

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2005-4-130 (Muafiyet)  
Karar Sayısı : 06-16/189-49  
Karar Tarihi : 2.3.2006

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ,  
Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER** : K. Oğuz KARAKOÇ, Evren SESLİ

**C. BİLDİRİMDE  
BULUNAN**

20 : - PADOK Turizm Tanıtım A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Arzu SAYHAN  
Turan Güneş Bulvarı 42/4 Çankaya/Ankara

**D. TARAFLAR**

30 : - PADOK Turizm Tanıtım A.Ş.  
Kayseri Cad. Tusan Sok. No:1/4 Nevşehir  
- Özaltın Turizm İşletmeleri ve Ticaret A.Ş.  
Altınöz Otel, Ragıp Üner Cad. No:23 Nevşehir  
- Uzgören Turizm İnşaat Ticaret ve San. A.Ş.  
Altinyazı Otel, Zelve Cad. Avanos/ Nevşehir  
- Kotaş Kızılırmak Otelcilik ve Turizm A.Ş.  
Avanos Irmak Otel, Yeni Mahalle Jan Zakari Cad. No:1  
Avanos/ Nevşehir  
- Dedeman Turizm Yatırımları A.Ş.  
Dedeman Otel, Ürgüp Yolu 2.Km Nevşehir  
- Dinler Turizm İşletmeleri A.Ş.  
Dinler Nevşehir Otel, Ürgüp Yolu 2.Km Nevşehir  
- Dinler Turizm Organizasyon A.Ş.  
Dinler Ürgüp Otel, Mehmet Dinler Bulvarı No:7  
Ürgüp/ Nevşehir  
40 - Festival Otel İşletmeleri A.Ş.  
Kapadokya Inn Otel, Ortahisar Kasabası Göreme Kavşağı  
Ürgüp/ Nevşehir  
- Silkar Turizm Yatırım ve İşletmeleri A.Ş.  
Kapadokya Lodge Otel, Ürgüp Yolu  
Uçhisar Yol Kavşağı Nevşehir  
- Mustur Organizasyon Turizm Tic. A.Ş.  
Mustafa Otel, Mehmet Dinler Bulvarı No:9

Ürgüp/ Nevşehir

- İnci Otel İşletmeciliği ve Turizm Ltd. Şti.  
Perissia Otel, Mehmet Dinler Bulvarı No:17  
Ürgüp/ NEVŞEHİR

- Peri Turizm Yatırım ve İşletmeleri Ltd. Şti.  
Peritower Otel, Nar Kasabası NEVŞEHİR

- Orta Anadolu Turizm İnşaat Pazarlama  
Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Yıltok Otel, Abdi İpekçi Cad. No:62/3 Avanos/ NEVŞEHİR

**E. DOSYA KONUSU: “PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. Ana Sözleşmesi” ve bu Sözleşme’nin tarafları arasında imzalanan “Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi”ne menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.**

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 27.12.2005 tarih, 9227 sayı ile intikal eden başvuruda, Rekabet Kurulu’nun 15.9.2005 tarih, 05-58/858-233 sayılı Kararı’nda öngörülen değişikliklerin yerine getirildiği ifade edilerek PADOK Tanıtım Ana Sözleşmesi ve PADOK Tanıtım ile PADOK Tanıtım kurucusu 12 otel arasında imzalanan Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi’ne menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talep edilmiştir. Başvuru üzerine 4054 sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun"un 5. ve 8. maddeleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 27.2.2006 tarih, 2005-4-130/MM-06-KOK sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu 27.2.2006 tarih, REK.0.08.00.00-130/44 sayılı Başkanlık önergesi ile 06-16 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor’da,

- Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 12 otel arasında imzalanan “PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. Ana Sözleşmesi”ne ve PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. ile oteller arasında imzalanan “Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi”ne 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesine aykırı hükümler içermesi sebebiyle Menfi Tespit Belgesi verilemeyeceği,

- Söz konusu Sözleşmelere 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesindeki hükümleri yerine getirmemesi sebebiyle Muafiyet tanınamayacağı,

- Sözleşmelerde yapılan değişikliklerin Kurul’un 15.9.2005 tarih, 05-58/858-233 sayılı kararında belirtilen yükümlükleri yerine getirmediği, söz konusu Kurul kararının yerine getirilebilmesi için Kanun’un 9/3. maddesi uyarınca, otellerin ortak pazarlanmasına/satışına ya da bu etkiyi doğurabilecek tüm faaliyetlerine kararın tebliğinden itibaren son verilmesi ve bu değişikliklerin yapıldığının 15 gün içinde Rekabet Kurumu’na bildirilmesi gerektiği

ifade edilmiştir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. İlgili Pazar

#### H.1.1. İlgili Ürün Pazarı

100 Padok Tanıtım bünyesinde yer alan otellerin ağırlıklı olarak dört yıldızlı otel olduğu ve bölgedeki dört, beş yıldızlı otellerin standartlarının birbirine yakınlığı göz önüne alınarak, ilgili ürün pazarı “dört ve beş yıldızlı otelcilik hizmetleri” olarak tespit edilmiştir.

#### H.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Nevşehir ile Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir gibi çevre iller arasında 75-90 km. mesafe olması nedeniyle söz konusu ilde sunulan konaklama arzının alternatifi bulunmamaktadır. Kapadokya Bölgesi’ndeki tarihi alanların ve turistik tesislerin Uçhisar, Ürgüp, Avanos, Göreme, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinde yoğunlaştığı da göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Nevşehir İli ve İlçeleri” olarak belirlenmiştir.

## 110 H.2. TARAFLAR

### H.2.1. PADOK Turizm Tanıtım A.Ş.

120 PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. (PADOK Tanıtım), Dedeman Turizm Yatırımları A.Ş. (Dedeman Otel), Dinler Turizm İşletmeleri Tic. A.Ş. (Dinler Otel), Silkar Turizm Yatırım ve İşletmeleri A.Ş. (Kapadokya Lodge Otel), Mustur Organizasyon Turizm Tic. A.Ş. (Mustafa Otel), İnci Otel İşletmeciliği ve Turizm Ltd. Şti. (Perissia Otel), Peri Turizm Yatırım ve İşletmeleri Ltd. Şti. (Peri Tower Otel), Orta Anadolu Turizm İnşaat Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Yıltok Otel), Uzgören Turizm İnşaat Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Altinyazı Otel), Kotaş Kızılırmak Otelcilik ve Turizm A.Ş. (Avanos Irmak Otel), Dinler Turizm Organizasyon A.Ş. (Dinler Otel), Festival Otel İşletmeleri A.Ş. (Kapadokya Inn Otel) ve Özaltın Turizm İşletmeleri ve Ticaret A.Ş. (Altınöz Otel)’nin biraraya gelmesiyle 30.5.2005 tarihinde Ana Tüzüğü tescil ve ilan edilmek sureti ile kurulmuş, merkezi Nevşehir İli Merkez İlçesinde olan bir anonim şirkettir. Şirketin kuruluşunda PADOK Turizm Tanıtım Pazarlama Yatırım İşletme ve Danışmanlık A.Ş. (PADOK A.Ş.) olan ticari unvanı 17.10.2005 tarihli Genel Kurul kararıyla PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. (PADOK Tanıtım) olarak değiştirilmiştir.

Rekabet Kurulu’nun 15.9.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı Kararı’nda öngörülen değişiklikler üzerine hazırlanan yeni Ana Sözleşme’de şirketin amaç ve konusu şu şekilde ifade edilmiştir:

130 “Şirketin amacı, Türkiye’nin gerek iç gerekse dış turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve mevcut kaynaklarından en verimli şekilde faydalanılmasını sağlamak, bölgesel turizmi geliştirici faaliyetlerde bulunmaktır. Şirket bu amaca ulaşmak için, haksız rekabetten sakınmak ve rekabet kurallarını ihlal etmemek üzere, özellikle aşağıdaki amaç ve konularda faaliyette bulunur...”

PADOK Tanıtım'ın hisse yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

<i>Hissedarlar</i>	<i>Hisse Oranı (%)</i>
Dedeman Turizm Yat. A.Ş.	8.33
Dinler Turizm İşl. Tic. A.Ş.	8.33
Silkar Turizm Yat. ve İşl. A.Ş.	8.33
Mustur Organizasyon Tur. Tic. A.Ş.	8.33
İnci Otel İşletmeciliği ve Tur. Ltd. Şti.	8.33
Peri Turizm Yat. ve İşl. Ltd. Şti.	8.33
Orta Anadolu Tur. İnş. Paz. San. ve Tic. A.Ş.	8.33
Uzgören Tur. İnş. Tic. ve San. A.Ş.	8.33
Kotaş Kızılırmak Otelcilik ve Tur. A.Ş.	8.33
Dinler Tur. Org. A.Ş.	8.33
Festival Otel İşl. A.Ş.	8.33
Özaltın Tur. İşl. ve Tic. A.Ş.	8.33
Toplam	100

- 140 Şirket Ana Sözleşmesi'nde, şirketin işleri ve idaresinin hissedarlar arasından seçilecek 7 üyeden oluşan bir yönetim kurulu tarafından yürütüleceği ve ilk yönetim kurulu üyelerinin bir yıl için seçildiği belirtilmiştir. PADOK Tanıtım'ın Yönetim Kurulu üyelerinin isimleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

<i>Yönetim Kurulu Üyeleri</i>	<i>Görevi</i>	<i>Otel</i>
Ahmet TOK	Başkan	Yıltok Otel
Ahmet BAYRAM	Başkan Vekili	Mustafa Otel
Yılmaz ÇEKİRDEKÇİ	Üye	Avanos Irmak Otel
Ercan TURHAN	Üye	Dedeman Otel
Nazif DEMİR	Üye	Kapadokya Inn Otel
Nebil TAHİNCİOĞLU	Üye	Perissia Otel
Yakup DİNLER	Üye	Dinler Otel

PADOK Tanıtım'ın denetçileri ise Kapadokya Lodge Otel'den Selçuk ÖZSÜNGÜR ve Peri Tower Otel'den Cem LALE'dir.

### H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

#### H.3.1. PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. Ana Sözleşmesi

- 150 17.10.2005 tarihinde PADOK Tanıtım Genel Kurulu tarafından, 15.9.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı Rekabet Kurulu Kararı üzerine şirket Ana Sözleşmesi'nde yapılan değişiklikler aşağıdadır:

##### H.3.1.1. Sözleşmenin Eski Şekli

"Madde-3 Şirketin başlıca amaç ve konuları şunlardır:

## 06-16/189-49

Türkiye'nin gerek iç gerekse dış turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve mevcut kaynaklarından en verimli şekilde faydalanılması noktasından hareketle, turizm sektörünün satın alma, pazarlama gücünü birleştirmek, turizmle ilgili konaklama, dinlenme, eğlenme, yeme içme, sağlık, sosyal, eğitim, kültürel, sportif, dinsel alanlardaki gereksinimlerin müşterek bir standart çerçevesinde karşılanması konularında her türlü hizmeti çağdaş esaslara bilimsel ve teknik verilere uygun olarak üretmek bu iş ve hizmetlerin gerektirdiği her türlü ticari, ekonomik ve teknik faaliyetlerde bulunmak olup, şirket bu amaç ve konu çerçevesinde aşağıdaki faaliyetlerde bulunur:

I- Genel olarak müşterisi olan kişi, kurum ve kuruluşların amaçlarına ulaşmalarında yönetimlerini kolaylaştıracak, kurum içi ve kurumlar arası iletişim, tanıtım, pazarlama, danışmanlık ve halkla ilişkiler hizmetleri vermek, bu maksatla:

- Turistlere konaklama, gezi, ulaştırma, spor ve eğlence başta olmak üzere, turizmle ilgili tüm hizmetleri sağlamak amacıyla seyahat acenteleriyle işbirliği yapmak,

- Turizm tesislerinin hizmet ve fiyat standardını hazırlamak, yabancı, yerli tur operatörleri, seyahat acenteleri ile turizm tesislerinin pazarlama sözleşmelerini akdetmek,

- Turizm tesislerinde hizmet ve fiyat standardını, uyumunu sağlamak, bunun için gerekli araştırmaları yapmak, turizm tesislerini rekabete açmak, rekabeti önleyici etkenleri ortadan kaldırmak, bu hususlarda gerekli çalışmaları yapmak, araştırma neticelerini duyurmak, sponsorluk yapmak,

- Ticari mahiyette olmak üzere, kamu kuruluşlarına özel firmalara, tüzel ve hakiki şahıslara teknik, ticari ve mali alanlarda sevk ve iş idaresi ve işletmecilik alanlarında danışmanlık ve hizmet vermek, yatırım, pazarlama, ekonomi, organizasyon, fizibilite etütleri yapmak, turizm sektörü çalışanları konusunda sertifikasyon, eğitim programları hazırlamak ve bunların yetkili kurumlarca hayata geçirilmesine çalışmak,

...

- Kriz dönemlerinde turizm tesisi işletmelerinin etkilenmelerini en aza indirmek için gerekli girişimlerde, çalışmalarda bulunmak,

- Dünya turizm hareketlerini izlemek, turizm eğitimi, tanıtma, halkla ilişkiler, konaklama, yeme içme ve eğlence hizmetleri konularında bilgi toplamak, dağıtma ve benzeri konularda ilgililere yardımcı olmak, araştırmalar, etütler yapmak, yaptırmak, sonuçları tüm ilgililerin yararlanmasına sunmak, uluslararası standartlar göz önünde bulundurularak tesislerin eksik yönlerinin düzeltilmesi için çalışmak, tesislerin ihtiyaçlarına cevap verecek finansman kaynaklarını araştırmak,

...

II- a) Yurt içinde ve yurt dışında turistik yerlerde, turizme elverişli alanlarda, hakiki ve hükmi şahıs ya da devlete ait arazi ve arsaları satın almak, tahsis ve sair yollarla kiralamak, kiraya vermek, satmak bu arsa ve araziler üzerinde her türlü turistik tesisleri, her türlü merkezi yemek üretim, dağıtım (catering) tesisleri, çamaşırhane, eğlence merkezleri, temalı parklar, sportif tesisli, açık-kapalı spor alanları gibi turizmle ilgili her nevi ana, yardımcı ve tamamlayıcı tesisleri bizzat kurmak, inşa etmek ya da ettirmek, bu tesislerin işletilmesini tamamlayıcı turizmle ilgili her türlü ek faaliyetlerde bulunmak, ev pansiyonculuğu yapmak, yaptırmak,

## 06-16/189-49

200 Turizmle ilgili Kongre Sarayı ve benzeri yapı ve kuruluşlardan oluşan tesisleri bizzat kurmak, kiraya vermek, kiralamak ve sair suretlerle kullanmak kongre turizmi hizmetlerinin gerektirdiği her türlü örgütlenmeyi gerçekleştirmek, bu konuyla ilgili olarak, özel ve kamusal nitelikli kişi, kurum ve kuruluşlarla her çeşit hukuki, ticari ve ekonomik ilişkileri kurmak, bunların gerektirdiği yatırımları, harcamaları yapmak, yaptırmak,

b) Her türlü turistik tesisi ve bunları tamamlayıcı yardımcı tesisleri işletmek, işletmek ve satın almak, kiralamak, kiraya vermek ya da satmak, bunların iletilmesini tamamlayıcı her türlü faaliyette bulunmak,

...

210 d) Turistik yerlere bağlı veya bağımsız olarak turizm amaçlı el sanatları merkezleri kurmak, işletmek, kiralamak, turistik eşya satışı mahalleri açıp işletmek buralarda satılabilecek çeşitli materyalden üretilmiş turistik eşyaları imal ettirmek, satın almak, teşhir etmek, yurt içi ve yurt dışı ticaretini yapmak,

..."

### H.3.1.2. Sözleşmenin Yeni Şekli

#### "ŞİRKETİN AMACI VE FAALİYET KONUSU

Madde-3 Şirketin başlıca amaç ve konuları şunlardır:

220 Şirketin amacı, Türkiye'nin gerek iç gerekse dış turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve mevcut kaynaklarından en verimli şekilde faydalanılmasını sağlamak, bölgesel turizmi geliştirici faaliyetlerde bulunmaktır. Şirket bu amaca ulaşmak için, haksız rekabetten sakınmak ve rekabet kurallarını ihlal etmemek üzere, özellikle aşağıdaki amaç ve konularda faaliyette bulunur.

1- Genel olarak turizm sektöründe çalışan işletmelerin amaçlarına ulaşmaları bakımından, yönetimlerini kolaylaştıracak kurum içi ve kurumlar arası iletişim, tanıtım, pazarlama, danışmanlık ve halkla ilişkiler hizmetleri vermek, araştırma geliştirme çalışmaları yapmak; bu maksatla:

- Turizm tesislerini rekabete açmak, rekabeti önleyici etkenleri ortadan kaldırmak, bu hususlarda çalışmalar yapmak, araştırma neticelerini duyurmak, sponsorluk yapmak,
- Ticari mahiyette olmak üzere, kamu kuruluşlarına özel firmalara, tüzel ve hakiki şahıslara teknik, ticari ve mali alanlarda sevk ve iş idaresi ve işletmecilik alanlarında danışmanlık ve hizmet vermek, yatırım, pazarlama, ekonomi, organizasyon, fizibilite etütleri yapmak, turizm sektörü çalışanları konusunda sertifikasyon, eğitim programları hazırlamak ve bunların yetkili kurumlarca hayata geçirilmesine çalışmak,
- İç ve dış turizm hareketlerinde gelişmeyi sağlamak üzere araştırmalar yapmak, uluslararası alandaki gelişmeleri tatbik etmek suretiyle, ülke turizm potansiyelinin artırılmasını sağlamak, her türlü teknolojik imkanları tanıtmak ve kullanmak;
- Dünya turizm hareketlerini izlemek, turizm eğitimi, tanıtma, halkla ilişkiler, konaklama, yeme içme ve eğlence hizmetleri konularında bilgi toplamak, dağıtma ve benzeri konularda ilgililere yardımcı olmak, araştırmalar, etütler yapmak, yaptırmak, sonuçları tüm ilgililerin yararlanmasına sunmak, uluslararası standartlar göz önünde bulundurularak tesislerin eksik yönlerinin düzeltilmesi için çalışmak, tesislerin ihtiyaçlarına cevap verecek finansman kaynaklarını araştırmak,

## 06-16/189-49

- Müşteriler için önemli olan kişi, grup, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar, ülkeler, hükümetler kamuoyu gibi hedef kitleleri saptamak ve ölçme değerlendirme faaliyetlerinde bulunmak ve benzeri amaçla çeşitli yatırımlar yapmak yaptırmak, iletişim stratejilerini belirlemek, her türlü etüt ve projeler hazırlama, her türlü iletişimde kullanılacak veri tabanı oluşturmak,

250 - Yurt içi ve yurt dışı fuarlar, seminerler, kongre ve konferanslar, toplantılar, yurt içi ve yurt dışı seyahatler gibi özel olayları programlamak ve gerekli uzman hizmetlerini satın alarak, kiralararak, üreterek zamanlayıp gerçekleştirmek, yurt içi ve yurt dışı fuarlara, kongre ve konferanslara katılmak,

- Gerek ülke ve gerekse sektörde çalışan işletmelerin tanıtımı için, kitle iletişim araçlarıyla, reklam, bülten, katalog, gazete, kitap, broşür, afiş, video, teyp, film, radyo, televizyon gibi müşterilerinin iç ve dış iletişimini kolaylaştıracak basılı ve görsel/işitsel iletişim araçlarını belirlemek ve bunların üretimini, kullanımını, işlerliğini sağlamak,

260 - Turizm işletmelerinin, ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreden aldıklarını yine çevreye ve topluma sorumlu bir biçimde geri vermelerini gözetmelerini sağlayacak projeler geliştirmek, bunun için kültürel ve doğal çevrenin korunması, değerlendirilmesi, yaşatılması amacına dönük her türlü girişimde bulunmak, kültür, çevre koruma amaçlı tesisler kurmak, seminer, sergi düzenleme ve benzeri girişimlerde bulunmak, bu konuda ve genel olarak halkla ilişkiler/iletişim alanında ulusal ve uluslararası etkinlikler düzenlemek, katılmak, katılmayı teşvik etmek,

II- Turizmi teşvik ve geliştirmek; turizm yatırımlarını cazip kılmak; ülkenin turizm cazibesini artırmak amacıyla,

...

- Turizm tesisleri kurmak, işletmek ve turizm işletmeciliği yapmak;”

- Turizm işletmeciliği için gerekli teknik, donanım, tanıtım, organizasyon ve pazarlama hizmetlerini ulusal ve uluslararası düzeyde vermek...”

### H.3.2. Menfi Tespit İncelemesi

270 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.

280 Şirket Ana Sözleşmesi’nin Kapadokya Bölgesi’nin tanıtılması, bölgeye olan talebin artırılması için girişimlerde bulunulması, ulusal ve uluslararası fuar organizasyonlarına katılımın sağlanması gibi olumlu katkıların olabileceği anlaşılacakla beraber, anlaşma metni genel olarak taraflar arasında koordinasyonu kolaylaştırıcı etkilere sahip ve işbirliği doğurucu niteliktedir. PADOK Tanıtım’ın hissedarı olan 12 otel işletmesi ya da sahibinin aynı piyasada faaliyet gösteren rakip teşebbüsler olması ve şirketin faaliyet alanının incoming müşteriler (yurtdışından gelen turistler) için Türkiye’de yerleşik turizm acentelerine verilecek pazarlama/satış faaliyetleriyle doğrudan ilgili olması sebepleriyle şirket Ana Sözleşmesi’nin, Kanun’un 4. maddesinde belirtilen “rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan” bir anlaşma olduğu kanaatine ulaşılmıştır. Dolayısıyla, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesine aykırılık taşıyan bu anlaşmaya menfi tespit belgesi verilmesi mümkün değildir.

### H.3.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

290 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. 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 sağlanması,
- c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
- d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

şeklindedir.

Bildirime konu anlaşma anılan kriterler çerçevesinde değerlendirilmiştir:

#### 300 H.3.3.1. Malların Üretim veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme Ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

PADOK Tanıtım kurucuları merkezi tanıtım ve pazarlama faaliyetleriyle PADOK Tanıtım'a bağlı otellerin hizmet standardını artırmayı ve bölgenin tanıtımını sağlayacak kültürel amaçlı projeler gerçekleştirmeyi hedeflediklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber, ortak satış ve pazarlama sistemi otellerin arasındaki kalite ve fiyat rekabetini ortadan kaldıracaktır.

#### H.3.3.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

310 PADOK Tanıtım'ın bölgedeki otellerde hizmet standardını artırmayı ve kültürel amaçlı projeler gerçekleştirmeyi hedeflemesi, otellerde konaklayan müşteriler için fayda sağlamakla birlikte, otellerdeki konaklama hizmetlerinde meydana geldiği anlaşılan %50 ila %100 arasındaki fiyat artışlarının olumsuz etkisi daha ağırlıklıdır. Kanun'un tüketicinin bu anlaşmadan yarar sağlanması kavramıyla sadece bir mal ya da hizmetin nihai kullanıcılarının değil, etkilenen pazarda yer alan ve bu hizmetin alıcısı konumunda bulunan ara kademelerin de anlaşılması gerekmektedir. PADOK Tanıtım'ın bünyesindeki otellerin uygulayacağı fiyatlarda artış yapmak üzere aldığı karar, paket tur ürünü kapsamında bu otelleri yurtdışındaki tur operatörlerine pazarlayan Türkiye'de yerleşik acenteleri pazar kaybına uğratabilecek ve büyük ölçüde olumsuz etkileyecektir.

#### H.3.3.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

320 Aynı turistik bölgede faaliyet gösteren otellerin % 80'inin bir araya gelerek 12 otelin tanıtım, pazarlama ve satış faaliyetlerini gerçekleştirecek bir şirket kurmaları ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldıracaktır.

#### H.3.3.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

Otellerin tek bir merkez tarafından satış ve pazarlamasının yapılması oteller arasındaki rekabeti büyük ölçüde ortadan kaldıracak bir uygulamadır.



Sonuç olarak PADOK Tanıtım'ın Ana Sözleşmesi'nin Kanun'un 5. maddesinde belirtilen yukarıdaki koşulları yerine getirmediği ve dolayısıyla Sözleşme'ye bireysel muafiyet verilmesinin uygun olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

330 **H.3.4. Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi**

Kurulumuzun PADOK A.Ş. hakkındaki 05-58/858-233 sayılı Kararını takiben sistemde bazı değişikliklere gidilmiş ve ortaklarla "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi" imzalanmasına karar verilmiştir. Bildirime konu Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi'nin konusu anlaşmanın "Amaç ve Konu" başlıklı 3. maddesinde aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır:

340 "İşbu sözleşmenin konusu, alıcı tarafından, otel işletmelerinde asgari alım garantili konaklama hizmeti satın alınmasıdır. Bu sözleşmenin imzalanması, aşağıda belirlenen miktarda ön rezervasyon yapılmış olması anlamına gelir. Bu konu çerçevesinde müşteri alıcının işletmenin standardının yükseltilmesi, turizm tanıtımı, tüketici yararına optimum fiyatların oluşması için işletme faaliyetine katılımcı olmasını kabul eder. Bu sebeple alıcı ve müşteri, bizzat satış, piyasa araştırması yapma, kalite ve standardın geliştirilmesi, turizm hizmetlerinin arzında kalitenin artırılması, yabancı turistler bakımından ülke, bölge ve otel olarak talebin artırılması, özellikle yabancı turizm acentelerinin yıkıcı pazarlama stratejileri karşısında, tüketicileri bilgilendiren ve koruyan, etkin ve verimli bir pazarlama stratejisinin geliştirilmesi, yüksek hizmet standardının sağlanması, sürdürülmesi ve garanti edilmesi, finansman imkânlarının sağlanması hak ve yükümlülüklerine sahip olacaktır."

350 Şirket ortakları ile sınırlı olmamak üzere, ancak başlangıçta isteyen ortaklarla akdedilmek üzere hazırlanan ve sistemin işleyişine ilişkin düzenlemeler içeren "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nde aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir:

"MADDE-5 TARAFLARIN HAK VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

1- Alıcı, müşteriye ait, işbu sözleşme kapsamında olduğu belirlenen otel işletmesi tesislerinin incoming tüketicilere satmak üzere, bu sözleşme ile yapılan ön rezervasyon kapsamında rezervasyon hakkına sahip olacaktır. Incoming dışındaki talepler bakımından alıcının böyle bir hakkı yoktur.

2- Bu sözleşme ile alıcı şirket, müşteriye ön rezervasyon miktarı kadar alım garantisi verir. Müşteri ise, ön rezervasyon miktarı kadar olmak üzere alıcının rezervasyon tekliflerine öncelik tanır.

360 3- Alıcının öncelik hakkı, kendisi için bir inhisar hakkı anlamına gelmediği gibi, müşterinin otelini münferiden pazarlama imkânını da ortadan kaldırmaz. Bu cümleden olmak üzere, müşteri, alıcı tarafından talep edilmeyen yatak kapasitesini münferiden pazarlayabileceği gibi, yabancı toplantı gruplarının rezervasyon talebini de münferiden kabul edebilir. Şu kadar ki müşteri, yabancı uyruklu bir toplantı grubundan rezervasyon talebi aldığı anda bunu alıcıya bildirir. Alıcı, yapacağı inceleme sonucunda rezervasyon teklifinin bir toplantı grubu olmadığı sonucuna ulaşırsa, bu rezervasyon, rezervasyon garantisinden mahsup edilir. Ayrıca, müşteri, incoming rezervasyonlar dışındaki tüm satışları münferiden yapar.

370 Müşteri(nin) herhangi bir incoming operasyon yapan acente ile işbirliği yapması durumunda, imzaladıkları taahhütname geçerli olacaktır.

## 06-16/189-49

4- Müşterinin 1.5.2005 tarihinden önce vermiş olduğu fiyatlar ve yaptıkları rezervasyonlarla ilgili olarak doğabilecek her türlü cezai müeyyide alıcı tarafından karşılanacaktır.

5- Alıcı, müşteriye, toplam rezervasyon potansiyeli ile orantılı olarak ve otel işletmesinin mevcut oda sayısının iki katının, bir dönem içindeki şirketin müşterilerinin toplam yatak kapasitesine oranına göre belirlenecek miktarda rezervasyon garantisi sağlar. Buna karşılık müşteri de, 10 odadan az olmamak kaydıyla grup oda rezervasyonu yaptırılan hallerde, her grup için bir oda pansiyon bazında free olarak vermeyi taahhüt eder.

380 6- Alıcı, müşteriye ait otel işletmesi için, objektif ve bilimsel verilere göre hizmet standardı grubu belirleyebilir. Alıcı belirlediği hizmet gruplarını ve hangisine dahil olduğunu müşteriye bildirir. Müşteri de bu standarda uygun hizmeti tüketicinin yararına olacak optimum fiyatlarla sağlamayı taahhüt eder. Alıcı, talep miktarını, talebin içeriğine göre, bu sınıflandırmayı nazara alarak müşteriye sunar. Alıcı gerekli hallerde, üst sınıfa dahil işletmeye rezervasyon yapabilir.

7- Müşteri, bayram, yılbaşı ve diğer özel dönemlerde, toplam oda sayısının %60'ı için, anılan özel günün 30 gün öncesine kadar alıcının rezervasyon tekliflerine öncelik tanır.

390 8- Müşteri, alıcının rezervasyon taleplerini kapasitesi oranında kabul edecektir. Herhangi bir sebeple müşteri tarafından kabul edilmeyen rezervasyonlar, müşteriye ait tesisin doluluğuna sayılır. Alıcı, bir müşteri tarafından kabul edilmeyen rezervasyon tekliflerini, haksız rekabete meydan vermemek ve rekabet kurallarını bozmamak kaydıyla diğer müşterilerine sunar.

9- Müşteri, alıcının elindeki rezervasyon kapasitesini verimli olarak kullanabilmesi için; önceden kendisinin yapmış olduğu, toplantı ve kongre rezervasyonlarını, alıcıya bildirir.

400 10- Alıcı, turizm verileri, objektif ve bilimsel esaslarla, sabit ve asgari satış fiyatı mahiyetinde olmayan tavsiye niteliğinde fiyatlar belirleyebilir. Ayrıca, yine aynı esaslarla, tek kişi farkı, üçüncü yatak farkı, ücretsiz ve indirimli çocuk konaklaması konusunda tavsiye niteliğinde standart belirleyebilir. Bildirilen fiyatların sabit veya asgari fiyat haline dönüşmesine sebep olacak hiçbir baskı veya telkinde bulunulamaz. Aksi takdirde, alıcının veya diğer müşterilerin bu tür davranışları işbu sözleşmeye aykırı davranış sayılır. Alıcının müşteriye teklif ettiği rezervasyonlar için müşteri tarafından bildirilen fiyat, tüketicinin yararına ve optimum fiyat olmaz ve diğer bir müşterinin fiyatı daha uygun olursa, alıcı diğer müşteriye tercih etmekte serbesttir.

410 11- Acentelerin talebi üzerine, müşterinin sunacağı oda kahvaltı standardı; alıcının, hizmet kalitesini artırmak ve tüketicilere karşı dürüst olmak prensibinden hareketle; turizm sektöründe görülebilen olumsuzlukları ortadan kaldırmak amacıyla belirleyeceği standarttan daha düşük olmayacaktır. Alıcı, oda kahvaltı hizmeti için; turizm verileri, objektif ve bilimsel esaslarla, sabit ve asgari satış fiyatı mahiyetinde olmayan tavsiye niteliğinde fiyatlar belirleyebilir.

...

12- Alıcı, müşteriye ait işletmenin, kalite ve standart sürekliliğini sağlayıp sağlamadığını kontrol etme yetki ve hakkına sahiptir. Müşteri kontroller sonucunda oluşacak tavsiyelere uymayı taahhüt eder. Bu cümleden olarak, alıcının müşterilere

## 06-16/189-49

yönelik olarak, kategorik asgari hizmet standardına ilişkin önerileri (büfeler, buklet malzemeleri ve personel sayısı gibi), alıcı şirketin yönetim kurulunun kararı ile müşterilere bildirilir. Alıcı, piyasa araştırmaları ve analizleri yaparak, bunları ve sonuçlarını müşterilere sunacaktır.

420 13- Müşteri, 31.12.2006 tarihine kadar HACCP belgesi almak üzere çalışma başlatmayı taahhüt eder.

### MADDE-6 HESAP İLİŞKİLERİ

1- Konaklama tahsilâtları alıcı tarafından yapılacaktır. Konaklayıcıya şirket fatura eder. Bu sebeple, grupların çıkış günü itibariyle müşteri, konaklayıcının konaklama harcamalarının faturasını alıcıya kesecektir.

..

3- Şirket, müşterinin alacağını, konaklama bedellerinin tahsil edilip edilmediğine bakmaksızın, bütün müşterileri için hazırlayacağı alacak yaşlandırma çizelgesine göre ödeme yapar. Ne var ki, şirketin tahsil edemediği alacaklar olması halinde, buradan doğacak risk bütün müşteriler arasında eşit olarak yüklenilir.”

430

### H.3.5. Menfi Tespit İncelemesi

4054 sayılı Kanun'un 8. maddesine göre; ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin başvurusu üzerine Kurul, elinde bulunan bilgiler çerçevesinde bir anlaşmanın, eylemin veya birleşme ve devralmanın Kanun'un 4, 6 ve 7. maddelerine aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verebilir.

Yatay işbirliği anlaşmaları, bir pazarın aynı seviyesinde faaliyet gösteren şirketler ve özellikle rakip teşebbüsler arasında akdedilen işbirliği anlaşmalarıdır. Rakipler arasında işbirliği öngören yatay anlaşmalar arasında AR-GE, üretim, satın alma, standardizasyon ve reklam anlaşmaları yer almaktadır. Yatay işbirliği anlaşmaları çıktı ya da fiyat tespiti; pazar paylaşımı; taraflara ürünün fiyat, kalite, arz miktarı ve çeşitlendirilmesini olumsuz yönde etkileme imkanı sağlayacak bir pazar gücüne ulaşılması veya pazar gücünü artırması gibi birtakım rekabet ihlallerine neden olabilmektedir. Diğer taraftan, yatay işbirliği anlaşmaları küreselleşmenin beraberinde getirdiği teknolojik gelişme hızı, artan rekabetçi baskı ve değişen pazar yapısı karşısında firmalara riskleri paylaşma, maliyetleri azaltma, teknolojik bilgi havuzları oluşturma ve yeni gelişmeleri hızlandırmak gibi bazı faydalar da sağlamaktadır. Değişen pazar yapısına uyum sağlamak özellikle küçük ve orta ölçekli firmalar açısından önem arz etmektedir.

440

PADOK Tanıtım'ın "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi" ile Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren 12 otelin incoming müşterilerine ait rezervasyon hakkına sahip olması, ancak PADOK Tanıtım tarafından talep edilmeyen yatak kapasitesinin münferiden pazarlanabilecek olması, yabancı toplantı gruplarına ilişkin olarak münferiden yapılan rezervasyonların doğruluğunun PADOK Tanıtım tarafından incelenmesi, tavsiye niteliğinde de olsa fiyat tespiti yapılması Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil etmektedir.

450

Söz konusu anlaşma ile fiyatların yükselmesi sonucunda elde edilecek gelirlerle otellerde belirli bir standardın yakalanması ve bu amaçla HACCP belgesinin alınması gibi olumlu katkıların olabileceği anlaşılacakla beraber anlaşma metni genel olarak taraflar arasında işbirliği doğurucu etkileşimlere yol açabilecek niteliktedir. Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabet kısıtlamaları içeren

460

sözleşmeye Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilmesi mümkün görülmemektedir.

### **H.3.6. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi**

4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamının varlığı teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararları 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilir. Bildirime konu anlaşma anılan kriterler çerçevesinde değerlendirilmiştir:

#### **470 H.3.6.1. Malların Üretim veya Dağıtım ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme Ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması**

Asgari Alım Garantili Otel Sözleşmesi'yle oteller, yine yönetimlerinde yer aldıkları bir şirket tarafından pazarlanması amacıyla otellerin yatak kapasitelerinin (otel işletmesinin mevcut oda sayısının iki katının, bir dönem içindeki şirketin müşterilerinin toplam yatak kapasitesine oranına göre belirlenecek miktarı) belirli bir miktarını (özellikle talebin yoğun olduğu bayram, yılbaşı ve özel günlerde %60'ını) öncelikle bu şirkete aktarmaktadırlar. Alıcı şirket (PADOK Tanıtım) oteller arasında bir hizmet standardı grubu belirlemekte ve oteller için tavsiye niteliğinde fiyatları belirleyeceğini belirtmektedir. Otellerin belirli niteliklerde sınıflandırılması ve yönetimlerinde yer aldıkları şirket tarafından pazarlanmasıyla, tavsiye niteliğindeki satış fiyatları sabit fiyata dönüşecektir.

Her ne kadar sözleşmede otel sahibinin alıcı tarafından talep edilmeyen yatak kapasitesini münferiden pazarlayabileceği belirtilse de, oteller diğer kaynaklardan aldıkları rezervasyon taleplerini alıcı şirkete bildirmek zorundadırlar ve alıcı yapacağı değerlendirmede rezervasyon teklifinin bir toplantı grubu olmadığı sonucuna ulaşırsa bu talep, rezervasyon garantisinden mahsup edilmektedir. Dolayısıyla alıcı kendisine bağlı otellerin rezervasyon taleplerini kontrol etmekte ve buna göre miktar paylaşımı yapmaktadır.

490 Nihai olarak, sözleşmede turizm hizmetlerinin arzında kalitenin artırılması hedeflense de, sözleşmenin temel amacının oteller arasında miktar paylaşımı ve ortak satış/pazarlama olduğu görülmektedir.

#### **H.3.6.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması**

(a) bendindeki açıklamaların ışığında, oteller arasında yapılacak bir miktar paylaşım anlaşması ve fiyatların bir merkezden belirlenmesi oteller arasındaki rekabeti ortadan kaldıracaktır. Tüketicilerin ve bu hizmetlerin alıcısı konumundaki yerli acentelerin fiyatlarda artışa yol açacak bu sözleşmelerden yarar sağlaması mümkün değildir.

#### **H.3.6.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması**

500 Kapadokya bölgesindeki 12 oteli bir araya getiren Sözleşme, satış pazarlamayı tek merkezden gerçekleştirmesi, miktar paylaşımı ve fiyat rejimiyle bu pazardaki rekabeti büyük ölçüde ortadan kaldıracaktır.

#### **H.3.6.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması**

Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi, oteller arasındaki hizmet rekabetini ve fiyat rekabetini büyük ölçüde ortadan kaldırdığından, hizmetlerin sunumunda gelişme ve iyileşme şartlarının gerçekleşmesi ve tüketicinin bundan yarar sağlaması gibi kriterler yerine getiremeyecektir. Dolayısıyla, bu bentteki şartın gerçekleşmesinin de mümkün olmadığı görülmektedir.

510 Sonuç olarak "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nin Kanun'un 5. maddesinde belirtilen koşulları yerine getirmediği ve dolayısıyla Sözleşme'ye bireysel muafiyet verilmesinin uygun olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

## I. GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

Şirketin amacı, bildirim formunda işletmelerin tek tek gerçekleştiremedikleri turizm tanıtım faaliyetini yapmak, uluslararası faaliyetlere katılmak, standardın yükseltilmesi ve kültür turizmi alanında dış talebin artırılması olarak tanımlanmış ve şirketin faaliyet konularının otel konaklama arzıyla ilgili olmadığı belirtilmiş olsa da, uygulamada bu yönde etkilerin bulunduğu görülmektedir.

520 PADOK Tanıtım'ın Ana Sözleşmesi'ndeki ortak pazarlama ve fiyat tespitine ilişkin hükümlerin bir kısmı değiştirilmiştir. Bu kapsamda sözleşmenin 3. maddesinde yer alan,

birinci fıkradaki "pazarlama gücünü birleştirmek",

ikinci fıkra 2. bendindeki "turizm tesislerinin hizmet ve fiyat standardını hazırlamak yabancı yerli tur operatörleri seyahat acenteleri ile turizm tesislerinin pazarlama sözleşmelerini akdetmek",

üçüncü bendindeki "turizm tesislerinde hizmet ve fiyat standardını, uyumunu sağlamak",

altıncı bendindeki "kriz dönemlerine turizm tesisi işletmelerinin etkilenmelerini en aza indirmek için gerekli girişimlerde, çalışmalarda bulunmak" ifadelerinin ana sözleşmeden çıkarıldığı görülmektedir.

530 Bununla beraber, yeniden düzenlenmiş Ana Sözleşme'nin 3. madde birinci fıkrasında "genel olarak turizm sektöründe çalışan işletmelerin amaçlarına ulaşmaları bakımından, yönetimlerini kolaylaştıracak kurum içi ve kurumlar arası iletişim, tanıtım, pazarlama, danışmanlık ve halkla ilişkiler hizmetleri vermek", 3/II maddesinin üçüncü bendinde "turizm tesisleri kurmak, işletmek ve turizm işletmeciliği yapmak", dördüncü bendinde "turizm işletmeciliği için gerekli donanım, tanıtım, organizasyon ve pazarlama hizmetlerini ulusal ve uluslararası düzeyde vermek" ifadeleri korunmuştur. Dolayısıyla, bölgedeki 12 otelin hissedarı olduğu PADOK Tanıtım, yeni Ana Sözleşme ve Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi'yle de otellerin ortak pazarlanması faaliyetini sürdürebilecektir.

540 Nitekim Başvuru Formu'nda, turizm sektöründe tanıtım ve satışın çoğunlukla eş zamanlı olması, en azından birbirini takip etmesi sebebiyle şirketin faaliyetlerini gerçekleştirirken satış imkânının bulunması gerektiği ifade edilmiştir. Bu ihtiyacı karşılamak için, otel işletmeleri ile akdedilen sözleşmede, otel işletmelerinden belli miktarda konaklama satın alınmasının zorunlu olduğu, bu alımın Kurul kararındaki hususlar nazara alınarak, ortak pazarlama niteliğinde olmayacak şekilde bir ön alım şeklinde gerçekleştirilmesi yoluna gidildiği belirtilmiştir. Bir diğer deyişle, taraflar

**06-16/189-49**

başvurularında, PADOK Tanıtım bünyesinde ortak pazarlama ve satış faaliyetlerine devam edeceklerini bildirmektedirler.

550 Başvuru Formu'nda, ayrıca, uluslararası alanda tanıtım yaparken, talepçilerle anında ticari bağlantı kurulması gerektiği tanıtım ve satışı birbirinden ayırmanın mümkün olmadığı, turizm sektöründe kalıcı ilişkilerin sağlanması bakımından böyle bir faaliyetin içinde satış yetkisinin olmasının büyük önem taşıdığı belirtilmiştir. Şirket bu pazarlama ve satış faaliyetlerini yurtdışında gerçekleştirdiğinde söz konusu faaliyetler 4054 sayılı Kanun'un kapsamında olmayacaktır. Ancak sektördeki acentelerle yapılan görüşmelerden ve acentelerin gönderdiği belgelerden otellerin satış ve pazarlama işlemlerinin PADOK Tanıtım üzerinden gerçekleştirilmeye devam edildiği görülmektedir.

560 Ayrıca , Form'da, Ana Sözleşme'nin 3/II. maddesi, üçüncü bendinde yer alan, "turizm tesisleri kurmak, işletmek ve turizm işletmeciliği yapmak" ifadesiyle şirketin sektör için lokomotif sayılabilecek ve yatırımcıların ilgi göstermeyeceği türden yatırımların yapılması ihtiyacının düşünüldüğü, bu hükümlerle otel işletmeciliği yapmanın amaç edinilmediği belirtilse de, benzer bir ifade aynı fıkranın dördüncü bendinde turizm işletmeciliği için gerekli donanım, tanıtım, organizasyon ve pazarlama hizmetlerini ulusal ve uluslararası düzeyde vermek ifadesiyle tekrarlanmakta ve turizm işletmeciliği için pazarlama faaliyetlerinin yapılabileceği bildirilmektedir.

570 Öte yandan, otellerin yatak kapasitelerinin önemli bir bölümünü PADOK Tanıtım'a aktarmaları, PADOK Tanıtım tarafından oteller için bir hizmet standardı grubu ve bu gruba uygun tavsiye niteliğinde fiyatlar belirlenmesi ve otellerin yönetimlerinde yer aldıkları şirket tarafından pazarlanmasıyla, tavsiye niteliğindeki satış fiyatları rahatlıkla sabit fiyata dönüşebilecektir.

Her ne kadar sözleşmede otel sahibinin alıcı tarafından talep edilmeyen yatak kapasitesini münferiden pazarlayabileceği belirtilse de, oteller diğer kaynaklardan aldıkları rezervasyon taleplerini alıcı şirkete bildirmek zorunda olup, alıcı yapacağı değerlendirmede rezervasyon teklifinin bir toplantı grubu olmadığı sonucuna ulaşırsa bu talep, rezervasyon garantisinden mahsup edilmektedir. Dolayısıyla alıcı kendisine bağlı otellerin rezervasyon taleplerini kontrol etmekte ve buna göre miktar paylaşımı yapmaktadır.

580 Nihai olarak, Ana Sözleşme'nin 3/I. maddesi, 3/I maddesinin ikinci bendi, 3/II. maddesinin üçüncü ve dördüncü bentleri ile "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nin 3, 5/3, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 5/10, 5/11 ve 6/1. maddelerinin Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğu tespit edilmiş olup, oteller arasında miktar paylaşımı ve ortak satış/pazarlama faaliyetlerinin sürdürüldüğü görülmektedir. Bu nedenle Kanun'un 4. maddesine aykırı hüküm ve etkileri olan söz konusu sözleşmelere menfi tespit/muafiyet verilmesi mümkün değildir.

590 Taraflar arasında akdedilen Ana Sözleşme'de ve "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nde 15.9.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı Kurul kararındaki hükümler uyarınca bir takım değişiklikler yapıldığı, ancak otellerin ortak pazarlanması, fiyat tespiti ve miktar paylaşımı uygulamalarına son verilmediği görülmektedir. Nitekim Kurumumuza intikal eden çeşitli seyahat acenteleri ve seyahat acenteleri meslek birliğinin gönderdiği bilgi ve belgelerden bölge otellerine ilişkin şikâyetlerin devam ettiği görülmektedir. Dolayısıyla, ilgili Kurul kararındaki taleplerin yerine getirilmediği kanaatine ulaşılmıştır.

## J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 600 1. Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren 12 otel arasında imzalanan "PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. Ana Sözleşmesi"ne ve PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. ile oteller arasında imzalanan "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"ne 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı hükümler içermesi sebebiyle menfi tespit belgesi verilemeyeceğine ve Kanun'un 5. maddesindeki hükümleri yerine getirmemesi sebebiyle muafiyet tanınamayacağına OYÇOKLUĞU ile,
- 610 2. Sözleşmelerde yapılan değişikliklerin Kurul'un 15.9.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı kararında belirtilen yükümlülükleri yerine getirmediği, söz konusu Kurul kararının yerine getirilebilmesi için Kanun'un 9/3. maddesi uyarınca, otellerin ortak pazarlanmasına/satışına ya da bu etkiyi doğurabilecek tüm faaliyetlerine kararın tebliğinden itibaren son verilmesine ve bu değişikliklerin yapıldığının 15 gün içinde Rekabet Kurumu'na bildirilmesine, gerekli görülen bu değişikliklerin yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde, haklarında soruşturma açılacağı ve 4054 sayılı Kanun'un 16. ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağına taraflara bildirilmesine OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

**(02.03.2006 tarihli ve 06–16/189- 49 sayılı Kurul Kararı'na)  
KARŞI OY GEREKÇESİ**

Rekabet Kurulu'nun 15.09.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı kararı ile, *"Nevşehir ili ve ilçelerinde hizmet veren on iki otelin bir araya gelerek kurdukları PADOK Turizm Tanıtım Pazarlama ve Danışmanlık A.Ş.'nin işleyişini düzenlemek amacıyla akdedilen "sözleşmenin" işbirliği doğurucu bir anlaşma niteliğinde olduğuna ..... otellerin ortak pazarlanması ve ortak fiyat tespiti gibi rekabeti kısıtlayıcı hükümlerin söz konusu sözleşmeden çıkarılması gerektiğine"* karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu'nun bu kararı üzerine şirket ana sözleşmesi Kurul'un kararı doğrultusunda değiştirilmiştir.

Yapılan değişiklik ile şirketin "Padok Turizm Tanıtım Pazarlama Yatırım İşletme ve Danışmanlık" (PADOK A.Ş.) olan ticaret ünvanı "Padok Turizm Tanıtım A.Ş." (PADOK TANITIM) olmuştur.

15.09.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı Kurul Kararında belirtilen hususlar dikkate alınarak yeni bir "sözleşme" metni hazırlanmış ve bu metin genel kurul kararı ile kabul edilerek taraflarca imzalanmıştır. Ayrıca, Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 12 otel işletmesi sahibi gerçek ve tüzel kişiler kurdukları anonim şirkette ortaklarla sınırlı olmamak üzere ancak başlangıçta isteyen ortaklarla akdedilmek üzere "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi" akdetmeyi amaçlamışlardır.

Ana sözleşmede "ortak pazarlama" sayılabilecek faaliyet konularının çıkarıldığı, bunun yerine ortak pazarlama unsuru bulunmayan faaliyet konularının muhafaza edildiği görülmektedir.

Şirketin amacı ve faaliyet konularını içeren ve Rekabet Kurulu kararına uygun değişiklikler yapılan ana sözleşmenin ilgili maddesine aşağıda yer verilmiştir.

***Şirketin Amacı ve Faaliyet Konusu:***

*"Madde 3: Şirketin başlıca amaç ve konuları şunlardır:*

*Şirketin amacı, Türkiye'nin gerek iç gerekse dış turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve mevcut kaynaklarından en verimli şekilde faydalanılmasını sağlamak, bölgesel turizmi geliştirici faaliyetlerde bulunmaktır. Şirket bu amaca ulaşmak için, haksız rekabetten sakınmak ve rekabet kurallarını ihlal etmemek üzere, özellikle aşağıdaki amaç ve konularda faaliyette bulunur.*

- I- Genel olarak turizm sektöründe çalışan işletmelerin amaçlarına ulaşmaları bakımından, yönetimlerini kolaylaştıracak kurum içi ve kurumlar arası*



*iletişim, tanıtım, pazarlama, danışmanlık ve halkla ilişkiler hizmetleri vermek, araştırma geliştirme çalışmaları yapmak; bu maksatla:*

- *Turizm, tesislerini rekabete açmak, rekabeti önleyici etkenleri ortada kaldırmak, bu hususlarda çalışmalar yapmak, araştırma neticelerini duyurmak, sponsorluk yapmak,*
- *Ticari mahiyette olmak üzere, kamu kuruluşlarına özel firmalara, tüzel ve hakiki şahıslara teknik, ticari ve mali alanlarda sevk ve iş idaresi ve işletmecilik alanlarında danışmanlık ve hizmet vermek, yatırım, pazarlama, ekonomi, organizasyon, fizibilite etütleri yapmak, turizm sektörü çalışanları konusunda sertifikasyon, eğitim programları hazırlamak ve bunların yetkili kurumlarca hayata geçirilmesine çalışmak,*
- *İç ve dış turizm hareketlerinde gelişmeyi sağlamak üzere araştırmalar yapmak, uluslar arası alandaki gelişmeleri tatbik etmek suretiyle, ülke turizm potansiyelinin artırılmasını sağlamak, her türlü teknolojik imkanları tanıtmak ve kullanmak;*
- *Dünya Turizm hareketlerini izlemek, turizm eğitimi, tanıtma, halkla ilişkiler, konaklama, yeme içme ve eğlence hizmetleri konularında bilgi toplamak, dağıtma ve benzeri konularda ilgililere yardımcı olmak, araştırmalar, etütler yapmak, yaptırmak, sonuçları tüm ilgililerin yararlanmasına sunmak, uluslar arası standartlar göz önünde bulundurularak tesislerin eksik yönlerinin düzeltilmesi için çalışmak, tesislerin ihtiyaçlarına cevap verecek finansman kaynakları araştırmak,*
- *Müşteriler için önemli olan kişi, grup, ulusal ve uluslar arası kurum ve kuruluşlar, ülkeler, hükümetler, kamuoyu gibi hedef kitleleri saptamak ve ölçme değerlendirme faaliyetlerinde bulunmak ve benzeri amaçla çeşitli yatırımlar yapmak yaptırmak, iletişim stratejilerini belirlemek, her türlü etüt ve projeler hazırlamak, her türlü iletişimde kullanılacak veri tabanı oluşturmak,*
- *Yurt içi ve yurt dışı fuarlar, seminerler, kongre ve konferanslar, toplantılar, yurt içi ve yurt dışı seyahatler gezintiler gibi özel olayları programlayarak ve gerekli uzman hizmetlerini satın alarak, kiralayarak, üreterek zamanlayıp gerçekleştirmek, yurt içi ve yurt dışı fuarlara, kongre ve konferanslara katılmak,*
- *Gerek ülke ve gerekse sektörde çalışan işletmelerin tanıtımı için, kitle iletişim araçlarıyla, reklam, bülten, katalog, gazete, kitap, broşür, afiş, video, teyp, film, radyo, televizyon gibi müşterilerinin iç ve dış iletişimini kolaylaştıracak basılı ve görsel/işitsel iletişim araçlarını belirlemek ve bunların üretimini, kullanımını, işlerliğini sağlamak,*
- *Turizm işletmelerinin, ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirirken çevreden aldıklarını yine çevreye ve topluma sorumlu bir biçimde geri vermelerini gözetmelerini sağlayacak projeler geliştirmek, bunun için kültürel ve doğal çevrenin konması, değerlendirilmesi, yaşatılması amacına dönük her türlü*

*girişimde bulunmak, kültür, çevre koruma amaçlı tesisler kurmak, seminer, sergi düzenleme ve benzeri girişimlerde bulunmak, bu konuda ve genel olarak halkla ilişkiler/iletişim alanında ulusal ve uluslar arası etkinlikler düzenlemek, katılmak, katılmayı teşvik etmek,*

*II- Turizmi teşvik ve geliştirmek; turizm yatırımlarını cazip kılmak; ülkenin turizm cazibesini artırmak amacıyla,*

- Yurt içinde ve yurt dışında turistik yerlerde, turizme elverişli alanlarda, hakiki ve hükmi şahıs ya da Devlete ait arazi ve arsaları satın almak, tahsis ve sair yollarla kiralamak, kiraya vermek, satmak bu arsa ve araziler üzerinde her türlü turistik tesisleri, her türlü merkezi yemek üretim, dağıtım (catering) tesisleri, çamaşırhane, eğlence merkezleri, temalı parklar, sportif tesirli, açık-kapalı spor alanları gibi turizmle ilgili her nevi ana, yardımcı ve tamamlayıcı tesisleri bizzat kurmak, inşa etmek yada ettirmek, ev pansiyonculuğu yapmak ve yapılmasını teşvik edici projeler geliştirmek,*
- Turizmle ilgili Kongre Sarayı ve benzeri yapı ve kuruluşlardan oluşan tesisleri bizzat kurmak, kiraya vermek, kiralamak ve sair suretlerle kullanmak Kongre turizmi hizmetlerinin gerektirdiği her türlü örgütlenmeyi gerçekleştirmek, bu konuyla ilgili olarak, özel ve kamusal nitelikli kişi kurum ve kuruluşlarla her çeşit hukuki ticari ve ekonomik ilişkileri kurmak, bunların gerektirdiği yatırımları, harcamaları yapmak, yaptırmak.*
- Turizm tesisleri kurmak, işletmek ve turizm işletmeciliği yapmak;*
- Turizm işletmeciliği için gerekli teknik, donanım, tanıtım, organizasyon ve pazarlama hizmetlerini ulusal ve uluslar arası düzeyde vermek; teknik donanım, servis ekipmanları, işletme malzemeleri ticareti yapmak,*
- Turistik yerlere bağlı veya bağımsız olarak turizm amaçlı el sanatları merkezleri kurmak, işletmek, kiralamak, turistik eşya satışı mahalleri açıp işletmek buralarda satılabilecek çeşitli materyalden üretilmiş turistik eşyaları imal ettirmek satın almak, teşhir etmek, yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve ticaretini yapmak,*
- Amaç ve konusu ile ilgili olarak kurulmuş ve kurulacak yerli ve yabancı şirketlere iştirak etmek, bunlara ait menkul kıymetleri aracılık yapmamak koşuluyla almak, satmak,*
- Amaç ve konusuyla ilgili olarak, her türlü menkul, gayrimenkul, gayri maddi hakları satın alarak, kiralayarak, amacına ilişkin hizmetleri gerçekleştirmek,*
- Amaç ve konu ile ilgili olarak piyasalardan uzun orta ve kısa vadeli kredileri temin etmek,”*

Görüldüğü üzere, şirket ana sözleşmesindeki, ortak pazarlama ve fiyat tespitine yönelik hükümler değiştirilmiştir. Şirket faaliyetleri kültür turizmine olan dış

talebe yöneliktir. Diğer bir ifadeyle, sözleşme incoming pazarı ile ilgili olup, iç talep anlaşma kapsamında değildir. Şirket amaçlarına ulaşmak için rekabet kurallarını ihlal etmemeye, turizm tesislerini rekabete açmaya, rekabeti önleyici etkenleri ortadan kaldırmaya, turizmi teşvik ve geliştirmeye özen gösterecektir. Otel işletmelerinin bireysel olarak her türlü satışlarının serbest olduğu belirtilmiş, ferdi pazarlama imkanları ortadan kaldırılmamıştır. Yine tavsiye niteliğindeki fiyatların, asgari ve sabit fiyata dönüşmemesi için gereken tedbirler alınmıştır.

Aynı şekilde “Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi”nde yer alan hükümler uyarınca da otellerin ortak pazarlanması ve fiyat tespitine neden olabilecek uygulamaları engelleyici tedbirlerin alındığı görülmektedir.

Şöyle ki;

### ***Madde 1: NİYET***

*İşbu sözleşmenin akdedilmesinde tarafların niyeti, ülkenin kültürel ve dini turizm çekiciliğinin, geçmişte var olan önemini gün geçtikçe kaybetmesi sebebiyle; turizm hizmetleri bakımından küçük bir pazar haline gelen kültür turizmi unsurlarının tanıtılması, kültürel ve dini turizmin geliştirilmesi, hizmet standardının yükseltilmesi, kültür turizmine talepte bulunabilecek yabancı tüketici grubunun ortalama beklentileri ve ortalama maddi imkanları tespit edilerek, ülkemize ait kültür turizmi bölgelerinin Dünya kültür turizmindeki payını artıracak optimum şartların belirlenmesi, işletmelerin yıkıcı rekabet karşısında, rekabet güçlerini artırmak için başvurdukları ve özellikle hizmet standardının düşmesine ve tüketiciye karşı dürüst davranılması prensibine uygun olmayan yollara başvurmalarının önlenmesi, bu suretle, oluşabilecek olumsuz imajın engellenmesidir.*

### ***Madde 3: AMAÇ ve KONUSU***

*Ülke turizm potansiyeli içinde giderek payı azalan kültür turizminin geliştirilmesi, müşteri hizmet standardının yükseltilmesi, karlılığının artması, turizmi etkileyen kriz dönemlerinin en az zararla atlatılması; turizmin gelişmesi, müşteri hizmetlerinin ve müşterinin hizmet verdiği bölgenin tanıtılması için gerekli çalışmaların alıcı tarafından yapılması, kamu kurum ve kuruluşları ile bu anlamda işbirliği yapılması ve projeler geliştirilmesi, finansman imkanları sağlanması işbu sözleşmenin amacıdır.*

*İşbu sözleşmenin konusu, alıcı tarafından, otel işletmelerinde asgari alım garantili konaklama hizmeti satın alınmasıdır. Bu sözleşmenin imzalanması, aşağıda belirlenen miktarda ön rezervasyon yapılmış olması anlamına gelir. Bu konu çerçevesinde müşteri alıcının işletmenin standardının yükseltilmesi, turizm tanıtımı, tüketici yararına optimum fiyatların oluşması için işletme faaliyetine katılımcı olmasını kabul eder. Bu sebeple, alıcı ve müşteri, bizzat satış, piyasa araştırması yapma, kalite ve standardın geliştirilmesi, turizm hizmetlerinin arzında kalitenin artırılması, yabancı turistler bakımından ülke, bölge ve otel olarak talebin artırılması, özellikle yabancı turizm acentelerinin yıkıcı pazarlama stratejileri karşısında, tüketicileri bilgilendiren ve koruyan, etkin ve verimli bir pazarlama stratejisinin geliştirilmesi, yüksek hizmet standardının sağlanması, sürdürülmesi ve garanti edilmesi, finansman imkanlarının sağlanması hak ve yükümlülüklerine sahip olacaktır.*

### ***Madde 4: KAPSAM***

*İşbu sözleşmenin kapsamı, kültür turizmi çerçevesinde yabancı tüketicinin sağlanmasıdır. Turizm sektörü ve incoming dışındaki tüm ticari faaliyetler bu sözleşmenin kapsamı dışındadır.*

#### ***Madde 5: TARAFLARIN HAK ve YÜKÜMLÜLÜKLERİ***

- 1- Alıcı, müşteriye ait, işbu sözleşme kapsamında olduğu belirlenen otel işletmesi tesislerinin incoming tüketicilere satmak üzere, bu sözleşme ile yapılan ön rezervasyon kapsamında rezervasyon hakkına sahip olacaktır. Incoming dışındaki talepler bakımından alıcının böyle bir hakkı yoktur.*
- 2- Bu sözleşme ile alıcı şirket, müşteriye ön rezervasyon miktarı kadar alım garantisi verir. Müşteri ise, ön rezervasyon miktarı kadar olmak üzere alıcının rezervasyon tekliflerine öncelik tanır.*
- 3- Alıcının öncelik hakkı, kendisi için bir inhisar hakkı anlamına gelmediği gibi, müşterinin otelini münferiden pazarlama imkanını da ortadan kaldırmaz. Bu cümleden olmak üzere, müşteri, alıcı tarafından talep edilmeyen yatak kapasitesini münferiden pazarlayabileceği gibi, yabancı toplantı gruplarının rezervasyon talebini de münferiden kabul edebilir. Şu kadar ki müşteri, yabancı uyruklu bir toplantı grubundan rezervasyon teklifi aldığı anda bunu alıcıya bildirir. Alıcı, yapacağı inceleme sonucunda rezervasyon teklifinin bir toplantı grubu olmadığı sonucuna ulaşırsa, bu rezervasyon, rezervasyon garantisinden mahsup edilir. Ayrıca müşteri, incoming rezervasyonlar dışındaki tüm satışlarını münferiden yapar.*
- Müşteri, herhangi bir incoming operasyon yapan acenta ile işbirliği yapması durumunda, imzaladıkları taahhütname geçerli olacaktır.*
- 8- Müşteri, alıcının rezervasyon taleplerini kapasitesi oranında kabul edecektir. Herhangi bir sebeple müşteri tarafından kabul edilmeyen rezervasyonlar, müşteriye ait tesisin doluluğuna sayılır. Alıcı, bir müşteri tarafından kabul edilmeyen rezervasyon tekliflerini, haksız rekabete meydan vermemek ve rekabet kurallarını bozmamak kaydıyla diğer müşterilerine sunar.*
- 10- Alıcı, turizm verileri, objektif ve bilimsel esaslarla, sabit ve asgari satış fiyatı mahiyetinde olmayan tavsiye niteliğinde fiyatlar belirleyebilir. Ayrıca, yine aynı esaslarla, tek kişi farkı, üçüncü yatak farkı, ücretsiz ve indirimli çocuk konaklaması konusunda tavsiye niteliğinde standart belirleyebilir. Bildirilen fiyatların sabit veya asgari fiyat haline dönüşmesine sebep olacak hiçbir baskı veya telkinde bulunulamaz. Aksi takdirde, alıcının veya diğer müşterilerin bu tür aykırı davranışları işbu sözleşmeye aykırı davranış sayılır. Alıcının müşteriye teklif ettiği rezervasyonlar için müşteri tarafından bildirilen fiyat, tüketicinin yararına*

*ve optimum fiyat olmaz ve diğer bir müşterinin fiyatı daha uygun olursa, alıcı diğer müşteriyi tercih etmekte serbesttir.*

*11- Acentelerin talebi üzerine, müşterinin sunacağı oda kahvaltı standardı; hizmet kalitesini artırmak ve tüketicilere karşı dürüst olmak prensibinden hareketle; turizm sektöründe görülebilen olumsuzlukları ortadan kaldırmak amacıyla belirleyeceği standarttan daha düşük olmayacaktır. Alıcı, oda kahvaltı hizmeti için; turizm verileri, objektif ve bilimsel esaslarla, sabit ve asgari satış fiyatı mahiyetinde olmayan tavsiye niteliğinde fiyatlar belirleyebilir. Belirlenen fiyatların sabit veya asgari fiyat haline dönüşmesine sebep olacak hiçbir baskı veya telkinde bulunulamaz. Aksi takdirde, alıcının veya diğer müşterilerin bu tür davranışları işbu sözleşmeye aykırı davranış sayılır. Alıcının müşteriye teklif ettiği rezervasyonlar için müşteri tarafından bildirilen fiyat, tüketicinin yararına ve optimum fiyat olmaz ve diğer bir müşterinin fiyatı daha uygun olursa, alıcı diğer müşteriyi tercih etmekte serbesttir.*

Yukarıda yer verilen düzenlemelerden de anlaşılacağı üzere tarafların niyeti kültürel ve din turizminin geliştirilmesi, ülke turizm payının artırılması, hizmet standartının düşmesinin önlenmesi olarak özetlenebilir. Taraflar kalite ve standartın geliştirilmesi, tüketicileri bilgilendiren ve koruyan, etkin ve verimli bir pazarlama stratejisinin geliştirilmesi hak ve yükümlülüklerine sahiptirler.

Ana sözleşmede de vurgulandığı üzere incoming dışındaki tüm ticari faaliyetler "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nin kapsamı dışındadır. Yani iç talep anlaşma kapsamı dışındadır. Tarafların kendi otellerini münferiden pazarlama imkanları ellerinden alınmamıştır. Taraflar, PADOK' un rezervasyon taleplerini kapasiteleri oranında kabul etmekte serbesttirler. Ana sözleşmede olduğu gibi fiyatların sabit veya asgari fiyata dönüşmemesi için gereken tedbirler alınmış olup PADOK, turizm verileri ile objektif ve bilimsel esaslar dahilinde tavsiye niteliğinde fiyatlar belirleyebilmektedir.

Rekabet Kurulu'nun 01.02.2000 tarih ve 00-4/41-19 sayılı kararında (BİMAŞ KARARI) yer alan;

"tarafların söz konusu sözleşmeyi akdetmek suretiyle yayıncılık piyasasındaki faaliyetlerini daha etkin ve verimli kılmayı hedefledikleri yolundaki savunmaları kabul edilerek, yayıncılık faaliyetlerinde birbirleriyle koordinasyona girmemeleri, piyasayı paylaşmamaları, reklam yerlerinin satış fiyatlarını ve diğer satış koşullarını birbirlerinden bağımsız olarak belirlemeleri, reklam yerlerini talep eden müşterilerin reklamlarının hangi kanalda yayınlanacağına ilişkin iradelerini etkilememeleri ve böylece bu hususların garanti edilmesi ile **iki rakip kuruluşun ortak bir satış ve pazarlama şirketi kurmasının mümkün olabileceği gerekçesiyle**, BİMAŞ kuruluş sözleşmesine, 34. maddesinin sözleşme metninden çıkarılması ve uygulanmaması koşuluyla muafiyet verilmiştir."

İfadelerinden rakip teşebbüslerin piyasayı paylaşmamaları, satış fiyatlarını birlikte belirlememeleri şartıyla ortak bir satış ve pazarlama şirketi kurmasının mümkün olabileceği vurgulanmaktadır.

**06-16/189-49**

Yukarıda açıklanan nedenlerle, 12 otel arasında imzalanan "PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. Ana Sözleşmesi"nde ve PADOK Turizm Tanıtım A.Ş. ile oteller arasında imzalanan "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nde otellerin ortak pazarlanması ve fiyat tespitine engel olacak tedbirlerin alınmış olduğu kanaatini taşıdığımdan menfi tespit ve muafiyet verilemeyeceğine dair çoğunluk görüşüne katılmıyorum.

12 otel işletmecisi, piyasayı paylaşmamak, satış fiyatlarını birlikte belirlememek, satış koşullarını birbirlerinden bağımsız olarak belirlemek koşuluyla pazarlama şirketi kurabilmelidirler. Bu amaçla kurulan pazarlama şirketi sözleşmesinde 4054 sayılı Kanun'a aykırı hükümler varsa, genel olarak menfi tespit ya da muafiyet alınamayacağına hükmetmek yerine somut olarak hangi hükümlerin menfi tespit ya da muafiyetten yararlanmadığını belirtmenin daha yerinde bir karar olacağını düşünüyorum.

**Tuncay SONGÖR**  
**İkinci Başkan**

**KARŞI OY GEREKÇESİ**  
**(02.03.2006 tarihli ve 06-16/189-49 sayılı Kurul Kararı)**

Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 12 otelin yetkilileri bir araya gelerek "PADOK Turizm Tanıtım Pazarlama Yatırım İşletme ve Danışmanlık A.Ş." (kısaca PADOK) ticaret unvanlı bir pazarlama şirketi kurmuş ve bu şirketin otellerle ve acentelerle ilişkilerini düzenleyen sözleşmeler uygulamaya sokulmuştur. Bu sözleşmelerin ve uygulamaların rekabet mevzuatına aykırılığı nedeniyle ön araştırma yapılması kararı alınmış ve 15.09.2005 tarihli ve 05-58/858-233 sayılı Kurul kararı ile de; PADOK ve kurucusu işletmeler hakkında, soruşturma açılmasına gerek olmamakla birlikte, Kanun'un 9 uncu maddesinin 3 üncü fıkrası uyarınca ve ihlale son verilmesi bağlamında, ortak pazarlama ve ortak fiyat tespitine ilişkin rekabeti kısıtlayıcı hükümlerin sözleşmelerden çıkarılması ve bu yöndeki uygulamalara son verilmesi sonucuna varılmıştır.

Öngörülen değişikliklerin yerine getirilebilmesi amacıyla da, Kurulun benzer kararlarında yer aldığı şekilde, taraflara kararın tebliğinden itibaren 60 günlük süre tanınmış, aksi takdirde Kanun'un 56 ncı maddesi uyarınca sözleşmelerin geçersiz olacağı, uygulamaya devam edilmesi halinde, yine Kanun'un 16 ncı ve 17 nci maddesi uyarınca işlem yapılacağı taraflara bildirilmiştir.

Hal böyle iken, bir başka ifadeyle Kurul kararıyla varılan sonuç ve yerine getirilecek hususlar açıkça ortaya konulmuş iken, PADOK 27.12.2005 tarihinde Kuruma başvurarak gerek şirket ana sözleşmesi, gerekse ismi değiştirilerek sunulan diğer sözleşmeye menfi tespit/muafiyet talebinde bulunmuştur. Bunun üzerine hazırlanan 27.02.2006 tarihli ön inceleme raporunda;

- İlgili sözleşmelerin, Kanun'un 4 üncü maddesine aykırılığı nedeniyle menfi tespit verilemeyeceği,
- Yine sözleşmelerin Kanun'un 5 inci maddesine göre muafiyet alamayacağı,
- Sözleşmelerde yapılan değişikliklerin önceden alınan Kurul kararının gereklerini yerine getirmediği, söz konusu hususların yerine getirilmesi için Kanun'un 9 uncu maddesinin 3 üncü fıkrası uyarınca 15 günlük süre verilmesi,

kanaat ve sonucuna varılmıştır.

Kurul, çoğunluk görüşüyle, soruşturma açmayarak, aynen rapor doğrultusunda karar almıştır. Kararın menfi tespit ve muafiyet verilemeyeceğine ilişkin birinci kısmına katılmakla birlikte, ikinci kısmında yer alan ve soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve süre tanınması sonucunu paylaşmıyoruz:

Her şeyden önce açıkça Kanun'un 4 üncü maddesine aykırı sözleşme hükümleri ve bununla ilgili uygulama söz konusudur. Bu konu gerek raporda ayrıntılı bir biçimde ortaya konulmuş, gerekse Kurul kararında aynen kabul edilmiştir. Eğer aksi söz konusu olsaydı, menfi tespit veya muafiyet verilmesi sonucu kabul görecekti. Nitekim, Kurul kararının gerekçe ve hukuki dayanak bölümünde aynen; "Nihai olarak, Ana Sözleşme'nin 3/I. maddesi, 3/I maddesinin ikinci bendi, 3/II. maddesinin üçüncü

## 06-16/189-49

ve dördüncü bentleri ile "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nin 3, 5/3, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 5/10, 5/11 ve 6/1. maddelerinin Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğu tespit edilmiş olup, oteller arasında miktar paylaşımı ve ortak satış/pazarlama faaliyetlerinin sürdürüldüğü görülmektedir. Bu nedenle Kanun'un 4. maddesine aykırı hüküm ve etkileri olan söz konusu sözleşmelere menfi tespit/muafiyet verilmesi mümkün değildir." denilmektedir.

İkinci olarak, bu aykırılık 2005 yılından itibaren, hatta Kurul kararına rağmen, bazı küçük değişiklikler yapılarak sürdürülmektedir. Kurulun bunu teyit eden kararında; "Taraflar arasında akdedilen Ana Sözleşme'de ve "Asgari Alım Garantili Otel Rezervasyon Sözleşmesi"nde 15.9.2005 tarih ve 05-58/858-233 sayılı Kurul kararındaki hükümler uyarınca bir takım değişiklikler yapıldığı, ancak otellerin ortak pazarlanması, fiyat tespiti ve miktar paylaşımı uygulamalarına son verilmediği görülmektedir. Nitekim Kurumumuza intikal eden çeşitli seyahat acenteleri ve seyahat acenteleri meslek birliğinin gönderdiği bilgi ve belgelerden bölge otellerine ilişkin şikâyetlerin devam ettiği görülmektedir. Dolayısıyla, ilgili Kurul kararındaki taleplerin yerine getirilmediği kanaatine ulaşılmıştır." ifadeleri yer almaktadır. İhlalin ağırlıklı olarak varlığı tespit edilirse, mevzuatımıza göre soruşturma açılması yöntemine başvurulur ve sonucuna göre hareket edilir. Kurul şimdiye değin aldığı kararlarla ihlalin sona erdiği hallerde dahi soruşturma açma yöntemini benimsemiştir.

Nihayet, karar konusu işlem ve uygulamalar için 15.09.2005 tarihli Kurul kararı ile bir defa 9 uncu maddenin 3 üncü fıkrası hükmü uygulanmış, buna rağmen ihlal sürdürülmüş, sonuç alınamamıştır. Bu kararlar ve bildirimle, ihlale ve uygulamaya devam edilmesi halinde soruşturma açılacağı açıkça vurgulanmaktadır. Kanun'da ve ikincil düzenlemelerde, 9/3 hükmünün ikinci defa uygulanabilmesine imkân tanıyan bir düzenleme mevcut değildir. Prosedür gayet açıktır. İkinci defa süre tanınması ve soruşturma açılmaması mevzuata aykırıdır.

Yukarıda sıraladığımız gerekçelere dayanarak, hukuki ve objektif bir gerekçe gösterilmeden alınan ve Kanun hükümleriyle uyuşmayan sonuca katılmıyor ve ihlale ilişkin olarak soruşturma açılması gerektiği görüşünde olduğumuzu belirtiyoruz.

**Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ**  
Kurul Üyesi

**Rıfki ÜNAL**  
Kurul Üyesi

**Süreyya ÇAKIN**  
Kurul Üyesi