olarak kart sahiplerine harcamalarının belirli bir oranında mil biriktirme, kredi kartındaki millerle THY'nin FFP programındaki milleri aynı havuzda birleştirme ve daha sonra bu millerle sadece THY'nin FFP programı kapsamında bedava uçak bileti ve diğer bazı ek hizmetlerden yararlanma imkânı sağladığı görülmektedir. Klasik kredi kartlarından farklı olarak herhangi bir müşterinin Shop&Miles Kredi kartı sahibi olması için öncelikle THY'nin FFP programı (Miles&Smiles) üyesi olması gerekmektedir. Ayrıca kartın sunduğu ödüller sadece THY'nin FFP'si kapsamında kullanılabilir. Bu hususlar dikkate alındığında, Shop&Miles kredi kartının hedef müşteri kitlesinin piyasadaki klasik kredi kartlarından farklı olarak özellikle sık uçuş yapan orta ve üst gelir grubuna mensup tüketicilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

370 Sık uçuş yapan tüketiciler açısından, alışverişlerden kazanılan puanların seyahat harcamalarında avantajlı bir şekilde kullanılması gibi bir imkân sunmayan klasik kredi kartlarının Shop&Miles benzeri bir kredi kartına yakın ikame teşkil etmesi mümkün değildir. Dolayısıyla, Shop&Miles kredi kartının içinde bulunduğu pazarın, "kredi kartları" pazarından daha dar bir pazar olduğunu söylemek mümkündür.

380

390 Kredi kartları sektöründe Shop&Miles kredi kartına yakın ikame oluşturabilecek diğer kredi kartları araştırıldığında ise, orta ve üst gelir segmentinde bulunan ve sık uçuş yapan tüketicilere hitap eden iki farklı kredi kartı türünün bulunduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, Shop&Miles'in de dâhil olduğu havayolu şirketleri ile bankaların ortaklığında çıkartılan ve kredi kartı müşterilerinin sadece ilgili havayolu şirketinin FFP'si kapsamında ödül kazanabildiği "FFP kredi kartları"dır. Sık uçan yolculara hitap eden ikinci bir kredi kartı türü ise, bankaların herhangi bir havayolu şirketi ile işbirliği yapmaksızın tek başlarına ihraç ettikleri "mil kartları"dır. Bu tür kredi kartlarında müşteriler seyahat harcamalarında normal harcamalarına göre daha fazla puan kazanmakta ve bu miller seyahat harcamalarında kullanılırken birkaç katı ile çarpılarak nakde dönüşmektedir. Böylece tüketiciler herhangi bir havayolu şirketi ile sınırlı olmaksızın istedikleri havayolu şirketinde kazandıkları milleri değerlendirebilmektedir. Ancak FFP kredi kartlarına göre bu kredi kartlarının dezavantajı, kredi kartında toplanan millerin ilgili havayolu şirketinin FFP programında biriken miller ile birleştirilememesidir.

400 Bununla birlikte mil kartı çıkartan bankanın bir havayolu şirketiyle özel bir anlaşma yapması durumunda kredi kartı ve havayolu şirketinin FFP programındaki miller aynı havuzda toplanabilmekte ve böylece kredi kartı aynı anda hem mil kartı hem de FFP kartı özelliklerine sahip olabilmektedir.

Gerek sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerde dile getirilen hususlardan gerekse inceleme sırasında edinilen bilgilerden her iki grup kartın da aynı amaçla kullanıldıkları, aynı tüketici ihtiyacını karşıladıkları, kartları piyasaya sunan taraf/taflardan bağımsız olarak aynı işlevi gördükleri, benzer tüketicilere yöneltildikleri anlaşılmaktadır.

410 Aşağıdaki tabloda, ortalama 200 TL.'lik bir iç hat uçak bileti ödülü kazanmak için, değişik kredi kartı kullanıcılarının yapması gereken harcama miktarları yaklaşık olarak hesaplanmıştır.

Tablo-1: Farklı Kredi Kartlarında Ortalama 200 TL'lik Bir İç Hat Uçak Bileti Kazanabilmek için Yapılması Gereken Harcama Miktarı

Kart	Kart Türü	Sadece Uçak Bileti Alımında Kullanılması Durumunda Yapılması Gereken Tutarı (TL)	Uçak Bileti İle Birlikte Tüketim Harcamalarında da Kullanılması Durumunda Yapılması Gereken Tutarı (TL) ²
Shop&Miles	FFP Kartı	(.....)	(.....)
Miles&More	FFP Kartı	(.....)	(.....)
Pegasus Kart	FFP Kartı	(.....)	(.....)
Wings Kart	Mil Kartı – FFP Kartı	(.....) ³ - (.....) ⁴	(.....) ⁵ - (.....)

² Farklı kredi kartı kullanıcılarının yapması gereken alışveriş tutarı hesaplanırken, tüm kullanıcıların THY FFP programı üyelerinin mil toplama alışkanlıklarını taşıdığı; böylece millerinin ortalama %(...)’ini uçak bileti alımından, %(...)’ini ise diğer alışverişlerden topladıkları kabul edilmiştir.

³ Uçak biletinin Atlasjet dışındaki havayolu şirketlerinden alınması halinde.

⁴ Uçak biletinin Atlasjet’ten alınması halinde.

⁵ Uçak biletinin Atlasjet dışındaki havayolu şirketlerinden alınması halinde.

09-41/994-251

<i>Maximiles</i>	Mil Kartı	(.....)	(.....)
<i>Adiyos</i>	Mil Kartı	(.....)	(.....)

420 Tablodan görüldüğü üzere, yaklaşık olarak 200 TL.'lik bir ödül iç hat uçak bileti kazanabilmek için, farklı FFP kartı sahiplerinin hemen hemen aynı düzeyde harcama yapması gerekmektedir. Mil kartlarında ise, yapılması gereken harcama tutarı FFP kartlarına göre biraz daha yüksektir. Ancak, farklı kart kullanıcılarının mil biriktirmede THY FFP üyelerine benzer şekilde davrandıkları kabul edildiğinde, FFP kartları ile mil kartları arasındaki farkın azaldığı görülmektedir.

430 Örneğin, herhangi bir Shop&Miles kredi kartı kullanıcısının, THY FFP programı kapsamında 200 TL.'lik bir ödül iç hat uçuşu kazanabilmesi için, toplam (.....) TL. tutarında alışveriş yapması gerekirken, aynı tüketicinin Wings kartı ile aynı uçuşu kazanabilmesi için yaklaşık (.....) TL. tutarında alışveriş yapması gerekmektedir. Buna göre, Shop&Miles kredi kartı faizlerinde veya yıllık kart ücretlerinde küçük fakat belirgin bir artış olduğunda, tüketicilerin Wings kartını tercih etmesinin önünde belirgin bir engel bulunmamaktadır. Dolayısıyla, Wings kartı sahiplerinin THY dışındaki havayolu şirketlerinden de ödül bilet kazanabildikleri dikkate alındığında, aradaki yaklaşık (.....) TL.'lik farka rağmen herhangi bir Shop&Miles kullanıcısı için, Wings kartının yakın ikame olacağını

440 söylemek mümkündür. Benzer değerlendirmeler Adios Kart için çok belirgin olmasa da diğer mil kartları için de geçerlidir.

Diğer taraftan, benzer ödüller için birbirine çok yakın harcama tutarları gerektirmelerine rağmen, genel olarak FFP kartlarının birbirine ikame olmasının daha güç olduğu düşünülmektedir. Zira, mil kartları hemen hemen tüm havayolu şirketinden ödül bilet alma imkanı sağlarken, FFP kartları sadece program ortağı havayolu firmalarından ödül bilet kazanma imkanı sunmaktadır. Örneğin, herhangi bir Shop&Miles kredi kartı kullanıcısı, söz konusu kredi kartının faizlerinin veya yıllık ücretlerinin artması sonucunda Wings gibi bir mil kartına geçmesi halinde, THY'den ödül bilet almaya devam edebilmektedir. Ancak, aynı

440 durum FFP kartları için her zaman için söz konusu değildir. Örneğin, herhangi bir Shop&Miles kullanıcısının Pegasus Kart'a geçmesi halinde, THY'den ödül bilet kazanması mümkün değildir. Bu nedenle, THY'nin FFP programını tercih eden tüketiciler bakımından Pegasus Kart gibi rakip bir havayolu firmasının FFP kartının ikame özelliğinden ziyade tamamlayıcılık özelliğinin daha çok ön plana çıktığı söylenebilecektir. Bununla birlikte, ülkemiz havayolu taşımacılığı pazarında THY ile Lufthansa arasında FFP işbirliğinin bulunması nedeniyle, Shop&Miles ile Miles&More kartları arasındaki ikame olabilirliğin Shop&Miles ile Pegasus Kart arasındaki ikame olabilirliğe kıyasla daha yüksek olduğu da bir gerçektir.

450 Yukarıda sunulan değerlendirmelerden de görüldüğü üzere, mil kartlarının FFP kredi kartlarına yakın ikame olduğunu söylemek mümkün olmakla birlikte, FFP kartlarının kendi aralarındaki ikame durumuna ilişkin kesin bir yargıya varmak oldukça güçtür. Bununla birlikte, işbirliğine ilişkin muafiyet değerlendirmesi yapılırken, ilgili pazarın daha dar tanımlanması halinde ortaya çıkacak pazar koşulları da dikkate alınacağı için, Shop&Miles kredi kartının içinde bulunduğu pazarın hem mil kartlarını hem de FFP kartlarını içerecek şekilde "ücretsiz veya

09-41/994-251

indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları pazarı” olarak tespit edilmesinde herhangi bir mahzur görülmektedir.

460 Bu çerçevede, inceleme konusu dosya bakımından, üst pazar olarak “THY sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı”; alt pazar olarak ise “ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları pazarı” tespit edilmiştir.

H.2.2. Coğrafi Pazar

Dosya konusu ilgili ürünlerin ülke genelinde eşit koşullarda sunulması nedeniyle, ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

H.3. İşlemin Niteliği

470 THY ile Garanti Bankası arasındaki bildirim konusu işbirliği 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilirken öncelikle taraflar arasındaki işbirliğinin dikey anlaşma boyutunun tartışılmasında fayda görülmektedir. Bilindiği üzere, 2002/2 Sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinde, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar “dikey anlaşma” olarak kabul edilmiştir. Bu çerçevede, bildirim konusu anlaşmanın bir dikey anlaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için öncelikle tarafların söz konusu anlaşmayı yapmadaki amaçlarının ve dolayısıyla anlaşmanın esas konusunun ortaya konulmasında fayda vardır.

480 Yukarıda da belirtildiği üzere THY ve Garanti Bankası, THY Frequent Flyer Programı (THY FFP) müşterilerine yönelik ortak markalı (co-branded) bir kredi kartı olan Shop&Miles kredi kartının ihracı ve pazarlanmasına yönelik olarak işbirliğine gitmişlerdir. Bu işbirliğinde her iki tarafın farklı beklentileri bulunmaktadır. THY açısından bu tür bir işbirliğine gitmenin avantajları şunlardır:

- THY FFP üyeleri, işbirliği öncesinde sadece uçuşlardan mil kazanırken mevcut işbirliği ile birlikte Shop&Miles kredi kartı ile yaptıkları alışverişlerden de mil kazanma imkânına kavuşmaktadırlar. Böylece tüketicilerin gözünde THY'nin sık uçan yolcu programının değeri artmakta ve THY'nin FFP üye sayısının ve yolcu sayısının artması beklenmektedir.

490 - THY, mevcut işbirliği ile orta ve üst gelir segmentinde bulunan FFP üyelerinin alışveriş alışkanlıklarını veya tercihlerini daha iyi gözlemlene imkânına kavuşmakta ve böylece başta FFP olmak üzere müşterilerine sunduğu hizmetleri tüketici tercihlerine göre geliştirebilme imkânına kavuşmaktadır.

- THY müşterileri, THY ile Garanti Bankası arasındaki Shop&Miles kredi kartı işbirliğinin bir sonucu olarak taksitli alışveriş ve kredi imkânına sahip olmaktadır.

- Shop&Miles kredi kartı işbirliği çerçevesinde THY, Shop&Miles kredi kartı kullanıcılarına ödül olarak sunulmak üzere Garanti Bankası'na önceden toplu uçuş mili, diğer bir ifade ile uçak bileti satmaktadır. Böylece THY, ciddi bir

09-41/994-251

500 operasyonel maliyete katlanmaksızın önceden toplu bilet satışı yapmak suretiyle bir yandan ciddi bir gelir elde etmekte; diğer yandan da uçuşlarını ve yolcu kapasitesini daha iyi organize edebilir hale getirmektedir.

Garanti Bankası açısından mevcut işbirliğinin önemi ise, bu işbirliğinin sonucunda bankanın kredi kartı müşterilerine THY FFP programı kapsamında kullanılabilen milleri promosyon olarak sunma imkânına kavuşmasıdır. Böylece Garanti Bankası, THY'nin orta ve üst gelir segmentinde bulunan müşterilerini kredi kartı müşterisi haline getirmekte ve bu müşteri kitlesinin Shop&Miles kredi kartı ile alışveriş yapması sonucunda önemli bir gelir elde etmektedir.

510 İnceleme konusu işbirliğinde iki farklı dikey ilişkiden bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki; Garanti Bankası'nın sağlayıcı, THY'nin alıcı konumda olduğu dikey yapılanmadır. Buna göre sağlayıcı konumundaki Garanti Bankası, THY'ye kartlı ödeme sistemi, taksitli alışveriş hizmeti, pazarlama ve reklam hizmetleri gibi bir takım hizmetler sunmaktadır. Taraflar arasındaki diğer ilişki ise THY'nin sağlayıcı, Garanti Bankası'nın ise alıcı konumda bulunduğu dikey yapıdır. Burada sağlayıcı konumunda bulunan THY, Garanti Bankası'na FFP mili satmaktadır. Alıcı konumunda bulunan Garanti Bankası ise THY'den aldığı bu milleri Shop&Miles Kredi Kartı müşterilerine ödül olarak sunmaktadır.

520 Yukarıda sunulan iki farklı dikey yapılanma arasında yapılacak tercih, ilgili pazar(lar)ın (üst pazar/alt pazar) tespiti ve mevcut dosya bakımından belirgin bir farklılık yaratmasa da, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında sağlayıcının/alıcının pazar paylarına ilişkin değerlendirmelerin yapılması bakımından önem arz etmektedir.

Bildirim konusu dikey anlaşmada sağlayıcı taraf ve alıcı taraf belirlenirken, tarafların yukarıda sunulan beklentileri ışığında, işbirliğinin esas konusu tespit edilmelidir. Buna göre, tarafların mevcut işbirliğinden beklentileri bir bütün olarak değerlendirildiğinde; THY'nin mevcut işbirliğinden FFP programını çekici kılma ve geliştirme, müşterilerine taksitli alışveriş ve kredi hizmeti temin etme, reklam ve pazarlama hizmetleri tedarik etme vs. gibi bir takım beklentileri bulunsa bile, işbirliğinin THY'ye gelir sağlayan esas unsuru, Garanti Bankası'na yapılan mil satışıdır. Nitekim mevcut işbirliği arifesinde çalışılacak bankanın seçimine yönelik olarak THY tarafından çıkılan ihalede bankaların yıllık mil alım taahhütleri ve söz konusu miller için ödemeyi öngördükleri miktarlar üzerinden yarışmış olması da bu tespiti doğrulamaktadır. Ayrıca taraflar arasındaki sözleşmenin içeriği dikkate alındığında da, taraflar arasındaki işbirliğinin temelde Garanti Bankası'nın THY'den FFP mili almasına ve bu milleri Shop&Miles kredi kartı kullanıcılarına ödül olarak dağıtmasına dayandığı anlaşılmaktadır.

540 Diğer taraftan, bildirim konusu işbirliğinde, mülkiyeti THY'ye ait olan "Shop&Miles" markasının sınırsız kullanım hakkının sözleşme süresince Garanti Bankası'na verilmesi de söz konusudur. Ancak bu uygulama, THY ile Garanti Bankası arasındaki işbirliğinin esas konusunu oluşturacak nitelikte olmayıp; taraflar arasında FFP mili alım-satımına dayanan işbirliğinin hayata geçirilmesine yönelik bir işlemdir. Dolayısıyla, bildirim konusu işbirliğinde Shop&Miles

markasının kullanım hakkının sözleşme süresince Garanti Bankası'na verilmesi, taraflar arasındaki dikey ilişkinin bir parçası olarak değerlendirilmiştir.

Bu çerçevede, THY ile Garanti Bankası arasındaki bildirim konusu işbirliğinin, THY'nin sık uçan yolcu programı millerinin sağlayıcısı olduğu, Garanti Bankası'nın ise bu millerin alıcısı olduğu bir dikey bir ilişki olarak değerlendirilmesi gerektiği kanaatine varılmıştır.

550

H.4. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

Bildirim konusu anlaşmada rekabet hukuku açısından değerlendirilmesi gereken iki temel kısıtlama bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Sözleşme'nin 1.1. maddesinde yer alan ve THY'nin Türkiye'de Garanti Bankası dışında hiçbir bankaya sadakat programı çerçevesinde mil satışı yapmamasını öngören "tek alıcıya sağlama yükümlülüğü", diğeri ise Sözleşme'nin 6.2. maddesinde yer alan ve Garanti Bankası'nın başka herhangi bir havayolu şirketi ile çalışmamasını öngören "rekabet yasağı"dır.

H.4.1. Menfi Tespit Değerlendirmesi

560 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesinde, *"İlgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin başvurusu üzerine Kurul, elinde bulunan bilgiler çerçevesinde bir anlaşmanın, kararın, eylemin veya birleşme ve devralmanın bu Kanun'un 4, 6 ve 7. maddelerine aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verebilir"* hükmü yer almaktadır.

4054 sayılı Kanun'un uygulanması bakımından teşebbüs niteliğini haiz Garanti Bankası ile THY, dikey anlaşma niteliğinde olan bir Sözleşme ile tanımlanan ilgili pazarlarda etki doğuracak bir işbirliğine gitmişlerdir. Taraflar arasındaki Sözleşme'nin yukarıda yer verilen "rekabet yasağı" ve "tek alıcıya sağlama yükümlülüğü"ne ilişkin düzenlemeleri, "ilgili pazarlarda rekabeti kısıtlayıcı nitelikte" olduğu için 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil etmektedir.

570

Bu nedenle dosya konusu Sözleşme'ye 4054 sayılı Kanun'un yukarıda anılan 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilmesi mümkün değildir.

H.4.2. Grup Muafiyeti Değerlendirmesi

Esasen, 2002/2 sayılı Tebliğ, mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı konulu dikey anlaşmaları kapsamakla birlikte, rakip teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmalara uygulanmamaktadır. Rakip teşebbüsler ise Tebliğ'in tanım maddesinde, aynı ürün pazarında faaliyette bulunan veya bulunma potansiyeline sahip sağlayıcılar olarak tanımlanmıştır. İnceleme konusu işlemin tarafları olan THY ve Garanti Bankası iki ayrı sektörde -genel olarak havayolu taşımacılığı ve bankacılık hizmetleri- faaliyet gösteren ve karşılıklı olarak bu iki sektöre girmeleri beklenmeyen teşebbüslerdir.

580

Diğer taraftan, 2002/2 Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca herhangi bir dikey anlaşmanın Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden faydalanabilmesi için,

590 sağlayıcının ilgili pazardaki payının %40'ı aşmaması gerekmektedir. Aynı maddenin üçüncü fıkrasında ise, tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren dikey anlaşmalarda, alıcının ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması gerektiği düzenlenmiştir. Bildirim konusu Sözleşme'nin 1.1. maddesinde, sağlayıcı konumdaki THY'nin Türkiye'de Garanti Bankası dışında hiçbir banka ile uçuş mili kazandıran kredi kartı uygulaması yapmamasını öngören bir "tek alıcıya sağlama yükümlülüğü" bulunmaktadır. Dolayısıyla, bildirim konusu Sözleşme'nin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden faydalanabilmesi için hem sağlayıcı konumdaki THY'nin hem de alıcı konumundaki Garanti Bankası'nın ilgili pazardaki paylarının %40'ı aşmaması gerekmektedir. Dikey Anlaşmalara ilişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 57. paragrafında da belirtildiği üzere, Tebliğ'in uygulanmasında sağlayıcının pazar payı, onun alıcılara satış yaptığı ilgili ürün pazarı ve ilgili coğrafi pazardaki pazar payıdır. Yine, Kılavuz'un 60. paragrafında belirtildiği üzere, tek alıcıya sağlama yükümlülüğünde alıcının pazar payı, alım pazarında toplam alımlarındaki payıdır.

600 Bildirim konusu Sözleşme bu çerçevede değerlendirildiğine, sağlayıcı konumundaki THY'nin ve alıcı konumundaki Garanti Bankası'nın inceleme konusu dosyada "üst pazar" olarak belirlenen "THY sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı"ndaki (üst pazar) payları %100'dür. Üst pazarın diğer havayollarının mil satışlarını da içerecek şekilde geniş belirlenmesi halinde dahi, THY'nin ve Garanti Bankası'nın mil satış/alım pazarındaki payları yaklaşık %(...) olmaktadır.

610 Sağlayıcının ve alıcının ilgili pazardaki pazar paylarının %40'ı aşması nedeniyle, bildirim konusu Sözleşme'nin 2002/2 sayılı Tebliğ Kapsamında Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti'nden faydalanması mümkün değildir.

Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet alıp alamayacağına ilişkin değerlendirme ise aşağıdadır:

H.4.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

Sözleşme'de yer alan rekabet kısıtlamalarına ilişkin bireysel muafiyet değerlendirmesine geçmeden önce, anılan rekabet kısıtlamalarının ilgili pazarlardaki rekabet üzerindeki olası etkilerine kısaca değinmekte fayda görülmektedir.

620 THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü doğrudan etkisini THY ile Garanti Bankası arasındaki üst pazarda gösterecektir. Bu uygulamanın bir sonucu olarak, Garanti Bankası dışındaki bankalar sağlayıcı konumdaki THY'den uçuş mili alamayacaklardır. Ayrıca bu yükümlülük sonucunda THY'nin Garanti Bankası dışındaki alıcılara ulaşması da engellenmiş olacaktır. Diğer taraftan, özellikle üst pazardaki girdi alt pazar için zorunlu ise veya üst pazarda satışa konu ürün nihai ürün niteliğindeyse, tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün alt pazardaki rekabeti bozması da imkân dâhilindedir.

Garanti Bankası'na getirilen rekabet yasağı da doğrudan etkisini THY ile Garanti Bankası arasındaki üst pazarda gösterecektir. Söz konusu uygulamanın sonucu olarak Garanti Bankası, THY dışındaki havayolu şirketlerinden mil alımı

630 yapamayacaktır. Ayrıca THY'nin rakibi konumundaki havayolu şirketleri de Garanti Bankası'na mil satışı yapamayacaklardır. Diğer taraftan rekabet yasaları, özellikle girdi alt pazar için zorunluysa ya da nihai ürünler söz konusuysa ve alıcı alt pazarda hâkim durumdaysa alt pazardaki markalar arası rekabeti ortadan kaldıracaktır. Son olarak, benzer uygulamaların pazardaki yaygınlaşması halinde ilgili pazarların potansiyel rakiplere kapanması da söz konusu olabilecektir.

640 Sözleşme'de yer alan rekabet kısıtlamaları yukarıda sayılan olası etkileri nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır. Söz konusu kısıtlamaların bireysel muafiyetten yararlanıp yararlanmayacağına karar verilmesi noktasında ise 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında değerlendirme yapılması gerekmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamının varlığı halinde teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararları 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilir. Kanun'da bu şartlar:

a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,

b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,

c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,

650 d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

olarak sıralanmıştır.

a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması

Bu hüküm çerçevesinde hangi hallerin ekonomik yarar sağladığının somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunması ekonomik yararın sağlandığı hususlar arasında görülmektedir.

660 Bildirim konusu işbirliği sonucunda;

- Tarafların ortaklığı ile çıkartılmış olan Shop&Miles kredi kartının varlığı devam ettirilmektedir (arzin sürekliliği sağlanıyor).

- THY FFP üyeleri, işbirliği öncesinde sadece uçuşlardan mil kazanırken mevcut işbirliği ile birlikte Shop&Miles kredi kartı ile yaptıkları alışverişlerden de mil kazanma imkânına kavuşmaktadırlar. Böylece, THY'nin FFP programı tüketiciler için daha cazip hale gelmektedir.

- Shop&Miles kredi kartı işbirliği çerçevesinde THY, Shop&Miles kredi kartı kullanıcılarına ödül olarak sunulmak üzere Garanti Bankası'na önceden toplu uçuş mili satmaktadır. Diğer bir ifade ile THY, Garanti Bankası'na önceden toplu

09-41/994-251

670 uçak bileti satmaktadır. Böylece THY, ciddi bir operasyonel maliyete katlanmaksızın önceden toplu bilet satışı yapmak suretiyle bir yandan ciddi bir gelir elde etmekte; diğer yandan da uçuşlarını ve yolcu kapasitesini daha iyi organize edebilir hale gelmektedir. Ayrıca bu işbirliği ile sayesinde THY'nin FFP'si tüketici sadakatini sağlamaya yönelik bir pazarlama sistemi olmanın ötesinde, THY için gelir sağlayan bir ekonomik faaliyet haline gelmektedir.

- THY müşterileri, THY ile Garanti Bankası arasındaki Shop&Miles kredi kartı işbirliğinin bir sonucu olarak taksitli alışveriş ve kredi imkânına sahip olmaktadır.

680 - THY, Garanti Bankası'na Shop&Miles kredi kartına ilişkin reklam ve tanıtım hizmetleri sunmasını zorunlu tutarak FFP programının ve Shop&Miles kredi kartının tanıtımını Garanti Bankası aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

- THY, Garanti Bankası'ndan aldığı düzenli raporlar ile orta ve üst gelir segmentinde bulunan FFP üyelerinin tüketim alışkanlıklarını veya tercihlerini daha iyi gözlemleme imkânına kavuşmakta ve böylece başta FFP olmak üzere müşterilerine sunduğu hizmetleri tüketici tercihlerine göre geliştirebilme imkânına kavuşmaktadır.

690 - Garanti Bankası, THY ile yaptığı işbirliği sonucunda, THY'nin orta ve üst gelir segmentinde bulunan müşterilerine daha az maliyetle ulaşıp bunları kredi kartı müşterisi haline getirebilmekte ve böylece gelir seviyesi ve alışveriş harcamaları yüksek olan bu müşteri kitlesinin Garanti Bankası'nın kredi kartı ile alışveriş yapması sonucunda önemli bir gelir elde etmektedir.

- Ayrıca bankacılık ve havayolu taşımacılığı sektörünün iki önemli oyuncusu olan THY ve Garanti Bankası arasında yapılan bu işbirliği, tarafların kurumsal kimliklerine ve marka değerlerine önemli bir katkı sağlamaktadır.

Bu hususlar ışığında, bildirim konusu anlaşma ile Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde aranan ilk şartın, yani malların üretim veya dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasının gerçekleştiği anlaşılmıştır.

700 **b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması**

Muafiyetin ikinci şartı; anlaşmanın tüketicilere ortaya çıkan objektif faydadan adil bir pay alma imkânı tanıması gereğidir. Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın muafiyet alabilmesi için, yukarıda değinilen malların dağıtımını veya hizmetlerin sunulmasından elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansıtılması ve ortaya çıkan ekonomik fayda ile tüketicinin elde edeceği menfaat arasında makul bir denge olması gerekmektedir. Bu çerçevede; fiyatlar seviyesindeki düşüş, satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, malın arzında devamlılığın sağlanması gibi koşullar tüketicinin elde edeceği menfaat kapsamında değerlendirilebilmektedir.

710

Yukarıda da belirtildiği üzere; bildirim konusu işbirliği ile Shop&Miles kredi kartına ilişkin arzın sürekliliği sağlanmıştır. Ayrıca THY FFP üyeleri, Shop&Miles kredi

720 kartı işbirliği öncesinde sadece uçuşlardan mil kazanırken bildirim konusu işbirliği ile birlikte Shop&Miles kredi kartı ile yaptıkları alışverişlerden de mil kazanma imkânına kavuşmuşlardır. 2008 yılı rakamlarına göre THY FFP üyelerinin kazandıkları millerin yaklaşık %(...)’ini Shop&Miles harcamaları kanalıyla kazanılmış millerin oluşturduğu dikkate alındığında, mevcut işbirliğinin tüketicilere sağladığı yararın azımsanmayacak boyutta olduğu görülmektedir. Ayrıca mevcut işbirliği ile kredi kartları pazarında önemli bir ürün farklılaştırması gerçekleşmekte ve böylece tüketicilerin tercih seçenekleri artmaktadır. Diğer taraftan, Garanti Bankası’nın ve THY’nin müşterilerinin tüketim alışkanlıklarını daha iyi gözlemlemesinin bir sonucu olarak, sundukları hizmetleri tüketicilerin tercihlerine göre geliştirmeleri de beklenmektedir.

Bu çerçevede, Kanun’un 5. maddesi çerçevesinde aranan ikinci şartın da gerçekleştiği sonucuna varılmıştır.

c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

730 Muafiyetin üçüncü şartı, anlaşmanın veya kararın teşebbüslere ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldırma imkânı tanımaması, bir başka deyişle sağlanan ekonomik gelişme veya fayda ile tüketicinin bundan yarar sağlamasının rekabetin ortadan kaldırılması sonucunda elde ediliyor olmamasıdır. Bu koşulun temelinde, piyasada etkin rekabetin bulunmadığı durumlarda, anlaşmadan beklenen ekonomik yararların gerçekleşmeyeceği veya anlaşmanın meydana getireceği yararların zararlardan fazla olmayacağı varsayımı yatmaktadır. Gerçekten de, teşebbüslerin piyasadaki rekabet baskısından uzaklaşmaları, anlaşmadan beklenen ekonomik yararların gerçekleşmemesine yol açacaktır.

740 Garanti Bankası ile THY arasındaki rekabet yasağının bir sonucu olarak Garanti Bankası, THY dışında hiçbir havayolu şirketinden mil alımı yapamayacaktır. Ancak bu yükümlülük, THY’ye getirilen “tek alıcıya sağlama yükümlülüğü” ile birlikte uygulandığı için, havayolu taşımacılığı pazarında THY’nin rakibi konumunda bulunan havayolu şirketlerine alıcı konumundaki diğer bankaların kapatılması durumunu beraberinde getirmemektedir. Nitekim sektörde Pegasus Havayolları ile HSBC Bank arasında, Atlas Jet ile Akbank arasında ve Lufthansa ile Denizbank arasında benzer işbirlikleri yapılmıştır. Ayrıca, havayolu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren diğer havayolu şirketlerinin benzer işbirlikleri yapmak istemeleri halinde, işbirliği yapabilecekleri çok sayıda banka bulunmaktadır.

750 Alıcılara getirilen rekabet yasakları, girdi alt pazar için zorunluysa ya da nihai ürünler söz konusuysa ve alıcı alt pazarda hâkim durumdaysa alt pazardaki markalar arası rekabeti ortadan kaldıracaktır. Ancak inceleme konusu dosya bakımından, THY’nin satışını yaptığı uçuş milleri, alt pazarda yani “ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları pazarı”nda ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonunun sunulması için zorunlu bir girdi değildir. Bankalar, herhangi bir havayolu şirketi ile FFP işbirliği yapmamış olsalar dahi, kredi kartı ile belirli miktarda alışveriş yapan müşterilerine ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunabilmektedir. Üstelik

760 bu uygulamayı yürütürken belirli bir havayolu şirketine bağlı kalmaları ve önceden toplu mil alımı yapmaları da gerekmemektedir. Bu durumun bir sonucu olarak, ülkemizde “ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları pazarı”, sürekli yeni girişlerin olduğu ve pazarın giderek büyüdüğü dinamik bir pazar özelliği göstermektedir. Bu pazarda, Garanti Bankası'nın (Shop&Miles kredi kartı) 2008 yılı pazar payı %(...), en yakın rakibi olan Akbank'ın (Wings kredi kartı) %(...) iken, 2009 yılının ilk çeyreğinde Garanti Bankası'nın pazar payı %(...)'e gerilemiş, en yakın rakibi olan Akbank'ın ise pazar payı %(...)'e yükselmiştir⁶. Ayrıca pazara 2008 yılında yapılan girişlerin yanında 2009 yılında da bir oyuncu giriş yapmıştır. Bu pazar payı rakamları ve pazar yapısı dikkate alındığında, Garanti Bankası'nın alt pazarda hâkim durumda bulunduğunu ileri sürmek mümkün gözükmemektedir. Dolayısıyla, Garanti Bankası'na getirilen rekabet yasağının alt pazarın önemli bir kısmında markalar arası rekabeti bozmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Aksine, bu kısıtlamanın bankanın Shop&Miles kredi kartına yoğunlaşmasını sağlayarak alt pazarda markalar arası rekabeti artırıcı bir etkide bulunabileceği kanaatine varılmıştır.

770 THY'ye getirilen “tek alıcıya sağlama yükümlülüğü” ise THY'nin üst pazardaki hâkim durumu nedeniyle gerek üst pazarda gerek alt pazarda Garanti Bankası'na getirilen rekabet yasağından daha ciddi bir kısıtlamadır.

780 Tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün bir sonucu olarak, Garanti Bankası'nın üst alım pazarı olan “THY sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı”ndaki payı %100'e ulaşmakta ve diğer bankaların THY'den FFP mili almalarının önü kapatılmaktadır. Ancak üst pazarın diğer bankalara kapatılmasıyla birlikte, üst pazarda Garanti Bankası üzerindeki rekabetçi baskının bütünüyle ortadan kalktığını söylemek mümkün değildir. Zira THY, Garanti Bankası ile bildirim konusu işbirliğini yapmadan önce bir ihale düzenlemiş ve ihaleye Türkiye'de faaliyet gösteren yirmi dört bankayı davet etmiştir. Söz konusu ihaleye teklif veren iki banka arasından Garanti Bankası ihaleyi kazanarak bildirim konusu Sözleşme'yi yapmaya hak kazanmıştır. Diğer bir ifadeyle, Sözleşme öncesinde bankalar arasında pazar için rekabet yaşanmış ve bu rekabette Garanti Bankası öne çıkarak THY ile münhasır çalışma hakkını elde etmiştir. Dolayısıyla, 790 bildirim konusu Sözleşme ile pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalktığını ileri sürmek mümkün gözükmemektedir.

Öte yandan, THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün nihai tüketiciler üzerindeki olumsuz etkisi üst pazardaki etkisine kıyasla çok daha sınırlı olacaktır. Zira THY'ye kısıtlamanın bir sonucu olarak Garanti Bankası her ne kadar rakiplerine karşı önemli bir rekabet avantajı elde etmiş olsa bile, yukarıda da belirtildiği üzere üst pazardaki girdinin alt pazar için zorunlu bir girdi olmaması ve alt pazarın yeni girişlere açık, sürekli büyüyen dinamik bir pazar olması

⁶ Sadece mil kartlarının Shop&Miles'a yakın ikame olduğunun kabul edilmesi halinde ise, ait pazarda Garanti Bankası'nın (Shop&Miles kredi kartı) 2008 yılı pazar payı %(...), en yakın rakibi olan Akbank'ın (Wings kredi kartı) %(...) olarak hesaplanacaktır. 2009 yılının ilk çeyreğinde ise Garanti Bankası'nın pazar payının %(...)'e gerilediği, en yakın rakibi olan Akbank'ın ise pazar payı %(...)'e yükseldiği görülecektir.

800 nedeniyle söz konusu kısıtlama Garanti Bankası'nı alt pazarda hâkim duruma getirmek için yeterli değildir. Nitekim 2008 yılından 2009 yılına geçişte alt pazardaki tüm rakiplerinin pazar payları artarken Garanti Bankası'nın pazar payının düşmesi de bu duruma işaret etmektedir.

810 Garanti Bankası ile THY arasındaki rekabet kısıtlamalarının geçen beş yıllık dönemde ciddi bir olumsuz etkisinin bulunup bulunmadığına ilişkin olarak, Kurum tarafından THY'nin ve Garanti Bankası'nın rakibi konumundaki başlıca havayolu şirketlerinden ve bankalardan görüş istenmiş olup; gelen cevap yazılarında, anılan işbirliğinin Garanti Bankası'na önemli bir rekabet avantajı sağladığı tespitinin ötesinde, ilgili pazarlardaki rekabeti bozduğuna yönelik belirgin bir şikâyette bulunulmamıştır. Bu durumun başlıca sebebi, Garanti Bankası'nın rakiplerinin, çıkartmış oldukları mil kartları ile Shop&Miles kredi kartına karşı 810 güçlü bir şekilde rekabet edebilmeleridir. THY'nin açmış olduğu ihaleye davet edilen yirmi dört bankadan sadece ikisinin ihaleye teklif vermiş olması da bu durumun bir göstergesidir. Nitekim THY ve Garanti Bankası'nın başlıca rakibi konumundaki havayolu şirketleri ve bankalar arasındaki toplantıda da bu durum teyit edilmiştir.

Yukarıda sunulan tespit ve değerlendirmeler ışığında, bildirim konusu işbirliği ile ilgili pazarların önemli bir kısmında rekabetin ortadan kalkmadığı; dolayısıyla bildirim konusu Sözleşme ile Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde aranan üçüncü şartın da gerçekleştiği neticesine varılmıştır.

820 **d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması**

Kanun'un 5. maddesinde öngörülen bu son koşul gereği, tüketicilere yansıtılan ekonomik gelişme ve iyileştirmenin elde edilmesinde rekabeti daha az sınırlayan bir yöntem mevcut ise anlaşmaya muafiyet tanınamayacaktır. Bu koşula aykırılık, ya izlenen amacın elde edilmesi için rekabetin gereğinden fazla sınırlanması ya da rekabetin sınırlanması gereğinin dahi bulunmaması halinde olabilir. Teşebbüsler prensip olarak anlaşma ile amaçladıkları ekonomik yararların gerçekleştirilmesinde rekabeti en az sınırlayıcı yöntemi tercih etmekle yükümlüdürler.

830 Garanti Bankası ve THY ile yapılan görüşmelerde ve Garanti Bankası'nın Kurumun bilgi isteme yazısına verdiği cevapta; her iki tarafa getirilen rekabet kısıtlamalarının bildirim konusu anlaşmanın hayata geçirilmesi açısından büyük önem taşıdığı ifade edilmiştir. Taraflar, bildirim konusu işbirliğinde programın tek elden yürütülebilmesi ve bu hizmetten yararlanan tüm müşterilerin aynı hizmet kalitesini alabilmeleri açısından münhasırlığın önem taşıdığını düşünmektedir. Çok sayıda ortağın aynı kredi kartı sadakat programında yer alması programın eş zamanlı ve uyumlu yönetimini zorlaştıran bir faktördür. Ayrıca karşılıklı münhasırlığın taraflara getirdiği birtakım avantajlar da bulunmaktadır. Örneğin Garanti Bankası'nın Shop&Miles kredi kartına yoğunlaşarak kartın yaygınlaşması 840 yönünde daha fazla emek ve zaman harcaması rekabet yasağının THY açısından avantajı iken, tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün bir sonucu olarak

THY'nin müşteri kitlesinden maksimum oranda faydalanma da Garanti Bankası açısından bir avantajdır.

THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, sadece THY'nin diğer bankalarla uçuş mili kazandıran kredi kartı işbirliği yapmasını yasaklamaktadır. Bu husus, Sözleşme'nin 1.1. maddesinin 2. paragrafında "*THY Türkiye'deki bankalarla uçuş mili kazandıran işbirliği dışında her türlü işbirliği yapmakta serbesttir*" ibaresi ile açıkça belirtilmiştir. Buna göre, THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, THY'nin kendisinden toplu bilet almak isteyen bankalara indirimli bilet satmasına engel teşkil etmemektedir. Dolayısıyla, THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, diğer bankaların THY'den indirimli bilet olarak alt pazarda Garanti Bankası ile rekabet etmesini engellememektedir. Bu yönüyle anılan kısıtlamanın sadece FFP kredi kartı işbirliği ile sınırlı olduğu söylenebilir.

THY ile Garanti Bankası arasındaki Sözleşme'nin süresi 3 yıl olup bu sürenin sonunda tarafların anlaşması halinde sözleşme iki yıl daha uzatılabilecektir. Düzenlemeden Sözleşme'de yer alan rekabet kısıtlamalarının en fazla beş yıllık bir süre için öngörüldüğü anlaşılmaktadır. Bu noktada özellikle THY'ye getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün süresinin makul olup olmadığının tespit edilebilmesi için, Garanti Bankası'na bir yazı yazılmış ve Garanti Bankası tarafından yeni sözleşme döneminde gerçekleştirilmesi öngörülen bir yatırımın bulunup bulunmadığı; bulunuyorsa anılan yatırımın geri dönüşü için ne kadar bir sürenin gerektiği sorulmuştur. Garanti Bankası tarafından söz konusu bilgi isteme yazısına verilen cevapta, THY ile Garanti Bankası arasındaki toplam 8 yıl boyunca devam eden Shop&Miles kredi kartına ilişkin işbirliğinin sona ermesi üzerine bankalarının THY tarafından açılan yeni ihalede en iyi teklifi vererek THY ile yeni şartlarda tekrar sözleşme imzaladığı; yeni Sözleşme döneminde bankalarının THY'den ilk yıl (.....), ikinci yıl (.....), üçüncü yıl (.....) tutarında mil satın alacağı, ayrıca Sözleşme süresince ilave mil ihtiyacı olması halinde bunların da THY'den alınacağı; diğer taraftan bankalarının yalnızca Sözleşme çerçevesinde (.....) tutarında bir bütçeyi reklam ve tanıtım için tahsis edeceği belirtilmiş ve sekiz yıla dayanan işbirliğinin mevcudiyeti ve bunun yarattığı Shop&Miles marka bilinirliği ve müşteri alışkanlıklarının yanı sıra, oturmuş bir iş modelinin ve teknik işleyişin varlığı nedeniyle bankalarınca yukarıda belirtilenlere ilave bir yatırım yapılmasının planlanmadığı; Sözleşme ile bir yandan bankaları ile uzun süreli ilişki kuran müşterilerin bağlılıklarını artırmak, diğer yandan da benzer nitelikteki müşterilere ulaşılmasının amaçlandığı, söz konusu müşteri segmentinin bankaları için sadece kredi kartı kullanımları ile değil, Garanti Bankası'nın diğer ürünlerini kullanmaları açısından da oldukça önemli bir varlık grubunu temsil ettiği, bu doğrultuda yapılan yatırımın geri dönüşünün Sözleşme kapsamında edinilecek müşterilerin, Garanti Bankası'nın ürünlerini kullanmasına ve bu kullanımın süresine bağlı olduğu ifade edilmiştir.

Garanti Bankası ve ihaleye teklif veren diğer banka olan Yapı Kredi Bankası, üç yıllık bir Sözleşme dönemi için planlamalarını yaparak ihaleye tekliflerini sunmuşlardır. Dolayısıyla Garanti Bankası'nın yaptığı yatırımların geri dönüşü için üç yıllık bir süre yeterlidir. Ayrıca yukarıda da belirtildiği üzere, Garanti

09-41/994-251

890 Bankası'na getirilen rekabet yasağının tek alıcıya sağlama yükümlülüğü ile birlikte uygulanması, tüm alıcıların THY'ye bağlanarak potansiyel sağlayıcılara alım pazarının kapatılmaması açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla, bildirim konusu Sözleşme'deki rekabet yasağının ve tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün en fazla üç yıllık bir süre ile sınırlanması halinde, Kanun'un 5. maddesinde öngörülen son şart da gerçekleşecektir.

Öte yandan, yukarıda da belirtildiği üzere, "ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları pazarı", yeni girişlerin olduğu, büyüyen ve dinamik bir pazardır. Dolayısıyla, gerek Sözleşme'de yer alan rekabet kısıtlamaları için azami üç yıllık bir sürenin makul olması gerekse üç yıllık süre zarfında pazar koşullarının değişebilecek olması nedeniyle, bildirim konusu Sözleşme'ye üç yıllık bir süre için muafiyet verilmesinin uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

900 I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. Türk Havayolları A.O. ve Türkiye Garanti Bankası A.Ş. arasında imzalanan "THY Frequent Flyer Programı Shop&Miles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi"ne 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı hükümler içermesi nedeniyle menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
2. Tarafların pazar paylarının 2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen %40 eşliğini aşması nedeniyle anılan Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanılamadığına,
3. Bununla birlikte, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle, anılan sözleşmeye 3 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.