

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2018-2-017
Karar Sayısı : **20-39/543-243**
Karar Tarihi : 27.08.2020

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN

B. RAPORTÖRLER : Selin DURSUN, Ender YILDIZ, Kemal KÜÇÜKKAVRUK,
Mustafa YAMAN

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

: - Alphabet Inc.
- Google LLC.
- Google International LLC
- Google Ireland Limited
- Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd Şti.
- Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. K. Korhan YILDIRIM,
Av. Görkem YARDIM
Yıldız Mahallesi Çitlenbik Sokak No:12 34349 Beşiktaş, İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı kararı uyarınca Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd Şti., Google International LLC, Google LLC, Google Ireland Limited ve Alphabet Inc. tarafından sunulan tedbir önerilerinin değerlendirilmesi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd Şti., Google International LLC, Google LLC, Google Ireland Limited ve Alphabet Inc.'den oluşan ekonomik bütünlüğün (GOOGLE) genel arama pazarındaki hâkim durumunu kötüye kullanarak çevrim içi alışveriş karşılaştırma hizmetleri pazarındaki rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u (4054 sayılı Kanun) ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak yürütülen soruşturma sonucunda Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı karar alınmıştır. İlgili kararda; GOOGLE'ın, alışveriş karşılaştırma hizmeti sunan rakiplerini rekabette dezavantajlı konuma düşürerek rakip teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırmak ve alışveriş karşılaştırma hizmetleri pazarındaki rekabetin bozulmasına yol açmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine karar verilmiştir.
- (3) Kararda ayrıca tespit edilen ihlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini temin etmek için GOOGLE'a;
- a) Gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 3 (üç) aylık süre içerisinde yerine getirilmek ve Kuruma tevsik edilmek üzere;
- Genel arama sonuç sayfasında rakip alışveriş karşılaştırma hizmetlerinin kendi ilgili hizmetlerinden daha az avantajlı olmayacakları koşulları sağlaması,

- Mobil mecraya uyumlu olacak şekilde, diğer mecralarda da Shopping Unit'e ait başlığın tıklanma özelliğini kaldırması,
- Shopping Unit'in başlığında ve etiketlenmesinde bu alanın reklam olduğuna ilişkin belirsizliği makul şekilde gidermesi,
- GOOGLE'da yapılan aramalarda ürün adı ile birlikte açıkça alışveriş karşılaştırma hizmeti sunan rakiplerinin marka veya site adına yer verilmesi durumunda Shopping Unit'in öncelikli olarak konumlandırılmasına son vermesi

b) İlk uyum tedbirinin uygulanmaya başlamasından itibaren beş yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunması

yükümlülüklerinin yerine getirilmesi gerektiğine karar verilmiştir.

- (4) Kurulun 13.02.2020 tarih ve 20-10/119-69 sayılı kararının gerekçeli hali GOOGLE'a 22.05.2020 tarihinde tebliğ edilmiş olup GOOGLE tarafından söz konusu karar 27.05.2020 tarihinde tebellüğ edilmiştir. Dolayısıyla teşebbüse verilen üç aylık süre 27.08.2020 tarihi itibarıyla sona ermektedir. GOOGLE'ın gerekçeli karara uyum sağlamak amacıyla uygulamayı teklif ettiği tedbirlere ilişkin metin ise 28.07.2020 tarih ve 7855 sayılı yazı ile süresi içerisinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir¹. En son GOOGLE tarafından gönderilen 11.08.2020 tarih ve 8430 sayılı yazı da Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (5) Bu çerçevede düzenlenen 20.08.2020 tarih ve 2018-2-17/BN-7 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (6) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notunda;

- Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd Şti., Google International LLC, Google LLC, Google Ireland Limited ve Alphabet Inc.'den oluşan ekonomik bütünlüğün 28.07.2020 tarih ve 7855 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunduğu uyum önerilerinin, Kurulun 13.02.2020 tarih ve 20-10/119-69 sayılı kararı ile getirilen yükümlülükleri tam olarak karşılamakta yetersiz kaldığı,
- Adı geçen ekonomik bütünlüğün 27.08.2020 tarihinden önce kararın gereğini yerine getirmek için Shopping Unit'in faaliyetine son verilmesi şeklindeki uygulamasının ise kararda belirtilen süre boyunca GOOGLE'ın ilgili eylemlerinin izlenmeye devam edilmesi kaydıyla mevcut şartlar altında Kurulun 13.02.2020 tarih ve 20-10/119-69 sayılı kararı ile getirilen yükümlülüklerin karşılanması olarak kabul edilebileceği, bu nedenle mevcut durumda adı geçen ekonomik bütünlüğe idari para cezasının uygulanmasına yer olmadığı

kanaat ve sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. GOOGLE Tarafından Sunulan Öneri ve Açıklamalar

- (7) Kurum kayıtlarına 28.07.2020 tarih ve 7855 sayı ile giren yazıda, GOOGLE tarafından kararda belirtilen yükümlülüklerin yerine getirilmesi amacıyla yapılması planlanan tedbirler açıklanmıştır. Yazıda özetle aşağıda sunulan hususlara yer verilmiştir:

¹ Google tarafından söz konusu sürenin 24.08.2020 tarihi itibarıyla sona erdiği ifade edilmişse de ay bazlı hesaplama doğrultusunda sürenin sona erdiği tarih 27.08.2020'dir.

20-39/543-243

- İlk olarak alışveriş karşılaştırma sitelerine (AKS) ve Google Shopping Türkiye'ye (GST) Shopping Unit'te eşit erişim ve konumlandırma imkânı sağlanarak genel sonuç sayfalarında AKS'ler ve GST için eşit koşullar temin edileceği bu kapsamda;

- (.....),

Şekil 1: CLA Örnek Gösterimi

(.....TİCARİ SIR.....)

- İkinci olarak Shopping Unit'e ait başlığın Shopping Unit'in tüm formatlarında tıklanamaz hale getirileceği,
- Üçüncü olarak Shopping Unit'in başlığında ve etiketlendirmesinde bu alanın reklam alanı olduğuna ilişkin belirsizliğin makul şekilde giderileceği bu kapsamda (bkz. Şekil 3);

- (.....)

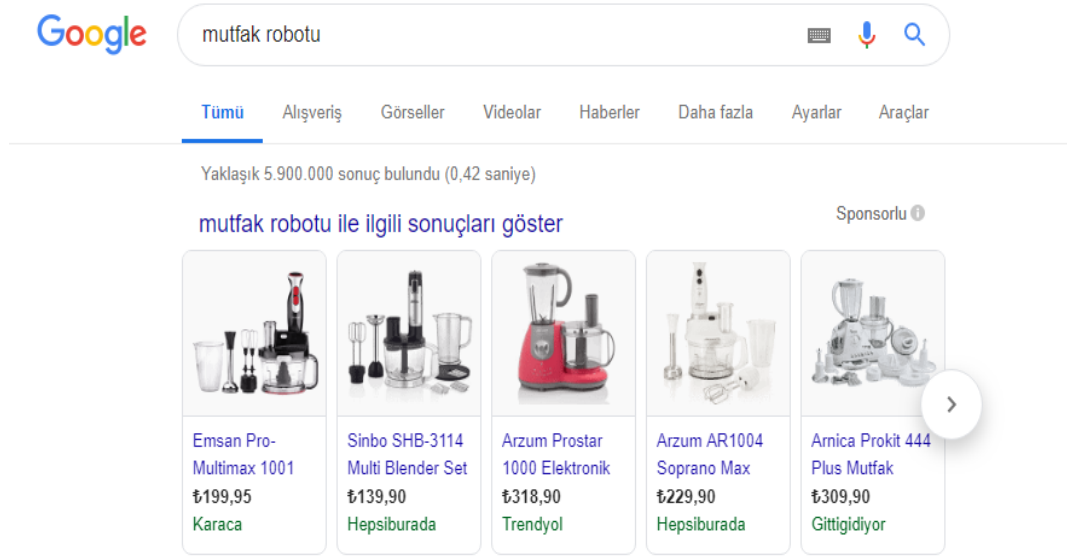
- Dördüncü olarak AKS isimlerini içeren sorgular için Shopping Unit'in görüntülenmesine son verileceği bu kapsamda;

- (.....)

belirtilerek söz konusu uyum tedbirlerinin uygulanması ile kararda yer verilen tüm gerekliliklerin tam ve eksiksiz bir şekilde yerine getirilmiş olacağı ifade edilmiştir.

- (8) Yukarıda sayılan tüm değişiklikler sonrası uygulanması planlanan tedbirler kapsamında, Shopping Unit'in önerilen halinin bütün özelliklerini barındıran görünümü ile mevcut durumdaki Shopping Unit görünümünün karşılaştırılabilmesi amacıyla aşağıda her iki görünüm bir arada sunulmaktadır.

Şekil 2: Mevcut Durumdaki Shopping Unit Görünümü



Şekil 3: Tedbir Önerileri Kapsamında Shopping Unit Görünümü

(.....TİCARİ SIR.....)

(9) Aşağıda ayrıca GOOGLE'ın ilgili yazısında olası alternatif tedbirlere ilişkin olarak sunduğu değerlendirmelerine yer verilmiştir:

- (.....).

(10) GOOGLE ileri sürdüğü bu açıklamalar ile alternatif tedbirlerin uygulanabilir olmadığını beyan etmiştir.

(11) GOOGLE tarafından, Kurul kararının 435(4) (a) paragrafının birinci bendinde öngörülen "Genel arama sonuç sayfasında rakip alışveriş karşılaştırma hizmetlerinin kendi ilgili hizmetlerinden daha az avantajlı olmayacakları koşulları sağlaması" yükümlülüğü ile uyum sağlanması için sadece; (i) *avantajdan faydalanan taraflara sağlanan avantajın diğerlerine de eşit şartlar altında sağlanması* ya da (ii) *faydalanan tarafların lehine olan avantajın kaldırılması* şeklinde iki seçeneğin mevcut olduğu ifade edilmiştir. İkinci seçeneğin Shopping Unit'in Türkiye'deki genel arama sonuç sayfaları için kapatılması şeklinde tezahür edeceği, Shopping Unit'in kapatılmasının ise faydalı bir yeniliğin kaybedilmesine sebebiyet vereceği ve bu sebeple GOOGLE'ın, tüketiciler, tacirler ve AKS'lerden oluşan bütün paydaşlarını daha kötü bir durumda bırakacağı belirtilmiştir. Ayrıca bu tedbirin gerekli olmadığı zira önerilen uyum paketinin kararda öngörülen AKS'lere eşit muamele sağlama koşulunu yerine getirdiğinin değerlendirildiği, buna mukabil, mevcut olarak GOOGLE'ın önerdiği uyum paketinin karardaki yükümlülükleri

yerine getirdiğine dair bir kesinliğin bulunamaması sebebiyle, tercih edilen bir adım olmamakla birlikte Shopping Unit'in kapanmasını sağlamak için belirli hazırlıklar yapıldığı beyan edilmiştir.

- (12) Sunulan bilgilere göre GOOGLE, Shopping Unit'in Türkiye'den kaldırılmasının uygulamaya konulmasında uyum için öngörülen sürenin öncesine tekabül eden 10 Ağustos 2020 tarihini hedeflemekte olup, bu kapsamda planladığı çalışmalara aşağıda yer verilmiştir:
- GOOGLE öngördüğü tedbirleri yerine getirmek için devam etmekte olan bütün mühendislik çalışmalarını durduracak, bunun yerine Shopping Unit'i Türkiye'den tamamen kaldırmak için mühendislik çalışmalarına başlayacaktır.
 - GOOGLE e-ticaret sitelerini Shopping Unit'in kaldırılacağı ve ürünlerini Türkiye'de pazarlamak için bir yöntem olarak Shopping Unit'i kaybedecekleri hususunda bilgilendirecektir.
 - GOOGLE Karar ile uyum sağlamak adına Türkiye'den Shopping Unit'i kaldıracağına yönelik kamuoyuna yönelik bir demeç hazırlamaya başlayacaktır.
- (13) GOOGLE, 2577 Sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu'nun 11. maddesi uyarınca sunulan dilekçeye Kurul tarafından 60 takvim günü içerisinde herhangi bir cevap verilmez veya dilekçede bulunan tedbir önerileri reddedilirse, Shopping Unit'in Türkiye'de kapalı kalmasını temin edeceğini, ancak GOOGLE'ın tedbir önerileri kabul edilir ve karardaki tüm gerekliliklerin yerine getirildiği teyit edilir ise Shopping Unit'in Türkiye'de dilekçede belirtilen şekilde ve şartlarda tekrar açılması için gerekli çalışmaları yapacağını belirtmiştir.
- (14) Aşağıda yer alan GOOGLE'ın Türkiye Resmi Blog Sitesi üzerinden 29.07.2020 tarihinde yayımladığı metinden GOOGLE'ın bahse konu kamuoyu bilgilendirmesini yaptığı ve 10.08.2020 tarihi itibarıyla Shopping Unit uygulamasının faaliyetini durduracağını duyurduğu anlaşılmaktadır².

G.2. Önerilere İlişkin Değerlendirmeler

- (15) Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında GOOGLE'ın uygulamayı planladığı tedbir önerilerinin, kararda yer alan;
- Mobil mecraya uyumlu olacak şekilde, diğer mecralarda da Shopping Unit'e ait başlığın tıklanma özelliğini kaldırması,
 - Shopping Unit'in başlığında ve etiketlenmesinde bu alanın reklam olduğuna ilişkin belirsizliği makul şekilde gidermesi,
 - GOOGLE'da yapılan aramalarda ürün adı ile birlikte açıkça alışveriş karşılaştırma hizmeti sunan rakiplerinin marka veya site adına yer verilmesi durumunda Shopping Unit'in öncelikli olarak konumlandırılmasına son vermesi

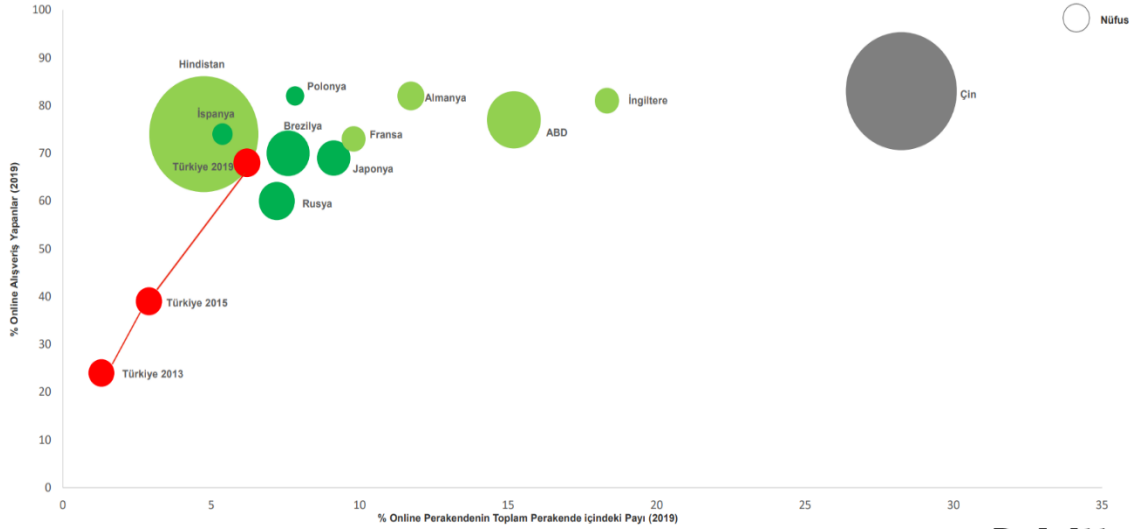
şeklindeki yükümlülükleri, Kurulun söz konusu koşulları kararda öngördüğü süre zarfında izlemeye devam edeceği de dikkate alındığında, mevcut koşullar altında makul bir ölçüde karşılayabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu aşamada yukarıda yer verilen yükümlülüklerle karşılık sunulan öneriler bakımından, kararın gereğinin yerine getirildiği kabul edilebilir.

² <https://turkiye.googleblog.com/> Erişim Tarihi: 07.08.2020

- (16) Ancak kararın 435(4) (a) paragrafının birinci bendinde öngörülen “*Genel arama sonuç sayfasında rakip alışveriş karşılaştırma hizmetlerinin kendi ilgili hizmetlerinden daha az avantajlı olmayacakları koşulları sağlaması*” (eşit muamele) yükümlülüğüne ilişkin olarak uygulamayı planladığı tedbir önerisinin kararın gereğini yerine getirmekte yetersiz kaldığı değerlendirilmektedir.
- (17) Öncelikle Shopping Unit’in sayfanın en değerli kısmında görsel ile birlikte sunulması bu alana tüketicilerin ilgisini artırmaktadır. Bu durum rakipler ve e-ticaret siteleri için bu alanda yer almayı neredeyse zorunlu hale getirmektedir.
- (18) Sunulan öneri, rakip AKS’lerin karşılaştırma hizmeti sunduğu sitelerine trafik yönlendirmekten ziyade reklam ajansı gibi davranarak üçüncü tarafların reklamlarını gösteren bir iş modeli ile çalışmalarına yol açmaktadır. Nitekim ürün görseli tıklanıldığında tüketiciler AKS’ler yerine, ürünü satan siteye erişmektedir. AB verileri, tüketicilerin AKS bağlantıları yerine ürün görseline tıklamayı tercih ettiğini göstermektedir³. Rakip AKS’ler yalnızca sınırlı sayıda gösterebilecekleri reklam ile teklif sunabilirken Shopping Unit çok sayıda teklif arasında karşılaştırma imkânı sunmaya devam etmektedir.
- (19) Eşit muamele yükümlülüğüne ilişkin olarak sunulan tedbir önerisi incelendiğinde (GOOGLE’ın bu yöndeki beyanı da sabit olmak üzere) söz konusu tedbirin AB’de uygulanmakta olan mevcut model ile aynı olduğu anlaşılmaktadır.
- (20) Hâlihazırda AB’deki uyum tedbirleri GOOGLE’ın AB’deki rakipleri tarafından ciddi eleştirilere maruz kalmış⁴ ve bu eleştiriler kısmen basında yer bulmuştur. Bunun da ötesinde AB’de uygulanmakta olan tedbirlerin AB pazarı için uygun olsa dahi Türkiye için yeterli olmayacağı değerlendirilmektedir. Bu noktada önemle vurgulanması gereken husus aşağıdaki şekilde de yer verildiği üzere AB pazarı ve Türkiye pazarının farklı dinamiklere sahip olmasıdır. Türkiye’de e-ticaretin toplam perakende ticaret içindeki payı (2019 yılında %6,2) ve e-ticaret kullananların toplam nüfusa oranı (2019 yılında %68) henüz AB ülkelerinin oldukça gerisindedir.

³ Google tarafından sunulan verilere göre ürün görseli altında yer alan AKS bağlantılarının tıklanma oranı AB’de %(...) civarında kalmıştır.

⁴ Google Shopping Unit’in hala belirgin bir konuma sahip olması ve çok daha sık görüntülenmesi Shopping Unit içerisinde en az bir adet rakip AKS’lerin bulunması beklenen faydayı sağlamamaktadır. Bu kötüye kullanım engellemezse Google’ın seyahat, iş vb. diğer birçok pazarda rekabeti yok etmesine neden olacağı AKS’ler tarafından ifade edilmektedir.

Şekil 4: Ülkelerin Çevrim içi Alışveriş Sektöründeki Konumlarına İlişkin Karşılaştırma⁵

- (21) E-ticaret alanında yeni olan ülkemizde alışveriş karşılaştırma pazarındaki oyuncu sayıları da AB ülkelerine kıyasla düşük kalmaktadır. Zira Komisyon'un kararından AB ülkelerinin her birinde ortalama 9-10 civarında GOOGLE dışında rakip AKS'lerin faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır (GOOGLE tarafından AB genelinde söz konusu sayının toplamda 600 adet civarında olduğu çeşitli yazılarda belirtilmiştir). Türkiye'de ise bu sayının çok daha düşük olduğu (2020 yılı itibarıyla belli bir ölçüğe ulaşmış cimri.com, akakce.com ve epey.com olmak üzere üç adet), büyüme potansiyeline sahip söz konusu pazara yeni girişler olmamakla birlikte pazardan çıkan teşebbüslerin bulunduğu (alve.com, bilio.com gibi) görülmektedir. Bu kapsamda AB'de getirilen çözümlerin Türkiye pazarındaki tüm rekabet karşıtı endişeleri giderici nitelikte olduğunu kabul etmek mümkün görünmemektedir.
- (22) AB'de uygulanan tedbir sonrasında AKS ve satıcı eşleşmelerinin yaklaşık %(.)'inde satıcıların vazgeçme imkânını kullandığı (*opt-out*) bilgisi GOOGLE'dan temin edilmiştir. Ülkemizde hâlihazırda belirli bir ölçüğe ulaşmış üç AKS'nin ve AB'den daha az sayıda e-ticaret sitesinin bulunduğu bir pazarda vazgeçme oranının daha yüksek ve vazgeçme mekanizmasının etkilerinin daha büyük olmasının beklenmesi yanlış olmayacaktır.
- (23) Ayrıca AB'de uygulanan tedbirin trafik açısından sağladığı etkinliğin düşük düzeyde kaldığı değerlendirilebilir. Zira GOOGLE'dan temin edilen bilgiye göre, AB'de Shopping Unit'te yer alan AKS'lerin isimlerinin yer aldığı bağlantıların tıklama oranının sadece %(.) seviyesinde kaldığı anlaşılmaktadır. Eş deyişle, Shopping Unit'te yapılan tıklamaların çoğu e-ticaret sitelerine gittiğinden, rakip AKS'lerin mevcut Shopping Unit içerisinde bir ihtimal görünürlük kazanabilseler dahi bu yolla trafik elde edemedikleri ve bunun da söz konusu pazardaki rekabetin tesisini güçleştirdiği kanaati oluşmuştur.
- (24) AKS'lerin GOOGLE Shopping Unit içerisine alınmasının tek başına bir çözüm olarak kullanılması durumunda, giderek artan Shopping Unit kullanımı dikkate alındığında,

⁵ <file:///C:/Users/sseref/Downloads/turkiyede-e-ticaret-2019-pazar-buyuklugu.pdf> Erişim Tarihi: 07.08.2020

rakiplerin temel gelir kaynağı olan organik trafiklerinin düşmesi ve GOOGLE'ın ücretli kanalına bağımlılığın artması riskleri ile karşı karşıya kalınacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca ücretli trafik oranının daha da arttığı bir senaryoda bu alana yeni giriş yapmak isteyen teşebbüsler için ciddi bir giriş engeli yaratılacak ve hâlihazırda faaliyet gösteren teşebbüslerin ise yatırım ve yenilik güdüsü ile gücü de azalabilecektir. Nihai olarak bu durumun pazardaki mevcut ve potansiyel rekabete zarar vereceği değerlendirilmektedir.

- (25) Son olarak GOOGLE'ın AB'de kendi inisiyatifiyle uygulamaya aldığı yukarıda bahsedilen reklam formatının (bkz. CLA) GOOGLE'ın kendisi tarafından paylaşılan veriler kapsamında AKS'ler için olumlu bir etki doğurma ihtimalinin de düşük kaldığı değerlendirilmektedir. GOOGLE bu uygulamaya AKS'lerin sadece %(.....)'i oranında bir katılım sağlandığını ve söz konusu bağlantıya tıklama oranının %(.....) gibi oldukça düşük bir seviyede kaldığını iletmiştir. Ayrıca GOOGLE tarafından sunulan bilgilere göre (.....) durumunda bu reklam gösterilmektedir. Ülkemizde hâlihazırda GOOGLE haricinde belirli bir ölçüğe ulaşmış sadece üç adet AKS'nin olduğu göz önünde bulundurulduğunda, deneysel olacağı vurgulanan söz konusu reklam formatının hangi şartlar ile uygulamaya alınacağı konusu belirsizlik taşımaktadır.
- (26) Yukarıda sayılan endişeler GOOGLE'ın, Shopping Unit'e rakiplerin belirtilen şekilde erişimine yönelik sunduğu öneriyi yeterli bir rekabet projeksiyonu sağlamaktan yoksun kılmaktadır.
- (27) Bütün bu hususlar kapsamında, soruşturma kararında yer alan "*Genel arama sonuç sayfasında rakip alışveriş karşılaştırma hizmetlerinin kendi ilgili hizmetlerinden daha az avantajlı olmayacakları koşulları sağlaması*" şeklindeki yükümlülüğe ilişkin uygulanması planlanan tedbir önerisinin soruşturma kararı ile getirilen yükümlülüğü karşılamadığı kanaatine varılmıştır.

G.3. Mevcut Durum

- (28) Yukarıda da aktarıldığı üzere gelinen aşamada, GOOGLE tarafından konuya ilişkin olarak gönderilen 28.07.2020 tarih ve 7855 sayılı yazıda GOOGLE, Kurulun GOOGLE'ın uyum paketini kabul edeceği hususunda bir kesinlik olmadığı gerekçesiyle, Kurulun uyum tedbirlerine ilişkin nihai kararını beklemezsin;
- 10 Ağustos 2020 tarihi itibarıyla Türkiye'de Shopping Unit'in tamamen kapatılmasına karar verdiğini,
 - Önerilen uyum paketi ile Kurulun karardaki tüm gerekliliklerin yerine getirildiğini teyit etmesi halinde, Shopping Unit'i, GOOGLE tarafından belirtilen şartlarla yeniden devreye alabileceğini
- bildirmiştir.
- (29) Kurum kayıtlarına 11.08.2020 tarih ve 8430 sayı ile intikal eden yazıda ise GOOGLE tarafından 10 Ağustos 2020 sonu itibarıyla Türkiye'de Shopping Unit'in kapatılmış olduğu hususunda bilgilendirme yapılmıştır.
- (30) Bu bağlamda, GOOGLE'ın ilgili kararda getirilen yükümlülüklerle uyulması için belirlenen son tarih olan 27 Ağustos 2020 tarihinden önce, Shopping Unit'i Türkiye'den kaldırması şeklindeki uygulaması ile yükümlülüklerin hedef aldığı uygulamayı yürürlükten kaldırmak yoluyla yükümlülükleri bir anlamda konusuz bırakmak ve süreli para cezasını durdurmaya amaçladığı anlaşılmaktadır.

20-39/543-243

- (31) Bu çerçevede, GOOGLE'ın süresi içerisinde Shopping Unit'in faaliyetlerine son verilmesinin, 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 Kurul kararının gereğinin yerine getirilmesi olarak değerlendirilebileceği kanaatine varılmıştır. Zira bu şekilde Shopping Unit faaliyetlerinin sebep olduğu rekabet sorunları ortadan kaldırılmış olmaktadır.

H. SONUÇ

- (32) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;
- Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd Şti., Google International LLC, Google LLC, Google Ireland Limited ve Alphabet Inc.'den oluşan ekonomik bütünlüğün 28.07.2020 tarih ve 7855 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına sunduğu uyum önerilerinin, Rekabet Kurulunun 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı kararı ile getirilen yükümlülükleri tam olarak karşılamakta yetersiz kaldığına,
 - Söz konusu ekonomik bütünlüğün 27.08.2020 tarihinden önce Shopping Unit'in faaliyetine son vermesi nedeniyle, 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı Kurul kararı ile tespit olunan ihlale son verdiğine

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.