

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-3-178 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 10-69/1458-557
Karar Tarihi : 4.11.2010

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Meltem BAĞIŞ AKKAYA, Fethullah GÜLER

C. ŞİKAYET

EDEN : - Levent Arif ERDAŞ
Fahrettin Kerim Gökay Cad. No:68/A Kuyubaşı,
20 Kadıköy/İstanbul

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR:

Domino's Pizza Restaurantları A.Ş.
Yeni Çamlık Cad., Ayaz Sok. No:2, Kat: 1,
Ovalar Holding Binası Seyrantepe, 4 Levent/İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Domino's Pizza Restaurantları A.Ş.'nin bir haftalık süre zarfında uyguladığı fiyat politikasının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında incelenerek gereğinin yapılması talebi.

30 **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Yapılan başvuruda özetle; Domino's Pizza Restaurantları A.Ş.'nin bir haftalık süre zarfında uyguladığı fiyat politikasının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında incelenerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 3.8.2010 tarih ve 6137 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 2.9.2010 tarih ve 2010-3-178/İİ-10-415.FG sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 16.9.2010 tarih ve 10-59/1209-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla,
40 Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 26.10.2010 tarih ve 2010-3-178/ÖA-10-185.MBA sayılı Önaraştırma Raporu 27.10.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-110/485 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-69 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda; Domino's Pizza Restaurantları A.Ş.'nin başvuruya konu eylemleri ile rekabeti kısıtladığı iddiasını konu edinen şikayetin, 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediği, dolayısıyla şikayete yönelik olarak

50 herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Başvuru Konusu Eylem

Otantik Doğu Karadeniz yemekleri ve Trabzon pidesi üretim ve satışı ile iştigal eden Levent Arif Erdaş tarafından yapılan ve ekinde Domino's Pizza Restaurantları A.Ş. (Domino's Pizza) tarafından yürütülen indirim kampanyasına ilişkin reklam broşürünün yer aldığı başvuruda özetle;

- Domino's Pizza'nın fiyatlarını kısa bir süre için¹ %66 oranında indirdiği,
- kısa süreli yapılan bu indirimle tüketicilerin gözünde en ucuz firmanın Domino's Pizza olduğu yönünde gerçek dışı bir imaj oluşturulduğu, tüketicilerin aldatıldığı iddia edilmiş, uygulanan bu fiyat politikasının 4054 sayılı Kanun'a ve ananelere uymaması durumunda gereğinin yapılması talep edilmiştir.

I.2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

70 Şikayete konu ilk eylem, genel olarak Domino's Pizza'nın rakiplerini zor durumda bırakacak şekilde fiyatlandırma yapması olarak özetlenebilecektir. Bu eylem belirli şartları taşıması halinde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında "yıkıcı fiyatlama" olarak değerlendirilebilir. Yıkıcı fiyat konusunu ilginç kılan, kavram ile rekabet politikasının amacı arasındaki gerilimdir. Rekabet politikasının bir hedefi de teşebbüsleri rekabete teşvik ederek pazarda fiyatların düşmesini sağlamaktır. Oysaki yıkıcı fiyat teorisi göstermektedir ki, kimi zaman düşük fiyatlar da rekabeti bozucu etki yapabilirler. Dolayısıyla bu alandaki güçlüklerden biri de rekabeti bozan yıkıcı fiyatlarla, rekabetçi düşük fiyatlar arasındaki ayırımı yapabilmektir. Bu tür fiyatlandırma stratejilerinin "yıkıcı fiyatlama" tanımı kapsamında 6. maddenin ihlali olabilmesi için;

- 80 – ihlal iddialarının yöneltildiği teşebbüsün (teşebbüslerin) ilgili pazarda tek başına (birlikte) hâkim durumda olması,
- teşebbüsün maliyet altı fiyat uygulaması,
- belirlenen maliyet altı fiyatlandırmanın ilgili pazardaki diğer teşebbüsleri piyasa dışına itecek kadar uzun sürmesi

şartlarının bir arada gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu şartların herhangi birinin eksikliği durumunda ise bu tür fiyatlama stratejileri, rekabet hukuku bağlamında yasaklanan değil, teşvik edilen bir davranış olmaktadır.

90 Geçmişte alınan Kurul kararlarında Domino's Pizza'nın hakim durumda olduğuna ya da olmadığına ilişkin herhangi bir tespitle bulunulmamıştır. Diğer yandan eğer bir teşebbüsün eylemi kötüye kullanma oluşturmuyorsa, teşebbüsün hakim durumda olup olmamasından bağımsız olarak, eylem 6. maddeyi ihlal etmeyecektir. Bu çerçevede Domino's Pizza'nın ilgili pazarda hakim durumda olup olmadığının tespiti yapılmadan, kötüye kullanmanın varlığı, Domino's Pizza'nın hakim durumda olduğu varsayımı altında değerlendirilecektir.

¹ Reklam broşüründen bu sürenin bir hafta olduğu anlaşılmaktadır.

100 Domino's Pizza şikayetinin ekinde sunulan reklam broşüründen anlaşılacağı üzere 2 – 8 Ağustos 2010 tarihleri arasında, gel-al servislerde, klasik hamurlu orta boy ürünlerde "1 pizza fiyatına 3 pizza" kampanyası yapmıştır. Reklam broşüründe bu fiyatların belirtilen tarihler dışında geçerli olmadığı da açıkça belirtilmiştir. İlgili kampanya sınırlı bir üründe sadece yedi günlük bir süre ve ülke genelinde yapılmıştır. Sınırlı çeşit ürünlerde sadece yedi gün için yapılan bu kampanyanın, fiyatlar maliyet altı olarak kabul edilse dahi, yukarı da yer verilen "*belirlenen maliyet altı fiyatlandırmanın ilgili pazardaki diğer teşebbüsleri piyasa dışına itecek kadar uzun sürmesi*" şartını karşılaması mümkün değildir. Nitekim mevcut durumda da ülke genelinde de çok sayıda fast-food restoranı Domino's Pizza'nın şikayete konu kampanyasına rağmen faaliyetlerine devam edebilmektedir. Bu bağlamda Domino's Pizza'nın şikayete konu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği kanaatine varılmıştır.

110 Diğer yandan başvuruda belirtilen bir başka husus ise kısa süreli yapılan bu indirimle tüketicilerin gözünde en ucuz firmanın Domino's Pizza olduğu yönünde gerçek dışı bir imaj oluşturulduğu, tüketicilerin aldatıldığı iddiasıdır. 4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı 2. maddesinin, "*Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukukî işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer*" hükmü ile Rekabet Kurulu'nun görev alanı belirlenmiştir. Kanun'un yer verilen kapsam maddesi paralelinde Kanun'un 4. maddesi "*...mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemler*"i, Kanun'un 6. maddesi "*Bir veya birden fazla teşebbüsün ...mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması*"nı, Kanun'un 7. maddesi ise "*Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak ... bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsü... devralması*"nı yasaklamaktadır. Kanun'un kapsam maddesinden de anlaşılacağı üzere Domino's Pizza'nın başvuruya konu eylemleri ile tüketicileri aldattığı yönündeki iddiaları 4054 sayılı Kanun'un yukarıda yer verilen madde hükümlerinin kapsamı dışında kalmaktadır. Başvuru konusunu oluşturan bu yöndeki iddiaların, 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda (TTK) yer verilen "*Haksız rekabet, aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suiistimalidir.*" hükmüyle düzenlenmiş haksız rekabet kapsamında değerlendirilebileceği kanaatine varılmıştır. TTK'nın 57. maddesi 3. bendinde "*Kendi şahsi durumu, emtiası, iş mahsulleri, ticari faaliyeti veya ticari işleri hakkında yanlış veya yanıltıcı malumat vermek veyahut; üçüncü şahıslar hakkında aynı şekilde hareket etmek suretiyle rakiplerine nazaran onları üstün duruma getirme*"nin hüsnüniyet kaidelerine aykırı bir hareket olduğu belirtilmektedir. Bu maddeden kaynaklanan uyuşmazlıklar için Ticaret Mahkemelerine gidilebilmektedir.

150 Ayrıca tüketiciyi aldattığı düşünölen türden aldatıcı, yanlış beyanları içeren reklamlar ve ilanlar 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi ile yasaklanmaktadır. Söz konusu Kanun maddesinin ihlaline ilişkin şikayetler, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağılı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü ve Reklam Kurulu'na yapılabilmektedir. Bununla birlikte başvurunun, Reklamverenler Derneğı ile Reklamcılar Derneğı üyelerinin dürüst olmayan reklamlara karşı oluşturdukları ve söz konusu reklamların düzeltilmesi ya da yayınlanmaması yönünde reklam verenlere tavsiye niteliğinde görüş bildirmekte olan Reklam Özdenetim Kurulu'na da yapılması mümkündür.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

160 Dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.