

Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2021-1-011 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 22-23/366-155
Karar Tarihi : 18.05.2022

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK,
Berat UZUN

B. RAPORTÖRLER : Necla SÜMER ÖZDEMİR, Betül AYHAN, Funda GÖKTEPE,
Nadire Büşra EKİNCİ, Habil Arda KEL

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Getir Perakende Lojistik A.Ş.
Etiler Mah. Tanburi Ali Efendi Sokak Maya Residences Sitesi
T Blok Apt. No:13/334 Beşiktaş/İstanbul

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : - Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.
Esentepe Mah. Dedekorkut Sokak No:28/1 Şişli/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU: Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki dışlayıcı uygulamalarıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi (GETİR YEMEK) tarafından yapılan, Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 12.03.2021 tarih ve 15906 sayı ile intikal eden şikâyet başvurusunda; Haziran 2019 itibarıyla "Getir Yemek"¹ uygulaması ile çevrim içi yemek sipariş hizmetleri alanında da faaliyete başladıkları belirtilmiş ve Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik AŞ (YEMEK SEPETİ) tarafından restoranlara rakipler ile çalışmamaları yönünde uygulanan münhasırlık iddialarına ilişkin olarak;

- YEMEK SEPETİ'nin öneminin giderek arttığı, restoranların arama sonuç sayfalarında üst sıralarda görünmeleri, memnuniyet puanları, platformlara ait reklam mecralarında görünürlükleri gibi unsurların restoranların ticari başarısı için son derece önemli olduğu, pazarı domine eden platformlar bakımından şeffaflığın bir rekabet sorunu olarak ortaya çıktığı, temel platform fonksiyonlarında şeffaf bir politikası bulunmaması nedeniyle restoranlar nezdinde YEMEK SEPETİ'nin bu fonksiyonunu restoranların aleyhinde kullanabileceğine dair endişeler oluşabileceği,
- Restoranların rakiplerle çalışmaları durumunda, YEMEK SEPETİ'nin restoranların ticari menfaatlerini son derece olumsuz etkileyebilecek ve

¹ GETİR YEMEK isimli teşebbüsün çevrim içi yemek siparişi hizmetini sunduğu platformu devam eden bölümlerde "Getir Yemek" olarak ifade edilmiştir.

dolayısıyla satış yapamamalarına sebebiyet verebilecek bazı potansiyel uygulamaları hayata geçirebileceğine yönelik endişelerin mevcut olduğu,

- YEMEK SEPETİ'ndeki reklam alanlarının özellikle zincir restoranlar bakımından kritik öneme sahip olduğu ve YEMEK SEPETİ'nin, bünyesinde yer alan restoranların rakiplerle çalışması halinde bu alanlar için normal şartlarda talep edebileceğinden daha fazla bedeller talep edebileceği ya da YEMEK SEPETİ tarafından bu alanların çeşitli gerekçeler gösterilerek kendilerine kullanılmayacağı endişesinin söz konusu restoranlarca taşınabileceği,
- Restoranların YEMEK SEPETİ'ne olan bağımlılığı sebebiyle, zincir restoranlar ile GETİR YEMEK arasındaki ticari müzakerelerin çok yavaş ilerlediği, kimi durumlarda bu firmalardan yapılan tekliflere olumlu ya da olumsuz cevap alınmasında dahi güçlük çekildiği, bazı restoran zincirleri ile gerçekleştirilen ticari müzakerelerde son derece avantajlı teklifler verilse dahi başarıya ulaşılamadığı, bunun sebebinin, YEMEK SEPETİ'nin uygulamaları sonucu özellikle zincir restoranların birden fazla platformda yer almak yönündeki isteksizlikleri olduğunun düşünüldüğü, yemek siparişi ekosistemi içerisinde yer alan aktörlerde, YEMEK SEPETİ'nin her türlü tedbiri alabileceğine yönelik bir algı bulunduğu,
- Her ne kadar sözleşmelerde yazmıyor olsa da zincir restoranlara verilen indirimlerin rakiple çalışmama kaydı ile verildiği ya da zımnen böyle bir kabul üzerinden hareket edildiği ve restoranların YEMEK SEPETİ'nin bu zımni kabulüne aykırı hareket etmesi durumunda sözleşmesindeki komisyon oranlarının takip eden dönemlerde yükselmesi tehdidi altında kalacağına yönelik spekülasyon görüşlerinin mevcut olduğu,
- Restoranların menülerinde yer alan ürünlerde belirli bir oranda indirim yapmaları durumunda, yapılan indirim kadar katkının GETİR YEMEK tarafından restorana sağlandığı, YEMEK SEPETİ'nin kurguladığı kampanyalar, her ne kadar içerik olarak GETİR YEMEK'in sunduğu kampanya içeriklerine (indirimi sağlayan firma ve indirim oranı) benzese de, YEMEK SEPETİ tarafından finanse edilmediği ve sadece restoranların benzer nitelikte bir kampanya yapması durumunda günlük açık tutma bedeli adı altında alınan ücretlerin alınmaması şeklinde bir desteğin restoranlara sağlandığı, dolayısıyla GETİR YEMEK tarafından restorana sipariş ile ilgili doğrudan bir bedel ödenmekteyken YEMEK SEPETİ tarafından GETİR YEMEK'in zaten almadığı bir bedeli (listeleme bedeli²) almamak suretiyle kampanya gerçekleştirildiği, GETİR YEMEK'in kendi ticari becerisi ile gerçekleştirdiği girişimlerin haksız bir şekilde kopyalanması ve bu şekilde GETİR YEMEK'in beklediği faydaların elde edilmesinin önüne geçilmesine yönelik faaliyetlerin rakibin faaliyetlerinin zorlaştırılması olarak değerlendirilmesi gerektiği,
- Her iki platformda da (GETİR YEMEK-YEMEK SEPETİ) kampanya yapan restoranların sayısının (.....) adet olduğu, bu restoranların (.....) restoranlarca verilen indirimin YEMEK SEPETİ'nde daha yüksek olduğunun tespit edildiği, GETİR YEMEK verilen indirim katkısı sağlarken YEMEK SEPETİ'nin herhangi bir katkı sağlamadığı durumda dahi restoranların YEMEK SEPETİ'ne GETİR YEMEK'ten daha iyi bir teklif sunduğu,

² YEMEK SEPETİ platformunda yer alan restoranlardan ürünlerin yayınlanması karşılığı olarak günlük tahsil edilen bedeli ifade etmektedir.

- Restoranların YEMEK SEPETİ'ne GETİR YEMEK'ten daha iyi ya da aynı oranda teklif sunma sebebinin (i) ilk olarak spekülâtif ve tespiti güç olsa da YEMEK SEPETİ'nin teknik gerekçeler öne sürerek siparişlerin sistemden akması, görünürlüklerinin azalması, arama sonuç sayfalarında alt sıralarda konumlandırılması, restoran puanının düşürülmesi ve reklam alanlarının kullanılmaması ya da yüksek fiyatla kullanılması gibi eylemlerden dolayı restoranların kaygılanması, (ii) ikinci olarak ise YEMEK SEPETİ içerisinde birbiri ile yakın ikame ilişkisinde bulunan ürünleri satan restoranların sayıca fazla olmasının (platform içi rekabet) ve bu platformdaki talebin büyüklüğünün çok sayıda restoranın rekabet etmesine yol açmasının restoranlar tarafından GETİR YEMEK'in finanse ettiği indirim kampanyalarına benzer kampanyaların YEMEK SEPETİ platformunda da gerçekleştirilmesi olduğu, her ne kadar spekülâtif olsa da söz konusu iddiaların mümkün olduğu ölçüde incelenerek aydınlığa kavuşturulması gerektiği,
- YEMEK SEPETİ'nin fiyatlandırma uygulamaları hakkında;
 - YEMEK SEPETİ'nin, birden fazla platformda yer almanın operasyonel külfeti nedeniyle rakip platformlarda yer alması olası görülmemeyen müşteriler için yüksek komisyon uyguladığı ve buradan elde edilen gelirle kârlılık seviyesinde herhangi bir düşüş yaşamadan zincir restoranlarda uygulanan düşük komisyon oranlarını sübvansede ettiği; tekil restoranlar segmentinde komisyon oranlarının (.....) civarında, zincir restoranlar tarafında ise bu komisyon geliri seviyesinin sahadan elde edilen bilgilere göre çoğu durumda (.....) altında uygulanmakta olduğu,
 - YEMEK SEPETİ'nin mevcut fiyatlandırma politikasını değiştirmedeği ya da buna müdahale edilmediği müddetçe bu pazarın rekabete açılmasının olası olmadığı, makul ölçekte bir platformun bu komisyon oranları ile sürdürülebilir ve kârlı bir şekilde hizmetlerini sunmasının ve zincir restoranları sisteme dâhil etmesinin mümkün olmadığı, örneğin, TAB Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ (TAB GIDA) bünyesinde bulunan markaların (Burger King) değer teklifi bakımından kritik bir öneme sahip olduğu, YEMEK SEPETİ tarafından TAB GIDA'ya verilen teklifin düşük olması sebebiyle bu firma ile çalışılması durumunda GETİR YEMEK'in bu operasyonu kârsız bir şekilde yürütmesine, dolayısıyla maliyetlerinin artmasına neden olabileceği, bu yönüyle YEMEK SEPETİ'nin bu uygulamasının rakibin maliyetlerini arttırmaya ve faaliyetlerini zorlaştırmaya yönelik bir eylem olarak değerlendirilmesi gerektiği,
 - Mevcut durumda GETİR YEMEK'in TAB GIDA ile Burger King markası için anlaşma sürecinde son aşamaya geldiği ve taslak halindeki sözleşmede komisyon oranlarının (.....) seviyesinde belirlendiği,
 - Bahse konu iddiaların kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesini teminen GETİR YEMEK'in pazara girdiği tarihten itibaren özellikle stratejik önemi bulunan zincir restoranlar ile yaptığı sözleşmelerin bu yönüyle gözden geçirilmesi gerektiği, ek olarak, pazara giriş yapan bir rakibin sağlanacak faydalar bakımından yerleşik işletmeci kadar yüksek ve sürdürülebilir bir değer teklifi sunması olanaksız olduğundan YEMEK SEPETİ'nin düşük teklif verdiği durumlarda esasen zincir restoranın pazara giriş yapmakta olan çevrim içi yemek sipariş şirketi ile anlaşma yapma motivasyonunun tamamen ortadan kalkabileceği,

- YEMEK SEPETİ'nin pazara ilk giren firma olarak şebeke dışsallıkları sonucu elde ettiği tekel benzeri konumu ve platform ekonomileri sebebiyle "eşit etkinlikteki firma testi" yönteminin geçerliliğini yitirdiği ve yapılacak incelemede geleneksel metodolojiden farklılaşan bir yöntem izlenmesi gerektiği, mevcut koşullar altında YEMEK SEPETİ ile eşit etkinlikte olduğu varsayılan bir rakip ile maliyetler üzerinden inceleme yapılarak rekabetin korunmasının mümkün olmayacağına düşünüldüğü, pazara giriş yapmak isteyen potansiyel rakipler karşısında YEMEK SEPETİ uygulamalarının caydırıcı nitelikte olacağı ve uzun vadede söz konusu uygulamaların bu pazarın rekabete açık olmayan tekeldi bir pazar konumuna dönüşmesine sebebiyet verebileceği

belirtilerek, bu eylemlere karşı YEMEK SEPETİ hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) ilgili hükümleri kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Başvuru konusu iddialar ile paralellik arz eden iddiaların değerlendirildiği, Rekabet Kurulunun (Kurul) 28.01.2021 tarih ve 21-05/64-28 sayılı *YEMEK SEPETİ* kararında, YEMEK SEPETİ'nin, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki dışlayıcı ve sömürücü uygulamalarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası ile ilgili olarak soruşturma açılmış ve soruşturma kapsamında YEMEK SEPETİ'nin restoranlara uyguladığı fiili münhasırlık uygulamaları, en çok kayırlan müşteri (EKM) koşulları, zorunlu Joker ve zorunlu minimum sepet tutarı uygulamaları, listeleme bedeli, Vale iş modeli kapsamında sunduğu hizmetlerdeki maliyet altı fiyatlandırması ve yüksek komisyon oranlarına yönelik aşırı fiyatlandırma iddiaları incelenmiştir. Dosya kapsamında, ilgili teşebbüsün söz konusu uygulamalara son vermesine yönelik sunduğu taahhüdün rekabet sorunlarını gidermesi nedeniyle Kurul tarafından kabulüne ve bağlayıcı hale getirilmesine, ayrıca 04.06.2020 tarih ve 20-27/336-M sayılı Kurul kararı ile başlatılan soruşturmanın sonlandırılmasına karar verilmiştir.
- (4) Mevcut önaraştırmaya temel teşkil eden 12.03.2021 tarih ve 15906 sayılı başvuruda da yer alan TAB GIDA ile başvuru sahibinin çalışmaması iddiaları, söz konusu soruşturma çerçevesinde TAB GIDA'da gerçekleştirilen iki yerinde inceleme ve iki görüşme kapsamında da ele alınmış, adı geçen restorana yöneltilen sorular karşısında restoran, YEMEK SEPETİ tarafından doğrudan rakiplerle çalışılmaması yönünde bir baskı yapılmadığını, rakiplerle işbirliği yapılmamasına karşılık kampanya, promosyon gibi teşvikler sunulmasının söz konusu olmadığını ifade etmiştir. İddiaların aksine başvuru sahibinin, aynı restoran (.....) markalarıyla anlaşma sağladığı tespit edilmiştir. Bahse konu soruşturma kapsamındaki iddialara yönelik olarak ayrıca, (.....) gibi önde gelen zincir restoranlar ve ayrıca 44 adet birkaç şubeli veya tekil restoranlarla görüşmeler yapılmış, bir kısmında yerinde incelemeler gerçekleştirilmiş, kendilerine yöneltilen 48 soruluk anket ile Türkiye'nin çeşitli illerinden 199 restoranın görüşlerine başvurulmuştur. Ancak mevcut önaraştırmaya temel teşkil eden başvurunun konusunu da oluşturan, YEMEK SEPETİ'nin restoranlara rakip platformla çalışmaması yönünde bir baskı veya telkinde bulunduğu, bu amaçla restoranlara indirim uyguladığı veya indirimlerin münhasırlık sonucu verildiği iddialarını doğrulayan bilgi/bulguya rastlanılmamıştır.
- (5) Ayrıca, mevcut önaraştırmaya konu başvurunun yapılmasından yaklaşık bir buçuk ay önce sonuçlanan bahse konu soruşturma sürecinde; YEMEK SEPETİ'nin fiili münhasırlık yaratan uygulamalarına ilişkin olarak rakiplere yöneltilen sorular karşısında, GETİR YEMEK tarafından, YEMEK SEPETİ'nin doğrudan alternatif

platformlarla çalışılmaması yönünde restoranlara karşı bir münhasırlık uygulaması ile karşılaşmadıkları, listeleme bedelinden muaf olunması adına getirilen hedef baremleri ile zorunlu Joker ve zorunlu minimum sepet tutarı uygulamalarının dolaylı olarak restoranların rakip platformlarla çalışmamasına neden olduğu ifade edilmiştir.

- (6) Mevcut önaraştırma konusunu oluşturan 12.03.2021 tarih ve 15906 sayılı başvuruda yer verilen iddiaların ve ifadelerin yalnızca sahadan alınan duyumlara dayandığı ve sübjektif yorumlardan ibaret olduğu, başvuruda yer alan iddiaların ve ifadelerin genel anlamda, soyut ve muğlak olduğu dikkat çekmiş, ayrıca başvurudaki iddiaların bahse konu 28.01.2021 tarih ve 21-05/64-28 sayılı *YEMEK SEPETİ* kararında ele alınan iddialardan zaman ve kapsam bakımından farkı, iddiaların belirsiz olmasından dolayı ortaya konulamamıştır. İddiaların somutlaştırması ve söz konusu iddiaların 28.01.2021 tarihi itibarıyla sonlanan soruşturmada ayrıştırılabilecek bir yönünün olup olmadığının tespit edilebilmesi amacıyla, 05.04.2021 tarihinde başvuru sahibine gönderilen e-posta ile ilave bilgi talep edilmiştir. Gelen 23.06.2021 tarihli ve 18884 sayılı cevabi yazıda özetle;

- Zincir restoranların *YEMEK SEPETİ*'ne karşı yüksek bir bağımlılık ilişkisinin bulunduğu, hatta *YEMEK SEPETİ*'nin pandemi döneminde zincir restoranlar karşısında darboğaz niteliği taşıdığı ve geçit bekçisi konumuna benzer bir konumda bulunduğu,
- *GETİR YEMEK*'in söz konusu restoranlarla resmi olmayan ortamlarda yaptığı görüşmelerden, söz konusu restoranların endişelerinin "*YEMEK SEPETİ*'nin reklam alanlarının kullanımı karşılığında ödenecek bedeller" ile "restoran puan ve yorumları" olmak üzere iki önemli hususta temellendiğinin anlaşıldığı,
- (*.....*) restoran zinciri temsilcilerinden biri ile yapılan görüşmede temsilcinin, *YEMEK SEPETİ*'ne üyelikleri mevcutken *GETİR YEMEK* ile de anlaşma yapmalarının akabinde *YEMEK SEPETİ* bünyesindeki reklam alanlarının (*banner*) kullanımına yönelik kendilerine sunulan tarifenin değiştirildiğinden bahsettiği, ancak *YEMEK SEPETİ*'nin *banner* alanlarının kullanımı için rakip firmalara sunduğu imkânların neler olduğunun bilinmemesi, diğer bir ifade ile reklam alanı kullanımı standardının şeffaf bir şekilde sunulmaması sebebiyle söz konusu tarife değişikliğinin *GETİR YEMEK* ile anlaşma yapmalarının sonucu olduğundan endişe ettiğini belirttiği,
- Şeffaflık eksikliğinin aynı zamanda puanlama sisteminde³ de endişelere yol açtığı, özellikle zincir restoranlar bakımından, *YEMEK SEPETİ*'ne üyelikleri devam ederken *YEMEK SEPETİ*'ne rakip platformlarla da çalışmaları durumunda herhangi bir haklı gerekçe gösterilmeden *YEMEK SEPETİ* platformundaki puanlarının düşürüldüğü ve aynı platformdaki rakiplerinin puanlarının yükseltildiği yönünde endişelerin mevcut olduğu, söz konusu endişenin *YEMEK SEPETİ*'ne üye zincir restoranlar için *YEMEK SEPETİ*'ne rakip platformlarla çalışmaması yönünde bir tehdit algısı olarak *YEMEK SEPETİ* tarafından kullanıldığı,
- *YEMEK SEPETİ* platformunda zincir restoranlar hakkındaki olumsuz müşteri yorumlarına yer verilmediği yönünde pek çok şikâyetin mevcut olduğu, *YEMEK SEPETİ* tarafından, siparişin restoran tarafından taahhüt edilen sürede

³ Tüketiciler deneyimlerine dayalı olarak satıcılar, restoranlar, firmalar ve markalar hakkında yorum, değerlendirme ve puanlamalarını diğer tüketicilerin görebileceği şekilde *YEMEK SEPETİ* platformunda yapabilmektedir.

getirilmediği durumda müşteriler siparişi iptal ettiğinde ya da başka bir sebep ile üye restoran tarafından sipariş iptal edildiğinde tüketicinin iptal edilen siparişi ile ilgili yorum yapmasına izin verilmediği, böylece tüketicilerin zincir restoranlarla hizmet kalitesine ilişkin olumsuz tecrübelerine dair yorum yapmalarının engellendiği, zincir restoranlardan aldığı hizmete dair tüketicilerin verdiği düşük puanların ilgili restoranın toplam restoran puanlarının hesaplanmasına dâhil edilmediği yönünde şikâyetlerin olduğu,

- YEMEK SEPETİ'ne üye tekil restoranların, söz konusu platformdaki puanlama sisteminin şeffaf olmayışı sebebiyle müşterilerinden tek bir olumsuz yorum dahi almanın toplam restoran puanlarını nasıl etkileyeceğini belirleyememelerinden dolayı, hizmet sundukları müşterilerin olumsuz yorum yapmalarının önüne geçmek amacıyla bütün kaynaklarını YEMEK SEPETİ üzerinden gelen siparişlere yönlendirdikleri, YEMEK SEPETİ'ne alternatif platformlarla anlaşmadıkları ya da anlaşsalar dahi YEMEK SEPETİ'ndeki puanlarını daha önemli görerek söz konusu alternatif platformlar üzerinden verilen siparişleri önemsemedikleri,
- Şebeke etkileri sebebiyle tüketicilerin erişebilecekleri restoran sayısı ve çeşitliliği bakımından oldukça yüksek olan tüketici faydasının, diğer bir ifade ile YEMEK SEPETİ'nin değer teklifinin, YEMEK SEPETİ'nin sunmuş olduğu zorunlu Joker uygulaması⁴ ile daha da arttığı, YEMEK SEPETİ'nin artan değer teklifinin ise hem üye restoranların sömürülmesi bağlamında hem de alternatif platformların değer tekliflerinin göreceli olarak düşük kalması sonucunu doğurması nedeniyle rekabet açısından olumsuz sonuçlar doğurmakta olduğu,
- Zorunlu Joker uygulamasının özellikle tekil restoranların sınırlı olan pazarlama bütçelerini, münhasıran YEMEK SEPETİ için kullanmaları sonucunu doğurduğu ve bu sebeple GETİR YEMEK gibi alternatif platformların söz konusu restoranlar ile yapacağı kampanyalara bütçe ayırmalarının engellendiği,
- YEMEK SEPETİ'nin kişiselleştirilmiş hedefli sistemler ile restoranlar arasında fiyat farklılaştırması uygulayarak daha fazla Joker indirimini sunulmasını teşvik edecek şekilde yeni bir fiyatlandırma modeli oluşturduğu, sahadan edinilen bu bilgilere göre YEMEK SEPETİ'nin restoranların ortalama satış hacimlerini dikkate alarak farklılaşan komisyon oranları ile restoranlarla Joker kampanyaları yaptığı, bu durumun bağımlılık ilişkisini daha da güçlendireceği ve restoranların alternatif platformlarla çalışmasının önünde engel teşkil edeceği,
- Öte yandan YEMEK SEPETİ tarafından yapılan "İndirim Yağmuru"⁵ kampanyasına katılan restoranlardan listeleme bedeli alınmadığı, birçok restoranın hem bu nedenle hem de kendilerini YEMEK SEPETİ platformunda

⁴ Zorunlu Joker uygulaması YEMEK SEPETİ platformunda satış yapan restoranların zorunlu olarak belirli bir dönemde ve sayıda sağlamak zorunda oldukları indirimleri ifade etmektedir.

⁵ GETİR YEMEK tarafından Ticaret Bakanlığına şikâyet başvurusundaki iddialara benzer konudaki iddiaları içeren, YEMEK SEPETİ internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden 19.10.2020-31.03.2021 tarihleri arasında "İndirim Yağmuru" adı altında gerçekleştirilen indirimli satışlara ilişkin ayrıca bir başvuru yapılarak Reklam Kurulunca inceleme yapılması talep edilmiş olup Reklam Kurulunun 08.06.2021 tarih ve 310 sayılı toplantısında yapılan değerlendirmeler neticesinde şikâyet konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesine aykırı olmadığına ve başvurunun değerlendirilmek üzere Kurumumuza iletilmesine karar verilmiştir.

görünür kılma motivasyonu ile ticari açıdan zorunlu bir şekilde söz konusu YEMEK SEPETİ kampanyasına katıldıkları, ancak katılım sağlamadan önce fiyatlarını yükseltmekte oldukları ve katılım sağladıktan sonra indirim gerçekleştirerek aslında “indirim aldatmacası” yaptıkları, bu şekilde GETİR YEMEK’in pazara giriş, tutunma ve rekabet güdüsü ile yüksek bir bütçe ayırarak oluşturmaya çalıştığı etkiye benzer bir etkiyi anlamlı bir finansal destek sağlamaksızın YEMEK SEPETİ’nin sözü edilen gerçek anlamda tüketiciye fayda sağlamayan yol ile gerçekleştirebildiği, ayrıca kampanyaya katılan restoranlara YEMEK SEPETİ tarafından (.....) TL değerinde dijital pazarlama desteği (*re-marketing*) verilerek, hâlihazırda YEMEK SEPETİ’ne bağımlı olan restoranların bu platforma bağımlılığının daha da arttırıldığı,

- Diğer yandan, (.....) ve (.....) sipariş gönderen restoranların günlük listeme bedellerinin YEMEK SEPETİ tarafından tahsil edilemediği, ancak ortalama büyüklükteki bir restoranın yaklaşık sipariş miktarının söz konusu sipariş seviyelerinde olması sebebiyle, (.....) sipariş seviyesinde belirlenmiş olan hedefin, restoranların yüksek seviyede bağımlı oldukları YEMEK SEPETİ platformuna daha da bağımlı hale gelmelerine neden olduğu ve alternatif platformlardan hizmet alınması yönündeki motivasyonlarını ortadan kaldırdığı,
- GETİR YEMEK platformunda (.....) restoranın listelendiği, bu restoranlardan (.....) tanesinin YEMEK SEPETİ’nde listelenmediği ve diğer (.....) tanesinin YEMEK SEPETİ’nde de listelendiği, GETİR YEMEK’te listelenen (.....) restoranın (.....) tanesinin zincir restoran olduğu, diğer (.....) tanesinin tekil/geleneksel restoran olduğu, diğer yandan GETİR YEMEK’in (.....) merkez anlaşmalı restoranı bünyesinde bulundurduğu,
- Başvuruda, YEMEK SEPETİ uygulamaları sonucu pazardan çıkmak zorunda kalan üçüncü taraf şirketlerin internet sitelerinin isimlerinin bildirildiği,
- Çevrim içi yemek siparişi hizmetleri pazarında faaliyet gösterme girişiminde bulunan çok sayıda teşebbüsün bulunduğu, ancak zincir restoranlar ile yapılan anlaşmalarda dışlayıcı fiyat uygulamalarında bulunan ve restoranlara YEMEK SEPETİ’ne alternatif platformlarla çalışılmaması yönünde tehdit benzeri uygulamalar gerçekleştiren YEMEK SEPETİ’nin rakiplerini dışlamaya yönelik faaliyetlerinin, GETİR YEMEK’in 07.02.2019 tarihi itibarıyla çevrim içi yemek siparişi hizmetlerini sunmaya başladığı tarihten önce başlamış olduğu ve GETİR YEMEK’in faaliyetlerine başlamasının ertesinde de söz konusu uygulamaların sürdüğü, bu uygulamaların bitip bitmediği hususunda GETİR YEMEK’in bilgisinin bulunmadığı ancak hem başvuruda hem de cevabi yazıda sözü geçen YEMEK SEPETİ uygulamasının ifade edildiği üzere 31.08.2021 tarihine uzatılmasının şikâyete konu uygulamaların halen devam etmekte olduğuna işaret ettiği,
- Ülkemizde hazır yemek sektöründeki en büyük sorunlardan birinin restoranların hayat döngülerine ilişkin olduğu, çevrim içi yemek sipariş platformları bakımından sadık bir müşteri kitlesine sahip olunmasının, dolayısıyla sağlıklı talep yapısına sahip restoranlarla çalışılmasının önem arz etmekte olduğu, YEMEK SEPETİ’nin sahip olduğu restoran portföyünde çok sayıda, uzun yıllardır hizmet veren, dolayısıyla sadık bir müşteri kitlesi bulunan restoran bulunmakta olduğu ve potansiyel olarak daha fazla satış yapma imkânı bulunan ve ayrıca bir uygulama üzerinden sipariş verme alışkanlığı bulunan potansiyel müşterileri platformuna katma imkânı veren bu restoranları

hedeflemenin GETİR YEMEK'in ticari faaliyetlerinin başarısı bakımından kritik öneme sahip olduğu,

- Başvuruda GETİR YEMEK ve YEMEK SEPETİ platformlarında kampanya yapan restoranların kesişim kümesinin (.....) adet olduğu ve bu restoranların (.....) restoranlarca verilen indirim YEMEK SEPETİ'nde daha yüksek olduğu sonuçlarına varıldığı belirtilirken başvurunun ertesinde kampanya yapılan restoranların kesişim kümesinin (.....) tarihi itibarıyla (.....) restorana çıktığı, bu sayıya belirli bir tarihte iki platformun karşılaştırılması sonucu ulaşıldığı, (.....) restorandan (.....) adet restoranın oransal olarak verdiği indirimin YEMEK SEPETİ'nde daha yüksek olduğu, (.....) adet restoranın aynı oranda indirim verdiği, (.....) adedinin ise GETİR YEMEK'te daha yüksek oranda indirim verdiği, GETİR YEMEK'te daha yüksek indirim verilmesinin arkasında yatan sebebin YEMEK SEPETİ kampanyasında restoranlara verilen indirimde YEMEK SEPETİ'nin maddi bir desteğinin bulunmaması nedeniyle bir üst sınır tanımlanmamış olması olduğu,

ifade edilmiştir.

- (7) Başvuru konusu iddialar üzerine hazırlanan 02.07.2021 tarih ve 2021-1-011/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Kurulun 08.07.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-34/467-M sayı ile 4054 sayılı Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca YEMEK SEPETİ hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Önaraştırma süreci sonunda düzenlenen 10.05.2022 tarih ve 2021-1-011/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 18.05.2022 tarihli toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (8) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili önaraştırma raporunda, dosya konusu iddialara yönelik olarak, YEMEK SEPETİ hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Önaraştırma Yapılan Teşebbüs: Yemek Sepeti

- (9) 13.09.2000 tarihinde kurulan YEMEK SEPETİ, 2015 yılında Almanya merkezli Delivery Hero Şirketler Grubu bünyesine dâhil olmuştur. YEMEK SEPETİ, Delivery Hero'nun tam kontrolü altında bulunmaktadır.
- (10) YEMEK SEPETİ, faaliyetlerini pazar yeri modeli, pazar yeri ve lojistik servisi modeli, hızlı çevrim içi market modeli ve içerik üretimi/blog modeli olmak üzere dört ana model altında yürütmektedir.
 - YEMEK SEPETİ Pazar Yeri Modeli: YEMEK SEPETİ 2001 yılında aldığı ilk siparişi ile birlikte tüketici konumundaki kullanıcılarla sağlayıcı üye iş yerlerini kendi platformu üzerinden bir araya getirmektedir. Bu çerçevede kullanıcı tarafından verilen sipariş, üye iş yerinin kendi kuryesi ile kullanıcıya ulaştırılmaktadır.
 - YEMEK SEPETİ Teslimat Seçeneği (Pazar yeri ve lojistik servis modeli): Kendi kurye ağı olmayan restoranlara lojistik imkân sağlanması amacıyla Aralık 2015'te faaliyete geçirilmiştir. YEMEK SEPETİ hizmetlerinin işleyişiyle benzerlik göstermekle birlikte, siparişler söz konusu üye iş yerinin kuryesi yerine YEMEK SEPETİ tarafından sağlanan teslimat hizmeti ile iletilmektedir. YEMEK SEPETİ, bu hizmeti sunmaya Vale markası altında başlamış ancak

yeni marka konumlandırma çalışmaları sonucunda kullanıcılara ve restoranlara hitaben Vale markasının kullanımını mevcut durumda durdurmuştur.

- YEMEK SEPETİ Banabi: Nisan 2019'da hızlı çevrim içi market modeli olarak faaliyete başlayan Banabi, tüketicilerin çevrim içi market/bakkal alışveriş ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulmuştur. Kiralanan depolarda tüketicilere sunulmak üzere tedarikçilerden alınan ürünler stok yapılmakta ve bu ürünler üye olan kullanıcılara platform aracılığıyla iletilmektedir. Banabi, Türkiye genelinde 59 ilde faaliyet göstermektedir.
- Yemek.com-İçerik Üretim/Blog Modeli: Eylül 2014'te yayına giren site içerisinde yemek ile ilgili tarif, video gibi içerikler yer almaktadır.

I.2. Öneri Araştırma Çerçevesinde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler⁶⁷

I.2.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- (11) Öneri Araştırma sürecinde 30.03.2022 ile 31.03.2022 tarihlerinde YEMEK SEPETİ'nde yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (12) Yerinde incelemede elde edilen ve 05.05.2021 ile 06.05.2021 tarihlerinde "(.....)" yetkilisi (.....) ile YEMEK SEPETİ (.....) ve YEMEK SEPETİ çalışanı (.....) arasında gerçekleştiği anlaşılan "YEMEK SEPETİ YORUM HK" konu başlıklı e-posta silsilesinde şu ifadeler yer almaktadır (Belge-18/7-10):

Kimden: (.....)

Tarih: 05.05.2021

Kime: (.....)

Bilgi: (.....)

Konu: YEMEK SEPETİ YORUM HK

(.....) Bey merhaba,

Ekteki yemek sepeti yorumu sildirebilir misiniz?

İyi çalışmalar

(.....)

⁶ Belgelerin numaralandırılmasında, Öneri Araştırma Raporu'ndaki belge numaraları korunmuştur.

⁷ Belgelerin orijinalinde yer alan yazım hataları düzeltilmemiş, aynen korunmuştur.

Kimden: (.....)

Tarih: 06.05.2021

Kime: (.....), yorum@yemeksepeti.com

Konu: YEMEK SEPETİ YORUM HK

Selam,

Bodrum gümbete ait aşağıdaki yorumu kaldırabiliyoruz.

Kolay Gelsin

Kimden: (.....)

Tarih: 06.05.2021

Kime: (.....)

Konu: YEMEK SEPETİ YORUM HK

Merhaba (.....),

Kontrol edelim.

+(.....) ekme yediğiniz yer ve dingonun ahır kısmını editleyelim mi, "nasıl olsa sipariş verilecek diye düşünüyorlar" olarak bırakıp yayını düzeltebiliriz.

İyi çalışmalar,

(.....)

Kimden: (.....)

Tarih: 06.05.2021

Kime: (.....)

Bilgi: (.....)yorum@yemeksepeti.com

Konu: YEMEK SEPETİ YORUM HK

Merhaba,

"Mesajları dikkate almıyorlar devamlı söylüyoruz sonuçta para veriyoruz yöneticileri biraz kontrol etse insanlar mutlu olur nasılsa sipariş verilecek diye düşünüyorlar."

Yorum içeriğinden “dingonun ahırı” ve “ekmek yediğiniz yer” kısımlarını çıkartarak yorumu yukardaki şekilde güncelledim.

İyi çalışmalar,

- (13) 15.04.2018 ve 16.04.2018 tarihlerinde YEMEK SEPETİ yorum ekibi ile e-posta içeriğinden YEMEK SEPETİ'ne üye restoranlardan “(.....) yetkilisi olduğu anlaşılan (.....) arasında gerçekleşen “yorumun kaldırılması” konu başlıklı e-posta silsilesinde şu ifadeler yer almaktadır (Belge-18/11-12):

Kimden: (.....)

Tarih: 15.04.2018

Kime: yorum@yemeksepeti.com

Bilgi: (.....)

Konu: yorumun kaldırılması

merhaba

ashağıdaki kullanıcının yorumunun tekrar incelenmesi ve kaldırılmasını rica ederim

(çalmışlar hakareti gibi bir yorumu hangi inceleme standartına göre inceleyip yayınlama tenezzülünde bulunuyorsunuz ??)

geri dönüşünüzü rica ederim

(.....)

yorum tarihi: 15/4/18

yorum içeriği : orta boy menü söyledim ultra küçük boy geldi ayrıca malzemendende çalışmışlar

Kimden: (.....)

Tarih: 16.04.2018

Kime: (.....)

Bilgi: (.....)

Konu: yorumun kaldırılması

Merhaba,

İlgili yorumda yer alan “çalma” kelimesi ürün malzemesinin az olduğu yönünde bir eleştiridir. Bu yorum içerisinde kullanıcı sizleri herhangi bir hırsızlık durumu ile suçlamamaktadır. Yorumu okuyan herhangi bir kullanıcı da malzeme azlığına değindiğini görecektir. “Malzemedden çalmak” deyimini uygun bularak yayına alıyoruz. Dilerseniz standartlarınız doğrultusunda yanıt vererek yorumun olumsuz etkisini ortadan kaldırabilir, kullanıcıları bu noktada yönlendirebilirsiniz.

Saygılarımızla.

Yemeksepeti Kullanıcı İlişkileri

yorum@yemeksepeti.com

Kimden: (.....)

Tarih: 16.04.2018

Kime: yorum@yemeksepeti.com

Bilgi: (.....)

Konu: yorumun kaldırılması

Sizin çalmadaki genişliğiniz yüzünden herkesin anlayış acısı aynı olmak zorundamı. Malzemedden hırsızlık yapıp caldığını iddaa ediyor. Bu calma kelimesini nasıl böyle çevirip böyle hos acıdan gorebiliyorsunuz ? Calma eylemi bir kişi tarafından yapılan bir hakarettir. Size sözlük anlamını mı

ogretmemiz gerekiyor. Yorumun bu departmandan başka bir kısı tarafından incelenmesini bu şekilde donus yapılmasını rica ederim ! Aksi takdirde sizi benim sayfamı kirtletmeye göz yummadan şikayet edicem.

Kimden: yorum@yemeksepeti.com

Tarih: 16.04.2018

Kime: (.....)

Bilgi: (.....)

Konu: yorumun kaldırılması

Merhaba (.....),

Yorumlar konusunda değerlendirmede bulunan ve karar alan departman Yorum departmanıdır. Farklı bir karar alınması gerektiğinde de yine Yorum departmanı olarak sizlere destek oluyoruz. "Malzemeden çalmak" kullanılan bir ifadedir; malzemenin az olduğunu, verilen ücret ile kıyaslandığında alınan hizmete değmediğini ifade eder. Bu doğrultuda bu ifade bir eleştiridir. "Hırsızlık" ithamında ve kastında bulunan bir yorum olmadığını bir kez daha ifade etmek isteriz. "Ürün eksik geldi" şeklinde yapılan bir yorumda nasıl ki durum bildirimi var ise burada da buna benzer bir bildirim bulunuyor. "Malzemeyi çok az koymuşlar" şeklinde yapılmış bir yorumu nasıl yayına alırdı ise eşdeğer anlam içeren bu yorumu da yayına alıyoruz. Kullanıcı kendisine gelen paket servis hizmetini nitelendirmekte ve yorum yapmaktadır. Biz normal şartlarda bu tarz durumlarda restoranları yoruma yanıt yazmaya yönlendiriyoruz. Sizi de bu doğrultuda yönlendirmekteyiz.

Saygılarımızla.

Yemeksepeti Kullanıcı İlişkileri

yorum@yemeksepeti.com

- (14) 25.11.2021 tarihinde "(.....)" isimli Slack grubunda, (.....) ile YEMEK SEPETİ (.....) arasında gerçekleşen yazışmalarda şu ifadeler yer almaktadır (Belge-18/13):

(...)

25.11.2021

(.....)

(.....) bir ricam olacak: Beni (.....) aradı. Sanırım bazı FR şubelerine YS puanlarını yükseltme temalı teklifler gelmiş. Bu nasıl oluyor dedi. Ben de bu işin sahtekarlık olduğunu ve eninde sonunda yakaladığımızı söyledim. Ona da sanırım bu iş patrondan gelmiş.

Bizim yorum/puanlama ekibinden bu kontrolü nasıl yaptığımıza dair bir sunum/doküman/açıklama rica edebilir misin?

(.....)

tamamdır (.....) ilgileneceğim bununla

teşekkürler

(.....)

Ben teşekkür ederim.

ha şöyle

- (15) 20.04.2021 ve 25.04.2021 tarihlerinde yazışmalardan (.....) yetkilisi olduğu anlaşılan (.....) ile YEMEKSEPETİ (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında (Belge-17/60-72) şu ifadeler yer almaktadır:

23.04.2021

(.....)

(.....) **selam, yine restoranları kapatalım bilgisi gelmiş ama Diğer platformda açık olduğunuzu görüyorum.**

Sorunun sebebini biliyor musun?

(.....)

Heryerde kapalıyız

Biz kendimizi kapattık

Restoran Ekranlarında donma var

(.....)

Anladım, ben az önce şu noktaya gelebilirdim

(.....TİCARİ SIR.....)

(.....)

Entegrasyonda sıkıntı olabilir

Bize sipariş düşmüyor çünkü

(.....)

Tamamdır, kolay gelsin

(.....)

Tüm kanallari eş zamanlı kapayıp açıyoruz

Sıkıntı çözülene kadar kapattık

(.....)

Kolay gelsin umarım hızlıca çözülür

(.....)

(.....) toplu kapama geliştirmemiz yokmuş henüz diğer kanallar için tektek açıp kapiyormuşuz,

(.....)

Şimdi kapanmış gördüm evet (.....)

(.....TİCARİ SIR.....)

Şimdi aldım ekran görüntüsünü

“silinmiş mesaj”

(.....TİCARİ SIR.....)

Bu arada 19.53' te sipariş verebildim Getirden

Yolda diyor gerçi ama sipariş verilebiliyordu

(.....)

Restorana düştü mü acaba

[Belgenin devamında YEMEKSEPETİ çalışanı GETİR YEMEK'ten verdiği siparişin tarafına vardığını gösteren bir paket fotoğrafı paylaşmaktadır.]

25.04.2021

(.....)

(.....) selam yine teknik bir sorun yaşıyoruz sanırım, ve rakibin hala açık olması ve bizim kapatmış olmamız sıkıntı yaratıyor.

(.....)

(.....) biraz ayıp oluyor bu yaklaşım

Son 35 dakikadır

tüm türkiyede sadece sizi açık tutup

tüm kanalları kapattık

Sizi sade istanbulda kapattık

35 dakikadır da kapalıyız

(.....)

Maalesef Bursa Ankara İstanbul açık restoranlar (.....)

(.....TİCARİ SIR.....)

(.....)

Aksi bir durum olsa yazar mıyım

Ben de rakibin neden açık olup bizim kapalı olduğumuzu açıklayamıyorum

(.....)

İşin komiği tüm rakiplerinizden de niye yemek sepeti açık biz kapalıyız mesajı alıyoruz

Bunu soran kişiler keşke aynı hassasiyeti yalvarsakda sayfamızı kapatırken de gösterseydi

Niyetmizden ve yaklaşımımızdan şüphe etmediğinizi umuyorum, teknik aksaklıklar var evet ama halledebilmek için var güçte çalışıyor ekipler⁸

(.....)

Yaklaşımından hiç tereddüt etmiyoruz (.....), hepimiz etkileniyoruz. Yarın müsait olduğunda ararım, konuşuruz. Kolay gelsin herkese iyi pazarlar

- (16) Yerinde incelemede elde edilen ve YEMEK SEPETİ yorum sisteminin ne şekilde çalıştığını restoranlara açıklayan belgede (Belge-17/73-84) şu ifadeler yer almaktadır:

(.....)

⁸ Vurgu raportörlerce eklenmiştir.

yönünde baskı uygulamakta mıdır?” sorularına vermiş olduğu “mevcut durumda hayır” cevapları üzerine (.....) ile bir telefon görüşmesi yapılmıştır. Bu görüşme kapsamında; “mevcut durumda hayır” şeklindeki cevaplarının bilinçli olarak tercih edildiği, daha önceki soruşturmalar kapsamında yapılan görüşmelerde vermiş oldukları cevaplarla çelişmemesi için bu şekilde cevap verildiği, daha önce beyan edilenler haricinde bir baskı unsurunun söz konusu olmadığı, daha önceki cevaplarında beyan ettikleri üzere eski dönemde YEMEK SEPETİ tarafından kendilerine çeşitli baskıların uygulandığı ancak bu baskı sonucunda herhangi bir cezalandırıcı uygulamanın söz konusu olmadığı, Kurul tarafından alınan kararlar ve GETİR YEMEK ile TRENDYOL YEMEK gibi rakiplerin pazara girmesi sonrasında YEMEK SEPETİ’nin daha dikkatli davranmaya başladığı ve herhangi bir baskı oluşturmadığı ifade edilmiştir.

I.3. İlgili Pazar

I.3.1. İlgili Ürün Pazarı

- (21) Dosya konusu şikâyetlerin temelinde YEMEK SEPETİ’nin çevrim içi yemek sipariş/servis platform hizmetlerine ilişkin eylemleri yer almaktadır. YEMEK SEPETİ, paket servis hizmeti bulunan restoranlar ile yemek siparişi vermek isteyen kullanıcıları bir araya getiren, kullanıcıların internet üzerinden platformun portföyünde yer alan restoranlardan yemek sipariş etmesini, restoranların ise internet üzerinden sipariş almasını sağlayan bir çevrim içi yemek siparişi/servisi platformudur. İki farklı gruba (sipariş verenler, restoranlar) hizmet veren ve bu yönüyle çift taraflı pazar niteliği taşıyan bu platform üzerinden gerçekleşen işlemlerde; sipariş verenlerden genel olarak ücret alınmazken, restoranlar sipariş tutarının belirli bir oranını hizmet bedeli/komisyon olarak aracı platforma ödemektedir. Yemek siparişi veren kullanıcılar, ödemelerini platform üzerinden çevrim içi olarak veya kapıda ödeme seçenekleriyle (nakit/kredi kartı vb.) gerçekleştirmekte; platformlar, kullanıcılardan elde edilen sipariş gelirlerinden sipariş başına belli miktarda komisyon mahsup ederek kalan bedeli restorana iletmektedir.
- (22) Yemek siparişi hizmetleri, tüketiciye evde yemek ile restoranda yemek alternatiflerini bir arada sunmaktadır. Kendi adreslerine yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler, bunu restorana doğrudan ulaşılabilen telefonla, restoranın kendi internet sitesi/mobil uygulaması aracılığıyla veya çevrim içi yemek servis/sipariş platformlarının restoranlar ile tüketicileri bir araya getirdiği pazaryerleri üzerinden gerçekleştirebilmektedir.
- (23) Gerek dünyada gerekse Türkiye’de çevrim içi yemek servis/sipariş alanındaki pazaryerleri, hizmetlerini temel olarak iki model üzerinden sağlamaktadır. Bunlardan ilkinde, platform yalnızca siparişin kullanıcıdan restorana iletimi için aracılık hizmeti sunmakta, ikincisinde ise ek olarak yemeğin kullanıcıya iletimi için lojistik desteği sunmaktadır. Yalnızca pazaryeri modeli Türkiye’ye YEMEK SEPETİ’nin öncülüğü ile 2000 yılında sunulmuştur. Pazaryeri ve lojistik modeli ise Türkiye’de YEMEK SEPETİ tarafından 2015 sonunda kurulmuş; bu alandaki yatırımlar, hizmet ve dolayısıyla talepler ancak rakiplerin de pazara girdiği son üç yılda yoğunluk kazanmıştır. Teşebbüsler, gerek kendi bünyelerinde çalıştırdıkları kuryeler, gerekse kurye şirketlerinden ve hatta kendi kuryesi olan restoranlardan (kuryelerinden faydalanmadıkları belirli dönemlerde) lojistik hizmetini kiralamak suretiyle söz konusu hizmeti sunmaktadırlar. Türkiye’de hâlihazırda pazardan çıkmış olan Glovo ve Scotty Yemek, faaliyette oldukları dönemde yalnızca platform ve lojistik modeliyle

çalışmaktayken, YEMEK SEPETİ, GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve FUUDY hem yalnızca platform hizmeti hem de platform ve lojistik hizmeti sağlamaktadır.¹⁰

- (24) 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *YEMEK SEPETİ* kararında, doğrudan sipariş yöntemlerinin ve çevrim içi yemek servis/sipariş platformlarının birbirine alternatif olabilme durumu incelenmiştir. Buna göre, kullanıcı alışkanlıkları, kullanım özellikleri ve farklılıkları, ağ etkileri, restoran/menü seçenekleri, işlem maliyetleri vb. hususlar dikkate alınarak pazar “çevrim içi yemek siparişi/servisi platform hizmetleri” olarak tanımlanmıştır. Kullanıcı açısından çevrim içi yemek servis/sipariş platformları aracılığıyla alınabilen hizmetler, telefonla sipariş üzerinden alınabilen hizmetlerden pek çok açıdan farklılaşmaktadır. Şöyle ki, platformları kullanan müşteriler, çok sayıda restorana ve menü seçeneğine kolayca ulaşabilmekte, görsel içeriğiyle birlikte güncel menü fiyatlarına, promosyonlara, indirimlere, restoran hizmet saatlerine ve bölgelerine, kullanıcı değerlendirmelerine ilişkin bilgi edinebilmektedir. Kullanıcılara sunulan bölge/restoran/menü özelinde arama yapabilme, birden fazla farklı restorandan aynı anda sipariş verebilme, siparişin ulaşacağı zaman aralığını belirleyebilme, restoran puanlarını, menü içeriklerini, restoran ve menülere ilişkin yorumları görüntüleyebilme, önceden verilen siparişi kolayca tekrarlayabilme vb. seçenekler kullanıcıların araştırma, karar verme ve siparişi sonlandırma süreçlerini etkinleştirerek işlem maliyetlerini azaltmaktadır. Telefonla sipariş sürecinde kullanıcılar söz konusu avantajlardan faydalanamamakta, ayrıca restorana ulaşamama durumuyla veya restoran görevlisiyle yapılan sözlü iletişimden kaynaklanan olası aksaklıklarla (adres veya siparişin yanlış veya eksik alınması vb.) karşılaşabilmektedir.
- (25) Restoranlar bakımından ise çevrim içi yemek sipariş platformlarının yarattığı en önemli değer, geniş bir müşteri kitlesinin bir arada olduğu bir pazaryerine erişimdir. Bu pazaryerleri üzerinden restoranlar, işletmelerini telefonla arayarak veya kendine ait internet sitesi/mobil uygulamasını kullanarak sipariş verecek potansiyel müşterilerden çok daha fazla sayıda müşteriye ulaşabilmektedir. Büyük müşteri portföyü olan ve marka bilinirliği yüksek restoran zincirleri bakımından da platformların son derece önemli olduğu anlaşılmaktadır. Dahası, reklam, promosyon, indirimlerin müşteriye iletim kolaylığı, siparişin daha sağlıklı alınabilmesi, restoran hakkında yapılan kullanıcı değerlendirmeleri vb. hususlar, restoranlar bakımından çevrim içi yemek sipariş platformlarını avantajlı kılmaktadır.
- (26) Benzer şekilde, 2016 tarihli *YEMEK SEPETİ* kararında incelendiği üzere, tüm sürecin (sipariş, yemek, teslimat) restoranlar tarafından yönetildiği iş modellerinde restoranların kendi internet siteleri ve mobil uygulamaları, çevrim içi yemek sipariş platformlarının kullanıcıya sunduğu restorana ait menü seçenekleri ve fiyatları listeleme, sipariş verme, siparişi tekrarlama, puan kazanma vb. birtakım seçeneklere sahip olsa da, ağ etkileri nedeniyle geniş kullanıcı ve restoran seçeneğine sahip olan çevrim içi yemek sipariş platformlarına alternatif teşkil etmemektedir. Domino’s Pizza, McDonald’s, Burger King, KFC gibi geniş bir müşteri kitlesine sahip zincir restoranlar dahi, kendi internet siteleri ve mobil uygulamalarının yanında çevrim içi yemek sipariş

¹⁰ YEMEK SEPETİ, YEMEK SEPETİ ve YEMEK SEPETİ Vale üzerinden restoranlarla yaptığı sözleşmelere göre söz konusu hizmeti sağlamaktadır. YEMEK SEPETİ Vale ile anlaşılan bir restoran YEMEK SEPETİ platformu üzerinden aldığı siparişi YEMEK SEPETİ’nin kuryesi aracılığıyla iletmektedir. GETİR YEMEK ise, restoranlara söz konusu iki model seçeneğini sunduğu gibi, lojistik desteğini GETİR YEMEK’ten almayı kabul eden restoranlarda da, restoranın kendi kuryesinin de olması halinde kullanıcılara “Restoran getirsin” ya da “GETİR getirsin” şeklinde iki seçenek sunmaktadır.

platformları aracılığıyla satış yapmayı tercih etmektedir. Hatta bu teşebbüslerin YEMEK SEPETİ üzerinden gerçekleştirdikleri satışların, kendi internet sitelerinden gerçekleştirdikleri satışların dikkat çekici miktarda üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu veriler, YEMEK SEPETİ özelinde çevrim içi yemek sipariş platformlarının önemini ve bu platformların diğer satış kanallarından farkını ortaya koymaktadır.

- (27) Açıklanan gerekçelerle, telefon, restoranın kendi internet sitesi veya mobil uygulaması kanallarıyla sağlanan hizmetlerin, restoran ve menü bilgilerinin yer aldığı üçüncü taraf internet sitelerinin ve sosyal medya platformlarının çevrim içi yemek sipariş/servis platformları ile aynı pazarda yer almadığı değerlendirilmiş, ancak ulaşılabilecek sonuca etki etmeyecek olması nedeniyle kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmamıştır.

I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (28) Her ne kadar çevrim içi olarak sunulan hizmetlerde coğrafi bölgeler açısından teorik olarak kayda değer bir sınırlama olmasa da, dosya açısından pazarın çift yönlü olması değerlendirmeyi değiştirecek nitelik taşımaktadır. Zira yemek siparişine/servisine yönelik sağlanan platformun kullanıcılara sağladığı hizmetler bakımından herhangi bir bölgeyi diğerinden ayıran önemli bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak, platformun kullanıcılara ulaşmak üzere bir aracılık hizmeti verdiği restoranların sağladığı yemek hizmeti, coğrafi açıdan sınırlara tabidir. Genel olarak, gerek arz gerek talep ikamesi bakımından, bir restoran başka bir ildeki restorana alternatif olamamaktadır. Bunun yanında, il sınırları içerisinde de, restoranlar kimi hallerde ancak bir ve/veya birkaç semt ya da ilçe gibi daha sınırlı bölgelerde hizmet sağlayabilmektedir. Bu durum restoran ile kullanıcı arasındaki mesafeye ve trafik durumuna göre değişkenlik arz etmekte, mesafeli veya ulaşması vakit alan hallerde kullanıcının katlanacağı kargo ücreti de diğer bir ayırt edici unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, dosya açısından ulaşılabilecek sonucu değiştirmeyecek olması sebebiyle kesin bir ilgili coğrafi pazar tanımı yapılmamıştır.

I.4. Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (29) 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde hâkim durum, "*belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*" olarak tanımlanmıştır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere hâkim durum değerlendirme yapılırken, esasen incelenen teşebbüsün rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiği araştırılmaktadır.
- (30) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) incelenen teşebbüsün rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiğinin tespiti için her bir olayın kendine özgü koşullarının göz önünde bulundurulması gerçeği de dikkate alınarak;
- İncelenen teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu,
 - Pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri,
 - Alıcıların pazarlık gücü
- unsurlarının göz önünde bulundurulması gerektiği belirtilmiştir.

- (31) Mevcut dosya bakımından, kesin bir hâkim durum analizi yapılmasına gerek görülmemiş olmakla birlikte, son iki-üç yılda çevrim içi yemek servisi/sipariş platformları pazarına giren GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve FUUDY gibi yeni oyuncuların durumunu ve pazarın incelendiği son dönemden bu yana ne şekilde

geliştiğini göstermek bakımından, bu bölümde rakiplerin pazardaki konumuna ilişkin analizlere yer verilmiştir.

- (32) YEMEK SEPETİ ve rakip platformlardan edinilen verilere göre, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında, Türkiye genelinde sipariş adetleri ve tutarları kullanılarak hesaplanan pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

Tablo-2: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin 2021 Sipariş Adedi ve Tutarına Göre Pazar Payları (%)

Teşebbüs	Sipariş Adedi	Pazar Payı	Sipariş Tutarı (TL)	Pazar Payı
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doyurunbeni.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Acıkınca.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com ¹¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA ¹²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LEZZET ANKARA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	(.....)	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (33) 2021 yılı itibarıyla pazarda öne çıkan teşebbüslerin, sipariş adedi bazında pazar payları; pazar lideri YEMEK SEPETİ için (.....), GETİR YEMEK için (.....) ve TRENDYOL YEMEK için (.....) olarak gerçekleşmiştir. Sipariş tutarı bakımından pazar payları incelendiğinde ise durumun (.....) lehine değiştiği ve pazar paylarının, YEMEK SEPETİ için (.....), GETİR YEMEK için (.....) ve TRENDYOL YEMEK için (.....) olduğu görülmektedir.

Tablo-3: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin 2022 (1/4) Sipariş Adedi ve Tutarına Göre Pazar Payları (%)

Teşebbüs	Sipariş Adedi	Pazar Payı	Sipariş Tutarı (TL)	Pazar Payı
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doyurunbeni.com ¹³	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Acıkınca.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LEZZET ANKARA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	(.....)	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (34) 2022 yılının ilk çeyreği özelinde pazar payları incelendiğinde, pazarın ciddi şekilde değiştiği görülmektedir. Sipariş adedi bakımından pazar lideri konumunda olan YEMEK SEPETİ'nin pazar payı (.....) gerilemiş, GETİR YEMEK'in payı (.....) ve TRENDYOL YEMEK'in payı da (.....) yükselmiştir. Sipariş tutarı bakımından incelendiğinde, verilerin 2021 yılına benzer şekilde (.....) lehine değişmekte olduğu görülse de, pazar paylarının ciddi değişim geçirdiği dikkat çekmektedir. Sipariş tutarı bakımından pazar payları incelendiğinde ise, pazar lideri konumunda olan YEMEK SEPETİ'nin pazar payının (.....) gerilediği, GETİR YEMEK'in payının (.....) ve TRENDYOL YEMEK'in payının da (.....) yükseldiği görülmektedir.

¹¹ Mekan.com, HEPSİBURADA ve LEZZET ANKARA'nın pazar payları sırasıyla sipariş adedinde (.....), (.....) ve (.....), sipariş tutarında (.....), (.....) ve (.....) hesaplandığı için (.....) yuvarlanmıştır.

¹² HEPSİBURADA verileri, teşebbüsün pazarda faal olduğu Ağustos 2020 ve Temmuz 2021 tarihlerini kapsamaktadır.

¹³ DoYurunbeni.com, Acıkınca.com, LEZZET ANKARA ve Mekan.com'un pazar payları sırasıyla sipariş adedinde (.....), (.....), (.....) ve (.....), sipariş tutarında (.....), (.....), (.....) ve (.....) hesaplandığı için (.....) yuvarlanmıştır.

Tablo-4: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Son Sekiz Yıldaki Sipariş Adedi Bazlı Pazar Payları¹⁴ (%)

Teşebbüs	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK ¹⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK ¹⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY ¹⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZOMATO ¹⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SODEXO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FİYUU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doyurunbeni.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yettim.net	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LEZZET ANKARA ¹⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Acıkınca.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: 2019-3-079 sayılı Soruşturma Dosyası ve Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (35) Sipariş adedi bakımından pazarın son sekiz yılı incelendiğinde, 2015'ten 2019'a kadar olan dönemde YEMEK SEPETİ'nin pazar payının (.....) seviyelerinde durağan şekilde seyrettiği, ilgili dönemde pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin YEMEK SEPETİ üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturamadığı anlaşılmaktadır. Fakat YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2020 yılından itibaren değişmeye başladığı, pazar payının 2020 yılında (.....) seviyesine, 2021 yılında (.....) seviyesine ve nihai olarak 2022 yılının 1. çeyreğinde (.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir.
- (36) YEMEK SEPETİ'nin pazar payındaki (.....) düşüş ile birlikte sipariş adedi bakımından pazar, 2019 yılında (.....) adet iken (.....) büyüyerek 2020 yılında (.....) adede, 2020 yılında (.....) adet iken (.....) büyüyerek 2021 yılında (.....) adede yükselmiştir. Pazardaki bu değişim kapsamında öne çıkan diğer teşebbüslerden GETİR YEMEK'in 2020'de pazar payını (.....) yükselttiği, pazara 2020 yılında giriş yapan TRENDYOL YEMEK ile FUUDY'nin ise sırasıyla (.....) ve (.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. Benzer şekilde YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinin 2021 yılında da pazar paylarını yükseltmeye devam ettiği, GETİR YEMEK'in payının (.....), TRENDYOL YEMEK'in payının (.....) ve FUUDY'nin payının (.....) oranında yükseldiği gözlemlenmektedir.²⁰
- (37) 2022 yılı ilk çeyrek sonu itibarıyla pazar incelendiğinde ise, 2019 ve 2020 yılında pazara giriş yapan GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve FUUDY gibi

¹⁴ Bu ve izleyen grafiklerde/tablolarda kullanılan 2022 yılı verileri, bu yılın ilk çeyreğine ait kümülatif değerleri yansıtmaktadır.

¹⁵ GETİR YEMEK verileri, teşebbüsün faaliyete başladığı 07.02.2019 tarihinden sonrasını kapsamaktadır.

¹⁶ TRENDYOL YEMEK verileri, teşebbüsün faaliyete başladığı 2020 yılı ve sonrasını kapsamaktadır.

¹⁷ FUUDY verileri, teşebbüsün faaliyete başladığı 2020 yılı ve sonrasını kapsamaktadır.

¹⁸ ZOMATO, SODEXO ve FİYUU'ya ilişkin veriler, 2020 yılının ilk üç çeyreğine kadar olan verilerdir. FİYUU 2019, SODEXO 2020 ve ZOMATO ise 2021 yılında piyasadan çekilmiştir.

¹⁹ LEZZET ANKARA verileri, teşebbüsün faaliyete başladığı 2021 yılı ve sonrasını kapsamaktadır.

²⁰ 2022 yılının tamamına ilişkin veriler olmaması sebebiyle yapılabilecek hatalı değerlendirmelerden kaçınmak amacıyla 2022 yılına ilişkin değerlendirme burada yapılmamıştır.

teşebbüslerin pazarda yer edindiği, bu teşebbüslerin sipariş adedi bakımından toplam pazar paylarının (.....) seviyesine ulaştığı, fakat benzer dönemlerde pazara giren ya da pazarda faaliyet yürüten çeşitli teşebbüslerin pazardan çıktığı ya da dikkate alınmayacak kadar düşük pazar payını elinde tutabildiği görülmüştür:

Tablo-5: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Son Sekiz Yıldaki Sipariş Tutarı Bazlı Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZOMATO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SODEXO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FİYUU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doyurunbeni.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yettim.net	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LEZZET ANKARA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Acıkınca.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: 2019-3-079 sayılı Soruşturma Dosyası ve Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (38) Sipariş tutarı bakımından pazarın son sekiz yılı incelendiğinde, 2015'ten 2019'a kadar olan dönemde YEMEK SEPETİ'nin pazar payının (.....) seviyelerinde durağan şekilde seyrettiği, ilgili dönemde pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin YEMEK SEPETİ üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturamadığı görülmektedir. Fakat YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2020 yılından itibaren değişmeye başladığı, pazar payının 2020 yılında (.....) seviyesine, 2021 yılında (.....) seviyesine ve nihai olarak 2022 yılının 1. çeyreğinde (.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir.
- (39) Pazar lideri konumundaki YEMEK SEPETİ'nin pazar payında düşüş yaşanmakla birlikte, sipariş tutarı bakımından pazar, 2019 yılında (.....) TL iken, 2020 yılında (.....) büyüyerek (.....) TL'ye; 2020 yılında (.....) TL iken, 2021 yılında (.....) büyüyerek (.....) TL'ye yükselmiştir. Pazardaki bu değişim kapsamında öne çıkan diğer teşebbüslerden GETİR YEMEK'in 2020'de pazar payını (.....) yükselttiği, pazara 2020 yılında giriş yapan TRENDYOL YEMEK ile FUUDY'nin ise sırasıyla (.....) ve (.....) pazar payı elde ettiği görülmektedir. Benzer şekilde YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinin 2021 yılında da pazar paylarını yükseltmeye devam ettiği, GETİR YEMEK'in payının (.....), TRENDYOL YEMEK'in payının (.....) ve FUUDY'nin payının (.....) yükseldiği gözlemlenmektedir.²¹
- (40) 2022 yılı ilk çeyrek sonu itibarıyla pazar incelendiğinde ise 2019 ve 2020 yılında pazara giriş yapan GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve FUUDY gibi teşebbüslerin pazarda yer edindiği, bu teşebbüslerin sipariş tutarı bakımından toplam pazar paylarının (.....) seviyesine ulaştığı fakat benzer dönemlerde pazara giren ya da pazarda faaliyet yürüten çeşitli teşebbüslerin pazardan çıktığı ya da dikkate alınmayacak kadar düşük pazar payını elinde tutabildiği görülmüştür.

²¹ 2022 yılının tamamına ilişkin veriler olmaması sebebiyle yapılabilecek hatalı değerlendirmelerden kaçınmak amacıyla 2022 yılına ilişkin değerlendirme burada yapılmamıştır.

- (41) YEMEK SEPETİ'nin ve rakiplerinin üç büyük il ve 2016 tarihli kararda alternatif rakiplerin faaliyet göstermesi sebebiyle incelenmiş olan Balıkesir ili bazında pazar paylarında yıllar içerisinde yaşanan değişim aşağıdaki tablolarda görülmektedir:

Tablo-6: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2015-2022 İstanbul Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZOMATO ²²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SODEXO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FİYUU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yettim.net	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: 2019-3-079 sayılı Soruşturma Dosyası ve Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

Tablo-7: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2020-2022 Ankara Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY ²³	(.....)	(.....)	(.....)
LEZZET ANKARA	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

Tablo-8: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2020-2022 İzmir Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

Tablo-9: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2015-2022 Balıkesir Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022(1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doyurunbeni.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Acıkınca.com	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: 2019-3-079 sayılı Soruşturma Dosyası ve Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

²² ZOMATO, SODEXO ve FİYUU'ya ilişkin olarak 2020 yılından 2022 yılının ilk çeyreğinin sonuna kadar olan dönem için iller bazında veri talep edilmemiştir.

²³ FUUDY ve LEZZET ANKARA'nın pazar payları, sırasıyla, 2021 yılında (.....) ve (.....), 2022 yılının ilk çeyreğinde (.....) ve (.....) olduğu için (.....) yuvarlanmıştır.

- (42) İller bazında incelendiğinde de YEMEK SEPETİ'nin 2015-2020 yılları arasında rekabetçi bir baskı ile karşılaşmadığı, yüksek pazar payını koruduğu ve/veya pazar payını düzenli olarak yükselttiği ve neredeyse tekel olarak piyasada faaliyet gösterdiği görülmektedir. Fakat 2019 ve 2020 yılında pazara yeni giriş yapan rakip teşebbüsler ile pazarın bu yapısının değiştiği ve iller bazında YEMEK SEPETİ'nin pazar paylarının 2022 yılının ilk çeyreği itibarıyla (.....) ile (.....) aralığında seyrettiği tespit edilmiştir. Ancak, söz konusu illerdeki tablo ile Türkiye geneli arasında kayda değer bir farklılaşma tespit edilmemiştir. Üç büyük teşebbüsün pazar payları ufak oranlarda farklılık arz etse de, pazardaki konumları aynıdır.
- (43) Çevrim içi yemek siparişi/servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren bir firma için öncelikli hedef restoranları platforma üye yapmak ve geniş bir kullanıcı portföyüne ulaşmaktır. Şüphesiz geniş bir restoran ağı, kullanıcının gözünde platformu kullanılabilir ve çekici kılmaktadır. YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin aktif kullanıcı, anlaşmalı olduğu restoran sayıları ile zincir restoranların şube sayıları aşağıdaki grafiklerde gösterilmiştir:

Grafik 1: Aktif Kullanıcı Sayıları²⁴

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: 2019-3-079 sayılı Soruşturma Dosyası ve Teşebbüslerden elde edilen veriler.

- (44) Grafik 1'de görüldüğü üzere, faaliyette buldukları dönem boyunca hem YEMEK SEPETİ'nin hem de pazarda öne çıkan rakipler olan GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve FUUDY'nin aktif kullanıcı sayısı sürekli bir artış göstermekte, fakat pazar payları dikkate alınmayacak kadar küçük olan rakiplerin aktif kullanıcı sayıları 2019 yılı sonrasında sürekli olarak düşmektedir. Fakat oransal olarak bakıldığında rakip platformların aktif kullanıcı sayılarındaki artış, YEMEK SEPETİ'nin yaşadığı artışa nazaran daha yüksek gerçekleşmiştir:
- YEMEK SEPETİ'nin kullanıcı sayısı 2019 yılında (.....) iken (.....) artışla 2020 yılında (.....) yükselmiştir. Aynı dönemde pazardaki faal rakip olan GETİR YEMEK'in ise 2019 yılındaki kullanıcı sayısı (.....) iken (.....) artışla 2020 yılında (.....) yükselmiştir.
 - YEMEK SEPETİ'nin kullanıcı sayısı 2020 yılında (.....) iken 2021 yılında (.....) artışla (.....) yükselmiştir. Aynı dönemde pazardaki faal rakip olan GETİR YEMEK'in 2020 yılındaki kullanıcı sayısı (.....) iken (.....) artışla 2021 yılında (.....), TRENDYOL YEMEK'in ise 2020 yılındaki kullanıcı sayısı (.....) iken (.....) artışla 2021 yılında (.....) yükselmiştir.²⁵

²⁴ Aktif kullanıcı sayıları ilgili yıl/dönemde en az bir başarılı sipariş vermiş kullanıcıları içermektedir. YEMEK SEPETİ, GETİR YEMEK, Doyurunbeni.com ve Acıkınca.com'un kullanıcı sayıları hem internet hem de uygulama kullanıcı sayıları esas alınarak hesaplanmıştır.

²⁵ 2022 yılı verileri, yıl tamamlanmadığı ve yanlış değerlendirmeye yol açacağı için ayrıca değerlendirilmemiştir.

Grafik 2: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Anlaşmalı Olduğu Restoran Sayıları²⁶

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

- (45) Anlaşmalı restoran sayılarına bakıldığında, YEMEK SEPETİ'nin kapsadığı restoran sayısının rakipleri tarafından yakalandığı, pazara 2019 ve 2020 yıllarında giriş yapan teşebbüslerin hızla anlaşmalı oldukları restoran sayısını arttırdıkları fark edilmektedir. Bu kapsamda, 2019 yılında pazara giriş yapan GETİR YEMEK'in iki yıllık süre içerisinde 2021 yılı için (.....) restoran ile anlaşma sağladığı, böylelikle YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu (.....) restoran sayısının (.....); 2022 yılının ilk çeyreği için ise (.....) restoran ile anlaşma sağladığı ve YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu (.....) restoran sayısının (.....) görülmektedir. 2020 yılında pazara giriş yapan TRENDYOL YEMEK incelendiğinde ise bir yıllık süre içerisinde 2021 yılı için (.....) restoran ile anlaşma sağladığı, böylelikle YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu (.....) restoran sayısına kıyasla (.....) oranında bir ağa sahip olduğu; 2022 yılının ilk çeyreği için ise (.....) restoran ile anlaşma sağladığı ve YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu (.....) restoran sayısına kıyasla (.....) oranında bir ağa sahip olduğu görülmektedir.

Grafik 3: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Anlaşmalı Olduğu Zincir Restoran Şube Sayıları

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

- (46) Anlaşmalı olunan zincir restoran şube sayılarına bakıldığında ise, YEMEK SEPETİ'nin 2020 yılı için en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı olmasına rağmen devam eden yıllarda bu üstünlüğünü kaybetmiş olduğu ve rakipleri tarafından (.....) anlaşılmaktadır. Bu kapsamda;
- 2020 yılı için YEMEK SEPETİ (.....) zincir restoran şubesi ile, GETİR YEMEK (.....) zincir restoran şubesi ile, TRENDYOL YEMEK (.....) zincir restoran şubesi ile anlaşma sağlamıştır,
 - 2021 yılında rakipler (.....), 2021 yılı için YEMEK SEPETİ (.....) zincir restoran şubesi ile, GETİR YEMEK (.....) zincir restoran şubesi ile, TRENDYOL YEMEK (.....) zincir restoran şubesi ile anlaşma sağlamıştır,
 - 2022 yılının ilk çeyreği itibarıyla pazar lideri konumundaki YEMEK SEPETİ, anlaşmalı olduğu zincir restoran şube sayısında (.....) düşmüştür. 2022 yılının ilk çeyreği için YEMEK SEPETİ (.....) zincir restoran şubesi ile, GETİR YEMEK (.....) zincir restoran şubesi ile, TRENDYOL YEMEK ise (.....) zincir restoran şubesi ile anlaşma sağlamıştır.

²⁶ Restoran sayılarına ilişkin veriler; zincir restoran, birkaç şubeli restoran ve tek şubeli restoran markalarından her biri bir adet olacak şekilde hesaplanmıştır. Başka bir ifadeyle zincir restoranların ve birkaç şubeli restoranların şube sayıları dâhil değildir.

- (47) İlgili piyasada bir platformun ticari başarısını tek başına bu platformun ağına dâhil ettiği restoranların sayısı ile ilişkilendirmek doğru değildir. Platformların, özellikle de yerleşik teşebbüsün rakibi konumunda olanların, kullanıcı tabanını genişletebilmek için tüketicilerin sıkça tercih ettiği ve bilinirliği yüksek zincir restoranları ağlarına dâhil etmesi büyük önem arz etmektedir. Aşağıdaki tabloda, kullanıcılar tarafından en fazla talep gördüğü düşünülen ve marka bilinirliği yüksek bazı zincir restoranların, şube sayısı bakımından kaçının hangi platformlarla anlaşmalı olduğu bilgisi sunulmaktadır.

Tablo-10: Platformlarla Anlaşmalı Olan Zincir Restoran Şubesi Sayısı (2022 Mart Ayı)

Restoranlar	YEMEK SEPETİ	GETİR YEMEK	TRENDYOL YEMEK	Doyurun beni. com	Acıkınca. com	Mekan. com	LEZZET ANKARA	FUUDY
Komagene	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Oses Çiğ Köfte	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Domino's	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Burger King	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Popeyes	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Paşa Döner	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pasaport Pizza	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
McDonald's	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KFC	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekrem Coşkun	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Usta Dönerci	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Levent Börek	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Öncü Döner	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Terra Pizza	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Little Caesars	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tavuk Dünyası	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mado	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pizza Lazza	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Arby's	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Usta Pideci	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pizza Bulls	(.....)	(.....) ²⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sbarro	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Papa John's	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pizza Hut	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Subway	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pidem	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Köfteci Yusuf	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler

- (48) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, hem YEMEK SEPETİ'nin hem de rakiplerinin Türkiye'de yaygın bir ağa ve bilinirliğe sahip olan söz konusu restoranlar ile işbirliğinin olduğu ve (.....) bakımından dikkate değer farklar olmadığı anlaşılmaktadır.
- (49) Yukarıda yapılan açıklamalar dikkate alındığında, pazara girişlerde özellikle son yıllarda bir artışın olduğu, bu teşebbüslerin bazılarının faaliyetlerini devam ettirecek şekilde başarılı olamadıkları ve pazardan çıktıkları görülmektedir. Fakat pazardaki faaliyetlerini sürdürerek pazardan pay elde eden teşebbüslerin, pazar lideri konumundaki YEMEK SEPETİ ile rekabet edebildiği değerlendirilmektedir.

²⁷ (.....)

I.5. Hakim Durumun Kötüye Kullanmasına İlişkin Değerlendirme

- (50) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ilk fıkrasında, "Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması" yasaklanmakta ve maddenin ikinci fıkrasında da örnek niteliğinde kötüye kullanma halleri sayılmaktadır. Bu doğrultuda dosya kapsamında incelenen iddialara konu eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlaline yol açıp açmadığının değerlendirilmesi gerekmekte olup her bir iddiaya ilişkin değerlendirmeye aşağıda sırasıyla yer verilmektedir.

I.5.1. YEMEK SEPETİ'nin Fiili Münhasırlık ve EKM Şartı Uyguladığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

- (51) Dosya kapsamında incelenen hususların başında, YEMEK SEPETİ'nin, üye restoranların rakip platformlar ile çalışması ya da rakip platformlara daha avantajlı şartlar sunması halinde YEMEK SEPETİ'nin restoranların (i) arama sonuç sayfalarında görünürlüklerini azaltma veya aşağı sıralara itme, (ii) puanlarını düşürme veya yüksek puanlarını yansıtmama, (iii) reklam mecralarını kullandırmama veya yüksek fiyatla kullandırma şeklindeki uygulamalar ile cezalandırabildiği iddiası yer almaktadır. YEMEK SEPETİ'nin çeşitli uygulamalarla restoranların rakip platformlarla çalışmasını engellediği iddiası fiili münhasırlık kapsamında incelenebilecekken; restoranların rakip platformlarda daha avantajlı koşullar sunmasını söz konusu uygulamalar aracılığıyla engellediği iddiası ise EKM şartı kapsamında ele alınabilecektir.

I.5.1.1. Münhasırlık Uygulamalarına İlişkin Genel Çerçeve

- (52) Münhasır anlaşmalar terimi genel olarak, üst pazardaki bir sağlayıcının ürünlerinin bir dağıtıcı ya da perakendeciye, benzer rakip ürünleri satmaması koşuluna bağlanarak satılmasını ifade eden düzenlemeler için kullanılmaktadır. Dijital pazarlar bakımından ise münhasırlık uygulamaları, platformun bir satıcının münhasıran (veya büyük ölçüde) kendi platformunda satış veya işlem yapmasını talep etmesi suretiyle ortaya çıkmaktadır.
- (53) Münhasırlık uygulamalarının dijital piyasalarda daha detaylı bir şekilde incelenmesi önem arz etmektedir. Bu durumun nedenlerinden biri, çok taraflı pazarların, pazarda bir veya birkaç teşebbüsün kalmasına yol açacak şekilde evrilme (*tipping*) eğiliminde olmasıdır. Ağ etkileri yeterince güçlü olduğunda, kullanıcılar en fazla sayıda kullanıcının bulunduğu ağa yönelmekte ve bu durum da platformu daha çekici hale getirmektedir. Bir platform, pazar gücünü arttırmak için münhasırlık uygulamaları yoluyla kullanıcıların başka bir platforma geçiş davranışlarını sınırlayarak ağ etkilerini güçlendirmeye çalışabilecektir. Zira münhasırlık uygulamaları, platformların belirli sayıda kullanıcıya ulaşmasını garanti etmeye hizmet etmekte ve bu durum ise hizmetin platformun diğer tarafındaki kullanıcılara sağladığı değere katkıda bulunmaktadır. Bu tür münhasırlık anlaşmaları, aynı zamanda bir kullanıcının birden fazla platformda bulunma (*multi-homing*) veya platformlar arasında geçiş yapma güdüsünü de sınırlamaktadır.²⁸ Bu durum ise pazara giriş engellerinin oluşturulmasına, pazarda var olan giriş engellerinin güçlendirilmesine ve rakip teşebbüslerin yeterli satıcıya ve dolayısıyla tüketiciye ulaşamayarak pazardan dışlanmasına neden olabilmektedir.

²⁸ Competition and Consumer Commission of Singapore, E-commerce Platforms Market Study, 2020, s. 70-71.

- (54) Platformların, sözleşmesel olarak, ya da ödül/ceza uygulamaları ile fiili olarak satıcıların farklı platformlarla çalışmalarını engellemesi mümkün olabilmektedir. Örneğin, platformların, sadakat indirimleri, trafik kaynağı desteği, sübvansiyonlar gibi teşviklerin kullanılması yoluyla çoklu erişimi kullanıcılar için daha az çekici hale getirilebilmeleri mümkündür.²⁹ Diğer taraftan platformların, trafik kısıtlamaları, sıralamada geriye düşürme, platforma erişimin engellenmesi gibi cezai tedbirler alması da fiili münhasırlığa yol açabilmektedir.³⁰
- (55) Bununla birlikte münhasırlık uygulamaları, her durumda ihlal olarak değerlendirilmemekte, yaratabileceği etkinlik kazanımları ile bedavacılık ve vazgeçme problemlerinin önlenmesinde önemli bir rol oynayabileceği kabul edilmektedir. Geleneksel pazarlarda sağlayıcı, perakendeciye bir promosyon yatırımı yaptığında bu promosyon aynı zamanda onun rakiplerini de perakendeciye çekeceğinden sağlayıcılar arasında bedavacılık problemi oluşabilecektir. Vazgeçme problemi ise sözleşmeye veya ticari ilişkiye özgü yatırımlar söz konusu olduğunda ortaya çıkacak; anlaşma sonrasında sağlayıcı, bayiye yaptığı yatırımı amorti edemeyeceğinden yatırım yapmaktan vazgeçecektir. Böyle durumlarda rekabet etmeme yükümlülüğünün getirilmesi ilgili sorunları ortadan kaldıracaktır.³¹ Ancak yukarıda aktarıldığı üzere, bu münhasırlık uygulamalarının hâkim durumdaki bir platform tarafından kullanılmasının, rakiplerin pazara girişini veya büyümesini etkilemesi de mümkündür. Bu itibarla, münhasırlık uygulamalarının her olayın belirli gerçekleri ve koşulları göz önünde bulundurularak rekabet üzerindeki olası etkilerinin analizi önem arz etmektedir.

I.5.1.2. EKM Şartına İlişkin Genel Çerçeve

- (56) EKM şartı, temel olarak bir sağlayıcının müşterisine bir başka müşteriye daha avantajlı şartlar sunmayacağını temin etmesini ifade etmektedir. Geleneksel EKM şartları ile çevrim içi EKM şartları arasındaki ayrıma dikkat etmek gereklidir. Geleneksel EKM şartı, teşebbüsün kendi taraf olduğu alım/satım işleminin fiyatını düzenlemeyi amaçlarken, çevrim içi EKM şartı³², teşebbüsün tarafı olmadığı bir başka ticari işlemdeki fiyatları disipline etmeyi amaçlamaktadır. Diğer deyişle, çevrim içi pazarlarda EKM şartları, teşebbüslerin kendi platformları üzerinde diğer platformlar veya sağlayıcının kendi internet sitesi gibi diğer kanallarda fiyat ve/veya diğer unsurlar bakımından en avantajlı tekliflerin sunulmasını sağlamak için kullanılmaktadır.
- (57) Çevrim içi EKM şartları özellikle;
- Odak noktasının, aracının (genellikle platformun) sağlayıcıdan aldığı fiyattan ziyade sağlayıcının ürünün sunulduğu diğer satış kanallarındaki (diğer platformlar veya direkt satış kanalları gibi) fiyat üzerinde olması,
 - Nihai müşterilere sunulan fiyata karar vericinin, sağlayıcının kendisi olması,
 - Sağlayıcının nihai müşterilere doğrudan da satış yapabilmesi, dolayısıyla sağlayıcı ile platform arasında bir rekabetin söz konusu olabilmesi,

²⁹ Competition and Consumer Commission of Singapore, E-commerce Platforms Market Study, 2020, s. 70.

³⁰ <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=cd45a02f-c408-4715-bb6c-3c96f109f2f4>, Erişim Tarihi:15.09.2021.

³¹ Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, para 121.

³² *Retail (price) most favored nation/customer, platform most favored nation/customer, across platform parity agreements (APPA)* gibi şekillerde de anılmaktadır.

- Aracının (örneğin platformun) sağlayıcıdan daha fazla pazar gücüne sahip olabilmesi

açılarından geleneksel EKM şartlarından farklılaşmaktadır.³³

- (58) Çevrim içi dünyadaki uygulamasında EKM şartları, kapsam ve etkisi bakımından yine iki sınıfa ayrılmaktadır. Dar EKM, platform üzerinde yayımlanan fiyatların ve bazı tanımlara göre fiyat dışı unsurların sağlayıcının kendi internet sitesinde yayımlanandan daha dezavantajlı olmamasını sağlamaktayken; geniş EKM, benzer korumayı rakip platformları ve/veya çevrim dışı kanalları da içermek üzere her türlü kanalda sağlayarak daha geniş bir kapsama yaymaktadır. Ancak geniş ve dar EKM'nin kapsamı kullanılan satış ve pazarlama kanallarındaki farklılıklar sebebiyle incelenen pazara göre farklılık arz edebilmektedir.
- (59) Mevcut dosya kapsamında dar EKM, sağlayıcının paket servis/evlere serviste kendi işyerine ait tüm kanallarında uygulanan her türlü kampanya, promosyon, fiyat, ürün ve diğer içerikli kampanya çalışmalarının YEMEK SEPETİ platformunda da uygulanmasını sağlayan şartları; geniş EKM şartları ise, söz konusu kısıtlamaların rakip platformları da içerek şekilde uygulanmasını ifade etmektedir. Dosya kapsamında esas şikâyet konusunu YEMEK SEPETİ'nin çeşitli uygulamalar yoluyla rakip platformlara daha avantajlı şartlar sunulmasını engellemesi hususu oluşturduğu için temel olarak geniş EKM şartlarına odaklanılmıştır.
- (60) Hem rekabetçi hem rekabete aykırı etkilerinin bulunması sebebiyle, EKM şartlarının, şartın kapsamı, uygulanma şekli, tedarik zincirinin farklı seviyelerindeki rekabet seviyesi, pazarın özellikleri, tarafların pazardaki konumlarına göre incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Gerek öğreti gerekse içtihatla bu şart doğrudan ihlal sayılmamış, şartın etkilerinin olay bazında değişkenlik arz ettiği kabul edilmiştir. Bu sebeple, EKM içerikli davalar dikkatli bir inceleme ve denge analizi gerektirmektedir.

I.5.1.3. YEMEK SEPETİ'nin Restoran Yorum ve Puanlamalarına İlişkin Uygulamaları

- (61) Bu konudaki iddiaların temelini, YEMEK SEPETİ'nin platformunda yayınladığı restoran yorum ve puanlarının, YEMEK SEPETİ tarafından zincir restoranlar bakımından avantajlı hale getirilerek, tekil restoranlar bakımından ise tehdit/baskı unsuru olarak kullanılarak restoranların diğer platformlarla çalışmalarının veya diğer platformlara daha avantajlı şartlar sunmalarının engellendiği hususu oluşturmaktadır.
- (62) Dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemelerde zincir ya da tekil herhangi bir restorana münhasırlık ya da alternatif kanallarda daha avantajlı şart sunmama karşılığında puan ya da yorumlar üzerinden bir avantaj sunulduğuna ya da baskı uygulandığına işaret eden herhangi bir belge elde edilmemiştir.
- (63) Yerinde incelemede ayrıca söz konusu iddialar çerçevesinde YEMEK SEPETİ'nin algoritma ve kod yapıları incelenmiş, Rekabet Kurumu Bilişim Teknolojileri Dairesi Başkanlığının söz konusu yerinde inceleme sonucu elde edilen bilgi/bulgular çerçevesinde hazırladığı görüş yazısında;
- Puan ve yorum yapma seçeneğinin ancak siparişin geçerli olduğu durumlarda mümkün olduğu, sipariş iptali gerçekleşmiş ise kullanıcının ilgili siparişe yorum

³³ European Commission-VBER studies, *Support Studies for the Evaluation of the VBER: Support Study and Study on Consumer Purchasing Behaviour in Europe: Final Report*. (Publications Office 2020) 93 "<https://data.europa.eu/doi/10.2763/771951>" Erişim Tarihi: 09.05.2022.

yapamadığı ve sipariş verildikten (.....) puanlama ve yorum eklemenin mümkün olduğu,

- Yorum bölümünde yalnızca (.....) yorumların yer aldığı, yorumların yayınlanmadan önce kelime filtresinden geçirildiği, bu filtrenin küfür, anlamsız kelime/yorum, siyasi ifade gibi ifadeleri filtrelediği,
- (.....) yorumun yayına alınabilmesine olanak sağlayan bir yapının kurulduğu, ayrıca yorumlarda hız, servis veya lezzet kategorilerinden herhangi birinden (.....),
- Yazılım ve veri tabanları üzerinde yapılan incelemede, (.....) tespit edildiği

belirtilmiştir.

- (64) YEMEK SEPETİ'nden, restoranlara yönelik kullanıcı yorumlarının onay süreci, yorum süzgecinin işleyişi ve bu süreçte dikkate alınan tüm politikalara ilişkin bilgi talep edilmiştir. YEMEK SEPETİ tarafından, yorum yapma seçeneğinin YEMEK SEPETİ'nden sipariş veren ve siparişini teslim alan her kullanıcıya deneyimini değerlendirmesi için sunulduğu, kullanıcıya teslim edilen yemeği ve/veya sunulan hizmeti niteleyen yorumların yayınlanmasında, yayına uygun olmayan bir ifade içerip içermediğinin belirleyici olduğu, yayın kriterlerinin hiçbir kullanıcı ve restoran için farklılık göstermediği belirtilmiştir. (.....).

(65)

(.....TİCARİ SIR.....)

(66)

(.....TİCARİ SIR.....):

Şekil 1: YEMEK SEPETİ Kullanıcı Yorumları Yayınlanma Süreci

(.....TİCARİ SIR.....)

- (67) Yerinde incelemede elde edilen belgelerin de söz konusu açıklamaları doğrular yönde olduğu tespit edilmiştir. Yerinde incelemede yorum sürecinde dikkate alınan filtreleme kelimelerini içeren *Excel* belgesi incelenmiş, yorum sürecinde filtreye takılan kelimelerin genel olarak (.....) veya (.....) içeren kelimelerden oluştuğu ve söz konusu filtrelenen kelimelerin yukarıda sayılan yayına uygun olmayan içerik örneklerini ihtiva ettiği görülmüştür.
- (68) Ayrıca, yerinde incelemede (.....) gibi kullanıcılar tarafından sıkça kullanılabileceği düşünülen kelimelerde filtreleme sisteminin nasıl çalıştığını gözlemlemek amacıyla bu kelimeleri içeren yorumlara karşı alınan aksiyonları içeren iki *Excel* belgesi alınmıştır.

İlgili belgelerde, zincir restoranlara yönelik olumsuz yorumların da yukarıda sayılan yayına uygun olmayan içerikleri ihtiva ettiğinin anlaşılması üzerine editörler tarafından yorumdan kaldırıldığı örneklerin olduğu, bunun yanı sıra zincir restoranlara ilişkin olumsuz yorumların da yayınlandığı görülmüştür.

- (69) Ek olarak yerinde incelemelerde elde edilen Belge-18/7-10 ve Belge-18/11-12'de, "(.....)" yetkilileri tarafından yorumların silinmesine ilişkin talepte bulunduğu görülmektedir. YEMEK SEPETİ'nin "(.....)"tan gelen talebe karşılık kullanıcı yorumundan yalnızca argo kelimeleri çıkartarak yorumu güncellediği, "(.....)" gelen talebe karşılık ise yorumun herhangi bir uygunsuz içerik içermediğini belirterek yorumu yayınladığını belirttiği, restoranın isterse kullanıcı yorumuna yanıt yazabileceği şeklinde yönlendirme yaptığı anlaşılmaktadır. Söz konusu belgeler, YEMEK SEPETİ'nin kullanıcıların zincir restoranlara yapmış olduğu olumsuz yorumları da yayınladığını örneklemek suretiyle ortaya koymaktadır.
- (70) Başvuru sahibi tarafından, YEMEK SEPETİ tarafından siparişin restoran tarafından taahhüt edilen sürede getirilmediği durumda, müşteriler siparişi iptal ettiğinde ya da başka bir sebep ile üye restoran tarafından sipariş iptal edildiğinde, tüketicinin iptal edilen siparişi ile ilgili yorum yapmasına izin verilmediği, böylece tüketicilerin zincir restoranlarla ilgili olumsuz tecrübelerine dair yorum yapmalarının engellendiği ileri sürülmüştür. Ancak gerek YEMEK SEPETİ tarafından dile getirilen hususlar gerekse yerinde inceleme esnasında elde edilen bulgular göz önünde bulundurulduğunda, yorum yapma ve puan verme seçeneğinin zaten YEMEK SEPETİ'nden sipariş veren ve siparişini teslim alan kullanıcılar için mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, tekil veya zincir ayrımı gözetmeksizin tüm restoranların puanlamasında farklı kriterin dikkate alındığına yönelik bir bulgu elde edilememiştir.
- (71) Yerinde incelemede teşebbüs tarafından iptal edilen siparişlere ilişkin olarak restoranların internet erişiminde bir problem olmaması ile birlikte restoran dikkatsizliği sebebi ile gecikme yaşanmasının önüne geçmek amacıyla sipariş alımının ardından (.....) belirtilmiştir. Ayrıca, yerinde incelemede elde edilen Belge-17/73-84'ten, bir siparişin iletilmesinin üzerinden (.....) bir süre geçtiğinde siparişin ret veya iptal edilmesi halinde YEMEK SEPETİ tarafından "*Restoran, siparişi aldıktan XX dakika sonra bu siparişi gönderemeyeceğini iletmiştir. (Bu yorum Yemek Sepeti tarafından otomatik yapılmıştır)*" şeklinde otomatik yorum oluşturulduğu anlaşılmıştır.
- (72) Bu uygulamalardan, restoranın kullanıcı talebine yeterli sürede yanıt sağlamaması halinde siparişin iptal edilmesinin kullanıcı mağduriyetini engellemeye (ve ayrıca gerek platformun gerekse restoranın itibarını korumaya) yönelik makul bir adım olduğu anlaşılmaktadır. Siparişin iptal edilmesi halinde otomatik yorum yayınlanması ise hem restoranların siparişi geciktirmesi sebebiyle kullanıcının siparişi iptal ettiğini objektif şekilde platforma yansıtmasını sağlamakta, hem de kullanıcının kullanmadığı ürün, almadığı hizmet için hız, lezzet gibi konularda puanlama yapmasını engellemektedir. Aksi bir senaryoda, iptal edilen siparişe ilişkin kullanıcı yorumunun açık olmasının hem üyenin esnasında ilgili ürün ya da hizmeti kullanmaması sebebiyle kullanıcı yorumu uygulamasının doğası ile örtüşmeyebileceği, hem de yemek sipariş vermeyen veya verdiği siparişi teslim almayan müşterilerin platform üzerinden yorum yapmasına imkân tanınmasının, suiistimale açık bir uygulamaya dönüşebileceği değerlendirilmektedir.
- (73) Öte yandan, puanlamaya ilişkin iddialar bakımından yerinde incelemenin yazılım, algoritma/teknik kısmının değerlendirmesini içeren Rekabet Kurumu Bilişim Teknolojileri Dairesi Başkanlığı görüşünde;

(.....)

ifade edilmiştir.

- (74) Konuya ilişkin olarak YEMEK SEPETİ'nden restoranlara yönelik olarak kullanıcıların sağladıkları puanların, restoran puanının hesaplanmasında nasıl dikkate alındığına ilişkin bilgi talep edilmiş, YEMEK SEPETİ tarafından;

(.....)

belirtilmiştir.

- (75) Bu doğrultuda, yerinde incelemede elde edilen bulgular ile YEMEK SEPETİ'nin restoran puanlamasının 150 tekil kullanıcının puanının aritmetik ortalamasının alınarak hesaplandığı beyanı birbirini doğrular niteliktedir. Buna göre, başvuru sahibinin, zincir restoranlardan aldığı hizmete dair tüketicilerin verdiği düşük puanların ilgili restoranın toplam restoran puanlamasında hesaplanmaya dâhil edilmediği yönündeki iddiasını destekler bir bulguya ulaşılmamıştır.

- (76) Bununla birlikte yerinde incelemede elde edilen ve YEMEK SEPETİ çalışanları arasında geçtiği anlaşılan bir görüşmede,

“(.....)”³⁴

şeklinde ifadeler geçmektedir. Söz konusu belgeden, bir restoranın bazı şubelerine YEMEK SEPETİ'ndeki puanlarını yapay yollarla arttırmak için teklifler geldiği, ancak YEMEK SEPETİ yetkililerinin bu duruma karşı çıktığı ve bu tür durumların YEMEK SEPETİ tarafından tespit edileceğini dile getirerek konuya ilişkin olarak restoranın bilgilendirilmesi için bir sunum hazırlanmasını istediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda ilgili belgenin de, YEMEK SEPETİ'nin restoran yorum ve puanlarına yapay bir müdahaleye izin verdiği iddiasını doğrulayacak nitelikte olmadığı değerlendirilmiştir.

- (77) İlaveten YEMEK SEPETİ tarafından restoranların satıcı portalına girdiklerinde yorum ve puanlarını inceleyebilmeleri için bir bilgilendirme alanı bulundurulduğu ve söz konusu bilgilendirme alanında yorumlar ve puanlara ilişkin tüm aşamaların üye işyerlerinin bilgisine sunulduğu, yorum ve puanlama süreçleri, değerlendirme kriterleri ve teknik tüm ayrıntılar hakkında üye restoranların bilgilendirildiği ifade edilmiştir. Söz konusu bilgilerin, üye restoranlarla satıcı portalı üzerinden erişebilecekleri “soru-cevap” ekranında paylaşıldığı, bununla birlikte üye işyerlerine yorum ve puan süreçlerine ilişkin olarak canlı destek sağlanabildiği dile getirilmiştir. Bu kapsamda yerinde incelemede elde edilen Belge-17/73-84'te yorum ve puanlamaya ilişkin olarak restoranları bilgilendirmek amacıyla kapsamlı bir “soru-cevap” metni hazırlandığı görülmüştür. Bu noktada YEMEK SEPETİ tarafından restoranlara, kullanıcı yorum ve puanlamasına, puanlamanın nasıl hesaplandığına, hangi puanlamaların bu hesaplama dâhil edildiğine, hangi tür yorumların yayınlanamayacağına, yorumlara karşılık restoranın atabileceği adımlara ilişkin detaylı bilgi sağlanmasının amaçlandığı söylenebilecektir.

- (78) Ayrıca dosya kapsamında, başvuru sahibine iddia konusu uygulamalarla karşılaşan restoranlar sorulmuş, bu çerçevede başvuru sahibinin ismini verdiği, iddia konusu uygulamalara maruz kaldığını iddia ettiği restoranlar ya da kendisi için kilit konumda olduğunu belirttiği zincir restoranları ihtiva eden 18 restorana; “*Yemek Sepeti rakip platformlarla çalışmanızı, restoran puanını düşürme ya da yükseltmeme gibi yollarla cezalandırmakta mıdır?*” sorusu yöneltilmiş, YEMEK SEPETİ'ne ek olarak başvuru

³⁴ Belgedeki vurgu raportörler tarafından eklenmiştir.

sahibi GETİR YEMEK platformu ile de çalışan söz konusu restoranların tamamı YEMEK SEPETİ tarafından bu şekilde bir uygulamanın yapılmadığını dile getirmiştir.

- (79) Sonuç olarak, yerinde incelemede elde edilen bulgular, YEMEK SEPETİ'nden gelen yanıtlar ve restoran görüşleri bütüncül bir şekilde değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ'nin platformunda yer verdiği kullanıcı yorum ve puanları aracılığıyla restoranların rakip platformlarla çalışmasına veya rakip platformlara daha avantajlı koşullar sunmasına engel teşkil edebilecek uygulamalarda bulunmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

I.5.1.4. YEMEK SEPETİ'nin Platformunda Yer Alan Reklam Alanlarına ilişkin Uygulamaları

- (80) Dosya konusu diğer bir iddia ise YEMEK SEPETİ'ndeki reklam alanlarının özellikle zincir restoranlar bakımından kritik öneme sahip olduğu ve YEMEK SEPETİ'nin, bünyesinde yer alan restoranların rakip platformlarla çalışması veya rakip platformlara daha avantajlı şartlar sunması halinde, YEMEK SEPETİ tarafından bu alanlar için normal şartlarda talep edebileceğinden daha fazla bedel talep edilebileceği ya da bu alanların çeşitli gerekçeler gösterilerek kendilerine kullanılmayacağı endişesinin söz konusu restoranlarca taşınabileceği yönündedir. Her ne kadar söz konusu iddiaların açık birer şikâyetten ziyade somut bir uygulamaya dayanmayan genel bazı ihtimallerden ibaret olduğu izlenimi edinirse de, başvuru sahibine yöneltilen sorularla söz konusu iddialar daha somut hale getirilmeye çalışılmıştır.
- (81) YEMEK SEPETİ tarafından; platform üzerinde görünürlüklerini ve siparişlerini artırmak isteyen tüm restoranların ve zincir markaların reklam çalışmalarında bulunabildiği, YEMEK SEPETİ'nin restoranların ve zincir markaların (.....) söz konusu reklam alanlarından gelir elde ettiği belirtilmiştir. YEMEK SEPETİ platformunda restoranların reklam verebileceği beş adet reklam alanı bulunmakta olup YEMEK SEPETİ tarafından sunulan bilgilere göre söz konusu reklam türleri ve işleyişlerine aşağıda yer verilmiştir:

(.....)³⁵

(.....)³⁶

- (82) Dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemelerde Bilişim Teknolojileri Dairesi Başkanlığı tarafından YEMEK SEPETİ'nin reklam alanlarına ilişkin algoritma ve yazılım kodları incelenmiş, bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin "TOP 5" adı verilen reklam alanına ilişkin olarak;

(.....)

tespit edilmiştir. Benzer şekilde YEMEK SEPETİ uygulamasında ve internet sitesi üzerinde ana sayfada bulunan "Carousel" adı verilen reklam alanlarına ilişkin yapılan incelemede ise;

(.....)

tespit edilmiştir. Bu doğrultuda yukarıda yer verilen reklamların YEMEK SEPETİ tarafından dile getirilen işleyiş şekli ile yerinde incelemeden elde edilen bulgular birbiriyle örtüşmüştür.

³⁵ YEMEK SEPETİ tarafından, 2022 yılında gerçekleştirilmesi planlanan altyapı güncellemesi sonrasında bu reklam alanının durdurulacağı belirtilmiştir.

³⁶ YEMEK SEPETİ tarafından, 2022 yılında gerçekleştirilmesi planlanan altyapı güncellemesi sonrasında e-posta satışının ve faturalandırılmasının durdurulacağı belirtilmiştir.

- (83) Keza, mevcut dosya kapsamında başvuru sahibi tarafından adı verilen tekil ve zincir toplam 18 restorana “*Yemek Sepeti rakip platformlarda daha avantajlı şartlar sunmanızı reklam alanlarınızı kullandırmama ya da yüksek fiyatla kullandırma gibi yollarla cezalandırmakta mıdır?*” sorusu yöneltilmiş, GETİR YEMEK platformu ile de çalışmakta olan söz konusu restoranların tümü YEMEK SEPETİ’nin bu şekilde bir uygulamasının olmadığını ifade etmiştir. Bu doğrultuda, başvuru sahibinin iddiası, adını verdiği restoranlar tarafından teyit edilmemiştir.
- (84) Ayrıca başvuru sahibi GETİR YEMEK tarafından; (.....) restoran zinciri temsilcilerinden biri ile resmi olmayan bir görüşme yaptıkları, bu görüşmede YEMEK SEPETİ’ne üye söz konusu (.....) zincirinin GETİR YEMEK ile de anlaşma yapmasının akabinde YEMEK SEPETİ bünyesindeki reklam alanlarının (*banner*) kullanımına yönelik kendisine sunulan tarifinin değiştirildiği, ancak YEMEK SEPETİ *banner* alanlarının kullanımı için rakip firmalara sunduğu imkanların neler olduğunun bilinmemesi, diğer bir ifadeyle, reklam alanı kullanımı standartlarının şeffaf bir şekilde sunulmaması sebebiyle söz konusu (.....) zinciri temsilcisinin bahse konu tarife değişikliğinin GETİR YEMEK ile anlaşma yapması sebebiyle olduğundan endişe ettiği dile getirilmiştir.
- (85) Yukarıda belirtildiği üzere, dosya kapsamında görüşüne başvurulmuş ve hâlihazırda GETİR YEMEK ile de çalışmakta olan restoranların tamamı YEMEK SEPETİ’nin bu şekilde bir uygulama içerisinde bulunmadığını ifade etmiştir. GETİR YEMEK’in söz konusu iddiasını bir zincir (.....) restoranından aldığı duyuma/intibaya dayandırması üzerine ayrıca aşağıdaki tabloda YEMEK SEPETİ ve GETİR YEMEK’in 2022 yılının Mart ayı itibarıyla anlaşmalı olduğu 50 adet ve üzeri şubeye sahip olan zincir (.....) restoranlarının şube sayısı incelenmiştir:³⁷

Tablo-11: Platformlarla Anlaşmalı Olan Zincir (.....) Restoranı Şubesi Sayıları (2022 Mart Ayı)

(.....) Restoranları	GETİR YEMEK	YEMEK SEPETİ
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

- (86) İlgili tabloda, GETİR YEMEK’in, “(.....)” restoranı haricindeki bütün zincir (.....) restoranları bakımından YEMEK SEPETİ’nden daha fazla şube ile işbirliği içinde olduğu görülmektedir. “(.....)” ise 01.04.2022 tarihi itibarıyla GETİR YEMEK ile çalışmaya başladığını dile getirmiştir. Bu kapsamda, fiiliyatta YEMEK SEPETİ’nin reklam alanlarına ilişkin çeşitli uygulamaları yoluyla GETİR YEMEK’in, zincir (.....) restoranları ile anlaşma yapmasını engelleyerek pazar kapamaya yol açtığını destekleyecek herhangi bir emarenden söz edilememektedir.

³⁷ (.....)

- (87) Sonuç olarak, dosya kapsamında yapılan tüm bu incelemeler sonucunda, YEMEK SEPETİ'nin reklam alanlarının restoranlara tesisi konusunda EKM şartı ve/veya fiili münhasırlığa yol açabilecek bir uygulama içerisinde olduğuna dair herhangi bir belge veya bulguya rastlanmamış, bu yönde herhangi bir tespit yapılmamıştır.

I.5.1.5. YEMEK SEPETİ'nin Restoran Sıralamasına ve Siparişin Akmasına İlişkin Uygulamaları

- (88) Başvuru sahibi tarafından, YEMEK SEPETİ'nin, rakip platformlarda daha avantajlı teklif sunması veya rakip platformlarda çalışması sonucu, restoranların arama sonuç sayfasında alt sıralarda konumlandırılması/görünürlüklerinin azaltılması, teknik gerekçeler öne sürülerek siparişlerinin sistemden akmasına yol açılması gibi yollarla restoranları cezalandırdığı ileri sürülmüştür.
- (89) Bu kapsamda ilk olarak, YEMEK SEPETİ'nin restoranların listelendiği ekranda restoranları sıralarken hangi parametreleri dikkate aldığı hususu önem kazanmaktadır. Dosya kapsamında yapılan yerinde incelemede, YEMEK SEPETİ'nin restoran sıralama algoritmaları incelenerek, YEMEK SEPETİ'nin sıralamaya müdahale etmek, restoranları cezalandırmak ve/veya özellikle zincir restoranları kayırmak suretiyle EKM şartı ve münhasırlığa yol açacak bir uygulama içerisinde olup olmadığı hususunun incelenmesi amaçlanmıştır. Yapılan yerinde incelemenin bu kısmına ilişkin olarak Bilişim Teknolojileri Dairesi Başkanlığı tarafından hazırlanan görüşte;

(.....)

ifade edilmiştir. Bu noktada YEMEK SEPETİ tarafından kullanıcılara "Restoran Listele" butonunun tıklanması sonucunda indirimine göre, restoran adına göre ve puana göre şeklindeki üç ölçütten biri ile sıralama imkânının sağlandığı görülmektedir. İlâveten yapılan yazılım incelemesinde, YEMEK SEPETİ uygulamasının yer aldığı kod depolarında (*code repository*) arama yapıldığında bir restoran ismine, bir arama terimine veya bir restorana özel olarak üst sıraya taşımaya (*boosting*) etki edecek şekilde müdahale yapıldığına dair herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

- (90) Şikâyet konusu iddialardan bir diğerini, YEMEK SEPETİ'nin teknik gerekçeler öne sürerek siparişlerin sistemden akmasını engellediği ve bu yolla restoranların rakip platformlara daha avantajlı koşullar sunmasını [veya rakip platformlarla çalışmasını] cezalandırdığı hususu oluşturmaktadır. Bu çerçevede dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemede YEMEK SEPETİ yetkilileri tarafından, siparişlerin restorana iletilme süreçlerine ilişkin olarak;

(.....)

ifade edilmiştir.

- (91) Ek olarak, YEMEK SEPETİ'nden restoranların siparişlerinin sistemden akmaması gibi bir durumun ya da sipariş sisteminde aksamaların yaşanması ihtimalinin mümkün olup olmadığına ilişkin bilgi talep edilmiş, YEMEK SEPETİ tarafından cevaben;

(.....)

belirtilmiştir. Bu kapsamda özetle; YEMEK SEPETİ'nin restoranları sipariş alımına kapatma durumunun; sipariş gönderiminde restoranlardan cevap alamadığı veya restoranların sipariş iptalinin belirli bir oranın üzerine çıkması³⁸ halinde gerçekleştiği

³⁸ (.....)

ancak restoranların diledikleri zaman tekrar sipariş alımını başlatabildiği ifade edilmiştir. Bu doğrultuda, yerinde incelemede YEMEK SEPETİ tarafından dile getirilen hususların aksini gösterir bir bilgi/bulgu elde edilmemiştir. Kod deposunda yapılan incelemede siparişlerin iletilmesinde teknik bir kesinti oluşturabilmek için kullanılan bir yazılıma ve/veya sisteme rastlanmamıştır.

- (92) Ayrıca, iddia konusu uygulamalara ilişkin olarak başvuru sahibi tarafından adı verilen tekil ve zincir toplam 18 restorana; “*Yemek Sepeti rakip platformlarla çalışmanızı, siparişlerinizi sistemsel/teknik gerekçelerle aksatmakla cezalandırmakta mıdır?*” ve “*Yemek Sepeti rakip platformlarla çalışmanızı, arama sonuç sayfasındaki sıralamanızı düşürerek cezalandırmakta mıdır?*” soruları yöneltilmiş, GETİR YEMEK platformu ile de çalışmakta olan söz konusu restoranların tamamı “hayır” yanıtını vermiştir. Söz konusu iddianın esasında restoranların mağduriyetine yol açabilecek nitelikte olması, ancak restoranlardan bu yönde bir şikâyet elde edilememesi, keza başvuru sahibinin de bu yönde bir uygulamayla karşılaşan somut bir restoran adı ve/veya sipariş bilgisi paylaşmaması, dolayısıyla iddianın soyut ve genel bir ihtimalden ibaret kalması sebebiyle, bu iddiaya yönelik araştırma daha fazla genişletilmemiştir.
- (93) Tüm bu değerlendirmeler doğrultusunda, YEMEK SEPETİ'nin restoranların siparişlerini kapatmak ve/veya platform sıralamalarına müdahale etmek suretiyle rakip platformlara daha avantajlı koşullar sunmalarını veya rakip platformlarla çalışmalarını engellediğine ilişkin herhangi bir bulgu ve tespiti ulaşılmamıştır.

1.5.2. YEMEK SEPETİ'nin Rakiplerin Faaliyetlerini Zorlaştırdığı İddiası

1.5.2.1. YEMEK SEPETİ'nin Komisyon Oranlarına İlişkin Uygulamaları ile Rakiplerinin Faaliyetlerini Zorlaştırdığı İddiası

- (94) Başvuruda, YEMEK SEPETİ'nin kişiselleştirilmiş hedefli sistemler ile restoranlar arasında fiyat farklılaştırmasına giderek restoranların daha fazla Joker sunmasını teşvik edecek şekilde yeni bir fiyatlandırma modeli oluşturduğu, restoranların ortalama satış hacimleri dikkate alınarak farklılaşan komisyon oranları ile restoranlarla Joker kampanyaları yapılabildiği, Joker uygulamasının bu şekilde kişiselleştirilmesi ve farklı komisyon oranları ile ücretlendirilmesinin, hâlihazırda son derece yüksek olan bağımlılık ilişkisini daha da güçlendirmekte olduğu ve restoranların alternatif platformlar ile çalışmasının önünde engel teşkil ettiği ileri sürülmüştür.
- (95) Kurulun 2021 tarihli *YEMEK SEPETİ* kararı çerçevesinde, YEMEK SEPETİ tarafından çevrim içi yemek siparişi/servisi platform hizmetleri pazarında zorunlu Joker uygulamasının kaldırılacağı ve gönüllü hâle getirileceği taahhüt edilmiş, söz konusu taahhüt, Kurul tarafından kabul edilmiş, YEMEK SEPETİ tarafından zorunlu Joker uygulamasının sonlandırıldığı teyit edilmiştir.
- (96) Diğer taraftan şikâyet başvurusunda, YEMEK SEPETİ'nin restoranlara komisyon indirimi uygulamak suretiyle bu uygulamayı teşvik ettiği dile getirilmiştir. Bu noktada, komisyon oranlarının da söz konusu dosya kapsamında incelendiği, bu bakımdan rekabetçi bir endişe tespit edilmediği belirtilmelidir. Bununla birlikte yine de YEMEK SEPETİ'nden, anılan Kurul kararına konu soruşturma kapsamında incelenen dönemin sonundan günümüze kadar olan dönem (2020-2022) için restoranlara uyguladığı komisyon ile listeleme bedeli gibi platform hizmetleri kapsamında alınan diğer ücretlerde bir değişiklik olup olmadığına ilişkin bilgi talep edilmiştir. YEMEK SEPETİ tarafından ilgili dönemlerde platform hizmeti kapsamında alınan ücretlere ilişkin aşağıdaki tablo sunulmuştur:

Tablo-12: 2020-2022 (İlk Çeyrek) Dönemi için YEMEK SEPETİ Platform Hizmet Bedelleri

Ücret Tipi	Geçerli Olduğu Dönem	Tutar/Oran
Listeleme Bedeli	2020/01	(.....)
	2020/02	(.....)
	2020/03	(.....)
	2020/04	(.....)
	2020/05	(.....)
	2020/06	(.....)
	2020/07	(.....)
	2020/08	(.....)
	2020/09	(.....)
	2020/10	(.....)
	2020/11	(.....)
	2020/12	(.....)
	2021	(.....)
	2022 (ilk çeyrek)	(.....)
Komisyon Bedeli	2020	(.....)
	2021	(.....)
	2022 (ilk çeyrek)	(.....)

Kaynak: Teşebbüs tarafından sunulan bilgiler

- (97) Yukarıda yer verilen tabloda da görülebileceği üzere, YEMEK SEPETİ tarafından 2020/4-2020/8 ve 2021-2022 (ilk çeyrek) dönemlerinde pandemi nedeniyle restoranlara finansal destek amaçlı olarak restoranlardan listeleme bedeli alınmadığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte YEMEK SEPETİ'nin, 2020-2022 (ilk çeyrek) döneminde, taahhüt kararına konu dönemden bu yana, komisyon oranlarında bir değişiklik yapmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, YEMEK SEPETİ'nden restoranlara yönelik komisyon oranlarında indirim uygulanıp uygulanmadığı, uygulanıyorsa şartları, miktarı ve geçerli oldukları dönemler hakkında bilgi talep edilmiş, YEMEK SEPETİ tarafından restoranlara yönelik komisyon oranlarında herhangi bir indirim yapılmadığı belirtilmiştir.
- (98) İlaveten, mevcut dosya kapsamında yapılan yerinde incelemede de YEMEK SEPETİ'nin Joker uygulamasını teşvik edici herhangi bir uygulama içerisinde olduğuna yönelik bir belge veya bulguya rastlanmamıştır. Bu değerlendirmeler doğrultusunda şikâyetçinin konuya ilişkin iddiasını teyit eder nitelikte bir sonuca ulaşılmamıştır.
- (99) Başvuru sahibi tarafından komisyon oranlarına yönelik olarak dile getirilen başka bir husus; sözleşmelerde yer verilmese de, zincir restoranlara verilen indirimlerin rakiple çalışmama kaydı ile verildiği ya da zımnen böyle bir kabul üzerinden hareket edildiği ve restoranların YEMEK SEPETİ'nin bu zımni kabulüne aykırı hareket etmesi durumunda sözleşmedeki komisyon oranlarının takip eden dönemlerde yükselmesi tehdidi altında kalacağına yönelik spekülâtif hususların mevcut olduğuna ilişkindir.
- (100) Yukarıdaki Tablo-12'den de görüldüğü üzere, 2020-2022 dönemleri arasında YEMEK SEPETİ tarafından komisyon oranlarında herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Bu doğrultuda başvuruda yer alan iddianın gerçeği yansıtıp yansıtmadığını tespit etmek amacıyla YEMEK SEPETİ ile rakiplerinin anlaşmalı olduğu restoran sayılarını ve zincir restoranların şube sayılarını gösterir grafiklere bakıldığında, GETİR YEMEK'in yıllar itibarıyla anlaşmalı olduğu restoran sayısını arttırdığı, (.....) görülmektedir. Bunun yanı sıra, YEMEK SEPETİ ve rakip platformların, 2020 yılı Mart ayı itibarıyla kullanıcılar tarafından en fazla talep gördüğü düşünülen ve marka bilinirliği yüksek

bazı zincir restoranlar nezdindeki anlaşmalı şube sayılarına bakıldığında, GETİR YEMEK'in, kullanıcılar tarafından en fazla talep gördüğü düşünülen, marka bilinirliği yüksek olan ve YEMEK SEPETİ'nin de anlaşmalı olduğu (.....) zincir restoranlarla çalıştığı görülmektedir. İlaveten, GETİR YEMEK'in (.....) adet zincir restoran bakımından (.....) anlaşmalı şube sayısına sahip olduğu görülürken, (.....) adet restoranda ise (.....) sayıda anlaşmalı şubeye sahip olduğu anlaşılmaktadır.

- (101) Tüm bu değerlendirmeler ışığında, YEMEK SEPETİ'nin şikâyete konu uygulamaları ile zincir restoranların diğer rakip platformlarla çalışmasının engellendiği ve pazarın rakip platformlara kapatıldığı iddiasına ilişkin herhangi bir tespite ulaşılamamıştır.

1.5.2.2. YEMEK SEPETİ'nin Çeşitli İndirim Kampanyaları Yoluyla Rakiplerinin Faaliyetlerini Zorlaştırdığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

- (102) YEMEK SEPETİ'nin "İndirim Yağmuru" isimli kampanyasının YEMEK SEPETİ tarafından finanse edilmediği, sadece restoranların benzer nitelikte bir kampanya yapması durumunda günlük açık tutma bedeli adı altında alınan ücretlerin alınmaması şeklinde restoranlara bir destek sağlandığı, restoranların YEMEK SEPETİ'nin sahip olduğu müşteri kitlesi nedeniyle kampanya bütçelerini YEMEK SEPETİ'nde harcamak zorunda hissettikleri, dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin rekabet etme amacından ziyade rakibini hedefleyen ve rakibin faaliyetlerini zorlaştırma amacı taşıyan uygulamaları olduğu iddia edilmiştir.
- (103) Ayrıca YEMEK SEPETİ'nin "Yedikçe Yediren Kampanya" isimli kampanyasıyla özellikle GETİR YEMEK'in güçlü olduğu bölgelerde, GETİR YEMEK'i dışlamaya yönelik indirim kampanyaları düzenlediği, bu hususun pazardaki konumunu korumaya yönelik son derece seçici bir dışlayıcı uygulama olduğu, örneğin GETİR YEMEK'in pazar payı kazanmayı başarabildiği bazı mikro bölgelerdeki (örneğin, Edirne, Tekirdağ, Kırklareli) restoranlarla görüşmeler yaptığı, YEMEK SEPETİ tarafından bu restoranlar ve bölge için özel teklifler hazırlandığı ve bu tekliflerin restoranlara iletildiği bilgisinin sahadan edinildiği ileri sürülmüştür.
- (104) İlk olarak şikâyete konu "İndirim Yağmuru" kampanyasına ilişkin YEMEK SEPETİ'nden bilgi talep edilmiş olup YEMEK SEPETİ tarafından, (.....) tarihleri arasında geçerli olan "İndirim Yağmuru" kampanyasının şartlarına ilişkin olarak,

- Kampanyaya katılımın gönüllü olduğu, restoranın dilediği zaman kampanya kapsamından çıkabildiği,
- Kampanyaya katılmak için (.....) indirim desteği verilmesi gerektiği ve seçilecek (.....) olması gerektiği, kampanyaya katılımın (.....) ile sınırlı olduğu,
- Kampanyaya katılmak için tüm ürünlerde geçerli, en az (.....) indirim desteği verilmesi gerektiği, bu oranın (.....) artış seçenekleri ile (.....) kadar çıkabildiği, indirim desteğinin seçilecek (.....) olması gerektiği,
- Kampanya dönemine ait faturalarda (.....) üzerinden yapıldığı

hususları aktarılmıştır. YEMEK SEPETİ tarafından, "İndirim Yağmuru" kampanyasına katılım sağlayan restoranlara sağlanan avantajlara yönelik olarak ise;

- İndirim Yağmuru kampanyasının (.....),
- Katılan restoranların gönderim yaptıkları bölgelere göre, (.....),
- Katılan her restorana özel (.....) verileceği,
- Kampanyaya katıldığı tarih aralığı süresince restoranların varsa (.....) ve (.....),

– (.....)³⁹,

hususları dile getirilmiştir.

- (105) Bu bilgiler ışığında, “İndirim Yağmuru” kampanyasının (.....) yollarıyla restoranların kullanıcılara indirim sunmasını teşvik ettiği anlaşılmaktadır. Bu uygulama ile bir bölge ya da zaman bakımından rakibin hedeflendiğini söylemek mümkün değildir.
- (106) YEMEK SEPETİ tarafından, “Yedikçe Yediren Kampanya”nın hedef kitlesinin restoranlardan ziyade kullanıcılar olduğu, bu sebeple ilgili kampanyanın kullanıcılar dikkate alınarak hazırlandığı, dolayısıyla (.....) belirtilmiştir. Kampanyanın hangi dönemlerde geçerli olduğuna ve geçerli olduğu dönemdeki içeriğine ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo-13: “Yedikçe Yediren Kampanyası”na İlişkin Bilgiler

Kampanya Tarihi	Kampanya İçeriği
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler.	

- (107) Yukarıdaki tablodan söz konusu kampanyanın genel olarak (.....) olmak üzere (.....) defa uygulandığı, ayrıca bazı iller özelinde yaklaşık (.....), bir uygulamada ise (.....) olacak şekilde uygulandığı anlaşılmaktadır. Kampanyanın uygulandığı (.....) dikkat çekerken, bir yandan da GETİR YEMEK’in ismini verdiği illerin tabloda yer almadığı görülmektedir. Ayrıca, GETİR YEMEK’in; pazar payı kazanmayı başarabildiği bazı mikro bölgelerdeki (örneğin, (.....)) restoranlarla YEMEK SEPETİ’nin görüşmeler yaptığı⁴⁰, bu restoranlar ve/veya bölgeler için özel teklifler hazırlandığı ve YEMEK SEPETİ tarafından gerçekleştirilen bu kampanyaların asıl amacının GETİR YEMEK’i dışlamak olduğu iddiasına yönelik olarak başvuruda işaret edilen söz konusu restoranların görüşüne başvurulmuştur. Konuya ilişkin olarak şikâyette adı geçen üç restorana ulaşılmış⁴¹, ilgili restoranlar tarafından YEMEK SEPETİ’nin rakip platformlardaki kampanyaların kendi platformunda da uygulanması ya da rakip platformlarla çalışılmaması yönünde bir baskı uygulamadığı ya da bu amaçla indirim teklif etmediği dile getirilmiştir.
- (108) Diğer taraftan, adı verilen illerdeki pazarın durumuna aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

³⁹ (.....)

⁴⁰ Şikâyet başvurusunda ilgili restoranlara örnek olarak; (.....) sayılmıştır.

⁴¹ (.....) restoranları şikâyet başvurusunda adı geçen ve dosya kapsamında görüşüne başvuru alan restoranlardır.

Tablo-14: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2020-2022 (.....) Pazar Payı (%)

Teşebbüs	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

Tablo-15: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2020-2022 (.....) Pazar Payı (%)

Teşebbüs	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
Mekan.com ⁴²	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

Tablo-16: YEMEK SEPETİ ve Rakiplerinin Sipariş Tutarına Göre 2020-2022 (.....) Pazar Payı (%)

Teşebbüs	2020	2021	2022 (1/4)
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (109) Yukarıdaki tablolarda, GETİR YEMEK'in pazara girer girmez, %(.....) ile %(.....) arası pay kazandığı, 2. yılda ise payını (.....) kattan fazla artırarak %(.....) ile %(.....) arasında pay elde ettiği görülmektedir. Dahası, yalnız GETİR YEMEK değil TRENDYOL YEMEK de faaliyete başladığı ilk birkaç ay içinde %(.....) ile (.....) arasında pay elde etmiştir.

1.5.2.3. YEMEK SEPETİ'nin Rakiplerinin Faaliyetlerini Zorlaştırdığı İddiasına İlişkin Genel Değerlendirme

- (110) YEMEK SEPETİ tarafından gerçekleştirilen söz konusu kampanyaların YEMEK SEPETİ'nin rekabet etme amacından ziyade rakibini hedefleyen ve rakibin faaliyetlerini zorlaştırma amacı taşıyan uygulamalar olduğu iddiasına karşılık fiiliyattaki olası etkiyi de değerlendirmek amacıyla "İndirim Yağmuru" ve "Yedikçe Yediren Kampanya"larının gerçekleştiği dönemde GETİR YEMEK'in pazardaki durumu analiz edilmiştir. "İndirim Yağmuru" kampanyası (.....) tarihleri arasında gerçekleştirilirken; "Yedikçe Yediren Kampanya"sı (.....) döneminde farklı periyotlarda daha kısa süreli olarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda GETİR YEMEK'in ilgili kampanyaların gerçekleştiği dönem(ler) boyunca sipariş sayısının, sipariş tutarının (KDV dahil), sahip olduğu restoran ve aktif kullanıcı sayısının değişimini gösterir grafiklere aşağıda yer verilmiştir:

⁴² Mekan.com'un Tekirdağ'daki 2021 ve 2022 pazar payları sırasıyla (.....) ve (.....) olduğu için (.....) yuvarlanmıştır.

Grafik 4: GETİR YEMEK'in Anlaşmalı Restoran Sayısı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

Grafik 5: GETİR YEMEK'in Sipariş Sayısı ve Sipariş Tutarı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

Grafik 6: GETİR YEMEK'in Aktif Kullanıcı Sayısı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler.

- (111) Yukarıda yer verilen grafiklerden, GETİR YEMEK'in pazar seyrinde, ilgili kampanya dönemleriyle açıklanamayan bazı hareketler ile karşılaşılrsa da, kampanya süresince anlaşmalı restoran sayısı bakımından büyüklüğünü (.....), sipariş sayısı bakımından büyüklüğünü yaklaşık (.....), sipariş tutarı bakımından büyüklüğünü yaklaşık (.....), aktif kullanıcı sayısı bakımından büyüklüğünü yaklaşık (.....) katladığı anlaşılmaktadır. Ayrıca "Hâkim Durum Değerlendirmesi" başlığı altında da vurgulandığı üzere GETİR YEMEK'in yıllar itibarıyla kazandığı pazar payı dikkat çekmektedir.
- (112) Son olarak, restoranların YEMEK SEPETİ platformuna olan bağımlılığının, sözleşme şartlarının düzenlenmesi aşamasında yoksun oldukları pazarlık gücünün hususi olarak konu edilip detaylı incelendiği, hatta bu yönde duyulan endişeler üzerine sözleşmeler ile zorunlu kılınan dar EKM, Joker ve minimum sepet tutarı uygulamalarının sonlandırıldığı, 2021 tarihli *Yemek Sepeti* kararının ardından, 2022 Nisan ayında gerçekleştirilen mevcut dosya kapsamındaki incelemede pazardaki güncel durumun resmedilmesinde fayda görülmüştür. Yukarıda aktarılan ve yerinde incelemede elde edilen belgelerden (.....) çalışanı (.....) ile YEMEK SEPETİ (.....) arasındaki konuşmaları içeren belgedeki (Belge-17/60-72) görüşmeler her ne kadar (.....) gibi (.....) barındıran bir firma ile gerçekleşmiş olsa da, güncel durumda 2021 kararına konu dönemdeki tablonun tersine döndüğü görülmektedir. Özetle belgede YEMEK SEPETİ yetkilisi rutin olarak restoranın rakiplerde açık olma durumunu kontrol etmekte, restoranın sistemsel güncellemeler sebebiyle saati bulmadığı anlaşılan süreler için rakiplerde açıkken YEMEK SEPETİ'nde kapalı halde olmasından dahi serzenişte bulunmakta, restoran yetkilisi rakip platformların da benzer yönde serzenişte bulunduğunu ancak durumun teknik aksaklıklardan kaynaklandığını belirtmekte, yine bu yönde bir serzenişte YEMEK SEPETİ yetkilisinin "Ben de rakibin neden açık olup bizim kapalı olduğumuz açıklayamıyorum." şeklindeki yorumuna karşılık restoran yetkilisinin "Bunu soran kişiler keşke aynı hassasiyeti yalvarsak da sayfamızı kapatırken de gösterseydi." ifadeleriyle yanıt vermesi dikkat çekmektedir. Yukarıdaki bölümlerde rakip platformların pazar paylarına yönelik

aktarılan gelişmelerin yanı sıra, söz konusu ifadeler pazarda rekabetin düzleminin nasıl değiştiğinin somut bir örneğini yansıtmaktadır.

- (113) Yürütülen inceleme sonucunda iddiaları destekler bir bilgi/belgeye erişilemediği gibi, teşebbüse sayısal ya da somut olarak sorulan sorular karşısında sağladığı veriler de, yine teşebbüsün kendi iddialarının aksini gösterir nitelikte olmuştur. Örneğin YEMEK SEPETİ'nin restoranlara kendi platformunda daha yüksek indirim yaptırdığı iddiasına karşılık sorulan sorulara istinaden ilgili dönemde (.....) adet ortak restoranlarının olduğu, bu restoranların (.....) restoranlarca verilen indirimin YEMEK SEPETİ'nde daha yüksek olduğunun tespit edildiği belirtilmektedir. Bu bilgi kendi içinde kalan (.....) restoranın GETİR YEMEK'te daha fazla ya da aynı indirimleri sağladığı bilgisini barındırmaktadır. Keza teşebbüs 2021 tarihli bir yazısında (.....) anlaşmalı restoranının olduğunu, bunların (.....) tanesinin YEMEK SEPETİ platformunda da listelendiğini belirtmiştir. Teşebbüsün başvuru aşamasındaki bu beyanının da münhasırlık ya da pazar kapama iddialarını doğrular nitelikte olduğu söylenemeyecektir. Keza teşebbüs zincir restoranlara iletildiği tekliflerin kabul görmediğini beyan etmiş, bunun sebebinin de yine YEMEK SEPETİ'nin rekabete aykırı uygulamalarından kaynaklanmış olabileceğini iddia etmiştir. Ancak, inceleme aşamasında teşebbüsün bahsettiği restoranların tümüyle anlaşmalı olduğu tespit edilmiştir.
- (114) Tüm bu değerlendirmeler doğrultusunda, YEMEK SEPETİ'nin yapmış olduğu kampanyalarla rakip(ler)ini dışlamayı hedeflediğine ve bu yönde bir etkinin gerçekleştiğine ve bu şekilde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlâl ettiğine dair bir sonuca ulaşılmamıştır.
- (115) Diğer yandan, YEMEK SEPETİ'nin kampanyalarının GETİR YEMEK'in kendi ticari becerisi ile gerçekleştirdiği girişimleri haksız bir şekilde kopyaladığı, GETİR YEMEK'in restoranlara maddi katkı sağlayarak indirimi teşvik etmekten YEMEK SEPETİ'nin listeleme bedellerini restoranlardan almayarak kampanya düzenlemesi iddialarının ise haksız rekabete ilişkin olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un kapsamı dışında kaldığı sonucuna varılmıştır. Aynı/benzer iddialar daha önce 17.06.2021 tarih ve 21-31/411-M sayılı Kurul kararı ile kapsam dışı olarak değerlendirilmiştir.

J. SONUÇ

- (116) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.