

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

(Yargı Kararları Üzerine Verilen)  
**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2013-3-7 (Soruşturma)  
Karar Sayısı : 15-38/631-214  
Karar Tarihi : 16.10.2015

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

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

**B. RAPORTÖRLER** : Dr. Bülent GÖKDEMİR, Burak SAĞLAM, Tuba YEŞİL

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Fermet Gıda Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Gönenç GÜRKAYNAK  
Çitlenbik Sokak No:12 Yıldız Mah. Beşiktaş 34349, İstanbul

**D. HAKKINDA SORUŞTURMA**

**YAPILANLAR** : - Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.  
Saray Mah. Dr. Adnan Büyükdeniz Cad. No:13 4768 Ümraniye,  
İstanbul  
- Reklam Özdenetim Kurulu  
Nispetiye Cad. Yanarsu Sok. M. Çelik Apt. No:58 D:2 34337  
Etiler, İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU: Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş. ve Reklam Özdenetim Kurulunun birlikte veya tek başına rakip faaliyetlerini zorlaştırdıkları iddiası.**
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle; Reklam Özdenetim Kurulunun (RÖK) bünyesinde yer alan reklam veren teşebbüslerin ve reklam alan yayın organlarının reklam pazarında büyük paya sahip olmaları sebebiyle, reklam verenler ile reklam yayın organları arasındaki menfaat ilişkisinin ön plana çıktığı; RÖK'ün bilhassa endüstriyel dondurma pazarında faaliyeti bulunan Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.'nin (UNİLEVER) etkisinde kalmak suretiyle, sözde tavsiye niteliğindeki kararı ile Fermet Gıda Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.'nin (FERMET GIDA) reklamlarının durdurulmasına sebebiyet verdiği iddia edilmektedir. Bu hususların yanı sıra inceleme sırasında şikâyetçi taraf, "*bizatihi RÖK'ün varlığının ve genel olarak işleyiş mekanizmalarının*" 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'a aykırı olduğunu da öne sürmüştür.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 16.01.2012 tarih ve 347 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 28.02.2013 tarih ve 2013-3-7/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 13.03.2013 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 13-14/312-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 06.06.2013 tarih ve 2013-3-7/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, 13.06.2013 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 13-36/470-206 sayı ile RÖK ve UNİLEVER hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikâyetin reddine karar verilmiştir.
- (5) Daha sonra bahse konu Kurul kararının, Ankara 10. İdare Mahkemesi'nin 27.05.2014 tarih ve 2013/1641 E.2014/590 K. sayılı kararı ile iptal edilmesi üzerine, anılan iptal hükmüne karşı temyiz yoluna gidilmiştir. Danıştay 13. Dairesinin 30.12.2014 tarih ve

## 15-38/631-214

2014/3861 E., 2014/4644 K. sayılı kararı ile, temyize konu iptal kararının onanmasına karar verilmiştir.

- (6) Ankara 10. İdare Mahkemesi'nin iptal kararı sonrasında hazırlanan 24.09.2014 tarih ve 2013-3-7/BN sayılı Bilgi Notu Kurul'da görüşülmüş, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca UNİLEVER ve RÖK hakkında soruşturma açılmasına 01.10.2014 tarih ve 14-37/711-M sayı ile karar verilmiştir.
- (7) Soruşturma kapsamında taraflara 15.10.2014 tarihinde yapılan soruşturma bildirimini, RÖK tarafından 16.10.2014, UNİLEVER tarafından 17.10.2014 tarihinde tebellüğ edilmiştir. UNİLEVER tarafından gönderilen ilk yazılı savunma 14.11.2014 tarih ve 6497 sayı ile, RÖK tarafından gönderilen ilk yazılı savunma ise 17.11.2014 tarih ve 6531 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. Takiben, soruşturma süresinin uzatılmasına ilişkin hazırlanan 2013-3-7/BN sayılı Bilgi Notu Kurul'un 05.03.2015 tarihli toplantısında görüşülerek aynı tarih ve 15-10/148-M sayılı kararla soruşturma süresinin iki ay uzatılmasına karar verilmiştir. Söz konusu karara ilişkin bildirim UNİLEVER tarafından 09.03.2015 tarihinde, RÖK tarafından ise 10.03.2015 tarihinde tebellüğ edilmiştir.
- (8) Hazırlanan 26.5.2015 tarih ve 2013-3-7/SR sayılı Soruşturma Raporu ve ekleri, Kanun'un 45/1. maddesi uyarınca Kurul üyeleri ile ilgili taraflara tebliğ edilmiş ve aynı maddenin ikinci fıkrası gereğince hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslerden otuz gün içinde ikinci yazılı savunmalarını göndermeleri istenilmiştir. Bu bağlamda UNİLEVER ve RÖK tarafından gönderilen ikinci yazılı savunmalar, Rekabet Kurumu kayıtlarına sırasıyla 06.07.2015 tarih ve 3152 sayı, 10.07.2015 tarih ve 3249 sayı ile intikal etmiştir. Her iki yazılı savunmada da Soruşturma Raporu'ndaki tespit ve değerlendirmelere karşı bir beyanda bulunulmamış, sözlü savunma talebi olmadığı ifade edilmiştir. Bununla beraber şikâyetçi FERMET GIDA tarafından, 06.02.2013 tarih ve 739 sayılı yazı ile sözlü savunma talep edilmiş olduğundan bu talebi içeren 10.09.2015 tarih ve 2013-3-7/BN sayılı Bilgi Notu 06.10.2015 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 15-37/574-M sayı ile 4054 sayılı Kanun'un 46. maddesine göre sözlü savunma toplantısı yapılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir. Rekabet Kurulu 16.10.2015 tarihli toplantısında, 15-38/631-214 sayılı nihai kararını vermiştir.
- (9) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
1. Unilever San. ve Türk Tic. A.Ş. ve Reklam Özdenetim Kurulu'nun 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiklerine dair herhangi bir bulguya ulaşamadığı,
  2. Dolayısıyla, adı geçen teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığı ifade edilmektedir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. 13.06.2013 tarih ve 13-36/470-206 sayılı Kurul Kararı

- (10) Ankara 10. İdare Mahkemesi tarafından iptal edilen Kurul kararında şikayete konu uygulamalar değerlendirilmiş ve iddialara ilişkin olarak;
- Şikayetin ilgili olduğu pazara ilişkin geçmişte alınan Kurul kararları incelendiğinde 15.05.2008 tarih ve 08-33/421-147 sayılı, 28.08.2012 tarih ve 12-42/1258-410 sayılı Kurul kararlarında ilgili ürün pazarının "*endüstriyel dondurma*" pazarı olarak tanımlandığı ve bu pazarda UNİLEVER'in Algida markası ile hâkim durumda olduğu tespitlerinin yapıldığı,
  - Dolayısıyla şikayet konusu eylemlerin UNİLEVER'in tek başına rakip faaliyetini zorlaştırması kapsamında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi, UNİLEVER ile RÖK veya RÖK üyelerinin kendi aralarında yaptıkları anlaşma dolayısıyla da rakip faaliyetinin

zorlaştırılması bağlamında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenebilmesinin mümkün olduğu,

- Söz konusu iddiaların değerlendirilmesi amacıyla UNİLEVER ve RÖK'te yapılan yerinde incelemelerde, başvuru ve savunma gönderme gibi olağan yazışmalar dışında; mevcut önaraştırma konusu iddiaları destekler nitelikte, RÖK ve UNİLEVER yetkilileri arasında özel olarak bu konu hakkında gerçekleştirilmiş bir iletişimi gösteren herhangi bir bilgi, belge veya bulguya rastlanmadığı,
- UNİLEVER tarafından FERMET GIDA ürününe ilişkin oldukça ayrıntılı bir şikayet yapıldığı, mevcut şikayette dayanılan ana unsurların; *"ürünün doğal olmadığı"*, *"en doğal olduğunun ispat edilmesi gerektiği"* ve *"trans yağ içermediği ifadesinin haksız kullanıldığı"* şeklinde özetlenebileceği,
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yayınlanan Türk Gıda Kodeksi Renklendiriciler ve Tatlandırıcılar Dışındaki Gıda Katkı Maddeleri Tebliği ekinde yer alan listede, *"keçiboynuzu gamı ve taragam"* adlı maddelerin katkı maddesi olarak sayıldığı,
- RÖK değerlendirmesinde, trans yağ kullanımı konusunda ise Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği uyarınca *"trans yağ kullanılmadığı"* beyanının yer alması gereken gıda grupları içerisinde dondurma ürününe yer verilmediği; herhangi bir üreticinin bu beyana yer vermesi halinde, sanki diğer ürünlerde trans yağ varmış imajını yaratarak haksız bir farklılık yarattığı sonucuna ulaşıldığı, bu itibarla RÖK tarafından objektif bir değerlendirme yapılmaya çalışıldığı görüldüğü,
- RÖK'e yapılan şikâyette yer alan ilgili ürünün doğal sayılmayacağı iddiasına karşılık olarak, kullanılan söz konusu katkı maddelerinin de doğal olduğunun ifade edilmekle yetinildiği; *"en doğal"* ifadesine karşı ise diğer markalarla karşılaştırmalı olarak yapılmış bilimsel bir analizin talep edilmesine rağmen, böyle bir analiz sunmak yerine, *"diğer markaların doğallık iddiasında bulunmadıklarının"* belirtildiği, bu sebeplerle ürünün reklamında ilgili değişikliklerin yapılmasına yönelik olarak RÖK tarafından bir tavsiye kararının alınarak FERMET GIDA'ya gönderildiğinin anlaşıldığı,
- Söz konusu karara uyulmadığının tespit edilmesi üzerine, yine uygulama esaslarına uygun bir şekilde ilgili mecralara RÖK kararının iletildiği ve bu mecraların karara uyması sebebiyle bahsi geçen reklamın yayından kaldırıldığı,
- FERMET GIDA hakkındaki RÖK değerlendirmesi incelendiğinde, anılan şikâyet özelinde FERMET GIDA'nın savunmasını sunması için tanınan iki günlük süre ile ürünün performans testleri gibi savunmada yer alması beklenen esasların RÖK'ün internet sitesinde de duyurduğu uygulama esaslarına uygun olduğunun görüldüğü,
- Bu itibarla, FERMET GIDA ürünü ile ilgili olarak RÖK uygulama esaslarına aykırı bir inceleme yürütüldüğünü söylemenin mümkün olmadığı, ayrıca; farklı şikayetlerle ilgili, RÖK tarafından yapılan önceki incelemeler ve verilen kararlar incelendiğinde; anılan RÖK incelemesinin, diğer teşebbüsler hakkında yapılanlardan farklı veya taraflı olduğunun söylenebilmesinin mümkün görünmediği,
- Örneğin; FERMET GIDA tarafından, UNİLEVER'in ürettiği (.....) isimli ürünün resmi internet sitesinde kullanılan *"en doğal"* sloganının yanıltıcı olduğuna yönelik RÖK nezdinde yaptığı şikayetin iki gün içerisinde savunma yapmak üzere Unilever'e iletildiği, söz konusu sürecin UNİLEVER'in *"en doğal"* ifadesini reklamlarından kaldırmasıyla sonuçlandığı,
- RÖK tarafından yapılan bir başka değerlendirmenin (.....)'nin (.....) isimli bitkisel içerikli ürünü hakkında olduğu; adı geçen şirketten, reklam filminde yer verilen ürünün tedavi

edici ve iyileştirici özelliğine ilişkin kanıtlayıcı belgelerin sunulması talebine rağmen söz konusu talebin karşılanmaması üzerine öncelikle reklam filminde düzeltme yapılmasının talep edildiği, bu karara uyulmaması üzerine ise reklam filminin yayınının durdurulması için ilgili mecralara yazı iletildiği,

- RÖK'ün bu kararı üzerine adı geçen firma tarafından haksız rekabetin tespiti, durdurulması, maddi ve manevi tazminat talepli 48. Asliye Ticaret Mahkemesinde açılan davada, RÖK'ün çalışma ilke ve esasları doğrultusunda yaptığı değerlendirmenin hukuka aykırı herhangi bir unsur taşımadığına ve davanın reddine karar verildiği,
- Tüm bu bilgiler ışığında, RÖK'ün üyeleri arasındaki bir anlaşma dolayısıyla veya RÖK ile UNİLEVER arasındaki bir anlaşma ile FERMET GIDA'nın faaliyetlerinin zorlaştırılmaya çalışıldığına işaret edecek herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılabilmesi sebebiyle, şikayet konusu eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında bir ihlal oluşturmadığı kanaatine varıldığı,
- Ayrıca, UNİLEVER veya RÖK'ün herhangi bir pazarda hâkim durumda olduğu kabul edilse dahi, mevcut dosya kapsamında kötüye kullanma olarak tanımlanabilecek bir faaliyet tespit edilemediğinden, Kanun'un 6. maddesi kapsamında da bir ihlalden söz edilemeyeceği,
- RÖK benzeri kuruluşlar tüm AB üyesi ülkelerde ve hatta birçok Afrika ülkesinde yaygın haldeyken; diğer taraftan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde reklam uyuşmazlıklarının götürülebileceği Reklam Kurulu adında bir de kamusal otorite bulunurken, söz konusu uyuşmazlıkların daha pratik bir şekilde çözümünü amaçlayan RÖK'ün bizatihi varlığının 4054 sayılı Kanun'a aykırı olduğu iddiasının da yerinde görülmediği

ifade edilmiştir.

## I.2. Ankara 10. İdare Mahkemesi Kararı

(11) Ankara 10. İdare Mahkemesi'nin 27.05.2014 tarih ve 2013/1641 E.2014/590 K. sayılı kararında;

- Dava konusu uyuşmazlıkta davacı tarafından esas olarak, piyasada hakim durumda olan UNİLEVER firmasının RÖK nezdinde etkin bir şekilde temsil edildiği ve RÖK eliyle kendilerinin piyasadaki faaliyetlerinin engellenmek istenildiğinin iddia edildiği, reklamların yayımlanmaması konusundaki tavsiye kararının yine UNİLEVER'in reklam mecraları üzerindeki ağırlığı sebebiyle tavsiye niteliğinden çıktığının ve reklamların haksız olarak durdurulduğunun ileri sürüldüğü,
- Davalı idarece yapılan incelemede ise; UNİLEVER'in, davacının iddia ettiği gibi piyasadaki etkinliğinin ve hakim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığının, RÖK'ün yapısının ve bu yapıda piyasada hakim durumda olan firmaların rekabeti ihlal edici nitelikte yaptırımlarda bulunup bulunamayacağına derinlemesine araştırılmadığının görüldüğü, davacının iddia ettiği şekliyle rekabet hukuku açısından ciddi ve önemli nitelikteki iddiaların ancak soruşturma açılarak yapılacak inceleme ve değerlendirme sonucunda aydınlatılabileceği, etraflıca incelenme ve değerlendirilme yapılmaksızın tesis edilen soruşturma açılmamasına ilişkin kararda hukuka uyarlık bulunmadığı sonuç ve kanaatine varıldığı,

ifade edilmektedir.

### I.3. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüsler

#### I.3.1. UNİLEVER

- (12) UNİLEVER'in üretim ve satış faaliyetleri, hızlı tüketim malları sektöründe gıda, ev temizlik ve kişisel bakım ürünleri ana başlıkları altında toplanmaktadır. UNİLEVER'in Türkiye'de faaliyette bulunduğu kategorilerdeki öncül markaları arasında Algida, Becel, Ben&Jerrys, Calve, Carte d'Or, Cornetto, Knorr, Lipton, Sana, Omo, Rinso, Cif, Domestos, Sunlight Cif, Yumoş, Axe, Clear, Dove, Elidor, Lux, Rexona, Signal bulunmaktadır.

#### I.3.2. RÖK

##### I.3.2.1. Yapısı

- (13) RÖK, Reklamcılar Derneği ve çeşitli mecralar tarafından 1994 yılında kurulmuş bir organizasyondur. Oluşumun kamuoyu ile paylaşılan Kuruluş Manifestosuna göre RÖK, gelişmiş ülkelerin çoğunda uzun bir süredir uygulanan Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın reklam verenler, reklamcılar, mecralar ve reklam ajansları tarafından benimsenmesi ve yerleşmesini hedeflemekte, bu esaslara uymayan reklamların yayınının en kısa sürede durdurulmasını amaçlamaktadır.
- (14) Bu amaç doğrultusunda RÖK'ün görevleri, yanıltıcı reklamlarla ilgili tüketici şikayetleri ile reklam verenler veya reklam ajanslarının birbirleri hakkındaki şikayetlerinin incelenmesi ve yayın öncesi danışma taleplerinin değerlendirilmesidir.
- (15) 2007 yılında Reklamverenler Derneği, Reklamcılar Derneği ve Uluslararası Reklamcılık Derneği arasında imzalanan Platform Mutabakat Protokolü uyarınca RÖK sekreteryasının finansmanı Reklamverenler Derneği tarafından karşılanmakta olup, kurulun işleyişi Reklamverenler Derneği ofisinde sürdürülmektedir.
- (16) RÖK, faaliyetlerini "*Reklam Özdenetim Kurulu Çalışma İlke ve Esasları (İçtüzük)*" uyarınca yürütmektedir. Anılan İçtüzük'ün 2. maddesi uyarınca RÖK; Reklamverenler Derneğinden yedi kişi, Reklamcılar Derneğinden yedi kişi, çeşitli mecraları temsil eden on kişi, tüketici kuruluşlarından veya Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğünden bir kişi, üniversiteleri temsilen bir kişi, İstanbul Barosunu temsilen iki kişi ve Türkiye Araştırmacılar Derneğini temsilen bir kişi olmak üzere toplam yirmi dokuz temsilciden oluşmaktadır.
- (17) RÖK üyeleri arasından seçilen iki reklam veren, iki reklam ajansı, biri yazılı diğeri görsel mecradan iki mecra temsilcisi olmak üzere başkan hariç altı üyeden oluşan RÖK yürütme kurulu tarafından şikayetlere ilişkin temel değerlendirmeler yapılmakta, yürütme kurulunun kararlarına yapılan itirazların değerlendirilmesi ve yürütme kurulunca ilke kararına gerek duyulan reklamların değerlendirilmesi ise RÖK tarafından yapılmaktadır. RÖK her ayın birinci ve üçüncü Salı günü en az on üyenin katılımı ile toplanmaktadır.
- (18) Yürütme kurulu her gruptan (reklam veren, reklam ajansı ve mecra) en az bir üyenin bulunması koşulu ile en az dört üyenin katılımı ile her ayın ikinci ve dördüncü haftası toplanmaktadır. Reklam verenlerin temsilcilerini Reklamverenler Derneği, reklam ajanslarının temsilcilerini Reklamcılar Derneği, medya temsilcilerini ise Uluslararası Reklamcılık Derneği belirlemektedir. Dernekler kendilerini temsil edecek kişilerin yetkinliğine ve uygunluğuna kendileri karar verirken, mecra temsilcilerinin belirlenmesinde her mecranın toplam reklam gelirlerindeki payı ve yayın gruplarının sahip olduğu mecranın izlenme payları ve tirajları dikkate alınmaktadır.

##### I.3.2.2. İşleyişi

- (19) RÖK'ün temel fonksiyonu, reklamlar hakkında yapılan şikayetlerin Milletlerarası Ticaret Odası (ICC) tarafından yayımlanan Uluslararası Reklam Uygulama Esasları çerçevesinde uygunluk değerlendirilmesinin yapılmasıdır. Bu esaslar ilk kez 1937 yılında yayımlanmış

ve en son 2011 yılında revize edilmiştir. Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın uygulanmasını amaçlayan özdenetim mekanizmaları Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde yaygın olarak görülmektedir. AB ülkelerinde özdenetim kuruluşları yargı ve idari makamlar ile işbirliği halinde çalışmakta olup, bu kuruluşlar reklam özdenetim kuruluşlarının etkinliklerinin artırılması için oluşturulan Avrupa Özdenetim Kuruluşları Birliği (*European Advertising Standards Alliance-EASA*) üyesidir.

- (20) Bu durum Türkiye için de geçerli olup; halen Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde bulunan Reklam Kurulu, reklam uyuşmazlıklarının çözümünde başvurulabilecek kamusal otorite iken, RÖK ise bu uyuşmazlıkların daha hızlı çözümlenmesine dönük bir öz denetim mekanizmasını temsil etmektedir. RÖK 1997 yılından itibaren Avrupa Özdenetim Kuruluşları Birliğinin üyesidir. Söz konusu kuruluşlarda olduğu gibi, RÖK kararları tavsiye niteliğinde olup, herhangi bir hukuki bağlayıcılık taşımamaktadır. Nitekim İktüzük'ün "*Kurul görüşlerinin açıklanması ve bağlayıcılığı*" başlıklı 11. maddesinin ikinci paragrafında yer alan "*Kurul görüşlerinin, kamuoyuna yapılan duyuru ve taahhüdün doğal sonucu gereği yasal açıdan olmasa da teamül olarak bağlayıcılığı vardır. Bu bağlayıcılığın geçerliliği, tarafların mesleki ve ticari ahlak değerlerine verecekleri önemle sağlanır*" şeklindeki hüküm de, RÖK görüşlerinin "*tavsiye*" karakterine hukuki dayanak teşkil etmektedir.
- (21) Adı geçen İktüzük'e göre, gerçek veya tüzel kişiler tarafından yazılı olarak yapılması gereken RÖK başvurularının, izleyen ilk toplantıda görüşülebilmesi için en geç Çarşamba günü saat 16.00'ya kadar iletilmesi gerekmektedir. RÖK uygulamalarında esas alınan Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın "*Kanıtlama/Destekleme*" başlıklı 8. maddesine göre "*Reklamverenler, ICC (Milletlerarası Ticaret Odası) Esasları'nın uygulanmasından sorumlu olan özdenetim organlarının herhangi bir doğrulamayı talep etmeleri durumunda, bu belgeleri hemen sunabilmelidirler*". Bu çerçevede şikayet edilen reklamın reklam vereninden ve varsa reklam ajansından en geç iki iş günü içerisinde gerekli belge ve bilgiler ile birlikte yazılı görüşünü bildirmesi istenmektedir. Reklamın sahibi tarafından iletilen bilgi ve belgeler, sekreteryaya tarafından hazırlanan bir rapor halinde Kurula sunulmaktadır. Uyuşmazlığın (reklam veren ya da reklam ajansı olarak) taraflarından birinin mensubu olan RÖK üyesi, müzakere ve karar aşamalarında ilgili kurul toplantısına katılamamaktadır.
- (22) Kurul toplantısı sonucunda oluşan tavsiye niteliğindeki görüş, toplantının ertesi günü, yazılı olarak dosyanın tarafları ile paylaşılmaktadır. Kurul toplantısında özdenetim esaslarına aykırı bulunan reklamın düzeltilmesi ve/veya yayından kaldırılması için reklamın sahibi reklam verene iki iş günü süre tanınmaktadır.
- (23) Bu süre sonunda reklam veren tarafından reklamda gerekli düzeltme yapılmamış veya reklam yayından kaldırılmamış ise reklamın yayınlandığı ilgili mecraya yayının durdurulması yönündeki tavsiye niteliğindeki Kurul görüşü yazılı olarak iletilmektedir.
- (24) RÖK'ün işleyiş süreci, medya mecrasına tavsiye niteliğindeki Kurul görüşünün iletilmesi ile sona ermektedir. Bu aşamadan sonra RÖK tarafından reklamın yayınlanıp yayınlanmadığı veya düzeltilerek yayınlanıp yayınlanmadığı hususlarında herhangi bir takip yapılmamaktadır.

#### **I.4. İlgili Pazar**

##### **I.4.1. İlgili Ürün Pazarı**

- (25) İnceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa, pazar tanımı

## 15-38/631-214

yapılmayabilmektedir. Bu bağlamda mevcut dosya bakımından, yapılacak değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden, ilgili ürün pazarı belirlenmemiştir.

### I.4.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (26) Dosya bazında yapılacak değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden, ilgili coğrafi pazar tanımlanmamıştır.

## I.5. Şikayete Konu Olaylara İlişkin Süreç, Elde Edilen Bilgi Belgeler ve Teşebbüs Yetkilileriyle Yapılan Görüşmeler

### I.5.1. Şikayete Konu Olaylara İlişkin Süreç

- (27) Mevcut şikayete konu vakaların kronolojik olarak izlediği sürece aşağıda yer verilmiştir:
- UNİLEVER tarafından, FERMET GIDA markası olan (.....) dondurmalarının TV reklamları, internet sitesi tanıtımları, ambalajları, tanıtım broşürleri ve reklam filminde kullanılan "*en doğal, en natürel dondurma*", "*gerçek çilekli dondurma*" ve "*gerçek fındıklı dondurma*" ifadelerinin doğruluğunun ispatlanması talebi ile RÖK'e şikayette bulunulmuştur.
  - Söz konusu şikâyet üzerine RÖK tarafından, (.....) markalı dondurma ürününün, internet sitesindeki reklamında yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı yönündeki iddialarla ilgili olarak FERMET GIDA'dan görüş ve savunmaları istenmiş ve bunun için iki gün süre verilmiştir.
  - Bu süre zarfında FERMET GIDA tarafından tedarikçilerden alınan taahhütname ve kullanılan ürünlerin doğruluğunu kanıtlayan sertifikalar ile açıklamalar yapılmış; ancak RÖK tarafından, verilen cevaplara ilişkin ürün analizlerinin sunulmamış olmasına istinaden, savunmaların yeterli şekilde kanıtlanıp desteklenmediği ve tüketicileri yanlış yönlendirebilecek beyanların Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın "*dürüstlük*" başlıklı 3. maddesine aykırı olduğu gerekçesiyle (.....) dondurmalarına ait her türlü mecrada yayınlanan reklamlarda ve ürünün ambalajında gerekli düzenlemeler yapılmadan reklamların yayınlanmamasının rica edildiği bir yazı FERMET GIDA'ya 12.12.2012 tarihinde tebliğ edilmiştir.
  - Tebliğ edilen yazıda FERMET GIDA'ya 15.12.2012'ye kadar süre verilerek, gerekli düzenlemelerin yapılmaması veya yayının durdurulmamış olması halinde reklam filminin durdurulması için medya kuruluşlarına 17.12.2012 tarihinde yazı gönderileceği bildirilmiştir.
  - Bunun üzerine FERMET GIDA, RÖK tarafından kendisine 12.12.2012 tarihinde tebliğ edilen yazıda kapsamlı bir ürün analizinin istenilmediğini ifade eden şikâyetini RÖK'e 14.12.2012 tarihinde sunmuş; bunun üzerine RÖK tarafından 19.12.2012 tarihli yazı ile bilimsel geçerliliğe sahip raporların sunulması istenilmiştir.
  - RÖK, 21.12.2012 tarihinde yayın kanallarına göndermiş olduğu yazı ile (.....) dondurma reklam filmlerinin bu hali ile yayınlanmaması konusunda gereğinin yapılmasını rica etmiştir.
  - Başvuru dilekçesi kapsamında, yukarıda özetlenen süreçte ortaya çıkan gelişmeler ve alınan kararların, RÖK'ün UNİLEVER tarafından manipüle edilmesine bağlı olarak ortaya çıktığı ve UNİLEVER'in, RÖK aracılığıyla rakip faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddia edilmektedir.

### I.5.2. Teşebbüs Yetkilileriyle Yapılan Görüşmeler

- (28) İnceleme kapsamında başvuru dilekçesinde yer verilen hususlarla ilgili olarak, soruşturmaya taraf olan teşebbüslerin temsilcileriyle 19.02.2015 tarihinde Reklamverenler Derneği bünyesinde toplantı gerçekleştirilmiş; söz konusu görüşmede RÖK'ün teşkilat

yapısı ve şikayete konu hususların anlaşılmasına yönelik ilave bilgi ve belgeler elde edilmiştir. Bu kapsamda, teşebbüs yetkilileri tarafından özetle;

- RÖK'ün, hukuki anlamda sektöre ilişkin tavsiye niteliğinde görüşlerin oluşturulduğu bir platform niteliğinde olduğu, mevzuat kapsamında oluşturulmuş Reklam Kurulu gibi yerel mevzuatı uyguladığı, söz konusu iki kurumun, prosedürel zemindeki ilerleyiş hızı açısından; RÖK'ün bir özdenetim mekanizması olarak görece daha seri olması yönüyle birbirinden farklılaştığı, bu anlamda reklam verenler ve/veya tüketicilerin, bağlayıcı karar alabilen Reklam Kurulu'na başvurmak yerine ekseriyetle RÖK'e başvurdukları,
- Somut vakada şikayetçi konumda bulunan FERMET GIDA'nın söz konusu şikayete rağmen RÖK'e halen başvurularda bulunduğu, diğer yandan UNİLEVER hakkında eskiden olduğu üzere güncel olarak da RÖK tarafından alınagelen aleyhte görüşlerin mevcudiyetinin de RÖK'un tavsiye niteliğindeki görüşlerinin tarafsız ve objektif karakterini teyit eder mahiyette olduğu,
- RÖK bünyesinde alınan görüşlerle ilgili toplantı yeter sayısının 10 kişi, karar yeter sayısının ise oy çokluğu olduğu

ifade edilmiştir.

(29) Anılan görüşme kapsamında ibraz edilen bilgi ve belgeler arasında, UNİLEVER bünyesindeki (.....) marka deodorant ürününe ilişkin (.....) adlı reklam filmi hakkındaki bir şikayet üzerine alınan 04.02.2015 tarih ve 15/RÖK-D3148/047 sayılı RÖK kararı da bulunmaktadır. Adı geçen kararda özetle;

- (.....) deodorantının siyah ve beyaz giysilerde deodorant lekesi bırakmadığının anlatıldığı söz konusu reklam filminde kullanılan “Yeni (.....), iz bırakmayan deodorant (.....), sarı leke oluşumuna göre diğer iz bırakmayan deodorantlardan çok daha etkili” iddiasına ilişkin ilgili şirketten talep üzerine edinilen test sonuçlarının beyaz renkli giysiler için kanıtlanabilir olduğu; ancak anılan sonuçların siyah renkli giysileri kapsamadığı,
- Dolayısıyla da her iki renk grubuna ilişkin sesli ve görsel efektler içeren bahse konu reklamın siyah renk iddiası bakımından Özdenetim Esasları'nın “Kanıtlama/Destekleme” başlıklı 8. maddesine aykırı olduğu

değerlendirilerek, gerekli düzeltmeler yapılmadıkça reklamın bu haliyle yayımlanmamasının talep edildiği, 07.02.2015 Cuma tarihine kadar düzeltme yapılmaz veya yayın durdurulmaz ise yayının durdurulması için 09.02.2015 Pazartesi günü medyaya yazı gönderileceği bildirilmiştir.

### **I.5.3. Elde Edilen Bilgi ve Belgeler**

#### **I.5.3.1. Şikayet Konusu ve Tarafları Hakkında İlgili Bakanlık, RÖK ve Reklam Kurulu Kararları**

(30) Yukarıda kronolojik süreçte özetlendiği üzere, UNİLEVER'in FERMET GIDA markası olan (.....) dondurmalarına ilişkin reklamlarda geçen bazı ifadeler hakkındaki şikayetine istinaden verilen ve ilgili ifadelerin değiştirilerek düzeltilmesi, aksi takdirde de bu kullanımların durdurulması gerektiği yönündeki RÖK kararına rağmen; FERMET GIDA'nın, ilgili web sitesi ve ürünlerinde herhangi bir değişiklik yapmadığı gerekçesiyle UNİLEVER tarafından 2013 yılının Ocak ayında Gıda ve Tarım Bakanlığı'na başvuruda bulunulmuştur. Gıda ve Tarım Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen inceleme neticesinde, FERMET GIDA'nın şikayete konu uygulamalarının mevzuata aykırı bulunduğu ve teşebbüs aleyhine yasal işlem başlatılarak konuyla ilgili cezai müeyyideler uygulandığı ilgili Bakanlığın Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğüne belirtilmiştir.



- (31) Gıda ve Tarım Bakanlığı kararına ilaveten, FERMET GIDA'nın (.....) ürünlerine ilişkin olarak gerek etiket üzerinde yer alan beyanlar, gerekse internet sitesinde yer alan ifadeler ile tüketicinin algısını yanıltıcı, bu ürünü diğer ürünlerden farklı lanse ederek haksız rekabet yaratıcı ve tüketicinin eksik bilgisini istismar edici reklam ve tanıtımlarda bulunmaya devam ediyor olması gerekçesiyle 2013 yılının Mart ayında UNİLEVER tarafından Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetim Denetleme Genel Müdürlüğü'ne (Genel Müdürlük) başvuruda bulunulmuştur.
- (32) Genel Müdürlük nezdindeki Reklam Kurulu tarafından konu, ilgili mevzuat çerçevesinde değerlendirilmiş ve sonuç itibariyle, şikayet konusu reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı olduğu kanaatine varılarak reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadeler ile, söz konusu ürünün içeriğinde bulunmayan "*koruyucu, gıda boyası, emülgatör, margarin*" vb. maddeleri içeren ürünlerin tüketicide endişeye neden olabilecek şekilde kötülendiği, bu durumun ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; dolayısıyla anılan reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, FERMET GIDA hakkında (.....) TL idari para cezası ile reklamlarının durdurulmasına hükmolunmuştur.
- (33) UNİLEVER tarafından gönderilen ilk yazılı savunma kapsamında; FERMET GIDA'nın, yukarıda yer verilen Reklam Kurulu kararı doğrultusunda ilgili reklam ve tanıtımlarda bazı düzeltmeler gerçekleştirmişse de, tüketicinin yanıltılmasına ve haksız rekabete dair esaslı unsurlara yer vererek uygulamasına devam ettiğinin görüldüğü ileri sürülmektedir. Bu itibarla aynı savunma çerçevesinde, anılan mevzuat aykırılıklarına son verilmesi amacıyla UNİLEVER tarafından 2013 yılının Aralık ayında Reklam Kurulu'na tekrar bir başvuru gerçekleştirildiği, söz konusu başvuru neticesinde de Reklam Kurulu'nun konuyu tekrar değerlendirerek mevzuata aykırılıkların devam ediyor olması sebebiyle reklamların durdurulması gerektiği yönünde karar verdiği ifade edilmektedir.
- (34) UNİLEVER savunmasında ayrıca yukarıda aktarılan süreç sonucunda FERMET GIDA'nın, (.....) ürünlerine ilişkin reklam ve tanıtımlarını değiştirerek yeni reklamlar yayınladığını öne sürmüştü, ancak bu reklamlarda da daha önceki şikâyetlerde yer bulan ve ispat edilmeden kullanılmaması gereken bazı iddialara yer vermekte olduğu gerekçesiyle 2014 yılının Mayıs ayında RÖK'e tekrar başvuruda bulunduğunu ifade etmiştir. Daha sonra 14.05.2014 tarihli RÖK yazısında da FERMET GIDA'nın, bu sefer RÖK'e sunduğu belgelerle şikâyet konusu iddiaları kanıtlamasına istinaden, en güncel reklamlarda herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek bulunmadığı yönünde kanaate varıldığı belirtilmiştir.

## **I.6. Değerlendirme**

### **I.6.1. Teşebbüsler Tarafından Yapılan İlk Yazılı Savunmalar**

#### **I.6.1.1. UNİLEVER Tarafından Yapılan Savunma**

- (35) UNİLEVER'in ilk yazılı savunmasında özetle;
- UNİLEVER'in RÖK'e FERMET GIDA'nın (.....) ürününün reklam ve tanıtımlarının mevzuata aykırı olduğuna yönelik yaptığı başvuru sürecinde, FERMET GIDA tarafından da UNİLEVER'in (.....) ürününe ilişkin RÖK'e başvuruda bulunulduğu, bu başvuru sonrasında UNİLEVER'in tanıtımlarından "*en doğal*" ibaresinin kaldırdığı, her iki tarafın şikayetine konu olan "*en doğal*" ifadesine yönelik olarak RÖK'ün yaptığı değerlendirmeler göz önüne alındığında, her iki şikayette de RÖK Esasları'nın "*Kanıtlama*" başlıklı 8. maddesine atıf yapıldığı ve her iki tarafın ilgili ifadeyi herhangi bir kanıt ve/veya destek sunmadan kullanmaması gerektiği yönünde karar verildiği, söz konusu durumun RÖK'ün UNİLEVER ile işbirliği içerisinde hareket etmediğini ve şikayetleri tarafsız bir şekilde değerlendirdiğini gösterdiği,

- FERMET GIDA'nın reklam ve tanıtımlarında gerekli düzeltmeleri yapmaması üzerine konuya ilişkin Gıda ve Tarım Bakanlığı'na da başvuruda bulunduğu, Bakanlık tarafından gerçekleştirilen inceleme neticesinde, FERMET GIDA'nın tanıtımları mevzuata aykırı bulunarak FERMET GIDA hakkında yasal işlem başlatıldığı ve cezai müeyyide uygulandığı,
- Konuya ilişkin ayrıca Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetim Denetleme Genel Müdürlüğü'ne de başvurulduğu, konunun anılan Genel Müdürlük nezdindeki Reklam Kurulu tarafından değerlendirilmesi sonucunda FERMET GIDA'nın reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadeler ile “*koruyucu, gıda boyası, emülgatör, margarin, vb.*” maddeler içeren ürünlerin tüketicide endişeye neden olabilecek şekilde kötülendiği ve reklam ve tanıtımların mevzuata aykırı unsurlar içerdiği sonucuna varıldığı ve bu bağlamda Reklam Kurulu tarafından idari para ve reklamların durdurulması cezalarına hükmedildiği,
- Söz konusu karar neticesinde FERMET GIDA'nın reklam ve tanıtımlarında bazı düzeltmeler gerçekleştirdiği, fakat tüketicinin yanıltılmasına ve haksız rekabete dair esaslı unsurlara yer vermeye devam ettiği, bunun üzerine 2013 Aralık ayında UNİLEVER tarafından Reklam Kurulu'na tekrar başvurulduğu, Reklam Kurulu'nun bu sefer de reklamların durdurulması gerektiğine hükmettiği,
- Reklamların benzer unsurlarla devam etmesi üzerine 2014 Mayıs ayında RÖK'e yapılan başvuru sonucunda FERMET GIDA bu kez iddialarını sunduğu belgelerle kanıtladığından, RÖK tarafından bu sefer reklamlarda herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek olmadığı yönünde karar verildiği,
- RÖK nezdinde zaman zaman UNİLEVER'in reklam ve tanıtımları aleyhine de şikâyette bulunduğu, 2013 Nisan ayında (.....) reklamına (kakao yerine çikolata ifadesinin kullanılması) ve 2014 Mayıs ayında (.....) reklamına (bitkisel yağlı sütlü buz ifadesi yerine dondurma ifadesinin kullanılması) yönelik yapılan şikâyetlerin bunun iki örneğini oluşturduğu, anılan reklamların RÖK Esasları'nın “*Doğruluk*” başlıklı 5. maddesine aykırı bulunması nedeniyle verilen karar neticesinde UNİLEVER tarafından reklamların istenilen şekilde değiştirildiği, adil ve verimli bir rekabet ortamının oluşturabilmesi bakımından UNİLEVER'in sadece lider konumda bulunduğu dondurma sektöründe değil, faaliyet gösterdiği tüm sektörlerde tanıtımlarına yönelik alınacak RÖK kararlarına uymaya hazır olduğu,
- RÖK'ün reklam ve tanıtımların “*Esaslar*”a uygunluğunu herhangi bir şirket, marka veya kişinin herhangi bir pazarda lider konumda olup olmadığına bakmaksızın değerlendirdiği ve tavsiye niteliğinde bir görüş oluşturduğu, RÖK'ün daha sonra diğer resmi merciler tarafından verilen kararlarla uyumlu olan kararının değerlendirmenin tarafsız olduğunu gösterdiği, ayrıca UNİLEVER'in FERMET GIDA'nın reklamlarına yönelik 2012 ve 2014 yıllarındaki iki başvurusuna ilişkin olarak RÖK tarafından yapılan farklı değerlendirmelerin de RÖK'ün şikâyet edenin kimliğinden ve pazardaki durumundan bağımsız işleyişinin göstergesi olduğu,
- RÖK benzeri reklam ve tanıtımlara ilişkin özdenetim yapılarının AB ülkelerinde de uzun yıllardır bulunduğu, konuyla ilgili yasal düzenlemeleri olan ülkelerde özdenetim alanı sınırlı iken, yasal düzenlemeleri detaylı olmayan ülkelerde reklamların içeriğinin özdenetim kuruluşları tarafından düzenlendiği, hatta bazı ülkelerde özdenetim kurumları, yargı ve idari makamların işbirliği içerisinde hareket ettiği,
- UNİLEVER'in dondurma pazarındaki lider konumunun reklam ve tanıtıma konu mal ve hizmetleri kapsayan tüm pazarlara ilişkin reklam denetimi nezdinde hakim durumda olduğu anlamına gelmediği, RÖK'ün denetiminin de zaten tüm reklam ve tanıtım faaliyetlerini kapsadığı ve belirli bir ürün pazarındaki lider konumun diğer ürün ve

hizmet pazarlarındaki özdenetimi engelleyerek rekabeti engellemesinin mümkün olmadığı,

- UNİLEVER tarafından RÖK'e yapılan başvuru ile amaçlananın pazardaki haksız rekabet koşullarının sona erdirilmesi ve tüketicinin doğru bilgilendirilerek yanıltıcılıktan ve yanlış algıdan uzak bir şekilde ürünlere erişiminin sağlanması olduğu, bu doğrultuda mevzuata aykırılıkların tespiti halinde bunların ilgili mercilerle paylaşılmasının ve bu aykırılıkların giderilmesi için gerekli çalışmaların yürütülmesinin UNİLEVER'in en doğal hakkı olduğu ve söz konusu durumun 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde yer alan kötüye kullanma hallerinden biri kapsamında değerlendirilemeyeceği, UNİLEVER'in bir pazarda lider konumda oluşunun hiçbir şekilde tespit ettiği mevzuata aykırılıklar konusunda sessiz kalması gerektiği anlamına gelmediği, bir özdenetim mekanizması ile UNİLEVER'in pazardaki lider konumunu kötüye kullanarak işbirliği gerçekleştirdiği ve rekabeti kısıtladığı iddialarının dayanağının bulunmadığı,
- FERMET GIDA'nın UNİLEVER ve RÖK'ün birlikte hareket ederek rekabeti engellediği iddiasıyla 2013 yılında Rekabet Kurumu'na yaptığı başvuru çerçevesinde RÖK ve UNİLEVER'de yapılan yerinde incelemelerde de söz konusu iddiayı destekler nitelikte herhangi bir belge ya da bulguya ulaşılmadığı, başvuruya ilişkin alınan 13.06.2013 tarih ve 13-36/470-206 sayılı Rekabet Kurulu kararında da söz konusu hususun yanı sıra RÖK uygulama esaslarına aykırı ya da önceki RÖK incelemelerden farklı bir değerlendirme yapıldığı kanaatine ulaşılmadığı ayrıca herhangi bir kötüye kullanma eyleminin tespit edilmediği,
- Hal böyleyken, UNİLEVER'in FERMET GIDA'nın reklam ve tanıtımlarındaki mevzuata aykırı unsurları RÖK'e bildirmesinin rekabeti engelleyici bir davranış olarak değerlendirilmesinin, ileride üçüncü tarafların mevzuata aykırılıklar konusunda ilgili mercilere yapacağı başvuruları caydıracak olması nedeniyle rekabetin korunmasına da zarar vereceği,
- Tüm bu açıklamalar eşliğinde, Ankara 10. İdare Mahkemesi'nin 2013/1641E. ve 2014/590K. sayılı kararına katılmalarının mümkün olmadığı

belirtilmiştir.

#### **I.6.1.2.RÖK Tarafından Yapılan Savunma**

(36) RÖK'ün ilk yazılı savunmasında özetle;

- RÖK'ün Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın reklam verenler, reklam ajansları ve mecralar tarafından benimsenmesini ve bu esaslara uymayan reklamların yayınının en kısa sürede düzeltilmesini veya durdurulmasını amaçladığı, bu amaçlar doğrultusunda RÖK'ün görevlerinin, yanıltıcı reklamlarla ilgili tüketici şikayetleri, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşları şikayetleri ile reklam verenler veya reklam ajanslarının birbirleri hakkında şikayetlerinin incelenmesi ve yayın öncesi danışma taleplerinin değerlendirmesi olduğu,
- AB direktiflerinde reklamların denetlenmesi konusunda özdenetim mekanizması, idari makamlar ve yargı olmak üzere üç farklı yöntemin belirlendiği, bunlardan hangisinin uygulanacağını üye devletlerin yetkisine bırakıldığı, AB üyesi ülkelerin bu üç yöntemden özdenetim mekanizmasını seçtiği ve özdenetim sisteminin etkinliğini kabul eden idari makamlar ile özdenetim kuruluşlarının birlikte çalıştığı,
- RÖK tarafından FERMET GIDA reklam ve tanıtımlarına ilişkin yapılan inceleme ve değerlendirmenin, Özdenetim Esasları'nın "*Yasallık*", "*Doğruluk*" ve "*Kanıtlama Destekleme*" maddeleri doğrultusunda yapıldığı, bu kapsamda, FERMET GIDA'nın "*en doğal, en natürel*" iddialarına yönelik bitmiş ürün analizlerini ve rakiplerle kıyaslama

içeren herhangi bir ispat vasıtasını sunmamış olması ve Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'ne göre trans yağa ilişkin beyanların sadece beyan koşulunu sağlayan gıdalar için geçerli olması ve dondurma ürünlerinin bu kategoride yer almaması nedeniyle rakip ürünlerin içeriğinde de zaten bulunmayan bir maddenin (.....) ürününü rakip ürünlerden ayırtıran bir özellik-üstünlük ifadesi olarak kullanılmasının mevzuat kapsamında doğru bir kullanım şekli olarak görülmemesi, ayrıca ürünün internet sitesinde "Dışındakiler" başlığı altında yer alan maddelerin Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu ve Ulusal Beslenme Platformu'nun görüşleri doğrultusunda yasal olarak besin grubunda kullanılmasına izin verilmiş maddeler olması ve durum böyle iken "Dışındakiler" başlığının bu maddelerin sağlığa zararlı olduğu yönünde tüketicileri yanlış yönlendirme ihtimali bulunması nedenlerinden hareketle, FERMET GIDA'nın (.....) ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlarının RÖK esaslarına aykırı bulunduğu ve düzeltilmesi istendiği,

- UNİLEVER'in, RÖK'e yaptığı başvuru akabinde (.....) dondurmalarına ilişkin Reklam Kurulu'na da başvuruda bulunduğu ve Reklam Kurulu'nun söz konusu reklamların durdurulmasına karar verdiği, bu durumun RÖK tarafından verilen görüşün isabetli olduğunu gösterdiği, benzer yöndeki bu kararlarla, UNİLEVER'in Reklam Kurulu üzerinde etkisinden söz edilemeyeceği gibi RÖK görüşü üzerindeki etkisinden de söz edilemeyeceği,
- RÖK'ün görüş oluşturma sürecinde herhangi bir şirketin etkide bulunmasının söz konusu olamayacağı, zira RÖK İçtüzüğü'nün 10. maddesi ile vücut bulan tarafsızlık ilkesi gereği, hakkında görüş oluşturulacak dosyanın tarafı olan reklam verenler/reklam ajanslarının RÖK'te temsilcilerinin bulunması halinde bu temsilcilerin görüş oluşturma toplantılarına katılmadığı, diğer yandan RÖK tarafından RÖK nezdinde temsilcisi bulunan reklam verenlerin aleyhine de alınmış birçok karar olduğu, UNİLEVER'in de aleyhine oluşturulmuş RÖK görüşü bulunan ve RÖK nezdinde temsilcisi bulunan reklam verenlerden biri olduğu,
- 1994-2014 yılları arasını kapsayan 20 yıllık dönemde UNİLEVER hakkında RÖK'e 142 başvuruda bulunduğu, bu başvuruların 91'inde şikâyetçinin haklı bulunduğu, bu bağlamda şikâyetlerin %64'ünün UNİLEVER aleyhine sonuçlandığı; anılan dönemde UNİLEVER'in rakiplerine ait reklamlara yönelik RÖK'e 200 başvuruda bulunduğu, bu başvuruların 149'unda UNİLEVER haklı bulunurken, 51'inde haksız bulunduğu,
- Oluşturulan görüşler akabinde genelde uyarıların dikkate alındığı, dolayısıyla RÖK'ün ilgili mecralara reklamın durdurulmasına ilişkin tavsiye görüşü bildirme oranının oldukça düşük olduğu, söz konusu durumun RÖK'ün özdenetim işlevinin benimsendiğinin en önemli göstergesi olduğu,
- Mevcut dosya açısından şikâyet edilen konumunda bulunan FERMET GIDA'nın da 11.06.2014 tarihinde RÖK'e UNİLEVER'in (.....) ürününün reklamlarında geçen dondurma ifadesinin yanıltıcı şekilde kullanıldığına ilişkin başvuruda bulunduğu ve bu başvuru neticesinde UNİLEVER'den gerekli düzeltmenin yapılmasının istendiği, RÖK'ü muhatap alarak yaptığı başvurunun FERMET GIDA'nın da özdenetim mekanizmasına olan güvenini gösterdiği,
- RÖK'ün yaptığı değerlendirme sonucu reklamların düzeltme olmaması halinde yayımlanmaması konusunda medya organları ile paylaştığı değerlendirmenin tavsiye niteliğinde bir görüş olduğu, hukuki bağlayıcılığının bulunmadığı, bu aşama ile RÖK'ün dosya sürecinin tamamlandığı, RÖK'ün söz konusu görüşün uygulanıp uygulanmadığını takip etmediği, nitekim 13-31.12.2012 tarihlerine ilişkin sunulan Nielsen datasının, RÖK tavsiye görüşüne rağmen bazı medya kuruluşlarının FERMET GIDA'nın (.....) ürününe ilişkin reklamları yayınlamaya devam ettiğini gösterdiği,

- RÖK görüşlerinin hukuki bir bağlayıcılığı olmaması nedeniyle, işlemin hukuki bir resmiyete kavuşması bakımından mevzuata aykırı reklamlara ilişkin Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Reklam Kurulu'na da başvuruda bulunulabileceği,
- RÖK'ün temel fonksiyonun daha önce de belirtildiği gibi dürüst olmayan reklamların önlenmesi olduğu, gerek bu husus gerekse önaraştırma sürecinde 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri bakımından herhangi bir ihlal tespiti yapılmadığı göz önüne alındığında, esasen soruşturma konusunun 4054 sayılı Kanun'un kapsamı dışında kaldığının düşünülmesi, zira 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 55. maddesinden de görüleceği üzere teşebbüslerin dürüstlük kuralına aykırı olarak yapmış olduğu davranışların rekabet hukukunun değil haksız rekabetin konusu olduğu, RÖK'ün bugüne kadar oluşturduğu görüşlerin temel noktasını da haksız rekabet kavramıyla tanımlanan fiillerin reklam ve tanıtımlar nezdinde tespitinin oluşturduğu,
- Ayrıca, (.....) tarafından İstanbul 48. Asliye Ticaret Mahkemesi'nde Reklam Özdenetim Kurul üyeleri aleyhine açılan haksız rekabetten kaynaklı tazminat talepli davanın reddine ilişkin kesinleşme şerhini içeren kararın da savunma ekinde yer aldığı

ifade edilmiştir.

#### **I.6.2. 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. Maddeleri Bakımından Değerlendirme**

- (37) Dosya kapsamındaki iddialar temel olarak; *"piyasada hakim durumda olan UNİLEVER firmasının RÖK nezdinde etkin bir şekilde temsil edilmesine istinaden karar alma süreçlerinde RÖK'ün tarafsız davranmaması ve RÖK eliyle şikayetçi teşebbüsün piyasadaki faaliyetlerinin engellenmek istenilmesi"* ile *"reklamların yayımlanmamasına ilişkin söz konusu tavsiye kararının yine UNİLEVER firmasının reklam mecraları üzerindeki ağırlığı sebebiyle tavsiye niteliğinden çıkması"* şeklinde genel başlıklar halinde özetlenebilmektedir. Bu bağlamda şikayet konusu eylemlerin UNİLEVER'in RÖK üzerinden tek başına rakip faaliyetini zorlaştırması yönüyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi, UNİLEVER ile RÖK veya RÖK üyelerinin kendi aralarında yaptıkları anlaşma dolayısıyla rakip faaliyetinin zorlaştırılması yönüyle ise Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenebilmesi mümkündür.
- (38) Öncelikle soruşturma aşamasında da inceleme konusu iddiaları destekler nitelikte, RÖK ve UNİLEVER yetkilileri arasında RÖK'ün herhangi bir şekilde UNİLEVER veya bir başka reklam verenin etkisinde kalmak suretiyle karar aldığına yahut UNİLEVER'in reklam alanında FERMET GIDA'nın faaliyetlerini zorlaştırmak üzere RÖK üzerinde etkili olduğuna işaret eder nitelikte herhangi bir bilgi, belge veya bulguya rastlanmadığı belirtilmelidir. Bununla birlikte yukarıda da ifade edildiği ve adı geçen iptal hükmünde vurgulandığı üzere, şikayete konu iddiaların RÖK'ün karar alma mekanizmasının dinamikleri dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmesi önem arz etmektedir.
- (39) RÖK'ün Türkiye'de yayınlanan reklamlara ilişkin karar alma süreçleri ile faaliyetlerini düzenleyen birincil kaynak RÖK İçtüzüğü'dür. Anılan İçtüzük'ün 2. maddesi uyarınca RÖK; Reklamverenler Derneğinden yedi kişi, Reklamcılar Derneğinden yedi kişi, çeşitli mecraları temsil eden on kişi, tüketici kuruluşlarından veya Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğünden bir kişi, üniversiteleri temsilen bir kişi, İstanbul Barosunu temsilen iki kişi ve Türkiye Araştırmacılar Derneğini temsilen bir kişi olmak üzere toplam yirmi dokuz temsilciden oluşmaktadır. Söz konusu temsilcilerin RÖK bünyesindeki dağılımını gösteren *"Reklam Özdenetim Kurulu Üyeleri"* başlıklı listeye göre, UNİLEVER RÖK nezdinde, Reklamverenler Derneği kontenjanından olmak üzere yalnızca bir üye ile temsil edilmektedir.
- (40) Diğer taraftan, İçtüzük'ün *"Görüşlerin Oluşturulması ve Uygulanması"* başlıklı 10. maddesine göre; hakkında görüş oluşturulacak dosyanın tarafı olan reklam

verenler/reklam ajanslarının RÖK'te temsilcilerinin bulunması halinde, bu temsilciler görüş oluşturma toplantılarına katılmamaktadır. RÖK tarafından yapılan savunmada bahse konu hüküm "*tarafsızlık ilkesinin gereği*" olarak nitelendirilmiştir. Karar almaya ilişkin söz konusu şekli kurallara uygunluk sergilemek adına UNİLEVER temsilcisinin katılmadığı anlaşılan şikâyete konu RÖK kararı bakımından, bu yönüyle "*tarafli davranma*" iddiasının geçerli olmadığı söylenebilecektir.

- (41) Öte taraftan; meşruiyetini şekli açıdan olduğu kadar, RÖK'ün faaliyetlerini düzenleyen İçtüzük'teki esaslara uygunluktan da alan RÖK kararlarının, somut vaka bazında iddia edildiği üzere haksız olup olmadığının tespiti bakımından, sözü edilen esaslar merkezinde incelenmesi gerekmektedir.
- (42) FERMET GIDA hakkındaki RÖK değerlendirmesi incelendiğinde, anılan şikâyet özelinde FERMET GIDA'nın savunmasını sunması için tanınan iki günlük süre ile ürünün performans testleri gibi savunmada yer alması beklenen esasların RÖK'ün internet sitesinde de duyurduğu İçtüzük esaslarına uygun olduğu görülmektedir.
- (43) Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yayınlanan Türk Gıda Kodeksi Renklendiriciler ve Tatlandırıcılar Dışındaki Gıda Katkı Maddeleri Tebliği ekinde yer alan listede, "*keçiboynuzu gamı ve taragam*" adlı maddeler katkı maddesi olarak sayılmaktadır. Bu nedenle RÖK'e yapılan şikâyette ilgili ürünün doğal sayılmayacağı ifade edilmiş; buna karşılık olarak ise FERMET GIDA'dan sadece, kullanılan söz konusu katkı maddelerinin de doğal olduğu minvalinde bir karşılık alınmıştır. "*En doğal*" ifadesine karşı ise diğer markalarla karşılaştırmalı olarak yapılmış bir "*bilimsel analiz*" talep edilmiş; ancak böyle bir analiz sunmak yerine, "*diğer markaların doğallık iddiasında bulunmadıkları*" belirtilmekle yetinilmiştir.
- (44) RÖK değerlendirmesinde trans yağ kullanımı konusunda ise Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği uyarınca "*trans yağ kullanılmadığı*" beyanının yer alması gereken gıda grupları içerisinde dondurma ürününe yer verilmediği; herhangi bir üreticinin bu beyana yer vermesi halinde, sanki diğer ürünlerde trans yağ varmış imajını yaratarak haksız bir farklılık yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönüyle RÖK tarafından objektif bir değerlendirme yapılmaya çalışıldığı görülmektedir.
- (45) Özetle ifade etmek gerekirse, RÖK bünyesinde ilgili şikâyet hakkında yapılan değerlendirmeler incelendiğinde, diğer birçok incelemede olduğu gibi; "*bilimsel ürün analizleri*" talep edildiği, ne var ki FERMET GIDA tarafından ürün reklamında kullanılan "*en doğal*" ifadesini destekleyecek yeterli belgenin sunulmadığı ve bu sebeplerle reklamda ilgili değişikliklerin yapılmasına yönelik tavsiye kararının FERMET GIDA'ya gönderildiği anlaşılmaktadır. Bu itibarla, söz konusu RÖK kararında FERMET GIDA ve UNİLEVER arasındaki ihtilafı ele alış biçimi bakımından İçtüzük esaslarından ayrıldığını gösteren ayrık bir unsur bulunmamaktadır.
- (46) Öte taraftan, RÖK kararlarına konu şikâyetlerin taraflarına RÖK'ün yaklaşımındaki tarafsızlık, bağımsızlık ve esaslara riayet ölçütlerinin değerlendirmesinde UNİLEVER aleyhine alınan RÖK kararlarına değinmek yerinde olacaktır.
- (47) Hakkında soruşturma yürütülen diğer taraf olan UNİLEVER özelinde oluşturulan RÖK görüşlerine bakıldığında; 1994-2014 yılları arasını kapsayan yirmi yıllık dönemde UNİLEVER hakkında RÖK'e 142 başvuru yapıldığı, bu başvuruların %64'ünün anılan şirket aleyhine sonuçlandığı görülmektedir. RÖK'ün savunmasında ayrıca İçtüzük'e aykırılık taşıyan şikâyete konu reklamların durdurulmasının UNİLEVER'den ayrıca istendiği de belirtilerek, bu durumun; RÖK'ün görüş oluşturma sürecinde, iddiaların aksine, UNİLEVER'in bir etkisinin olmadığını herhangi bir tereddüde yer bırakmayacak şekilde ortaya koyduğu ifade edilmektedir. Diğer taraftan, aynı dönemde UNİLEVER

tarafından da rakiplerine ait reklamlar için RÖK'e 200 başvuru yapılmış, bu başvuruların 149'unda UNİLEVER haklı bulunurken, 51'inde ise haksız bulunmuştur.

- (48) RÖK'ün UNİLEVER etkisinde kalmak suretiyle tarafsız görüş oluşturmadığı yönündeki FERMET GIDA iddiasıyla ilgili olarak ayrıca, UNİLEVER hakkında FERMET GIDA tarafından RÖK nezdinde yapılan güncel bir başvurudan da bahsedilmelidir. 11.06.2014 tarihinde UNİLEVER'in (.....) ürününün reklamlarında geçen dondurma ifadesinin yanıltıcı şekilde kullanıldığına ilişkin FERMET GIDA tarafından RÖK'e yapılan başvuru neticesinde, 01.07.2014 tarihli RÖK görüşü ile başvuru sahibinin haklı bulunduğu ve UNİLEVER'den gerekli düzeltmenin yapılmasının istendiği görülmektedir. Anılan 2014 tarihli başvuru, FERMET GIDA'nın (.....) isimli UNİLEVER ürününün reklamlarına yönelik olarak RÖK nezdinde 2012 yılında yaptığı bir diğer şikâyetin UNİLEVER'in aleyhinde sonuçlanması ile birlikte değerlendirildiğinde; gerek RÖK'ün şikâyete taraf şirketlerin kimliklerinden bağımsız şekilde ve somut vaka özelinde inceleme yapmak suretiyle kanaate vardığını göstermesi; gerekse de FERMET GIDA'nın tarafsızlığını sorguladığı RÖK'e başvuru yapmaya devam ettiğini ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir. Bu minvalde ayrıca (.....) marka deodorant ürününe ilişkin UNİLEVER'e ait reklam filmi hakkındaki 04.02.2015 tarih ve 15/RÖK-D3148/047 sayılı RÖK kararı da, UNİLEVER aleyhine verilmiş bir başka güncel karar olarak örnek gösterilebilir.
- (49) Dosya kapsamında incelenmesi gereken iddialardan bir diğeri de, RÖK görüşlerinin tavsiye niteliğinde olmaktan çıkarak bağlayıcı kararlar halini aldığı, medya mecralarının RÖK görüşleri doğrultusunda ilgili reklamları yayınlamama hususunda kendilerini zorunlu hissettikleri yönündedir. Söz konusu iddia hakkında, RÖK tarafından ve/veya reklam verenler arasındaki görece ağırlığı nedeniyle UNİLEVER tarafından ya da RÖK ve UNİLEVER'in işbirliği ile medya mecralarına reklam yayınlarının durdurulması hakkında herhangi bir yolla dayatma, baskı veya zorlama uygulandığını gösteren herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılamamıştır. Bu noktada, RÖK görüşlerinin lafzi ve esasi açıdan İçtüzük esasları doğrultusunda incelenmesi sonucunda, medya organlarının reklamları yayınlamaya devam etme hususundaki takdir yetkilerini kısıtlayıcı bir nitelikte olmadığı da görülmüştür.
- (50) Bu bağlamda öncelikle, aynı somut ihtilaf özelinde verilmiş olan ilgili Bakanlık, Reklam Kurulu ile RÖK kararları arasındaki örtüşmeye dikkat çekmenin yerinde olacağı düşünülmektedir. Mevcut dosya kapsamında FERMET GIDA tarafından şikâyet edilen RÖK kararına konu ilgili reklam hakkında UNİLEVER tarafından 2013 yılının Ocak ayında Gıda ve Tarım Bakanlığı'na başvuruda bulunulmuştur. Adı geçen Bakanlık tarafından gerçekleştirilen inceleme neticesinde, FERMET GIDA'nın şikâyete konu uygulamaları Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yayınlanan ve ilgili RÖK kararında da atıf yapılan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği ve Dondurma Tebliği'ne aykırı bulunmuş ve teşebbüs aleyhine yasal işlem başlatılarak konuyla ilgili cezai müeyyide uygulanmıştır.
- (51) Yukarıda yer verilen karara ilaveten, FERMET GIDA'nın ilgili RÖK ve Bakanlık kararına konu uygulamalarına devam ediyor olduğu gerekçesiyle 2013 yılının Mart ayında UNİLEVER tarafından Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Müdürlüğe başvuruda bulunulmuştur. Genel Müdürlük nezdindeki Reklam Kurulu tarafından, şikâyet konusu reklam ve tanıtımların, ilgili RÖK ve Bakanlık kararında da esas alınan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği ve Dondurma Tebliği'nin yanı sıra, Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik ile 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili maddelerine aykırı olduğu görüşüyle FERMET GIDA hakkında (.....) TL idari para cezası ile reklamlarının durdurulmasına hükmolunmuştur.
- (52) FERMET GIDA'nın söz konusu kararlara konu uygulamaları hakkında UNİLEVER tarafından Aralık 2013 tarihinde Reklam Kurulu'na tekrar bir başvuru gerçekleştirilmiş,

anılan başvuru neticesinde de Reklam Kurulu konuya ilişkin reklamların durdurulması gerektiği yönünde karar vermiştir.

- (53) UNİLEVER'in savunmasında; yukarıda aktarılan süreç sonucunda FERMET GIDA'nın, (.....) ürünlerine ilişkin reklam ve tanıtımlarını değiştirerek yeni reklamlar yayınladığı öne sürülmüş, ancak bu reklamlarda da daha önceki şikayetlerde yer bulan ve ispat edilmeden kullanılmaması gereken bazı iddialara yer vermekte olduğu gerekçesiyle RÖK'e 2014 yılının Mayıs ayında tekrar başvuruda bulunulduğu ifade edilmiştir. FERMET GIDA'nın, bu sefer RÖK'e sunduğu belgelerle şikayet konusu iddiaları kanıtlanmasına istinaden, en güncel reklamlarda herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek bulunmadığı yönündeki karar FERMET GIDA'ya RÖK tarafından bildirilmiştir.
- (54) Yukarıda sıralanan ilgili kararlar bir bütün olarak irdelendiğinde, mevcut dosyada FERMET GIDA'nın haksız bularak şikâyet ettiği RÖK görüşünü, adı geçen kamu otoriteleri tarafından ihdas edilen ve bu görüşle aynı dayanakları esas almanın ötesine geçerek idari müeyyide uygulanmasını öngören bağlayıcı kararların izlediği görülmektedir. Yapılan tespitin temelde iki açıdan önem arz ettiği düşünülmektedir: Birincisi; UNİLEVER'in RÖK'ten başlayan bir silsile izlediği söz konusu süreç; prosedürel zemindeki işleyiş hızı açısından RÖK'ün görece daha seri olması yönüyle Reklam Kurulu'ndan önce tercih edildiğini, bir başka deyişle RÖK'ün bir özdenetim mekanizması olarak icrai bir otorite olan Reklam Kurulu karşısında söz konusu özdenetim işlevini yerine getirdiğini göstermektedir. İkincisi ise; bahse konu kararların gerek dayanak alınan ilgili mevzuat, gerekse de kanaat bazında varılan neticenin paralellik sergilemesi göz önüne alındığında, mevcut şikâyete konu RÖK kararının tutarlılık ve yasal zemin açısından sorun barındırmadığı sonucu çıkmaktadır.
- (55) Ayrıca yapılan incelemede RÖK'ün son üç yılda incelediği dosyalar arasında esasa aykırı bulmak suretiyle ve gereğinin yapılması istemiyle ilgili mecraya (medya organına) reklamın durdurulmasına dair tavsiye görüşü bildirme oranının oldukça düşük olduğu ve kayda değer seviyenin altında kaldığı görülmüştür. Hal böyleyken; RÖK'ün özdenetim mekanizması olma işlevini gereği gibi icra ettiği, bir başka deyişle şikâyete konu vakaların çözümlenmesinde ilgili reklam verenin zor durumda bırakılmaması için önceleyerek medya organına son aşama olarak başvurduğu, hatta ekseriyetle sorunun bu aşamaya varmadan ilgili reklam verenle karşılıklı giderilmesine gayret edildiği söylenebilir.
- (56) Dosya mevcudundaki verilerin tümü ve yukarıda sunulan izahat ışığında; UNİLEVER'in RÖK ile birlikte hareket etmek veya herhangi bir şekilde koordinasyon içinde olmak suretiyle FERMET GIDA'nın piyasadaki faaliyetlerini zorlaştırdığını kanıtlayan bilgi, belge ve bulgu bulunmadığından, ayrıca bu paralelde bir kanaate varmayı sağlayacak herhangi bir tespit söz konusu olmadığından; Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir ihlal sonucuna ulaşılamamıştır.
- (57) Diğer taraftan, UNİLEVER'in piyasadaki hâkim durumunu kötüye kullanarak, RÖK üzerinden FERMET GIDA'nın faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiasıyla ilgili olarak ise; UNİLEVER veya RÖK'ün herhangi bir pazarda hâkim durumda olduğu kabul edilse dahi, mevcut dosya kapsamında kötüye kullanma olarak tanımlanabilecek bir faaliyet tespit edilemediğinden, Kanun'un 6. maddesi kapsamında da bir ihlalden söz edilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.
- (58) RÖK benzeri kuruluşlar tüm AB üyesi ülkelerde ve hatta birçok Afrika ülkesinde yaygın haldeyken; diğer taraftan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde reklam uyuşmazlıklarının götürülebileceği Reklam Kurulu adında bir de kamusal otorite faaliyetleyken, söz konusu uyuşmazlıkların daha pratik ve seri şekilde çözümünü amaçlayan RÖK'ün bizatihi varlığının 4054 sayılı Kanun'a aykırı olduğu iddiası da yerinde görülmemiştir.



**J. SONUÇ**

- (59) 01.01.2014 tarih ve 14-37/711-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve incelenen dosya kapsamına göre; Unilever San. ve Türk Tic. A.Ş. ve Reklam Özdenetim Kurulu'nun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal etmediğine, dolayısıyla, aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca adı geçen teşebbüslere idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile, Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere karar verilmiştir.